



FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

“BENEFICIOS DE BUSINESS INTELLIGENCE EN LA STARTUP PERUANA JOINNUS S.A.C. AL AÑO 2020”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciada en Administración y Negocios Internacionales

Autora:

Ingrid Denisse Rodriguez Bedoya

Asesor:

Mg. César Eduardo Lavado Bocanegra
<https://orcid.org/0000-0002-2931-6485>

Lima - Perú

JURADO EVALUADOR

Jurado 1	Wendy Karina Nuñez del Arco Vivanco	09898884
Presidente(a)	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 2	Ricardo Fernando Cosío Borda	70586255
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 3	Trudy Tannert Rengifo	44576327
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

DEDICATORIA

La presente Tesis está dedicada principalmente a Dios, por ser mi inspiración, apoyo y fortaleza en esos momentos de adversidad, por darme la fuerza para continuar en este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados, y por permitirme llegar a esta etapa crucial de mi desarrollo profesional. Gracias a mi familia, que ha sido mi principal compañía durante todo este tiempo. A mi papá, por transmitirme a la distancia, esas energías, que son tan valiosas y necesarias. Y en especial, a mi madre Maritza, por ser el pilar más importante de mi vida, por demostrarme siempre su amor y apoyo incondicional, gracias por creer en mí, cada uno de mis logros y esfuerzos llevarán su nombre, estaré eternamente agradecida.

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Privada del Norte, por el desarrollo profesional adquirido, a mi asesor César Lavado, quien me estuvo guiando en este trabajo de investigación, y a todos los que me han brindado su tiempo, apoyo y conocimiento, para lograr mis objetivos. Asimismo, mi más profundo agradecimiento a los docentes de la Universidad, quienes me instruyeron a lo largo de mi carrera profesional. Como tal, agradezco la contribución y flexibilidad de la empresa Joinnus S.A.C. para llevar a cabo esta investigación.

TABLA DE CONTENIDOS

JURADO EVALUADOR	2
DEDICATORIA.....	3
AGRADECIMIENTO	4
TABLA DE CONTENIDOS	5
ÍNDICE DE TABLAS	6
ÍNDICE DE FIGURAS.....	7
RESUMEN.....	8
ABSTRACT.....	9
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN.....	10
1.1. Realidad Problemática	10
1.2. Antecedentes.....	16
1.3. Formulación del problema	32
1.4. Objetivos	33
1.5. Justificación.....	34
CAPITULO II. METODOLOGÍA.....	35
2.1. Tipo de Investigación.....	35
2.2. Población y muestra.....	36
2.3. Técnicas e instrumentos	38
2.4. Procedimientos de recolección y análisis de datos	41
2.5. Aspectos éticos.....	42
2.6. Referenciación	43
2.7. Transparencia de datos	43
CAPÍTULO III. RESULTADOS.....	44
CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN.....	59
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES.....	69
REFERENCIAS.....	72
ANEXOS.....	78

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Entrevistados y Posiciones de la empresa Joinnus S.A.C.	37
Tabla 2: Ideas principales de los entrevistados con relación a la Planificación	47
Tabla 3: Ideas principales de los entrevistados con relación a la Innovación	50
Tabla 4: Ideas principales de los entrevistados con relación a la Competitividad	53
Tabla 5: Ideas principales de los entrevistados con relación a la Internacionalización.....	56

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Beneficios que generó el Business Intelligence para la planificación en la Startup peruana Joinnus S.A.C. al año 2020	46
Figura 2: Beneficios que generó el Business Intelligence para la innovación en la Startup peruana Joinnus S.A.C. al año 2020	49
Figura 3: Beneficios que generó el Business Intelligence para la competitividad en la Startup peruana Joinnus S.A.C. al año 2020	52
Figura 4: Beneficios que generó el Business Intelligence para la internacionalización en la Startup peruana Joinnus S.A.C. al año 2020.....	55
Figura 5: Beneficios que generó el Business Intelligence en la Startup peruana Joinnus S.A.C. al año 2020.....	58

RESUMEN

La presente investigación titulada “**BENEFICIOS DE BUSINESS INTELLIGENCE EN LA STARTUP PERUANA JOINNUS S.A.C. AL AÑO 2020**”, tiene como objetivo describir los beneficios que generó el Business Intelligence en la Startup peruana Joinnus S.A.C. al año 2020. Permitiendo resolver al objetivo general del problema de investigación para describir: ¿Cuáles son los beneficios que generó el Business Intelligence en la Startup peruana Joinnus S.A.C. al año 2020? La metodología aplicada es tipo de investigación básica, enfoque cualitativo, de diseño fenomenológico y nivel descriptivo. La población está conformada por 20 trabajadores que se integraron en los últimos años a la empresa, por lo que la muestra a entrevistar se realizó al Director, Gerente General y el Ejecutivo de Marketing. La técnica de recolección de datos que se ha utilizado fue la entrevista, compuesta por 25 preguntas, donde se evaluaron cuatro categorías considerando las características del Business Intelligence que son: Planificación, Innovación, Competitividad e Internacionalización, y el instrumento aplicado fue la guía de entrevista semiestructurada, así mismo se sometió a juicio de expertos para comprobar la consistencia y fiabilidad. Dentro de las principales limitaciones que se destaca en el proceso de la investigación es la recopilación de datos, siendo el principal componente, debido a que por motivos de la pandemia a nivel internacional se ha visto afectado en muchos aspectos, dado que la entrevista no ha sido de manera presencial por motivos de riesgos de salud o contratiempos que se generen por parte del investigador como de los entrevistados. Los resultados serán expuestos mediante la interpretación y categorización de las respuestas obtenidas, donde se han determinado que los beneficios de Business Intelligence en la empresa Joinnus S.A.C. simplifica la búsqueda de identificación de datos dando respuesta a la investigación en estudio.

Palabras claves: Beneficios; Business Intelligence; Startup

ABSTRACT

The following research aims to describe the benefits generated by **“BUSINESS INTELLIGENCE IN THE PERUVIAN STARTUP JOINNUS S.A.C. IN THE YEAR 2020”** and to effectively answer the question: What are the benefits? The methodology applied is basic research type, qualitative approach, phenomenological design, and descriptive level. The population consisted is 20 workers who joined the company in the last few years, so the sample to be interviewed is composed of the Director, General Manager, and Marketing Executive. The data collection technique used was an interview, composed of 25 questions, where four categories were evaluated considering the characteristics of Business Intelligence, which are: Planning, Innovation, Competitiveness, and Internationalization, and the instrument applied was the semi-structured interview guide, likewise it was submitted to expert judgment to check consistency and reliability. Among the limitations that already currently exist with the research process; the data collection was also impacted as the global pandemic of the Covid-19 virus affected the way the interview was done. The interview was not done in person due to the health risks involved or setbacks that arose from the researcher and the interviewees. The results will be exposed through the interpretation and categorization of the answers obtained, where it has been determined that the benefits of Business Intelligence in the company Joinnus S.A.C. simplifies the search for data identification giving response to the research under study.

KEYWORDS: Benefits; Business Intelligence; Startup

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad Problemática

Business Intelligence (BI), según Asmus (2019), actualmente está ayudando a las empresas en su transformación digital. En ese sentido, la inteligencia de negocios permite a las organizaciones ser más competitivas en el trabajo en línea al adquirir mejores procesos comerciales y datos más confiables, que ayudan en la toma de decisiones y brindan a los empleados una visión general más estructurada del negocio. (p. 130)

Para Leake al (2021), a poco más de un año en medio de la crisis sanitaria mundial y la recesión económica, BI ha tenido un impacto significativo en los negocios, ya que los entornos de trabajo remoto exigieron a las empresas en replantar sus estrategias comerciales, presionando a los exportadores de servicios a duplicar la logística y el marketing en línea, incrementado de esta forma el comercio electrónico. Al respecto, los cambios que ha traído BI, se han vuelto esenciales para los ejecutivos y empleados, permitiéndoles acceder a datos críticos desde un lugar diferente y en cualquier momento.

Según Wright & Calof (2022), los beneficios de Business Intelligence se encuentran principalmente en el proceso de toma de decisiones mediante el uso de la base de datos. Lo que hace que una organización sea única, al aplicar BI dentro de una empresa, encaminando a lograr cada uno de sus objetivos, sobre todo porque se dispone de informes más rápidos, eficiencia organizacional estructurada, decisiones comerciales en corto tiempo, experiencia del cliente mejorado, mayor satisfacción de los empleados, datos más confiables y una excelente ventaja competitiva en el mercado nacional e internacional. (p. 453)

Dentro de este orden de ideas, para Amman (2021), la solución de BI de Amazon que incluye QuickSight, un servicio con un ordenador de análisis de información, que puede escalar automáticamente a decenas de miles de usuarios sin necesidad de gestión o planificación de

capacidad, es uno de los casos más conocidos a escala mundial. Dado que, es el primer servicio de inteligencia empresarial en ofrecer precios de pago por sesión, esto significa que los clientes solo pagan cuando visitan sus paneles o reciben informes, lo que la hace ideal para implementaciones de BI a gran escala.

Por otro lado, se ha determinado que Estados Unidos es el país con mayor rentabilidad en BI. Según Miller (2016), en su artículo en inglés *History of Business Intelligence*, hizo la primera mención al término BI en una enciclopedia estadounidense titulada *Cyclopaedia of Commercial and Business Anecdotes*. (p. 456). Posteriormente, según Heinze (2018), la existencia de la Inteligencia de los Negocios fue en 1958, por Hans Peter Luhn, pero el término BI no se usó hasta el siglo XX. Al principio muchas empresas no confiaron en su utilidad, por esta razón tardaron en ver su potencial en ese momento, y fue necesario esperar a que el mercado de comercio internacional evolucionara.

Tal es el caso, que el 2018, fue un año récord para las acciones en Estados Unidos, ya que el país redujo sus barreras comerciales, y en ese contexto con otros en el sistema económico global, es el primer mayor exportador de servicios. Sin embargo, el comercio solo representó el 27,5% del PIB. A pesar del déficit y de que el país trajo consigo discrepancias comerciales durante algún tiempo, muchas de las empresas estadounidenses trabajan de la mano con el gobierno en un orden circular para lograr sus objetivos. De la misma manera, el departamento de comercio de EE. UU., les facilita iniciar un nuevo negocio. (Santander, 2018)

Desde entonces, según Eisenhower (1953), la Administración de Pequeñas Empresas (SBA) de los Estados Unidos ha trabajado desde entonces para fomentar el cambio y la acción para que las Pymes puedan comenzar, crecer y expandirse. Mientras tanto, más de 750 beneficiarios de América Latina y el Caribe han ampliado su experiencia empresarial a través del Programa de becarios profesionales de YLAI. Inversionistas en organizaciones estadounidenses que han utilizado los beneficios de Business Intelligence, particularmente para aquellos que buscan empezar un negocio en las Startups. Teniendo en cuenta que muchos

inversionistas extranjeros han apostado por empresas americanas, dejando atrás al resto del mundo, ya sea por razones comerciales o porque sabían que podían confiar en sus organizaciones, así como en la calidad de manejo de información que les ofrecen a sus emprendedores. (Santander, 2018)

En este sentido, el propósito de la investigación, es incentivar a los empresarios a asumir riesgos e invertir en otros negocios, con el fin de ayudarlos a desarrollar una planificación que les proporcione información precisa. Para comprender mejor la red de clientes, las ubicaciones, la financiación que más les convenga, y de esta manera las compañías podrán triunfar en el mundo empresarial, transformándolas en un excelente negocio.

Según Galloway (2018) los ciudadanos están comprometidos a trabajar juntos y pueden organizarse e inspirar a otros para buscar cambios y mejoras en sus comunidades, ya que son la columna vertebral, que pone en equilibrio la expectativa de un negocio sostenible en el país.

Actualmente, Estados Unidos es uno de los países con superior economía global y quien presenta mayor ventaja con relación a Business Intelligence, porque las grandes corporaciones han sido capaces de modificar datos de la información en conocimiento útil para ayudar a la toma de decisiones en las Startups de servicios en el e-commerce, y desde ese momento distinguieron la diferencia entre una empresa exitosa y otra que no, dando así soporte a las operaciones de forma ágil, rápida y efectiva.

Partiendo de esta premisa, según Bernard (2018), en Estados Unidos ha experimentado cambios significativos en el mundo de los negocios, ya que es un país con una gran cantidad de información y que permite una toma de decisiones más fácil mediante el uso Business Intelligence en el comercio internacional.

Asimismo, según Bolding (2019), el uso de Business Intelligence (BI) en los grandes empresas de Estados Unidos se han incrementado, y una de estas organizaciones son las cadenas de restaurantes como Hardee's, Wendy's, Ruby Tuesday y T.G.I. Friday's, quienes utilizan BI para tomar decisiones estratégicas, considerando como qué nuevos

productos añadir al menú, qué platos quitar o qué locales deben cerrar. Al mismo tiempo, Wal-Mart, domina la industria al emplear grandes cantidades de datos y análisis. También, Harrah's, por ejemplo, utiliza BI no solo para construir mega casinos, sino a fin de analizar la fidelidad de los clientes. En igual forma, Amazon y Yahoo se basan en la inteligencia de negocios para llevar a cabo cambios comerciales.

Cabe mencionar, según Bastone (2018), que toda empresa puede beneficiarse del uso de Business Intelligence (BI), por lo que sería incorrecto suponer que solo es para las grandes corporaciones; después de todo, Formlabs es una Startup, fabricante de impresoras 3D con sede en EE.UU., que utiliza BI en su negocio. Dado que le proporciona una importante ayuda en determinar qué horario es conveniente o qué día es el más adecuado para hacer una pausa laboral, y en el caso de las empresas de suministro, les permite localizar las entregas que empiezan a redireccionarse, como en el caso de la Startup AIFI, BI les brinda la facilidad de saber, en qué momento se realizan las demoras, qué productos son los que se retrasan con más frecuencia o qué medios de transporte, son los que tardan en llegar más veces.

Posteriormente, según Grillo, Rivoir, & Morales (2019), los avances tecnológicos han permitido a las empresas de servicios obtener más información sobre el uso de Business Intelligence a través de Internet, lo que ha llevado a que las organizaciones poder acceder a formatos de texto en diferentes idiomas, que dan a conocer la implementación de BI.

Según, Barquin (2018), BI es tan importante en los Estados Unidos; ya que, el gobierno actualmente se preocupa por la traducción por dos razones principales; una es la obligación de difundir el mensaje generada por el gobierno y la otra es la necesidad de analizar la información que se suscita en los negocios internacionales. Y en los próximos años, BI tendrá mayor pronunciamiento. Por esta razón, según Haigh (2019), las empresas estadounidenses tienen una principal demanda de Business Intelligence en el comercio electrónico internacional, y que son cada vez más buscadas a nivel mundial. Es preciso señalar, que las principales empresas a gran

escala son: Google, Apple, y Amazon, quien en los últimos años ha sido líder, como resultado de su capacidad para brindar servicios útiles a los usuarios en más de 16 naciones. Esto indica que es la plataforma más grande en el mundo, y está incluida entre los países mejor posicionados en el sector E-commerce.

Mientras tanto, según Romainville (2019), la situación en Latinoamérica ha cambiado drásticamente. Exactamente en Perú, en el 2019, tuvo un déficit y ocupó el puesto 68 entre 190 países en el ranking mundial sobre facilidad para hacer negocios, y se posicionó sexto en la región. A su vez, Business Intelligence en las Startups exportadoras de servicios en el comercio electrónico no prosperan, a pesar de que tienen grandes empresas innovadoras y proponen incrementar sus inversiones, al menos un 25%, el 90% de las Startups en el Perú no sobreviven más de un año. (Rosales, 2019)

Por otra parte, si bien el Perú cuenta con planes de alta demanda, pero carece de mejora continua en cada uno de sus servicios, debido a que las soluciones empresariales no se adaptan a las necesidades en el entorno internacional sectorial y especializadas. No obstante, la exportación de servicios seguirá siendo inalcanzable. A diferencia de Estados Unidos, donde sus ganancias mensuales son de miles de millones de dólares, y el Perú no llega a ese nivel en un año. (Muñoz, 2019)

Por consiguiente, la problemática en el Perú persiste, a pesar de que el gobierno intentó apoyar a sus empresarios hace algunos años. Las informalidades que se han generado en el país datan de hace 40 años. Desde entonces, es posible que el gobierno haya apoyado a sus emprendedores, a través del Programa Nacional de Innovación para la Competitividad y Productividad – Innóvate Perú del Ministerio de la Producción y Perú Service Summit, siendo ambos del Ministerio de la Producción, lo que en su momento ha logrado promover la formación y consolidación de nuevas empresas peruanas o Startups, con el propósito de financiarlas para que logren ofrecer sus productos y/o servicios innovadores con alto contenido tecnológico, con proyección a mercados internacionales y emprendimientos que implican la

existencia de empleos de calidad. Sin embargo, a pesar de que la primera generación de empresas del programa Start-Up Perú, financió con fondos no reembolsables a 23 innovadores y emprendedores dinámicos de alto impacto, en adelante, las condiciones que obstaculizaron los esfuerzos de tantos empresarios peruanos fueron en vano, ya que la mayoría de ellos utilizó sus ahorros para poder tener su empresa implementando Business Intelligence, pero la informalidad en su totalidad en el país, persiste. (Fernández, 2018).

Según, Kuroiwa (2021), es notoria la falta de interés que muestra tanto el país como el gobierno y viceversa, sobre todo porque afecta a más de una empresa, no solo en una sola localidad del país, sino a nivel nacional.

Para comprender mejor, de acuerdo a la información brindada sobre Business Intelligence en el Perú, se detalló sobre la empresa Joinnus S.A.C., el cual se ubica en el sector servicios. Esta empresa, a pesar de haber cumplido 7 años en el e-commerce, aún tiene que seguir replanteando sus estrategias para salir adelante, ya que se encuentran en una fase de crecimiento, considerando que ha pasado los últimos años buscando muchas formas de seguir adelante con sus propios recursos. Y aunque haya sido ganador en el concurso de plataforma digital de ventas de entradas online en Innóvate Perú, en la actualidad la empresa, se esfuerza por seguir creciendo, lo que ha requerido de mucho trabajo para mantenerse a flote en un mercado de servicios con escaso apoyo. Si bien, Joinnus ha sido persistente y se niegan a rendirse fácilmente. A pesar de que la empresa aún está clasificada como una pequeña Startup; según Sánchez (2019), no se trata de que mayormente las Startups solo son hasta cumplir los 3 o 4 años, si una empresa sigue innovando, no hay límite de tiempo para ser o dejar de ser Startup. En definitiva, la empresa está creciendo, mediante BI, dándole la capacidad de evolucionar y convertirse en un negocio exitoso con el tiempo. Precisamente, Joinnus actualmente ofrece servicios como, Joinnus Market, Joinnus Live y Unilabs, sin duda alguna, esta organización es una Startup con gran capacidad de cambio, que ha ido escalando en el

tiempo. Así mismo, en su proceso de internacionalización, en el país de Ecuador, Colombia y México han implementado BI como mecanismo de identificación de mercados.

Todo lo planteado hasta ahora en la investigación tiene como objetivo coadyuvar en el tiempo en la toma de decisiones utilizando BI. Por lo tanto, en relación y evolución a la problemática expuesta, en el proceso de desarrollo de BI, la presente investigación busca describir los beneficios que ha aportado Business Intelligence en la Startup Joinnus S.A.C. al año 2020.

1.2. Antecedentes

- Antecedentes de la investigación

Según la investigación que ha sido recopilada de la base de datos, se seleccionaron 10 estudios, de los cuales se dividieron en 5 Antecedentes Internacionales y 5 Antecedentes Nacionales que tenían información necesaria para la investigación.

1.2.1. Antecedentes Internacionales

Ramakrishnan, Jones, & Sidorova (2012), en su estudio “Factors influencing Business Intelligence (BI) data collection strategies” Tesis Doctoral en Negocios Internacionales, Universidad del Norte de Texas, Denton - Texas, Estados Unidos. El estudio tiene como objetivo determinar la estrategia de recopilación de datos en Business Intelligence para una organización, en donde propusieron como solución la teoría institucional, sintetizando el propósito con el cual se aplica BI en la investigación sobre la presión competitiva; de modo que se logre examinar las estrategias de recopilación de datos que son exhaustivas y basadas en problemas. A raíz de sus hallazgos, los autores explican los propósitos de BI con relación a conocimiento, consistencia y transformación. Indican desde una lente teórica, que, al comprender los factores de BI, incrementará en la viabilidad de recopilación de datos necesarios, de manera que facilita a los gerentes abordar en la toma de decisiones, logrando sus objetivos a través de BI en las empresas.

Lautenbach., Johnston, & Adeniran (2017), en su estudio “Factors influencing Business Intelligence and analytics usage extent in South African organisations” Tesis para obtener el título de Administrador de empresas, University of Cape Town , South África. El estudio tiene como objetivo, identificar el uso extensivo de inteligencia empresarial y análisis de datos en las organizaciones que estuvieron mejor posicionadas en el mercado, respaldando a la toma de decisiones, lo que en última instancia conduce a un mejor desempeño organizacional. A raíz de sus hallazgos, los autores identificaron los propósitos de BI con relación a tecnología, organización y medio ambiente, indicaron sobre los beneficios de aplicar la Inteligencia Empresarial. Ya que, con BI se ha logrado examinar a profundidad los factores que influyen dentro de las organizaciones, ayudando en la toma de decisiones basada en hechos. De este modo, los datos de la información se encontrarán mejor elaborados, y que, al aplicarlo, estarían impulsando a las empresas existentes o del futuro.

Ali, Shah, & Khan (2017), en su estudio “Analysis of Interaction between Business Intelligence and SMES” Tesis para obtener el título de Tecnología en gestión empresarial, Universidad de Victoria, Australia. El estudio tiene como objetivo, examinar el Business Intelligence y a las Pymes, y los factores críticos que influyeron en el proceso de toma de decisiones, debido a que en los últimos años el BI se desarrolla con mayores desafíos dentro de la empresa. A raíz de sus hallazgos, los autores señalaron los propósitos del BI con relación a planificación, desarrollo, emprendimiento, competitividad; determinaron que BI y las Pymes se asocian, afirmando que las organizaciones logran mayor interacción con el aprendizaje efectivo de BI, llegando a realizar mejores desempeños empresariales en los negocios.

Caseiro & Coelho (2018), en su estudio “The influencing of Business Intelligence capacity, network learning and innovativeness on Startups performance” Tesis para obtener el título de Economista, Universidad de Coimbra, Portugal. El estudio tiene como objetivo,

describir la influencia positiva de Business Intelligence en el rendimiento de las Startups, a través del aprendizaje sobre la base de los resultados, de tal manera que pusieron en práctica el BI como un nuevo desafío. A raíz de sus hallazgos, los autores identificaron los propósitos del BI con relación a innovación e internacionalización, establecieron que BI aporta en el rendimiento de las Startups. Logrando implantar un espacio en el mercado internacional, así como ha mejorado en los recursos existentes, la eficiencia y el valor potencial. De tal forma que las organizaciones consiguen traer nuevos activos intangibles. Debido a que BI, es un recurso clave para mejorar en la toma de decisiones, y según este proceso podrán ayudar a los gerentes a mantener información precisa, lo que aumentará el desempeño de sus empresas.

Sparks (2014), en su estudio “The relationship of Business Intelligence systems to organizational performance benefits” Tesis Doctoral en Negocios Internacionales, Capella University, Estados Unidos. El estudio tiene como objetivo determinar el impacto del uso de BI en la toma de decisiones de la gestión empresarial. A raíz de sus hallazgos, los autores explican los propósitos de BI con relación a planificación, innovación, competitividad y la toma de decisiones, mencionan que BI ha aportado de gran valor en la organización, basándose en la relación comercial, proveedor, socio, cliente. De manera que, en los procesos internos, la calidad del contenido de información, integración de datos, y en la toma de decisiones, la capacidad analítica de la empresa ha desarrollado mayor desempeño.

1.2.2. Antecedentes Nacionales

Mitma, Chung Pinzás, & Ruiz Lizama (2015), en su estudio “Prospectiva e Inteligencia competitiva al 2040 en los programas fomentan la innovación en el Perú” Tesis para obtener el título de Ingeniería Empresarial en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima- Perú. El estudio tiene como objetivo, analizar los programas de apoyo de

inteligencia de negocios que se les proporcionaron a las empresas peruanas, y ver si los planes probados y validados para el desarrollo comercial pueden usarse como planes de acción al momento de realizar negocios. Teniendo en cuenta que había problemas con la innovación y que al implementar BI podrían detectar posibles fallas futuras o soluciones exactas dentro de la empresa. A raíz de sus hallazgos, los autores examinaron los propósitos de BI con relación a innovación y competitividad, concluyendo que, por medio de BI, en el plan estratégico, pudieron establecer soluciones inmediatas. Lo cual generó mayor impacto empresarial, logrando contribuir en las ganancias, llevándolos a tener principales facilidades para el aprendizaje, tanto en las organizaciones como con sus trabajadores.

Tong (2015), en su estudio “La inteligencia de mercado en las empresas exportadoras e importadoras peruanas”, Tesis para obtener el título en Economía en la Universidad de Lima, Perú. El estudio tiene como objetivo, determinar los ingresos empresariales y los beneficios que generó la inteligencia de mercado en sus organizaciones, y del mismo modo en como la tecnología realmente rompe las barreras entre consumidor y empresa. A raíz de sus hallazgos, los autores identificaron los propósitos de BI con relación a competitividad y exportación, ha destacado que BI permitió ampliar la información sobre la inteligencia de mercados en la toma de decisiones, facilitando a los ejecutivos una mejor gestión empresarial a nivel nacional e internacional. Y del mismo modo, los ayuda a llegar a un mercado cada vez más exigente y ampliar la acogida de nuevos consumidores.

Martínez (2012), en su estudio “Factores clave de éxito en el negocio del retail” Tesis para obtener el título de Ingeniería Industrial en la Universidad de Lima, Perú. El estudio tiene como objetivo, determinar los beneficios que genera BI en una venta minorista, considerando que la industria local e internacional es la manera en el que el Perú podrá beneficiarse de estas negociaciones, llegando a presentar mayor rentabilidad económica en el mundo de los negocios. A raíz de sus hallazgos, los autores identificaron los propósitos de BI con relación a cadena de suministro, señalaron que por medio de BI permite operar

efectivamente en la globalización, ya sea en cuanto a precios, calidad, producto, marcas de servicios y canales de distribución. Creando fidelización entre la industria y la clasificación de venta a nivel mundial, debido a la calidad de sus servicios.

Acevedo (2008), en el estudio “Elementos para un modelo de negocio en servicios especializados” Tesis para obtener el título de Auditoría Empresarial y del Sector Público en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos de Lima, Perú. El estudio tiene como objetivo, definir las estrategias de BI, para que facilite a los empresarios en el manejo de información ante los altos costos de servicios roaming, y como las facilidades de vender en la red, dando una respuesta a muchos reclamos que se generan a diario. Ya que, cada vez más usuarios son los que deciden no solicitar la compra de estos servicios por el incremento de inseguridad. A raíz de sus hallazgos, los autores identificaron los propósitos de BI con relación a estrategias, precisaron que, se establecieron mejoras en la red, debido a que muchos clientes se beneficiarían a nivel internacional, previniendo el tráfico de datos. Por ende, la pérdida de usuarios y los sobrecostos de interconexión, ha sido preocupante en un mundo con alta demanda de servicios especializados, y que al momento de implementar BI estos problemas fueron reduciendo y se evitaron seguir prolongando errores constantemente. Por lo que se ha generado una solución, para favorecer tanto a las organizaciones como a los usuarios, teniendo en cuenta que son ellos quienes consumen a gran escala estos servicios.

Poma, Arias, Caldas, & Rosales (2019), en el estudio “Plan de Marketing Digital de la Plataforma Late” Tesis para obtener el grado de Magíster en Dirección de Marketing en la Pontificia Universidad Católica Del Perú, Lima-Perú. El estudio tiene como objetivo, describir la importancia de BI en la campaña de marketing de Late, estableciendo principalmente objetivos estratégicos coherentes, por ende, permita a la empresa ser monitoreada durante su ejecución, y de esta manera incrementar las exportaciones de Late. A raíz de sus hallazgos, los autores identificaron los propósitos de BI con relación a

marketing y capacitación, en donde establecieron centralizar la información para que sea fácil de comprender a las empresas, y potenciarlas en su exportación de servicios, y que el intercambio comercial de las organizaciones peruanas continúe creciendo, considerando la apertura de nuevos mercados internacionales. Ya que, el éxito solo dependerá de la eficacia del canal digital para crear contacto con el cliente objetivo, brindando una comunicación asertiva, motivándolos a establecer constantes mejoras en la experiencia del uso de la plataforma, lo que proporcionará proveer uso intensivo de los canales digitales, para comunicarse e informar a los exportadores del servicio. Fundamentalmente, porque su principal canal online es el portal web del Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior, lo que le permite ampliar su cobertura de atención a las Pymes a través de un servicio virtual.

Cabe destacar, que la primera etapa, se enfocó exclusivamente en beneficiar a las pequeñas empresas peruanas. De lo que se ha tomado en cuenta cada vez más a BI, como un factor clave en las operaciones, que ha logrado generar éxito en la internacionalización de las pequeñas y medianas empresas, para que finalmente las visiones de ambas partes apunten hacia un mismo horizonte.

1.2.3. Bases Teóricas

- Definición de Business Intelligence

Cano (2007), define BI como una herramienta de reporte, consulta y análisis de datos que ayude a los usuarios de negocios a navegar a través de un mar de información para sintetizar la recopilación de datos valiosa que se encuentre, así mismo pueda apoyar de forma sostenible y continua a las organizaciones, en mejorar su competitividad facilitando la información necesaria para la toma de decisiones.

Ya que, en los últimos años se viene investigando acerca del mundo de los negocios, se ha mencionado constantemente a nivel empresarial sobre BI, un término que no es tan

reciente, pues la primera persona en emitir el término Business Intelligence fue Hans Peter Luhn, conforme a su artículo “A Business Intelligence System” publicado en 1958, quien también es investigador de IBM (International Business Machines Corporation). (p. 397)

A partir de entonces, en la década de los ochenta, hay un avance gracias al informe y la creación del concepto de sistemas de bases de datos, ya que no había aplicaciones que logaran realmente facilitar la explotación de la información, ya en el año 1985, mediante sistemas integrados, esta herramienta que se convierte en la más popular y ampliamente utilizada por empresas. Para tal efecto, después de tantas décadas en el anonimato, llega durante los noventa, la popularización de Business Intelligence de la mano de Howard Dresner, quien volvió a tocar el tema desde 1989. Durante esta década fue determinante para las tecnologías que ahora se viene disfrutando, debido a que se crearon múltiples aplicaciones en base a BI que ofrecían acceso a las bases de datos y a la información estructurada generada por las empresas.

Y aunque es bastante básico comparado con la actualidad, abre las puertas de un gran campo de investigación, puesto que el concepto Inteligencia de negocios o más conocido como Business Intelligence comienza a surgir en el año 1996.

En ese año, Díaz (2010) de Gartner Group, en uno de sus reportes, manifestó que “Se requiere intuición para tomar decisiones correctas” y que “las herramientas de reporte, consulta y análisis de datos pueden ayudar a los usuarios de negocios a navegar a través de un mar de información, sintetizando el mensaje valioso que en el estudio se encuentra”. (p. 365)

- **Importancia del Business Intelligence**

En la actualidad, gracias a que gran parte de la interacción de las personas está mediada por un aparato electrónico, la cantidad de información que se almacena en bases de datos es casi inabarcable, se establecen sistemas que se vuelven indispensables para crear

plataformas dispuestas a analizar y categorizar toda la información de exportación de servicios de manera rápida y profunda.

1.2.4. Business Intelligence en las Startups

Un claro ejemplo son las compañías Startups, son empresas de nueva creación que llevan a cabo el uso de Business Intelligence, BI les permite conocer mejor a sus clientes, descubrir nuevas oportunidades de negocio o fallas en los sistemas de atención, con el objetivo de elevar las demanda. (Ariza, 2018)

En el caso de las ventas, BI es un mecanismo que utiliza herramientas de obtención de datos derivados de las redes sociales para comprender mejor el mercado, respondiendo preguntas como “¿Qué buscan los clientes?”, “¿Qué servicios o soluciones no funcionan” o “¿Qué mejoras se les puede ofrecer?” (Golhar, 2020).

En efecto, Business Intelligence se convierte en una poderosa herramienta para ayudar a las Startups a aprovechar sus datos y con ello identificar nuevas oportunidades que permitan tomar mejores decisiones en menos tiempo, hacer negocios más inteligentes, reducir costos y ejecutar operaciones más eficientes, entre otras ventajas. (Saldívar, 2018)

En donde la implementación de nuevos modelos de negocio y de comunicación logran satisfacer las expectativas de los usuarios o clientes, con el fin de que puedan expresar ideas y comentarios propios acerca de los productos o servicios recibidos. (Robehmed, 2013)

Según Río (2007), Business Intelligence y Startups en el estudio, no es más que una forma de describir las características de la información disponible en la red en mayor proporción. Si no nos dejamos abrumar por la tecnología y le prestamos atención a las referencias de datos, nos daremos cuenta de que todo está a nuestro favor para que se logren convertir la información disponible en la red, en datos cualitativos y cuantitativos. (p. 219)

Estas ideas crean valor y finalmente representan importancia en cuadros de mando de BI. Es decir, que se disponga de la capacidad de tomar mejores decisiones, más rápidas y fundamentadas en la mayor red de datos existentes. Sobre todo, porque el mundo actual es cada vez más competitivo, los mercados son más demandantes, y los clientes más exigentes. Por esta razón, las empresas se han preocupado por desarrollar e implementar diversas soluciones para responder a estas necesidades, incrementando el rendimiento y logrando una ventaja competitiva sobre su rival. (Palomera, 2016)

Llevar a cabo el uso de Business Intelligence le permite a las Startups hacer uso de las nuevas herramientas que se han adquirido dentro de una organización, para tener un control exacto de información en la empresa y de esta manera gestionar los movimientos que se realicen en adelante, llevando al líder a entender la situación actual en la que se encuentra sus servicios y poder identificar posibles mejoras a futuro, logrando tomar decisiones inteligentes basándose en conocimientos preestablecidos. (Saldívar, 2018)

En definitiva, según Aguilar (2019), en esta década, por medio de Business Intelligence las empresas empiezan realmente a hacer uso eficaz de la información almacenada a favor de su negocio. (p. 484)

Las habilidades competitivas que esta herramienta genera, al facilitar reportes y análisis de diferentes aspectos cruciales en la toma de decisiones, convierte Business Intelligence en una herramienta indispensable para las Startups. (Kaplan, 1996, p. 356)& (Calacanis, 2017, p. 288)

1.2.5. Business Intelligence en el Comercio electrónico Internacional

Según Libreros (2010), Business Intelligence se utiliza en las operaciones del e-commerce para conocer cada detalle sobre la exportación de servicios existentes y poder estudiarlos. (p. 395) Este proceso definitivamente incentivo al mercado nacional a conocer diversas organizaciones, con el fin de mejorar los servicios que ofrecen al mercado

internacional. Tanto es así, que las empresas que no pueden estar totalmente familiarizadas con las redes sociales, pero que aún desean ofrecer sus servicios, pueden hacerlo con facilidad; ya que existen plataformas que abren una ventana en el exterior para todo tipo de usuario, y sin preocuparse, las organizaciones puedan generar ganancias óptimas. Todo lo que tiene que hacer el propietario de la empresa, es publicar por medio de la web sobre sus servicios o productos, y a partir de ahí, las ventas empezarán a fluir de forma imparable. Cabe destacar, que hay una comisión de por medio, para obtener ganancias, y que no hay barreras que impidan a seguir por el camino correcto.

Tal es el caso, que se comercializan servicios a través del uso intensivo de las tecnologías de la información y la comunicación, con un modelo de negocio escalable, el cual permite un crecimiento rápido y sostenido en el tiempo. (Moss, 2003)

Pues este fuerte componente tecnológico les permite poder escalar su negocio de forma ágil y rápida, y con una necesidad de capital inferior a las empresas de Business Intelligence en las Startups tradicionales, así mismo tienen muchas posibilidades de exportación en comparación con otro tipo de empresas implementando inteligencia de negocios, estas les permiten reducir costes operativos y llegar a un público mayor, realizando una menor inversión. (Horowitz, 2017)

1.2.6. Business Intelligence a nivel internacional

El Business Intelligence a nivel internacional se viene expandiendo gracias a la tecnología, que a su vez se está volviendo cada vez más indispensable para los negocios internacionales. Esto se debe a que la ciencia permite convertir los datos almacenados en información muy útil que se puede emplear para establecer un plan de negocio rentable, logrando mejores resultados al permitirle a la empresa monitorear cada una de sus metas establecidas. (Pérez, 2020)

1.2.7. Objetivos del Business Intelligence

Los objetivos del Business Intelligence es entender mejor los negocios, y que, al implementar las herramientas de BI, se determinará el enfoque comercial del bien o servicio. Una de las funciones que destaca en los objetivos de BI es la atención al cliente, que ahora se contabiliza a través de la plataforma.

De esta forma, es posible conocer qué servicios son los más populares en Internet o qué técnicas de análisis de datos se utilizan, así como desarrollar estrategias para aumentar las ganancias, expandir la línea de productos, fidelizar con los clientes, reducir costos y administrar servicios. Cabe destacar, que existen aún más objetivos, pero los mencionados son principales en BI.

Beneficios de Business Intelligence

Los sistemas de información en la Inteligencia de Negocio generan mayores beneficios:

- Al obtener datos de información exacta, ayudan a facilitar en la toma de decisiones de la empresa.
- Permite que se genere mejor calidad de contenidos en la organización.
- Acorta la orientación de búsquedas de la información de la empresa.
- Establece comprensión y mejores documentaciones en cada una de las empresas.

1.2.8. Principios y criterios del Business Intelligence

Finalmente, se tomará como referente a Sparks (2014) “La relación de los sistemas de inteligencia empresarial con los beneficios del desempeño organizacional”, donde se hallaron las 4 categorías, y a Villagómez (2021) “Uso de la Inteligencia de Negocios como herramienta de internacionalización de las pymes de banano en Ecuador, donde se halló la categoría Internacionalización”, sobre la validez central en la investigación, donde nuestra variable Business Intelligence la asociaremos con Planificación, Innovación, Competitividad, Internacionalización.

- **Business Intelligence y Planificación**

Según Steffine (2015), puntualizó la importancia de Business Intelligence en la planificación, ya que se enfocó tanto en la parte técnica de comenzar en los negocios, brindando una visión más amplia con un enfoque práctico y en cómo se puede ser más eficaz con BI; en tal sentido “La planificación consiste en proyectar un futuro deseado y los medios efectivos para conseguirlo” (p. 222).

En efecto; según Ackoff (1992) precisó que la planificación es un proceso mediante el cual la empresa adapta sus recursos al marco externo y a las fuerzas internas en continuo cambio, teniendo presentes los objetivos a alcanzar, en una actividad integral que busca obtener el máximo de efectividad total de la empresa, como sistema, de acuerdo con sus objetivos. (p. 157)

- **En relación con la Planificación**

Según Huie (2019), respaldó los principios y criterios establecidos de Business Intelligence, que son los siguientes: El proceso de toma de decisiones está bien desarrollado en mayores desafíos que enfrentan las organizaciones hoy en día, ya que se deben tomar decisiones comerciales importantes y oportunas.

Categoría 1: El informe proporcionó información valiosa al determinar los beneficios de Business Intelligence que influyeron en la toma de decisiones. Los beneficios de BI considerados fueron la categoría Planificación, relacionándolo con sus ítems:

- **Ítem 1.1 Formulación de estrategias**

- Necesario para enfrentar cambios más efectivos a nivel organizacional

- **Ítem 1.2 Objetivos y Metas**

- Proporciona el propósito final de la empresa

- **Ítem 1.3 Ventas y Comercialización**

- Participación del Mercado
- **Ítem 1.4 Productores**
- Principal encargado de cubrir las necesidades del consumidor
- **Ítem 1.5 Ganancias**
- Mide la actividad económica de la empresa
- **Ítem 1.6 Rentabilidad**
- Desempeño de la inversión
- **Ítem 1.7 Plan de Acceso al Crédito**
- Servicios bancarios para enfrentar la volatilidad en la empresa

- **Business Intelligence e Innovación**

Según Overla (2020), describió sobre la importancia de Business Intelligence en la innovación, indicó que el éxito empresarial en las últimas décadas del nuevo milenio es la innovación y será la visión empresarial de toda organización, a su vez Devlin (2014), definió la innovación como la introducción de un bien producto, que sea nuevo para los consumidores o de mayor calidad que los anteriores, es la “destrucción creativa”, pues la innovación acabará con viejas formas de hacer las cosas al introducir nuevos y superiores paradigmas, más productivos, eliminando los preexistentes en un constante proceso competitivo y creativo. (p. 437)

- **En relación con la Innovación**

Johnson (2020), respaldó que, para mejorar la eficacia de la inteligencia empresarial al maximizar en el valor de los resultados, ha sido necesario transformar los negocios que dependen cada vez más de las capacidades automatizadas que se encuentren en el análisis de datos en poderosas plataformas de inteligencia empresarial.

Categoría 2: El informe proporcionó información valiosa al determinar los beneficios de Business Intelligence que influyeron en la toma de decisiones. Los beneficios de BI considerados fueron la categoría Innovación, relacionándolo con sus ítems:

- **Ítem 2.1 Plataforma Online**

- Herramientas que ofrecen flexibilidad en el negocio para vender y conectar con sus clientes.

- **Ítem 2.2 Modelo de negocio**

- Estructura conceptual que apoya la viabilidad de la empresa

- **Ítem 2.3 Estudio de Mercado**

- Permite gestionar la evolución de los clientes y competidores

- **Ítem 2.4 Inversión Privada**

- Fortalecer el desarrollo operativo del crecimiento empresarial

- **Ítem 2.5 Mayor innovación**

- Transformación de la industria tecnológica de primer nivel en la empresa

- **Ítem 2.6 Nuevas necesidades de servicio**

- Técnicas para identificar necesidades y exigencias del usuario

- **Business Intelligence y Competitividad**

Según Varela (2005), precisó Business Intelligence en la competitividad, como una actividad vital para la viabilidad de una organización, pues ayuda a las empresas a entender mejor el entorno de los negocios y de la industria, y aprender de las estrategias corporativas y de negocio de los competidores, dado que las operaciones de la compañía se encuentren en una plataforma de inteligencia de negocio interrelacionada con su cadena de valor, que se convierten en un factor crítico de éxito esencial para la competitividad, y aún más, para la supervivencia de las empresas. (pág. 108).

Y como respaldo principal, Porter (1985), concretó que “La Competitividad de una nación depende de la capacidad de su industria para innovar y mejorar; ya que las compañías a su vez ganan ventajas sobre los mejores competidores del mundo debido a la presión y al reto”. (p. 592)

- **En relación con la Competitividad**

Según Gonzales (2013), respaldó los resultados preliminares de un estudio vigoroso enfocado en identificar factores significativos para la competitividad de las iniciativas de Business Intelligence, para los ejecutivos y profesionales.

Categoría 3: El informe proporcionó información valiosa al determinar los beneficios de Business Intelligence que influyeron en la toma de decisiones. Los beneficios de BI considerados fueron la categoría Competitividad, relacionándolo con sus ítems:

- **Ítem 3.1 Mercado Nacional e Internacional**

- Efectuar operaciones comerciales para el crecimiento y la diversificación de la empresa

- **Ítem 3.2 Capacitación**

- Gestiona el aprendizaje y mide el desempeño de sus empleados

- **Ítem 3.3 Ventajas**

- Constante evolución y adaptación a los cambios dentro del mercado

- **Ítem 3.4 Optimización de procesos**

- Reduce o elimina la pérdida de tiempo, obstáculos y errores que se puedan presentar para la empresa

- **Business Intelligence e Internacionalización**

Según Rojas (2016), puntualizó Business Intelligence en la internacionalización, es el objetivo sobre el desarrollo de las actividades para realizar la investigación y el análisis correcto en un mercado internacional y, de esa manera, se logra con éxito la

internacionalización de productos o servicios en mercados internacionales, brindando información imprescindible para el beneficiario en los acuerdos comerciales firmados. (p. 158)

- **En relación con la Internacionalización**

Chanongkorn & Manfred (2018), identificó que en el estudio se enlazaba el uso de la Inteligencia de negocios, como las estrategias de comercialización y las operaciones internacionales.

Categoría 4: El informe proporcionó información valiosa al determinar los beneficios de Business Intelligence que influyeron en la toma de decisiones. Los beneficios de BI considerados fueron la categoría Internacionalización, relacionándolo con sus ítems:

Ítem 4.1 Proveedores

- Ofrece un adecuado servicio para el funcionamiento de la plataforma o empresa

- **Ítem 4.2 Clientes**

- Brindar el mejor servicio y obtener la retroalimentación del usuario para tener éxito en el negocio

- **Ítem 4.3 Búsqueda de Mercados**

- Recopilar información y plantear el futuro de nuevos servicios

- **Ítem 4.4 Comercio Internacional**

- Negociación e intercambio de servicios para concretar oportunidades a nivel internacional.

- **Ítem 4.5 Inversión directa en el extranjero**

- Operación que involucra una relación de largo en el acceso a nuevos mercados

- **Ítem 4.6 Riesgo (país, económico, político)**

- Obstáculos legales o normativos que pueda delimitar la negociación

- **Ítem 4.11 Negocios en el exterior**

- Expandir el negocio convirtiéndola en una multinacional policéntrica.

- **Ítem 4.12 Globalización**
 - Nuevas oportunidades de crecimiento y desarrollo para la empresa
- **Ítem 4.13 Operatividad en el exterior**
 - Progresión lógica de trabajar con un agente o distribuidor bajo leyes y regulaciones favorables a medida que la empresa aumenta sus ventas.

1.2.9. Business Intelligence en el Perú

En toda América Latina, cuando se trata de atraer en el comercio electrónico internacional, están muy por debajo de otras empresas como, por ejemplo, Estados Unidos llega a los millones de dólares de ganancias en la venta de sus servicios. Sin embargo, una de las empresas en la venta de servicios llamada Crehana, que es una Startup reconocida en el Perú, no opera en el mismo sector económico, aunando a ello la empresa Joinnus aún no está dentro del rango, ya que están escalando de a poco, lo que deja claro y evidente que hay mucho por trabajar para llegar a metas considerables. (Comercio, 2017)

- Definición de términos básicos:

Startups: Según Moss (2003); estas empresas tienen la capacidad de crecer en un corto tiempo debido a la forma en la que sus usuarios adquieren sus servicios, y es que su diversificación crece muchos más, debido a que todo lo manejan vía online, en donde normalmente gracias a la tecnología llegan a todas partes y permite que las Startups asciendan a pasos agigantados.

1.3. Formulación del problema

Según Buendía, Colás & Hernández (2001), en la formulación del problema de la investigación, es la etapa donde se ha estructurado formalmente la idea de investigación, y al mismo tiempo se realizó una buena formulación del problema, lo que implica necesariamente

la delimitación del campo de investigación, estableciendo claramente los límites dentro de los cuales se desarrollará la Tesis. (p. 265)

1.3.1. Pregunta General

- ¿Cuáles son los beneficios que generó el Business Intelligence en la Startup peruana Joinnus S.A.C. al año 2020?

1.3.2. Pregunta Específica

- ¿Cuáles son los beneficios que generó el Business Intelligence en la planificación de la Startup peruana Joinnus S.A.C. al año 2020?

- ¿Cuáles son los beneficios que generó el Business Intelligence en la innovación de la Startup peruana Joinnus S.A.C. al año 2020?

- ¿Cuáles son los beneficios que generó el Business Intelligence en la competitividad de la Startup peruana Joinnus S.A.C. al año 2020?

- ¿Cuáles son los beneficios que generó el Business Intelligence en la internacionalización en la Startup peruana Joinnus S.A.C. al año 2020?

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo General

- Describir los beneficios que generó el Business Intelligence en la Startup peruana Joinnus S.A.C. al año 2020

1.4.2. Objetivo Específico

- Describir los beneficios que generó el Business Intelligence para la planificación en la Startup peruana Joinnus S.A.C. al año 2020

- Describir los beneficios que generó el Business Intelligence para la innovación en la Startup peruana Joinnus S.A.C. al año 2020

- Describir los beneficios que generó el Business Intelligence para la competitividad en la Startup peruana Joinnus S.A.C. al año 2020

- Describir los beneficios que generó el Business Intelligence para la internacionalización en la Startup peruana Joinnus S.A.C. al año 2020

1.5. Justificación

1.5.1. Justificación Práctica

La investigación propuesta permitirá conocer los beneficios de Business Intelligence en una empresa de servicios, el cual podría servir de guía para otras empresas de servicios, que deseen conocer los beneficios que obtendrían al implementar BI. De manera que le permita al investigador, aportar mejoras en los procesos empresariales o de una investigación, encontrando viabilidad con el tiempo en los negocios internacionales con relación a BI.

1.5.2. Justificación Teórica

La investigación parte de un constructo teórico que se ha contrastado en una empresa que ha implementado BI, lo cual permitirá validar si los criterios de análisis se pueden contemplar como beneficios de BI. De modo que, le permita al investigador contrastar diferentes conceptos de la administración con respecto al BI en una realidad concreta. Así mismo, al analizar las empresas con BI podemos lograr que las Startups peruanas de servicios sean más estables y no solo permanezcan en el mercado local. (Solsona, 2018)

CAPITULO II. METODOLOGÍA

2.1. Tipo de Investigación

El presente estudio se ha identificado como tipo de investigación básica. Según Baena (2017), “El tipo de investigación básica es el estudio de un problema, destinado exclusivamente a la búsqueda de conocimiento”. (p. 11) Su propósito es formular nuevos conocimientos o modificar los principios teóricos ya existentes, incrementando los saberes científicos. Presenta un enfoque cualitativo, según Hernández, Fernández, & Baptista, ‘Una investigación cualitativa inicia con la idea de investigación y se enfoca en comprender los fenómenos, explorándolos desde la perspectiva de los participantes en un ambiente natural y en relación con su contexto’ (2014, p. 358) Así mismo, el enfoque cualitativo es recomendable cuando el tema del estudio ha sido poco explorado o no se ha hecho investigación al respecto en ningún grupo social específico. Por lo tanto, la presente investigación busca determinar los beneficios de Business Intelligence en la Startup peruana Joinnus S.A.C. al año 2020. De diseño fenomenológico, según Creswell (1998), su propósito principal es explorar, describir y comprender los patrones de comportamiento, creencias, significados y lenguaje que desarrolla un grupo cultural o social a través del tiempo. (p. 496) Además, la presente investigación es de nivel descriptivo según Hernández, Fernández, & Baptista (2014) debido a que se busca describir los hechos tal y conforme se dan, sin manipular categorías de estudio, y según Quisbert y Ramírez (2011) es para especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. De tal forma, que busca describir la variable del estudio Business Intelligence.

2.2. Población y muestra

2.2.1. Población

Según Sánchez, Reyes, & Mejía (2018), la población es el total de un conjunto de elementos o casos, ya sean estos individuos, objetos o acontecimientos, que comparten determinadas características o un criterio; y que se pueden identificar en un área de interés para ser estudiados. (p. 102) La población de estudio está conformada por 20 trabajadores, entre directores, gerentes, ejecutivos, asistentes y practicantes de la empresa Joinnus S.A.C.

2.2.2. Unidad de estudio

Según Hernández (2014), la unidad de estudio corresponde a la entidad que va a ser objeto de medición y se refiere al que o quién es sujeto de interés en una investigación; es decir, es la unidad de la cual se necesita información, es el individuo o conjunto de individuos de donde se obtiene el dato. En el presente trabajo, se determinaron a los responsables de las áreas involucradas en el proceso de BI, tales como el área de Dirección de Operaciones, Gerencia General y los representantes de Marketing, que laboran en la actualidad en la empresa, de las cuales se entrevistó y se identificó como unidad de estudio para los beneficios de Business Intelligence en la Startup peruana Joinnus S.A.C. al año 2020.

2.2.3. Muestra

Castro (2019), definió como muestra al “subconjunto de individuos o elementos de una población definida que cumple con ciertas propiedades comunes”. Para esta investigación se realizó el muestreo no probabilístico “Las cuales llamamos también muestras dirigidas suponen un procedimiento de selección informal y un poco arbitrario.

Aun así, estas se utilizan en muchas investigaciones y a partir de ellas se hacen inferencias sobre la población” (p. 53); es decir, no tiene que tener un patrón para ser investigado.

Asimismo; Hernández (2014), refiere que el muestreo no probabilístico selecciona casos o unidades por uno o varios propósitos; es decir, no pretende que los casos sean estadísticamente representativos de la población. Por otro lado; según Otzen y Manterola (2017) la técnica de muestreo no probabilístico de datos por conveniencia, permite seleccionar aquellos casos accesibles que acepten ser incluidos.

Esto, fundamentado en la conveniente accesibilidad y proximidad de los sujetos para el investigador. Ello se decide basado en la población definida previamente para efectuar la entrevista a profundidad y guía de entrevista semiestructurada, siendo necesaria para poder llevar a cabo esta investigación.

A partir de las evidencias anteriores, la muestra de la investigación comprenderá 3 entrevistados en el proceso de BI de la empresa Joinnus S.A.C. que tienen cargos distintos en la empresa, como se indica a continuación en la Tabla 1:

Tabla 1:

Entrevistados y Posiciones de la empresa Joinnus S.A.C.

Nombres y Apellidos	Posición Laboral
Domingo Seminario de Col	Co – fundador y Director de Operaciones (Líder de la planeación y ejecución de la empresa Joinnus)
Carolina Botto Bar	Co – fundadora y CEO (Gerente General de la empresa Joinnus)
Diego Laura	Ejecutivo de Marketing (Especialista en E-commerce y Branding de la empresa Joinnus)

Se ha determinado una muestra no probabilística por conveniencia, siguiendo los siguientes criterios de inclusión y exclusión.

- **Criterios de inclusión:**

- Líderes que tengan más 5 años de experiencia en sus posiciones en la empresa Joinnus S.A.C.
- Antigüedad de 5 años en la posición de haber participado en el proceso de BI de la empresa Joinnus S.A.C.
- Tener una posición de liderazgo, como Director, Gerente o Ejecutivo en la empresa Joinnus S.A.C.
- Conocimiento de información relevante, y haga uso de proceso de implementación de la información generada por BI, con un completo dominio del servicio de la empresa, capaces de formar a otros trabajadores inexpertos en el desempeño de las herramientas de trabajo en base a Business Intelligence.

- **Criterios de exclusión:**

- Menos de 5 años de experiencia que tengan posiciones de practicantes y asistentes, que en su posición actual no hagan uso de la información o herramientas generadas por BI.

2.3. Técnicas e instrumentos

2.3.1. Técnicas

Jiménez (2011), indicó que son procedimientos o actividades realizadas con el propósito de recabar la información necesaria para el logro de los objetivos de una investigación. Están relacionados con la operacionalización que se hace de las variables, categorías o dimensiones; es decir, las instancias para llevar a cabo tal recolección de data en el estudio.

Para la recolección de datos se trabajará con la entrevista de profundidad, la cual es libre y espontánea, sigue el modelo de plática entre iguales, "Encuentros reiterados cara a cara entre el investigador y los informantes" Taylor & Bogdan (1990). Reuniones orientadas hacia la comprensión de las perspectivas que tienen los informantes respecto de sus experiencias o situaciones, tal como las expresan con sus propias palabras, pero tiene la particularidad de concentrarse en un único tema. Es decir, el entrevistador deja hablar sin restricciones al exponente, proponiéndole apenas algunas orientaciones básicas, sin dejar de centrarse en el tema principal a tratar, incluyendo y formulando nuevas preguntas que permitirá profundizar las categorías de la investigación a fin de llegar al meollo del estudio.

Entrevista de profundidad: Se realizó la elaboración de un modelo de entrevista no estructurado de 25 preguntas, que estuvieron expuestas al Director de Operaciones - Domingo Seminario de Col, Carolina Botto Bar - Gerente General y Diego Laura - Ejecutivo de Marketing, de la empresa Joinnus S.A.C. La entrevista llevada a cabo ha contribuido estrechamente con el análisis de la investigación, considerando que se entrevistó a los principales representantes, quienes con sus conocimientos ayudaron a encontrar respuesta sobre la base de los objetivos e instrumentos sobre la empresa.

2.3.2. Instrumento

En la presente investigación para la recolección de información se empleó la Guía de entrevista semiestructurada para profundizar el estudio de los Beneficios de Business Intelligence en la Startup peruana Joinnus S.A.C. al año 2020.

- Guía de entrevista semiestructurada:

Las preguntas fueron para cada uno de los entrevistados donde se pretendía conocer información referente a los Beneficios de Business Intelligence en la Startup peruana Joinnus S.A.C. al año 2020, así como dar respuesta a las preguntas de la investigación. Para poder lograr el objetivo, las interrogantes se dividieron en sub preguntas que ayudaron a obtener información detallada.

Según Hernández (2014), la entrevista semiestructurada es el instrumento mediante el cual se obtiene la información oportuna para responder al planeamiento a través de una serie de interrogantes, las cuales están relacionadas con la amplitud y el objetivo que se busca en una entrevista.

Dentro de este contexto debido a la entrevista semiestructurada de la guía de entrevista, se obtuvo flexibilidad de poder hacer repreguntas a fin de poder indagar más sobre los beneficios que se determinaron en relación con la variable de estudio Business Intelligence, y de esta manera se llegó a profundizar en cada una de las preguntas, con sus respectivas categorías e ítems, encontrando información precisa y puntual, que ayuden a responder cada pregunta establecida en la investigación mediante las respuestas de los representantes de la empresa Joinnus S.A.C.

- **Validez del Instrumento**

Según Supo (2013), en la prueba de validez de instrumento se ha tomado en cuenta, la importancia de la estructura, en donde con detenimiento antes de la entrega se ha revisado cada instrumento, la exploración de conceptos que deberán estar enlistados en los temas, formulación de los ítems, selección de los expertos, y aplicar la prueba piloto para evaluar la consistencia del estudio, donde se han redujeron ítems, categorías, para que

finalmente la validez del instrumento tenga consistencia en el resultado parcial de la investigación. (p. 82)

La validez de instrumento de la investigación se autenticó mediante juicio de expertos, conformado por los docentes: Mg. Jimmy Omar Herrera Gutiérrez, Mg. José Wilfredo Sánchez Porras y el Mg. Gustavo Barrantes Morales de la Universidad Privada del Norte, quienes apoyaron con la revisión del instrumento y su adaptación, mediante un formato de evaluación, donde aportan sugerencias sobre la consistencia, coherencia, claridad y suficiencia de cada una de las preguntas diseñadas para posteriormente ser corregido.

2.4. Procedimientos de recolección y análisis de datos

2.4.1. Procedimientos de recolección de datos

Para llevar a cabo la recolección de datos, esto se realizó en el mes de agosto del 2020, en una primera instancia se contactó al Ejecutivo de Marketing de la empresa Joinnus S.A.C. para la realización de la reunión online, considerando que, debido a los hechos ocurridos en ese mismo año, no se podía aún establecer un diálogo de manera presencial. La entrevista se llevó a cabo, por la plataforma virtual de videoconferencias Zoom. Por consiguiente, se coordinó la fecha de entrevista y previo a ello, se explicó a los exponentes sobre la investigación y las preguntas respectivas que se desarrollaron para llevar a cabo el estudio de “Beneficios de Business Intelligence en la Startup peruana Joinnus S.A.C. al año 2020”. Así mismo, la empresa permitió que la entrevista fuese grabada con el fin de recolectar la información de forma eficiente y no omitir ningún detalle que ha sido esencial para describir al objetivo.

2.4.2. Análisis de Datos

En el análisis de datos, las entrevistas pasaron por un régimen de codificación, categorización y fundamentación de los datos. En donde se clasificaron las categorías de la variable Business Intelligence, que fueron desarrolladas para su presentación mediante tablas y figuras, que resumían lo hallado en cada categoría, logrando construir los ítems. Lo cual fue indispensable para describir el estudio de los beneficios de Business Intelligence en la Startup peruana Joinnus S.A.C. al año 2020. Al terminar la entrevista se procedió a la transcripción de las preguntas y respuestas sin omitir ninguna información, de lo que se organizó y clasifico los resultados finales de la investigación.

2.5. Aspectos éticos

En la presente investigación se ha respetado los aspectos éticos, dado que se protege la propiedad intelectual de los diferentes autores, conocimientos e ítems utilizados, citando de manera correcta y dando a conocer las fuentes bibliográficas de acuerdo a las normas APA.

En cuanto a las preguntas, han sido revisadas, de tal manera que no incidan a obtener una respuesta específica, es así que siempre se ha buscado una postura neutral para poder profundizar la argumentación, pero sin inferir alguna respuesta precisa.

Así mismo, no se mantiene algún vínculo familiar o laboral dentro de la empresa, lo cual asegura que no existe ningún tipo de sesgo en los resultados.

Además, se ha obtenido el consentimiento del Director, Gerente y Ejecutivo de la empresa Joinnus S.A.C. para que la entrevista se comparta, mediante resúmenes.

Del mismo modo, el uso del nombre y datos de la empresa se otorgó el permiso por el Director, mediante una carta de autorización de uso de información de la empresa que se encuentra adjunta en los anexos.

2.6. Referenciación

En la investigación desarrollada no se emitió por ningún motivo el plagio, pues en la cualidad y cantidad del contenido se ha respetado la referencia teórica, de cada autor, antecedentes de los papers y la investigación de información en la problemática, todas las fuentes empleadas respetan la línea de cada uno de los creadores sobre la base de citas.

2.7. Transparencia de datos

Transparencia y veracidad desde el inicio hasta el final en la recolección de datos seleccionados, de origen válida y que provienen de fuentes de la información confiables y serán aplicados fielmente en el modelo del análisis.

CAPÍTULO III. RESULTADOS

Con los resultados de la investigación se buscó dar respuesta a la pregunta de investigación: ¿Cuáles son los beneficios que generó el Business Intelligence en la Startup peruana Joinnus S.A.C. al año 2020? Y para responder al objetivo general fue necesario describir cada uno de los instrumentos y de esta manera acoplarlo en la entrevista de profundidad, a través de los cuales permitió obtener datos referentes de fuente verídica y exacta. Indicando así mismo, que para llegar a los resultados del estudio previamente se hizo la elaboración de un modelo de entrevista renta de 25 preguntas, que estuvieron expuestas a los exponentes, Domingo Seminario -Director de Operaciones, Carolina Botto Bar -Gerente General y Diego Laura – Ejecutivo de Marketing de la empresa Joinnus S.A.C. Desde un inicio el Director, Gerente y Ejecutivo estuvieron de acuerdo con la realización del estudio a la empresa y muy comprometidos en responder las preguntas de la entrevista que les fueron asignadas. Las interrogaciones que fueron planteadas, estuvieron acordes para la entrevista y con el único propósito que se puedan encontrar posibles mejoras en un futuro para la empresa Joinnus S.A.C.

Cabe señalar, que se añadió al empezar una breve síntesis respecto a preguntas abiertas, las cuales enmarcan una apreciación inicial sobre el fenómeno estudiado con respecto a la argumentación que ha sido compartida para describir los Beneficios de Business Intelligence en la Startup peruana Joinnus S.A.C. al año 2020

PREGUNTAS ABIERTAS:

I. ¿A partir de qué año y qué elementos de Business Intelligence se incorporaron en la Startup peruana Joinnus S.A.C.?

A partir del año 2018, la empresa Startup Joinnus S.A.C. emplea Business Intelligence y empieza a exportar sus servicios de comercio electrónico internacional.

La empresa Joinnus S.A.C. desde que empezó a exportar sus servicios, el primer elemento que ha empleado hasta el momento es el de la marca blanca para una empresa en Colombia que vende entradas para teatro, es decir, replicaron el servicio de la empresa Joinnus, pero con la marca del cliente; y de esta manera buscaron la forma de entrar en el exterior en la venta de entradas para eventos como: conciertos, festivales, fiestas, conferencias y más.

3.1. En relación a la Planificación

Las preguntas contemplaron 7 ítems los cuales se analizarán en la figura N° 1. Se analizaron las respuestas de los 3 entrevistados.

Figura 1:

Beneficios que generó el Business Intelligence para la planificación en la Startup peruana Joinnus S.A.C. al año 2020

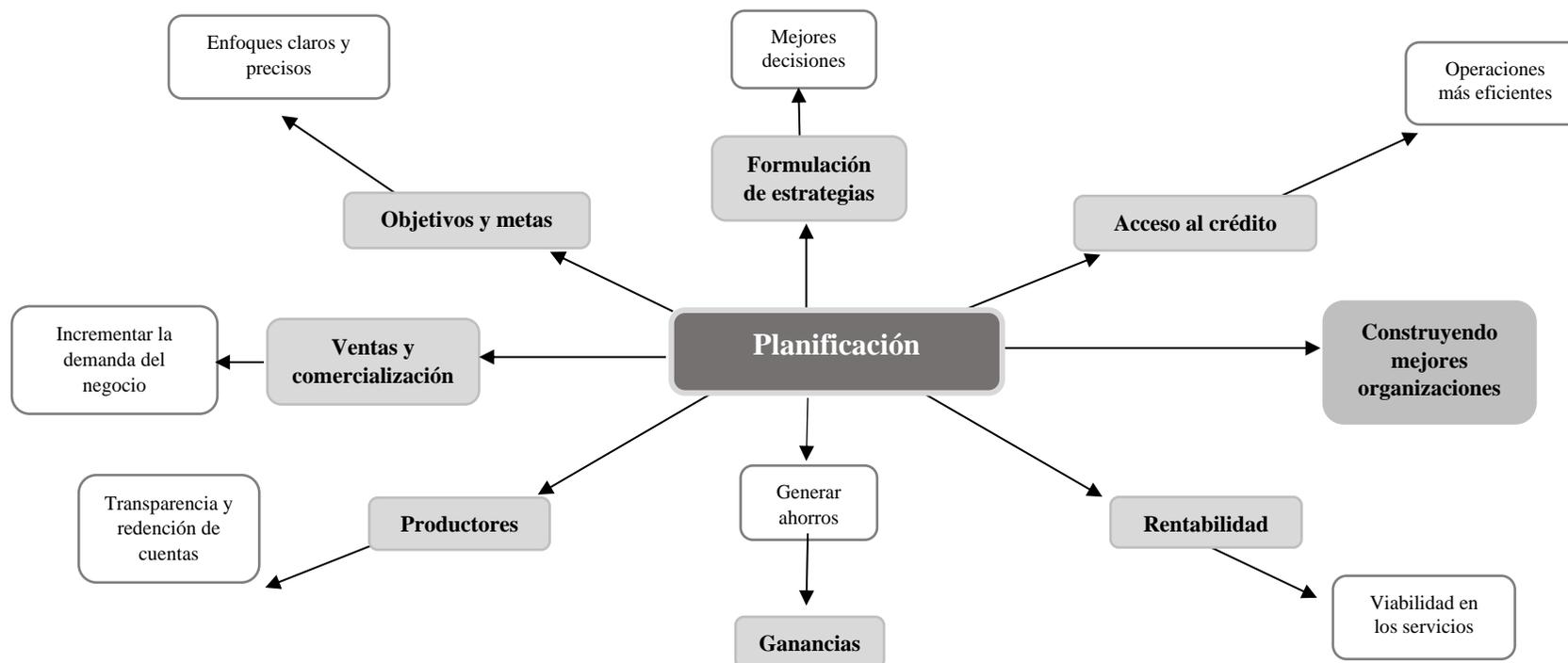


Tabla 2:***Ideas principales de los entrevistados con relación a la Planificación***

Dado lo extenso de las respuestas se ha presentado la siguiente tabla que muestra una comparación de las ideas principales.

PLANIFICACIÓN		
Entrevistado 1	Entrevistado 2	Entrevistado 3
<p>El beneficio de BI en la planificación permite adaptarse con mayor rapidez en los cambios que se puedan presentar dentro y fuera de la empresa. Lo que ha generado el Business Intelligence con respecto a: Formulación de estrategias, replantearon los proyectos de la empresa para que estén mejor preparados. Objetivos y metas, recuperaron el crecimiento que habían logrado durante años. Ventas y comercialización, consiguieron la apertura de la parte administrativa en otros países. Productores, pudieron acceder a mayores beneficios basados en la plataforma, lo que ha mejorado sus ventas online. Ganancias, llevaron a un aumento de precio razonable. Rentabilidad, permitió incorporar servicios a la plataforma, mejorando la experiencia del usuario hasta el punto en que sus ventas se mantengan estables. Acceso al crédito, controlaron futuras pérdidas logrando estabilizar las ventas del negocio.</p>	<p>El beneficio de BI en la planificación mejora el control sobre el negocio, generando mayor información y proyecciones fundamentales para interpretar el comportamiento a futuro de la empresa. Lo que ha generado el Business Intelligence con respecto a: Formulación de estrategias, dieron a conocer, nuevas herramientas que pudieran ampliar el número de la plataforma de servicios y potenciarlas. Objetivos y metas, ha sido crucial dándole al negocio la información necesaria para obtener mayores ingresos. Ventas y comercialización, volvieron a su normalidad, reactivando la demanda. Productores, permitió mayor interacción y fortalecimiento de la comunicación. Ganancias, les ha posibilitado tomar mejores decisiones para cubrir gastos. Rentabilidad, capacidad de analizar y evaluar los proyectos que ya tenían previstos para el negocio digital. Acceso al crédito, tuvieron un plan de ahorro que los ayudo a mejorar el crecimiento de la empresa.</p>	<p>El beneficio de BI resulta una herramienta de información impredecible para tener en el día a día conocimiento preciso, cumpliendo las metas trazadas y mejoras continuas de la empresa. Lo que ha generado el Business Intelligence con respecto a: Formulación de estrategias, logró estabilidad y supervivencia en las ventas, ingresando nuevos servicios a la plataforma. Objetivos y metas, esencial y necesario para que la empresa logre sus propósitos que veían lejanos. Ventas y comercialización, incrementaron el número de entradas y la cantidad de transacciones. Productores, ampliaron la manufactura, con la incorporación de la plataforma de servidores actualizados. Ganancias, mejoraron debido a su adquisición con protección al consumidor. Rentabilidad, generó la persistencia del negocio en el mercado. Acceso al crédito, controló futuras deudas para la empresa.</p>

En cuanto a los beneficios que generó el Business Intelligence con relación a la planificación, se ha determinado mejoras, en los procedimientos continuos debido a la formulación de estrategias, para estar mejor preparados para el futuro. Permitiendo a la empresa reforzar con eficiencia, en la evolución de proyectos ya existentes, así como direccionar la plataforma de servicios, incrementando la demanda ya existente. También, en lo que refiere a los objetivos y metas, se proyectó un 60% de su crecimiento de años anteriores, dando a conocer el flujo de dinero que ingresa a la empresa durante todo el año, lo que ha generado mayores ingresos. Al igual que, en las ventas y comercialización, se identificó que se establecieron mejoras en las transacciones de venta de entrada por la plataforma, lo que ayudará a plantear su expansión para abrir la parte administrativa en México y Chile, así como en Colombia y Ecuador. En ese mismo sentido, ha permitido a los productores replantear la venta de sus productos y/o servicios por medio de la plataforma online, de manera que puedan generar ingresos, siendo favorable para el usuario y la empresa. Así mismo, en las ganancias, han establecido mejora en sus decisiones para cubrir los gastos y mejoras del servicio de manera razonable. Del mismo modo, en la rentabilidad, se incorporaron herramientas que suplan los eventos presenciales como Joinnus Live, Joinnus Market, Unilabs, que va de la mano con el negocio anterior Joinnus en su totalidad, que bajo un constante trabajo de la empresa y sus operarios han logrado mantener ciertamente a los mismos clientes que tenían antes, pero con una solución rápida y efectiva en la plataforma. Además, ha llevado a la empresa a realizar un recorte de personal en el año 2020 con la finalidad de enfocarse en los beneficios dentro de la planificación, estableciendo el ahorro absoluto, sobre todo para mantener la tienda online activa, ya que tenían pagos pendientes. En seguida se formuló el acceso al crédito, que es un préstamo que brinda Reactiva Perú, que lo llegaron a usar con mucha cautela, para no estar en deuda tanto como con sus trabajadores y con los proveedores.

3.2. En relación a la Innovación

Las preguntas contemplaron 6 ítems los cuales se analizarán en la figura N° 2. Se analizaron las respuestas de los 3 entrevistados.

Figura 2:

Beneficios que generó el Business Intelligence para la innovación en la Startup peruana Joinnus S.A.C. al año 2020

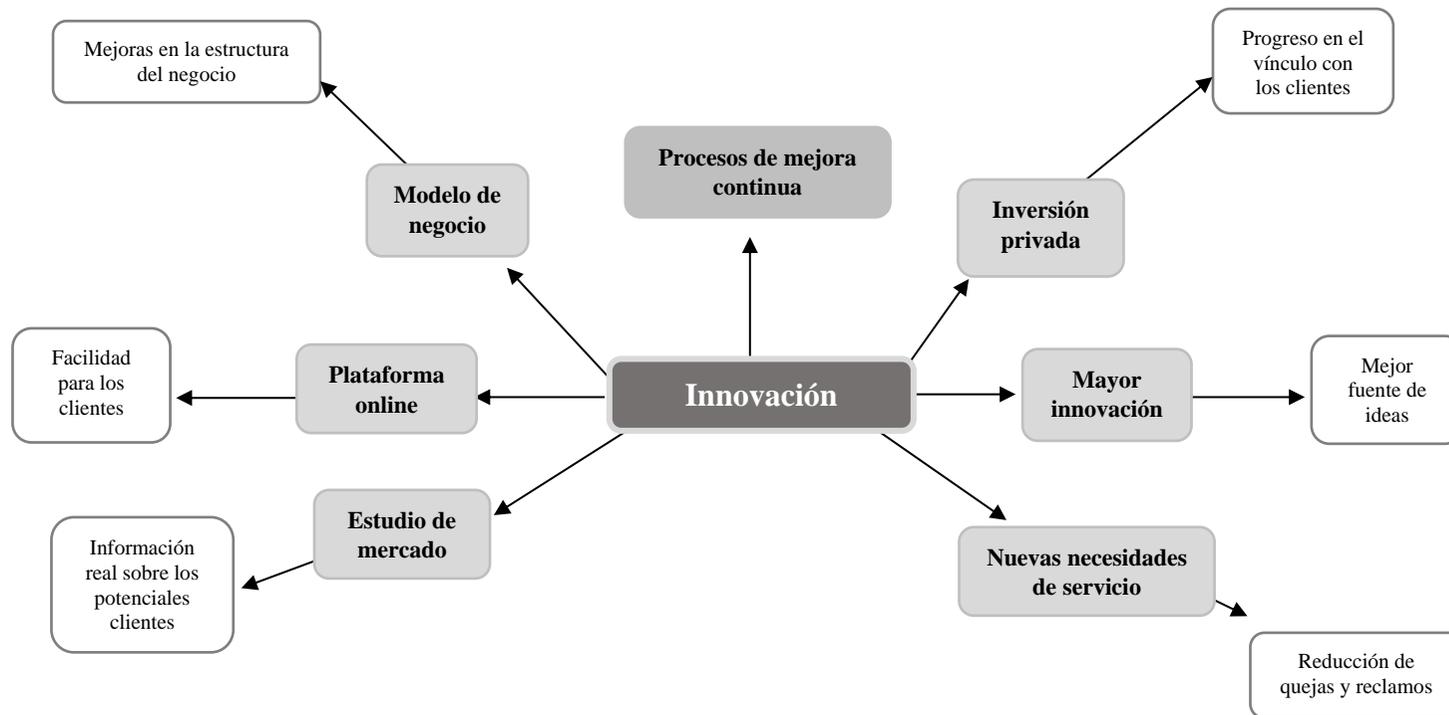


Tabla 3:

Ideas principales de los entrevistados con relación a la Innovación

Dado lo extenso de las respuestas se ha presentado la siguiente tabla que muestra una comparación de las ideas principales.

INNOVACIÓN		
Entrevistado 1	Entrevistado 2	Entrevistado 3
El beneficio de BI en la innovación proporciona mejoras en el desarrollo analítico y en las operaciones para las bases digitales de la empresa. Lo que ha generado el Business Intelligence con respecto a: Modelo de negocio, implementaron la tickera digital para vender y enriquecer la experiencia del usuario. Plataforma online, mejoro notablemente en el servicio en línea. Estudio de mercado, información precisa sobre los organizadores de eventos y clientes. Inversión privada, fortaleció los ingresos de la empresa. Mayor innovación, ampliaron la cartera de cliente mediante el negocio en línea. Nuevas necesidades de servicio, aumentaron la digitalización en las redes sociales, evitando perder clientes.	El beneficio de BI en la innovación permite gestionar mejor los datos del comportamiento organizacional, generando entornos colaborativos para que las ideas fluyan y se concreten, logrando de esta manera obtener mayor valor en la empresa. Lo que ha generado el Business Intelligence con respecto a: Modelo de negocio, lograron diferenciarse en sus distintas clasificaciones con un valor único. Plataforma online, resolución de problemas con tiempos de respuesta más rápidos. Estudio de mercado, compras por internet más efectivas. Inversión privada, aumentaron las oportunidades para el negocio. Mayor innovación, crecimiento significativo de la empresa a gran escala. Nuevas necesidades de servicio, fidelizó la lealtad con los clientes.	El beneficio de BI en la innovación ayuda a crear planteamientos originales que finalmente son aceptados por los clientes, como también a mejorar los proyectos en marcha por parte de la empresa. Lo que ha generado el Business Intelligence con respecto a: Modelo de negocio, progreso activo ante las tickeras ya existentes. Plataforma online, reducción de costo y tiempo. Estudio de mercado, referentes de las plataformas digitales. Inversión privada, flexible a los contratos por medio de promociones. Mayor innovación, acceso a métodos de compra más sencillo. Nuevas necesidades de servicio, adaptaron la plataforma para maximizar su potencial con los usuarios, como se viene realizando en Ecuador.

En cuanto a los beneficios que generó el Business Intelligence con relación a la innovación, se ha alcanzado obtener un modelo de negocio sostenible, adaptándose de forma eficiente en los contenidos digitales, convirtiéndose en el mejor aliado de sus clientes, llegando a implementar mejoras en el proceso de compras y redención de tickets, de la misma forma ha logrado promover evolución en la digitalización del servicio con las nuevas herramientas incorporadas en la plataforma online de la empresa, consiguiendo respuestas más rápidas para el usuario, a un mismo costo y sin límite de tiempo. A su vez, en el estudio de mercado han logrado detectar quienes son sus principales organizadores, convirtiéndolos en los mejores distribuidores de servicios. Siendo así, en la inversión privada han desarrollado plataformas más seguras y efectivas, lo que ha potenciado a la empresa en la contratación de sus servicios. Así mismo, han conseguido mayor innovación, ya que sus clientes podrán realizar la compra de servicios por la web, de manera más sencilla, a través de tickets electrónicos, con código de cambio temporal, atrayendo a más usuarios, a fin de impulsar el crecimiento de la empresa. Además, ha detectado nuevas necesidades de servicio, llegando a incorporar la plataforma de servicios no solo en Ecuador, sino en muchos otros países que cumplan el potencial del usuario y de cada empresa.

3.3. En relación a la Competitividad

Las preguntas contemplaron 4 ítems los cuales se analizarán en la figura N° 3. Se analizaron las respuestas de los 3 entrevistados.

Figura 3:

Beneficios que generó el Business Intelligence para la competitividad en la Startup peruana Joinnus S.A.C. al año 2020

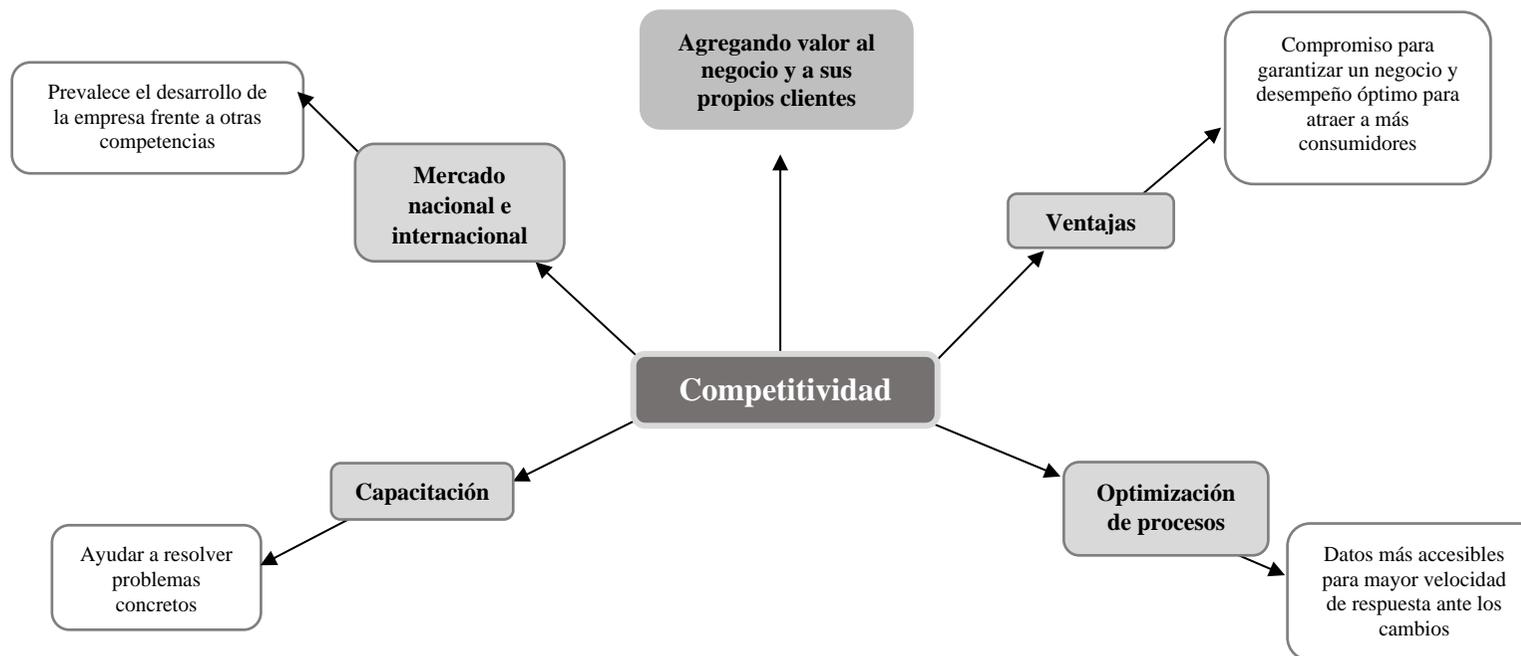


Tabla 4:

Ideas principales de los entrevistados con relación a la Competitividad

Dado lo extenso de las respuestas se ha presentado la siguiente tabla que muestra una comparación de las ideas principales.

COMPETITIVIDAD		
Entrevistado 1	Entrevistado 2	Entrevistado 3
El beneficio de BI en la competitividad permite crear informes para comprender mejor la parte operativa y comercial de la empresa. Lo que ha generado el Business Intelligence con respecto a: Mercado nacional e internacional, se establecieron mejoras en las campañas digitales frente a las pequeñas empresas. Capacitación, desarrollaron en sus empleados nuevos conocimientos y habilidades del servicio de forma progresiva. Ventajas, los consumidores han adquirido un valor diferencial. Optimización de procesos, restablecieron los reportes de pagos y se convirtieron en los más útiles.	El beneficio de BI en la competitividad ayuda a mejorar el análisis de los procesos operativos, de los usuarios para realizar gestiones más efectivas que aporten a la empresa. Lo que ha generado el Business Intelligence con respecto a: Mercado nacional e internacional, incrementaron sus ventas frente a Teleticket, que también es su rival directo y el mayor vendedor de entradas en el Perú. Capacitación, se desarrolló para ayudar a cada cliente a comprender cómo funciona el servicio. Ventajas, confirmaron la efectividad de la plataforma entre los usuarios. Optimización de procesos, se redujo el tiempo de espera.	El beneficio de BI en la competitividad permite conocer las tendencias online de los diferentes mercados para mejorar la experiencia de los clientes, consumidores y sectores de la empresa. Lo que ha generado el Business Intelligence con respecto a: Mercado nacional e internacional, se han centrado más en el cliente. Capacitación, hizo posible adaptar los servicios a las necesidades tanto del trabajador como del cliente. Ventajas, se implementaron mejoras en el servicio con la apertura de la publicidad en los medios de difusión más conocidos, de esta manera ayudaron a los usuarios a ser más populares. Optimización de procesos, incrementó las operaciones en los medios digitales, proporcionando información valiosa para su crecimiento.

En cuanto a los beneficios que generó el Business Intelligence con relación a la competitividad se ha registrado, un crecimiento óptimo con respecto al mercado nacional e internacional, se observó mayor posicionamiento en la búsqueda de servicios online, llegando a miles de millones de usuarios, frente a su principal competencia que es Teleticket, la empresa Joinnus ha ido incrementando con sus eventos masivos. Por lo que están liderando con empresas tradicionalmente más grandes del mismo rubro, como lo es Passline Live a nivel internacional. Así mismo, en la capacitación se motivaban a los trabajadores brindándoles nuevos conocimientos y habilidades, que ayuden en el manejo del servicio, logrando en ellos dirigir el desarrollo de tutoriales de recomendaciones para los usuarios y en el manejo de la plataforma, la manera en: Cómo deberán comprar sus entradas, cómo ver un evento, cómo llega la entrada a su correo, así como facilitando información en los métodos de pago, llevándolos a ampliar de esta manera la comunicación con el consumidor. Luego, en las ventajas, consiguieron valor diferencial con la fidelización, de lo que llegaron a captar la preferencia de los clientes en el uso de la plataforma, esto se debe a las constantes mejoras de sus servicios por la web. Y en los medios de difusión, generaban apoyo a sus clientes, ya que daban a conocer sobre sus productos, marcas, tiendas, entre otros servicios, y sobre todo alcanzado obtener información de las necesidades del consumidor en la cadena de usuarios ante un medio tan competitivo. Al mismo tiempo, en la optimización de procesos, han perfeccionado los procesos administrativos y de compras del servicio, porque al comienzo todo eran manual; y debido a los beneficios que ha generado el BI, la empresa empezó a potenciar en sus reportes digitales, la generación de pago virtual, facturas, entre otras modalidades, y que a través de estas herramientas podrán efectuar un control más efectivo de sus clientes y en la administración.

3.4. En relación a la Internacionalización

Las preguntas contemplaron 8 ítems los cuales se analizarán en la figura N° 4. Se analizaron las respuestas de los 3 entrevistados.

Figura 4:

Beneficios que generó el Business Intelligence para la internacionalización en la Startup peruana Joinnus S.A.C. al año 2020

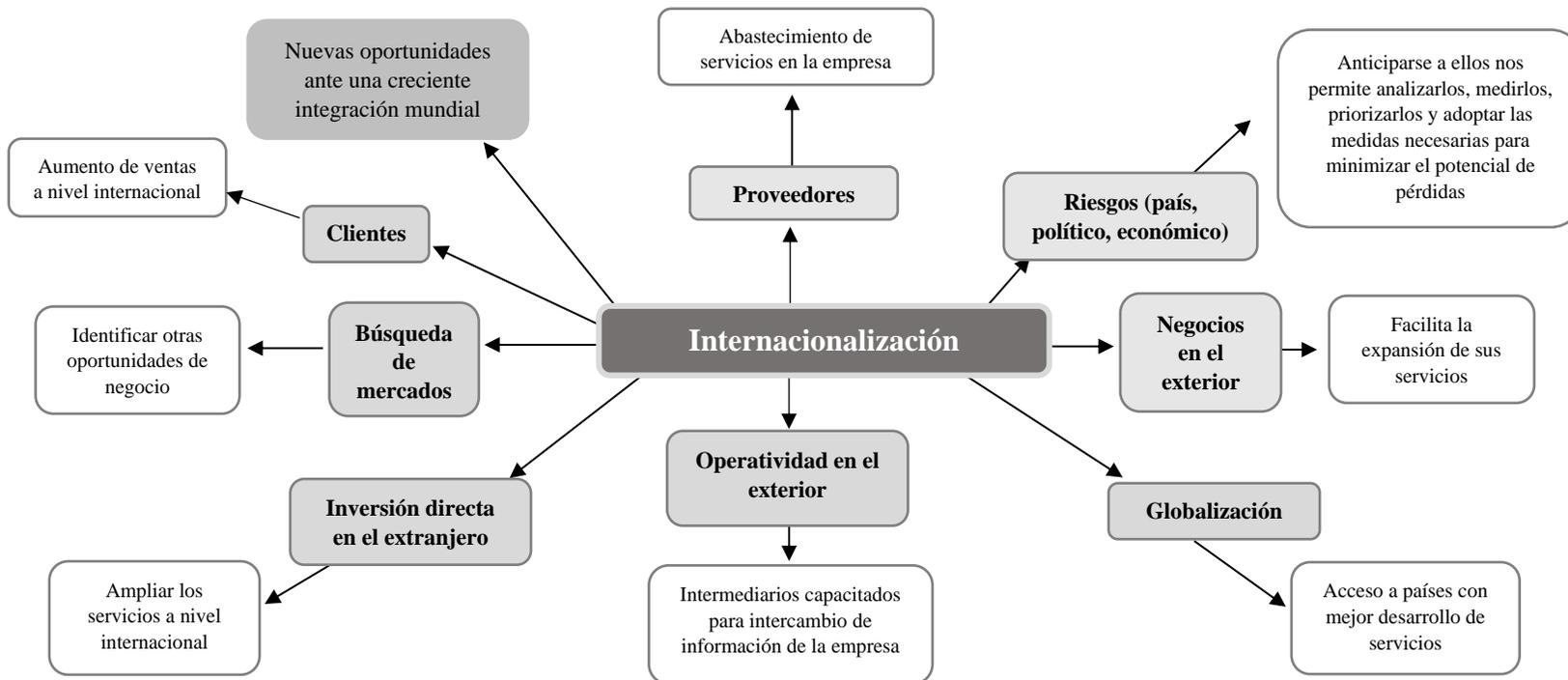


Tabla 5:

Ideas principales de los entrevistados con relación a la Internacionalización

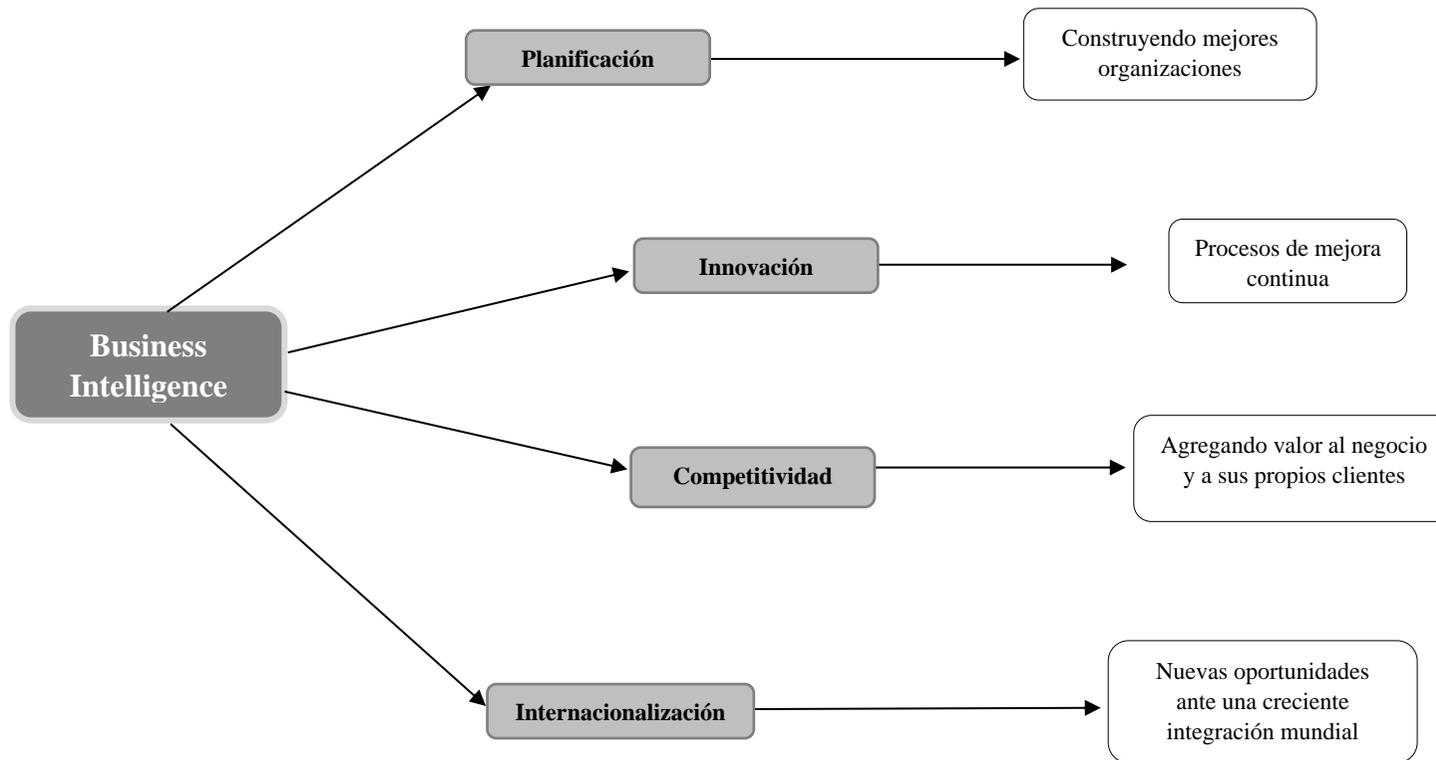
Dado lo extenso de las respuestas se ha presentado la siguiente tabla que muestra una comparación de las ideas principales.

INTERNACIONALIZACIÓN		
Entrevistado 1	Entrevistado 2	Entrevistado 3
El beneficio de BI en la internacionalización agiliza y automatiza los procesos de exportación de servicios permitiendo que fluya la información, lo cual posibilita ahorrar tiempo y costes por parte de la empresa. Lo que ha generado el Business Intelligence con respecto a: Proveedores, fortalecieron alianzas internacionales. Clientes, la confianza del usuario se fue creciendo. Búsqueda de mercados, se tomaron mejores decisiones, lo que llevó a incorporar la plataforma en México. Inversión directa en el extranjero, se realizó una ronda internacional de inversionistas. Los riesgos, en la empresa, tuvieron una mejor comprensión de la importancia de estado normativo de cada país. Negocios en el exterior, atrajeron a nuevos clientes que los impulsaron a comprar sus servicios. Globalización, los eventos se expandieron a nivel internacional. Operatividad en el exterior, se propuso incluir un equipo en el extranjero.	El beneficio de BI en la internacionalización proporciona la capacidad de difundir el servicio a distintas partes del mundo con el propósito de brindar mejor información, de manera rápida y sencilla para los usuarios y la empresa. Lo que ha generado el Business Intelligence con respecto a: Proveedores, mejoraron sus servicios debido a que Amazon es su principal suministro de servidores online. Clientes, se desempeñaron rápidamente en las nuevas plataformas de servicios. Búsqueda de mercados, perfeccionaron sus incitativas de ingresar a Brasil y Argentina, ya que son países muy grandes en Latinoamérica. Inversión directa en el extranjero, ayudó a que la empresa logré mayor expansión. Los Riesgos, previnieron problemas legales. Negocios en el exterior, otros clientes compraron y replicaron sus servicios bajo la marca blanca. Globalización, impactaron a sus usuarios con la reciente digitalización comercial. Operatividad en el exterior, manifestaron la entrada de nuevos practicantes para trabajar en otro país.	El beneficio de BI en la internacionalización facilita en la transformación de datos, migrando o enrutando la información precisa con mayor efectividad, mejorando el servicio y la experiencia con el cliente por parte de la empresa. Lo que ha generado el Business Intelligence con respecto a: Proveedores, mejor desempeño de la empresa gracias a Mail, Facebook y Google, quienes son los principales agentes de la plataforma. Clientes, empezaron a aumentar de forma progresiva. Búsqueda de mercados, contribuyó en potencializar a futuro la plataforma en Estados Unidos y Sudamérica. Inversión directa en el extranjero, incrementaron los proyectos comerciales. Los riesgos controlaron gastos administrativos. Negocios en el exterior, ampliaron la plataforma de servicios. Globalización, consiguieron introducirse en el continente de Asia, exactamente en Japón con la venta de entradas digitales. Operatividad en el exterior, contribuyó en la importancia de encontrar un community manager para el manejo de la empresa a nivel internacional.

En cuanto a los beneficios que generó el Business Intelligence con relación a la internacionalización, han consolidado alianzas internacionales con proveedores como Amazon, que son quiénes les proporcionan sus servidores, lo que ha permitido un mayor funcionamiento en la plataforma de mail, que es una plataforma de Estados Unidos, así como en Facebook y Google. De modo que han establecido aún más confianza con sus clientes en Perú, ejecutando nuevos servicios en donde las plataformas digitales, cuentan con mayor alcance internacional y por medio de ello, pudieron establecer el negocio en otros países, como en Colombia y Ecuador. Para la búsqueda de mercados, la empresa replanteó sus ideas, expandiendo la plataforma de servicios en México, así como en Brasil y Argentina; ya que, son países muy grandes en Latinoamérica, puesto que, en un futuro no muy lejano, lleguen a posicionarse en países de habla hispana como España y Estados Unidos, en vista de que estos son los países más grandes que se encuentran en Sudamérica. Además, adquirieron mayor inversión directa en el extranjero, consiguiendo ser reconocidos por grandes inversionistas, de manera que adquieren sus servicios y colaboran con la empresa en sus nuevos proyectos, y con los ya existentes en el mercado de servicios. Del mismo modo, facilito en trazar métodos de prevención de riesgos, obteniendo mejor información sobre la normatividad de cada país donde desean instaurar el servicio, evitando gastos innecesarios y problemas legales que se le pueda presentar a la empresa. De manera semejante ocurre en los negocios en el exterior, se ha intensificado el uso del aplicativo, ya que muchos de los usuarios han encontrado facilidad en la compra, llevando a otras a empresa a replicar la marca del servicio. Además, en la globalización han estabilizado la plataforma digital, llegando con sus eventos hasta Japón. Y en la operatividad en el exterior, para su internacionalización se ha considerado contratar a un equipo eficiente para el manejo de los servicios de la empresa Joinnus S.A.C.

BUSINESS INTELLIGENCE

Figura 5: *Beneficios que generó el Business Intelligence en la Startup peruana Joinnus S.A.C. al año 2020*



CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN

Durante el desarrollo de la presente investigación se entrevistó a 3 representantes de la empresa Joinnus S.A.C., con el fin de describir los beneficios que generó el Business Intelligence en la Startup peruana Joinnus S.A.C. al año 2020, a lo largo del avance de la investigación se presentaron las siguientes limitaciones:

- La coyuntura sanitaria actual limitó el acceso a las personas responsables que podrían haber brindado la información.
- El limitado acceso a personal responsable del proceso del BI que acceda a brindar información.
- El valor de la información confidencial y de su estrategia de negocio, el cual la empresa considera que es de gran valor y limitaba brindar información al detalle.
- El tiempo de respuesta de los responsables que demandó un mayor tiempo de la ejecución de la investigación y contraste de resultados entre los entrevistados.

A pesar de dichas limitaciones, se buscaron alternativas, como la plataforma “Zoom” para que la entrevista se realizara. De manera que, permitió obtener información precisa para entender los objetivos planteados en la investigación. A continuación, se detalla la discusión:

La investigación de Ramakrishnan, Jones, & Sidorova, (2012), en su artículo científico titulado *Factors influencing Business Intelligence process and Startups*, tiene como propósito de estudio que las organizaciones que empleen al BI logren mayor transformación estratégica en la recopilación de datos de la empresa, lo que proporcionará a los gerentes un modelo de negocio mejor estructurado, basado en las decisiones sobre los datos necesarios para lograr sus objetivos de BI, dicha postura es avalada parcialmente por la presente investigación, ya que la empresa Joinnus S.A.C., siendo una Startup tiene presencia en los beneficios respecto a Planificación, Innovación, Competitividad e Internacionalización, los cuales vienen desempeñando dentro de sus planes estratégicos, considerando sea cual sea el resultado, con el propósito de acelerar el reporte de información de sus servicios positivamente en sus operaciones, dentro y fuera de la organización.

Según el trabajo de investigación realizado por Lautenbach., Johnston., & Adeniran (2017), en el artículo *Factors influencing Business Intelligence and analytics usage extent in South African organisations*, describe que la innovación en el Business Intelligence es poder medir las consecuencias al incluir una idea innovadora, ya que la relación con el cliente es interpersonal, y que al implementar nuevas ideas, en un cambio repentino genera riesgos y es evidente que toda empresa tenga temor al fracaso en un inicio, pero que al no implementar nuevos procesos o herramientas podría también ocurrir pérdidas incontrolables en un mundo tan exigente. De igual manera, coincide con la presente investigación, se afirma que la empresa Joinnus S.A.C. se enfoca directamente en el cliente, llegando a conocer sus necesidades para brindarles un mejor servicio, mediante la innovación en la plataforma, con una mejor gestión y estructura organizacional, creando valor que los respalde en el tiempo para su diversificación.

En la investigación de Ali, Shah, & Khan (2017) en el artículo *Analysis of Interaction between Business Intelligence and SMES*, precisa que la competitividad en el Business

Intelligence es un compromiso empresarial, pues si esta no se aplica todo el intento de ser más competitivos quedará en el camino. Por ende, señaló que la competitividad para la empresa, es involucrase en el servicio que ofrecen, dado que se deben ajustar a las necesidades del consumidor. Así mismo, deberán presentar servicios que realmente se diferencien del mercado, llegando a obtener la mejor rentabilidad frente a sus competidores, dado que, la empresa pueda ofrecer sus servicios a un precio mayor que de la competencia sin ningún efecto negativo. Pues, si el servicio tiene mejores funciones y el cliente encuentra la facilidad de manejo, va a preferir el servicio, y no necesariamente será el precio que lo haga más competitivo.

Lo cual indica que la empresa, tiene que tener la capacidad de competir frente otras compañías, en la venta de sus servicios, de no ser así estaría en desventaja frente a la competencia, y por ende desaparecería del mercado. Pero si buscan la manera de organizarse y adaptarse al cambio, su liquidez será mayor frente muchas otras empresas, tanto como de manera interna o externa en el e-commerce. De igual manera coincide con la presente investigación se afirma que la empresa Joinnus S.A.C. se enfoca en generar mayor competitividad instruyendo a sus trabajadores por medio de capacitaciones y que de esta manera contribuyen en sus clientes brindándoles mayor información de sus operaciones por la plataforma de servicios, ya sea en los procesos de pago, compra, creando un servicio en la web, actualización de los catálogos digitales, realizar un evento en línea, clases virtuales, exhibir sus productos o servicios con mayor facilidad, y la diferencia más importante que le puedan brindar al cliente está en contactar con una amplia red de usuarios, que confían más que en la empresa en el servicio que les proporcionan, y que ha generado en ellos cumplir sus expectativas de instaurarse en una plataforma que le dé mayor credibilidad, gracias a sus miles de formas de llegar con el cliente con profesionales altamente capacitados en el servicio.

Mientras tanto, con respecto al trabajo de investigación de enfoque cualitativo realizado por Caseiro & Coelho (2018) en el artículo Factors influencing the capacity of Business

Intelligence, online learning and innovation in the performance of Startups, analizaron el proceso de Internacionalización y el cambio que se da en las Startups por medio del Business Intelligence, señalaron que muchas empresas cometen errores fácilmente, ya que pretenden ingresar a otro país sin prevenir los riesgos, y muchos empresarios desconocen las normas a las que se rige cada país. Sin embargo, hoy en día es indispensable conocer el mercado, antes de posicionar tu producto o servicio, y más si es a nivel internacional. Sobre todo, porque desde ese instante parten las opciones de solución para evitar conflictos, y se debe tener en cuenta si realmente el negocio es óptimo para entrar a ese país, considerando las operaciones que deberán utilizar. Tal y como, si están en condiciones de presentar al máximo el funcionamiento del servicio, o si van a requerir financiamiento, y previo a ello, deberán hacer la evaluación, solo de esta manera podrán encontrar la viabilidad de la empresa. A fin de que, puedan posicionar el negocio con todos los requisitos indispensables, logrando eficiencia para su posicionamiento en el país de destino.

Un ejemplo claro de ello, es la presente investigación, en un principio desconocían sobre las normativas del funcionamiento de su plataforma en otro país, y esto es lo que pasa con muchas empresas al inicio. Sin embargo, recabaron información, porque querían crecer en otros países, y fueron constantes porque querían crecer a nivel internacional, y es por ello que desarrollaron nuevas herramientas que se ajusten a los beneficios de cada país, así como a sus necesidades del usuario, creando valor. Desde entonces consolidaron alianzas con proveedores internacionales, sus plataformas digitales se expandieron, muchas empresas han requerido sus servicios para replicarlos, han ganado ventaja con los usuarios, quienes son el foco principal para el éxito de la empresa Joinnus S.A.C.

Al respecto, en la investigación de Sparks (2014) en el artículo, “The relationship of Business Intelligence systems to organizational performance benefits” determinaron que el objetivo principal es sensibilizar a las organizaciones en desarrollo sobre los beneficios de la tecnología y el papel crucial que desempeña en la supervivencia y competitividad de la empresa ante un mercado global tan exigente. Ya que, durante muchos años, las pequeñas y medianas empresas no siguen a las grandes organizaciones por desconocimiento de implementación de BI y a la razón principal para ellos es el alto costo de implementar y administrar sistemas de BI. Sin embargo, según encuestas que se realizaron debido al estudio hacia los ejecutivos de las pymes, han podido notar que el BI juega un papel importante en el rendimiento y la competitividad de la empresa, y desde ese momento están invirtiendo cada vez más en su implementación. De igual manera coincide con la presente investigación se afirma que la empresa Joinnus S.A.C. es una organización con amplia información tanto como la que generan en la base de datos como empresa, como la de sus clientes, y se están volviendo cada vez más eficientes en el servicio, cumpliendo y mejorando las expectativas de cada uno de sus consumidores, ya que los datos cada vez están mejor estructurados y esto les permite seguir siendo una empresa competitiva, mejorando su propio desempeño, debido a que una empresa debe tomar decisiones de manera rápida, pero a su vez con información oportuna y precisa. Con el fin de convertirse en una empresa innovadora y líder, adaptando y confiando las nuevas formas en los sistemas de Business Intelligence para mantenerse a la vanguardia de las tendencias y los eventos futuros, mejorando la experiencia del cliente mediante las tecnologías, aplicaciones y enfoques de recopilación de datos. Así mismo, BI ayuda a los gerentes a obtener información sobre su propio negocio, el mercado en general, y les proporciona datos e información valiosos que mejoran la calidad de sus decisiones.

En paralelo, en la investigación realizado por Mitma, Chung Pinzás, & Ruiz Lizama (2015), en el artículo, “Prospectiva e Inteligencia competitiva al 2040 en los programas fomentan la innovación en el Perú”, su objetivo principal es reconocer la verdadera ventaja que tienen las empresa en la capacidad de reconocer señales del entorno que lo alerten de las amenazas y oportunidades, de manera que las puedan interpretar a través de estas señales para luego definir una estrategia, adquiriendo o generando o generando conocimientos necesarios, llevándolos a implementar los recursos tecnológicos que necesita, implementando la tecnología elegida para concretar el cambio, y que finalmente logren aprender de esta experiencia. Haciendo mención que la clave de una innovación no radica tanto en la disponibilidad de la tecnología, sino en definir y orientar el proceso de cambio tecnológico. De igual manera coincide con la presente investigación se afirma que la empresa Joinnus S.A.C. es una organización con alta gestión de datos y económicos que tiene como objetivo incrementar la creación de nuevos conocimientos y la generación de ideas técnicas que permitan obtener nuevos productos, procesos y servicios mejorados. Así como el traslado de estas ideas a las fases de distribución y operación para que la organización obtenga un beneficio económico, ya que debido a los modelos de innovación de BI han evolucionado considerablemente en los últimos años, convirtiéndose gradualmente en uno de los factores decisivos para la supervivencia y el desarrollo de las empresas, ya que la empresa cuenta con información sobre competidores, clientes, proveedores y tecnologías relacionadas con el único objetivo de participar en la innovación a través de la introducción de nuevos procesos, productos o ideas, y de esta manera la empresa propone nuevos conceptos de servicios, llevando a cabo nuevos procesos de servicios y aplicando nuevas tecnologías para mejorar o cambiar los servicios, procesos y productos de servicios existentes.

Conforme a, la investigación realizada por Tong (2015), en su artículo “La inteligencia de mercado en las empresas exportadoras e importadoras peruanas” identificaron la inteligencia de mercado como la importancia de recopilación específicos para ayudar a tomar decisiones comerciales y guiar la estrategia competitiva, llevando a conocer el mercado existente, los clientes, los problemas la competencia y el potencial crecimiento, debido a que las empresas pueden recopilar fuentes internas y externas, como registro de ventas, encuestas, redes sociales, sitios web, clientes o distribuidores. Logrando recopilar datos demográficos generales y hábitos de consumo de sus consumidores para redactar anuncios de redes sociales mejores y más específicos. Lo que puede ayudar a una empresa a tomar mejores decisiones sobre el desarrollo de productos y establecer una marca más sólida. De igual manera coincide con la presente investigación se afirma que la empresa Joinnus S.A.C. recopila información para aprender más acerca de sus competidores, como sus fortalezas o debilidades, descubriendo porqué los clientes los elegirían a ellos antes que a su competencia. Permitiéndoles observar, el comportamiento de sus consumidores ante sus servicios, conociendo la calidad y desempeño e identificar oportunidades de mejora, esta información ayuda a la empresa en mejorar la experiencia del usuario y mejorar el servicio, llevando a expandir sus servicios a otros mercados, llevándolos en conocer a sus clientes, dándoles a los beneficios de adquirir sus servicios, de manera que los ayudan a comprender dónde está su audiencia y qué vacíos existen, para que pueda llenarlos. Comprendiendo a su cliente y ayudando a aumentar el ciclo de vida de su servicio. Ya que, para ellos obtener un nuevo cliente es más costoso, que mantener a uno ya existente, brindándoles mejoras que se ajusten a sus necesidades. Debido a que, ya conocen porque sus clientes les compran, que tipo de soluciones darles, mercados en los cuales deben instaurarse, cuales son los patrones de cada uno y lo más importante conocen el tipo de audiencia a la que ya se están dirigiendo.

Por su parte, en la investigación de Martínez (2012), en su artículo “Factores clave de éxito en el negocio del retail” determinaron que para tener éxito en un retail de debe cumplir en primera instancia con las necesidades del consumidor, en como brindarles información de mercado , reducir los riesgos de pérdida, utilizar la habilidad de distribución y la venta personal , y convirtiéndose una fuente de inteligencia de mercado y comportamiento del consumidor para ellos. Así mismo, buscando que servicio se acomoda más al cliente, y sobre todo que sea a un precio accesible, tanto como asegurar al cliente de los servicios que ofrecen, aprovechan la publicidad para atraer cada vez más a los consumidores, siendo la tecnología uno de los factores más importantes, ya que las plataformas en línea es una necesidad, y mantendrá su servicio a la vanguardia de las mentes de los clientes actuales y potenciales. En igual forma, la empresa deberá asegurarse de que todos los empleados entiendan la importancia de un servicio al cliente excepcional, contribuyendo en gran medida a ayudar a que su tienda online minorista tenga éxito. De igual manera coincide con la presente investigación se afirma que la empresa Joinnus S.A.C. mantener la calidad de servicio en el ojo del cliente siempre será un factor muy importante, para ellos es indispensable asegurarse de que el servicio que le brindan al cliente sea el mejor pues la reputación y la integridad de su plataforma online depende mucho de que sus ventas sean efectivas, tanto como las opiniones de los clientes. Es por ello que por medio de su servicio le hacen seguimiento a cada uno de ellos para validar que se esté efectuando el proceso de manera adecuada, tanto así que sus clientes confían en que lo que adquieren es 100% seguro de comprar, pues ellos reciben información necesaria para que cada compra sea totalmente redirigida a su destino, dándoles la confianza necesaria no tan solo con información sino por los medios de difusión que ayudan a impulsar cada venta, llevando al cliente a ser un vocero principal de la empresa, no tan solo por el servicio sino por la calidad que se les ofrece en cada venta que lo requieren.

En referencia a, la investigación de Acevedo (2008), en su artículo “Elementos para un modelo de negocio en servicios especializados” define que la empresa debe hacer que el servicio cada vez tiene que ser más atractivo, donde formulan que en la gestión de cliente cada vez se debe desarrollar formas creativas de financiar sus ventajas distintivas para diferenciarse entre sus consumidores, ya que muchas empresas solo se fijan en potenciar el servicio pero se olvidan de la parte principal que es el cliente. Dando paso a la atención 24 horas por si algún cliente tiene algún inconveniente, el sistema le genera un ticket de atención dándole solución inmediata a cada una de sus interrogantes o reclamos. De igual manera coincide con la presente investigación se afirma que la empresa Joinnus S.A.C. ofrece sus servicios optimizando aspectos específicos de su oferta para satisfacer las prioridades de sus clientes y se niegan en invertir en exceso de atributos infravalorados, prefieren brindar un servicio de calidad, accesible y que le rinda al cliente en vez de elevar al nivel de la competencia y perder a cada uno de ellos, les importa impulsar su rendimiento general y así todos salen ganado en conjunto. Atendiendo a sus clientes las 24 horas, y reportándoles con informaciones necesarias para cada tipo de preguntas o reclamas por medio de la plataforma.

Por último, en su investigación Poma, Arias, Caldas, & Rosales (2019), en su artículo “Plan de Marketing Digital de la Plataforma Late” establecieron aprovechar los medios en línea e Internet, o a través de dispositivos conectados como los celulares, computadoras, para distribuir el servicio por medio de la red, la marca y volverlo más competitivo en los motores de búsqueda, tales como redes sociales, aplicaciones, correo electrónico y sitios web que ayuden a impulsar el negocio, ya que el marketing digital es una inteligencia empresarial impredecible en estos tiempos, llegando a menudo a miles de clientes logrando incrementar la audiencia con el solo hecho de poner en los métodos de rastreos cada vez hace a la empresa más fluida y existente con el paso del tiempo para el consumidor.

De igual manera coincide con la presente investigación se afirma que la empresa Joinnus S.A.C. puede crear una comunidad en línea para representar a su organización en todas las plataformas, atrayendo a millones de usuarios y permitiéndoles vender a precios cada vez más escalables, aumentando el atractivo del consumidor y generando la confianza entre compradores y vendedores. Maximizando los beneficios para cada uno de ellos a través de la información y la atención, ya que la plataforma permite crear un compromiso continuo, incluso después de una compra, puede ayudar a los equipos de marketing a promover de manera más efectiva la lealtad a la marca y mejorar la retención de clientes.

Con respecto a las implicancias prácticas generadas a través de los hallazgos en esta investigación permitirán a la empresa Joinnus S.A.C., describir los beneficios que generó el Business Intelligence en la Startup peruana Joinnus S.A.C. al año 2020 y de qué manera se están desarrollando dentro de la misma.

Desde la perspectiva de las implicancias teóricas, el presente trabajo de investigación compone una estructura de conceptos y aspectos críticos, los cuales podrán contribuir a establecer marcos de referencia para estudios futuros, ya que el aporte teórico es base descriptivo y permitirá llevar a cabo investigaciones similares a la realizada sobre Business Intelligence, de lo que podría formularse a futuro de medir la influencia del BI con alguna otra variable adicional.

Finalmente, con respecto a las implicancias metodológicas, es importante enfatizar que el presente trabajo de investigación puede someterse a réplica, además el instrumento utilizado como la guía de entrevista semiestructurada puede ser empleada como una herramienta que pueda adaptarse a un estudio similar a la presente investigación. De este modo, se crean actividades y secuencias que pueden ser tomadas en cuenta para efectuar nuevos trabajos de investigación.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES

5.1. Conclusiones

De acuerdo al análisis de los resultados obtenidos de la entrevista realizada a los representantes de la empresa Joinnus S.A.C., se concluye que los beneficios que describen al Business Intelligence en la Startup peruana Joinnus S.A.C. al año 2020 son la Planificación, Innovación, Competitividad e Internacionalización, de los cuales engloban notablemente con los ítems que se identificaron en la investigación:

En relación con el primer objetivo específico, el cual se orientó a describir la planificación como uno de los Beneficios de Business Intelligence en la Startup peruana Joinnus S.A.C. al año 2020, se concluyó que en la formulación de estrategias se ha logrado simplificar y organizar la información estructurada generando más valor en los procesos del negocio, así como en los objetivos y metas les ha permitido replicar estos esfuerzos para establecer mejoras de pagos por medio de la plataforma en línea, de tal forma potenciaron a la empresa en sus servicios, y en las ventas y comercialización, han mejorado las herramientas de datos que usan los productores para la elaboración de nuevos servicios, así mismo estos instrumentos les ha dado la oportunidad de controlar costos y maximizar ganancias, generando ahorros y con ello, establecieron mayor rentabilidad en la empresa con las plataformas virtuales, para poder controlar y medir el crecimiento de la empresa, con el fin de tener una evolución y mejora continua, de modo que siempre estén alerta por si la compra y venta de sus servicios está tomando buen puerto en el camino de los negocios, dando paso a las herramientas de soporte de decisiones en tiempo real. Por consiguiente, les ha permitido la prevención de acceso al crédito en corto, mediano y largo plazo.

En relación con el segundo objetivo específico, el cual se orientó a describir la innovación como uno de los Beneficios de Business Intelligence en la Startup peruana Joinnus S.A.C. al año 2020, se concluyó que con el modelo de negocio, se consiguió definir el conocimiento

interno de la empresa llevando a formular la transformación de datos en el desarrollo de los programas de servicios, mejorando la capacidad operacional de la empresa y la del consumidor, dando a conocer la fluidez del viaje de compra y venta, teniendo en cuenta a los obstáculos que podrían presentar sus clientes, ayudando a mejorar los procesos de compra en la plataforma online para los usuarios, lo que ha permitido que se actúe con rapidez y eficacia, obteniendo mayor potencial. Así mismo, el estudio de mercado aportando, en el aumento de usuarios internacionales, debido a la implementación de nuevos servicios, incrementando la visibilidad en las distintas plataformas. Y a su vez, han acelerado los procesos de la inversión privada en Perú, Ecuador, Colombia y en México, contribuyendo en el desarrollo de la organización, detectando con facilidad los datos históricos de ventas de la empresa. Además, se agregó valor de mayor innovación a los servicios iniciales o ya establecidos. Dado que, han podido concretar nuevos enfoques en el suministro de BI, aumentando la demanda del servicio, de lo que ha posibilitado a la empresa en cumplir con las nuevas necesidades de servicios que requiera el usuario.

En relación con el tercer objetivo específico, el cual se orientó a describir la competitividad, como uno de los Beneficios de Business Intelligence en la Startup peruana Joinnus S.A.C. al año 2020 se concluyó que en el mercado nacional e internacional, se facilitó el acceso internacional frente a Teleticket y Passline Live, del mismo modo han logrado mejorar en el desarrollo de la capacitación, permitiendo realizar guías de aprendizaje para las diferentes áreas en la empresa y para los usuarios, lo que ha generado ventajas competitivas, facilitando al reporte de los datos accesibles de manera rápida. Es por esto que alcanzaron perfeccionar en la optimización de procesos administrativos, con mayor rapidez y entrega eficiente de sus servicios.

En relación con el cuarto objetivo específico, el cual se orientó a describir la internacionalización, como uno de los Beneficios de Business Intelligence en la Startup

peruana Joinnus S.A.C. al año 2020 se concluyó que los proveedores, generaron un incremento en la colaboración de empresas internacionales como la de Amazon quienes les prestan sus servicios, motorizando los datos de comercialización con exactitud, así mismo en los clientes les ha permitido seleccionar y manipular únicamente aquellos servicios que les interesen, generando mayor confianza en su elección. En cuanto a la búsqueda de mercados, BI ha permitido que la empresa pueda avanzar y calar cada vez más rápido en el mercado a nivel mundial, adaptándose a los cambios, y ampliando la demanda en el exterior. Así como en la inversión directa en el extranjero les ha proporcionado una posición pasiva frente a los procesos de atracción de inversionistas que conocen el negocio, interviniendo activamente en la plataforma, sacando el máximo provecho de dicho proceso. Inclusive les ha ayudado a evitar ciertos riesgos como en el país, político y económico, ya que es más fácil poder descubrir qué amenazas existen para la organización y buscar las mejores maneras de minimizarlas. Por otra parte, establecieron negocios en el exterior, siendo más rentable como empresa, puesto que con la plataforma Joinnus, se puede llegar a cualquier parte del mundo, involucrándose aún más en el sector de comercio, convirtiendo al usuario en compradores ocasionales, y luego permanentes. En definitiva, basándose en la globalización, aquello ha permitido que la empresa pueda estar interconectada en cualquier lugar del mundo. De donde resulta que, con la operatividad en el exterior se ha logrado simplificar el desarrollado herramientas y sistemas informáticos en cuestión de segundos. Para finalizar, se concluye que los beneficios que generó el BI, en la Planificación, Innovación, Competitividad e Internacionalización, son de mejora continua, ya que la empresa deberá ir perfeccionando su rendimiento mediante los beneficios presentados en el estudio. Y con el tiempo, genere gran potencial en el negocio del e-commerce, para su mayor expansión a nivel mundial.

REFERENCIAS

- Acevedo, A. O. (1 de Enero de 2008). *Redalyc. Obtenido de Elementos para un modelo de negocio inteligente en servicios especializados*:
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81611211008>
- Ackoff, R. L. (1992). *Un concepto de planeación de empresas*. México: Noriega Editores.
- Aguilar, L. J. (2019). *Inteligencia de negocios y analítica de datos*. Reino Unido: Alfaomega.
- Ali, S., Shah, M., & Khan, S. (2017, Junio 14). *Redalyc. Retrieved from Analysis of Interaction between Business Intelligence and SMEs*:
<https://www.redalyc.org/jatsRepo/2032/203252603002/index.html>
- Amman. (2021, Noviembre 2021). *Proquest. Retrieved from QuickSight Q a potential winner for Amazon BI platform*:
<https://wwwproquest.bibliotecaupn.elogim.com/docview/2595027861/27B082965DD74DECPQ/5?accountid=36937>
- Ariza, F. (13 de Junio de 2018). *Business Intelligence: Una poderosa herramienta para el marketing digital. Obtenido de ITOP (Tecnología y Negocio)*:
<https://www.itop.es/blog/item/business-intelligence-futuro-marketing-digital-canarias.html>
- Asmus, S. D. (2019, Mayo 14). *Decision Environments Moderating Effects on Business Intelligence Capabilities and Business Intelligence Success. Retrieved from Proquest*:
<https://wwwproquest.bibliotecaupn.elogim.com/docview/2235973127/8249F4E71CE74EC5PQ/7?accountid=36937>
- Baena, G. (2017). *Metodología de la investigación*. México: Patria.
- Barquin, R. (2018). *Inteligencia empresarial y traducción gubernamental. Beyenetwork, 4. Retrieved from Inteligencia empresarial y traducción gubernamental*.
- Bastone, N. (2018, Noviembre 13). *Business Insider. Retrieved from Estas son las 35 startups tecnológicas de Estados Unidos que se han convertido en unicornios en 2018*:
<https://www.businessinsider.es/estas-son-35-startups-tecnologicas-estados-unidos-que-han-convertido-unicornios-2018-328301>
- Bernard, Z. (2018, Abril 12). *Business Insider. Retrieved from 16 startups que este año se convirtieron en miles de millones*: <https://www.businessinsider.com/startups-that-became-unicorns-in-2018-by-crossing-1-billion-valuation-list-2018-4>
- Bolding. (2019). *Top 200 Restaurant Chains (Ranked by Revenue) with Children's Meals*. Washington: Street.

- Buendía, Colás , & Hernández. (2001). *Bases de la investigación. Murcia: Fundamentos.*
Retrieved from
http://biblioteca.itson.mx/oa/educacion/oa8/problema_investigacion/x8.htm
- Calacanis, J. (2017). *How to Invest in Technology Startups. New York: Harper Business.*
- Cano, J. L. (2007). *Business Intelligence: Competir con Información. España: Banesto Fundación Cultural.*
- Caseiro, N., & Coelho, A. (2018, Julio 17). *ScienceDirect. Retrieved from The influence of Business Intelligence capacity, network learning and innovativeness on startups performance:*
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2444569X18300374#bib0005>
- Castro, M. (2019, Febrero 1). *Sciencedirect. Retrieved from*
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0716864019300045>
- Chanongkorn, K., & Manfred , K. (2018, Septiembre 14). *Proquest. Retrieved from Factors Influence Business Intelligence in Business Unit Strategies, Internationalization Operations, and Business Growth:*
<https://search.proquest.com/docview/2101266167/fulltextPDF/7E970D60320C4403PQ/4?accountid=36937>
- Comercio. (24 de Enero de 2017). *Startup peruana Crehana prevé superar el millón de usuarios. Obtenido de* <https://elcomercio.pe/economia/negocios/startup-peruana-crehana-preve-superar-millon-usuarios-160922-noticia/>
- Creswell, J. W. (1998). *Investigación Cualitativa y Diseño Investigativo. Nure Investigación: Barcelona.*
- Devlin, B. (2014). *Business unIntelligence:. New York: Technics Publications.*
- Díaz, J. C. (2010). *Introducción al Business Intelligence. Barcelona: UOC.*
- Eisenhower, D. D. (30 de Julio de 1953). *Small Business Administration. Obtenido de SBA:*
<https://www.sba.gov/espanol/>
- Eisenhower, D. D. (2015). *Professional Fellows Program. Retrieved from YLAI:*
<https://ylai.state.gov/fellowship/>
- Fernández, Í. B. (5 de Noviembre de 2018). *Startups. Perú: Estudio Muñiz. Obtenido de Startups.*
- Galloway, L. (30 de Abril de 2018). *BBC. Obtenido de* <https://www.bbc.com/mundo/vert-tra-43875957>
- Golhar, A. (30 de Marzo de 2020). *Comprender la inteligencia empresarial y su importancia para los emprendedores. Obtenido de Forbes:*
<https://www.forbes.com/sites/theyec/2020/03/30/understanding-business-intelligence-and-its-importance-for-entrepreneurs/#78ef26245231>
- Gonzales, M. (8 de Agosto de 2013). *Proquest. Obtenido de Factors influencing success for Business Intelligence and data storage maturity and competitive advantage:*

<https://search.proquest.com/docview/858361659/fulltext/D6462105C31C454DPQ/8?accountid=36937>

- Grillo, O., Rivoir, A., & Morales, M. J. (2019). *Tecnologías digitales: miradas críticas de la apropiación en América Latina*. Buenos Aires: Clacso.
- Haigh, R. (2019). *Brand Finance*. Retrieved from *Financiamiento de Marcas Internacionales*: <https://brandirectory.com/rankings/global/2019/table>
- Heinze, J. (1 de Octubre de 2018). *Profitline Business Outsourcing*. Obtenido de <https://profitline.com.co/business-intelligence-inteligencia-de-negocios-o-inteligencia-empresarial/>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: Mcgraw-Hillg.
- Horowitz, B. (2017). *Emprender y liderar una startup*. Barcelona.
- Huie, C. (2019, Octubre 19). *Proquest*. Retrieved from *Factors influencing Business Intelligence on the planning of decision making*: <https://search.proquest.com/docview/1520011890/abstract/2CA50F88ECEC4B0CPQ/2?accountid=36937>
- Jiménez, J. C. (2011). *Elementos para el diseño de técnicas de investigación*. México: McGraw-Hill.
- Johnson, B. (2020, Marzo 23). *Proquest*. Retrieved from *Factors Influencing Business Intelligence Platform Market 2019 in new innovations, research and growth factor until 2029*: <https://search.proquest.com/docview/2381600048/citation/8613CF3AB90048EFPQ/1?accountid=36937>
- Kaplan, J. (1996). *Startup*. Washington: Replica Books.
- Kuroiwa, D. (20 de Abril de 2021). *Comercio*. Obtenido de *La propuesta de Indecopi para regular el e-commerce*: <https://elcomercio.pe/economia/opinion/ahora-o-nunca-ii-sobre-la-propuesta-de-indecopi-para-regular-el-comercio-electronico-por-david-kuroiwa-e-commerce-opinion-noticia/>
- Lautenbach., Johnston., & Adeniran. (2017, Septiembre 29). *Business Source Ultimate* . Retrieved from *Factors influencing business intelligence and analytics usage extent in South African organisations*.: <http://web.a.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=3&sid=98bbaf0e-03a2-4f37-9e52-a22e0ff85bdf%40sdc-v-sessmgr03>
- Lautenbach., Johnston., & Adeniran. (2017, Septiembre 29). *Business Source Ultimate* . Retrieved from *Factors influencing business intelligence and analytics usage extent in South African organizations*: <https://web.b.ebscohost.com/bsi/detail/detail?vid=2&sid=aa7c518d-38cb-4dc3-b158-d2112dd9d36f%40pdc-v-sessmgr01&bdata=JkF1dGhUeXB1PXNoaWlmbGFuZz1lcyZzaXRlPWJzaS1saXZl#AN=127448092&db=bth>

- Leake, K. (2021, Septiembre 9). *Forbes*. Retrieved from *La nueva normalidad: lo que los últimos 18 meses han significado para las empresas y la inteligencia empresarial*: <https://www.forbes.com/sites/forbestechcouncil/2021/09/09/the-new-normal-what-the-past-18-months-have-meant-for-enterprises-and-business-intelligence/?sh=c62cf512931a>
- Liberos, E. (2010). *El libro del Comercio Electrónico*. Madrid: Business Marketing School. Retrieved from *El libro del Comercio Electrónico*.
- Martínez, D. G. (2 de Julio de 2012). *Redalyc*. Obtenido de *Factores de éxito en el negocio inteligente del retail*: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=337428496010>
- Miller, R. (2016). *Cyclopaedia of Commercial and Business Anecdotes*. New York: Wentworth Press.
- Mitma, J. L., Chung Pinzás, A., & Ruiz Lizama, E. (4 de Noviembre de 2015). *Redalyc*. Obtenido de *Prospectiva e inteligencia competitiva al 2040 en los programas fomentan la innovación en el Perú*: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81650062006>
- Moss, L. T. (2003). *Business Intelligence Roadmap*. New York.
- Muñoz, D. E. (17 de Junio de 2019). *Siicex*. Obtenido de *Internacionalización de la Oferta* : <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/sectoresproductivos/Plan%20de%20Exportaci%C3%B3n%20de%20Servicios%202018.pdf>
- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). *Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio*. Chile: Morphol.
- Overla. (2020, Febrero 14). *Factors associated with Business Intelligence as the company faces a new threat from potential rivals with business*. Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/319015599/abstract/D7C82DBD5DCD4BDDPQ/6?accountid=36937>
- Palomera, I. (16 de Junio de 2016). *Big Data, Business Intelligence y Predictive Analytics*. Obtenido de *Smartup*: <https://blog.smartup.mx/bigdata-startup-y-emprendimiento>
- Pérez, A. (2020). *Business School*. Obtenido de *Las herramientas BI más importantes y su relevancia en el mercado*: <https://obsbusiness.school/es/blog-investigacion/sistemas/las-herramientas-bi-mas-importantes-y-su-relevancia-en-el-mercado>
- Poma, J. A., Arias, J. L., Caldas, S. S., & Rosales, J. A. (Octubre de 2019). *Business School*. Obtenido de *PUCP*.
- Porter, M. E. (1985). *Ventaja Competitiva: Creación y sostenimiento de un desarrollo superior*. New York: Piramide.
- Ramakrishnan, T., Jones, M. C., & Sidorova, A. (2012, Septiembre 10). *ScienceDirect*. Retrieved from *Factors influencing business intelligence (BI) data collection strategies*: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0167923611001722>
- Ramírez, P. Q. (2011). *Técnicas y métodos cualitativos*.

- Río, L. M. (2007). *Más allá del Business Intelligence*. España: *Gestion* 2000.
- Robehmed, N. (16 de Diciembre de 2013). *¿Que es una Startup?* Obtenido de *Frobes*:
<https://www.forbes.com/sites/natalierobehmed/2013/12/16/what-is-a-startup/#21faf01d4044>
- Rojas, K. (2016). *Inteligencia Comercial*. Perú: *Macro*.
- Romainville, M. (31 de Octubre de 2019). *Semana Economica*. Obtenido de *Doing Business 2019: El Perú cae cinco puestos y se ubica en la posición 68 a nivel mundial*:
<https://semanaeconomica.com/economia-finanzas/macroeconomia/316262-doing-business-2019-el-peru-cae-cinco-puestos-y-se-ubica-en-la-posicion-68-a-nivel-global>
- Rosales, S. (22 de Febrero de 2019). *Gestión Empresas*. Obtenido de *Inversiones en startups peruanas crecerán al menos 25% en el 2019*:
<https://gestion.pe/economia/empresas/inversiones-startups-peruanas-creceran-25-2019-259368-noticia/?ref=gesr>
- Saldívar, E. (17 de Mayo de 2018). *Business Intelligence*. Obtenido de *EL Comercio*:
<https://archivo.elcomercio.pe/especial/zona-ejecutiva/tendencias/business-intelligence-10-temas-que-seran-tendencia-este-2018-noticia-1993317>
- Sánchez, C. H., Reyes, R. C., & Mejía, S. K. (2018). *Manual de términos en investigación científica, tecnológica y humanística*. Perú: *Bussiness Support Aneth*.
- Sánchez, G. (12 de Abril de 2019). *Gestión*. Obtenido de
<https://gestion.pe/economia/management-empleo/startup-debe-empresas-emergentes-nnda-nnlt-263795-noticia/>
- Santander. (17 de Junio de 2018). *Cifras del comercio exterior en los Estados Unidos*. Obtenido de *Santander*: <https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/estados-unidos/cifras-comercio-exterior>
- Santander. (7 de Junio de 2018). *Inversión extranjera*. Obtenido de *Santander*:
<https://santandertrade.com/es/portal/establecerse-extranjero/estados-unidos/inversion-extranjera#protection>
- Solsona, F. (11 de Junio de 2018). *Gestión*. Obtenido de *Gestión*:
<https://www.youtube.com/watch?v=9DF8-wL3rWQ>
- Sparks, B. H. (2014, Agosto 8). *ProQuest*. Retrieved from *The relationship of business intelligence systems to organizational performance benefits*:
<https://www.proquest.com/docview/1527008025/fulltextPDF/5F566700A4554891PQ/1?accountid=36937>
- Steffine, G. P. (2015). *Changing the way you think about, plan, and execute business intelligence for real results, real fast*. New York: *Sanderson Press*. Retrieved from *Changing the way you think about, plan, and execute business intelligence for real results, real fast*.
- Supo, J. (2013). *Cómo validar un instrumento*. Perú: *Isbn*.

- Taylor, & Bogdan. (1990). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*.
Barcelona .
- Tong, M. M. (2 de Agosto de 2015). Redalyc. *Obtenido de La inteligencia de mercado en las empresas exportadoras e importadoras peruanas:*
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=337443854004>
- Varela, S. R. (2005). *Inteligencia competitiva*. España: Pirámide.
- Villagómez, C. (11 de Mayo de 2021). Proquest. *Obtenido de Uso de la inteligencia de negocios como herramienta de internacionalización de las pymes de banano en ecuador:*
<https://www.proquest.com/docview/2496994087/abstract/B2B8BBAE4F954999PQ/1?accountid=36937>
- Wright, S., & Calof, J. L. (2022, Febrero 2). Proquest. *Retrieved from The quest for competitive, business and marketing intelligence: A country comparison of current practices:*
<https://wwwproquest.bibliotecaupn.elogim.com/docview/237020305/A756DF44957C465EPQ/1?accountid=36937>

ANEXOS

Categorización de las variables

VARIABLE	CONSTRUCTO	CATEGORÍAS	ÍTEMS	INSTRUMENTO
BUSINESS INTELLIGENCE	En los últimos años se viene realizando investigaciones acerca del mundo de los negocios; sobre todo en el Business Intelligence (BI). El término (BI) se emitió por primera vez por Hans Peter Luhn investigador de IBM, quien en su artículo “A Business Intelligence System” publicado en 1958, hace mención al (BI) y le proporciona la siguiente descripción: “Es la habilidad de aprender las relaciones de hechos presentados de forma que guíen las	Planificación	<ul style="list-style-type: none"> • Formulación de Estrategias • Objetivo y Metas • Ventas y Comercialización • Productores • Ganancias • Rentabilidad • Acceso al Crédito 	<ul style="list-style-type: none"> • Guia de Entrevista semiestructurada
		Innovación	<ul style="list-style-type: none"> • Modelo de negocio • Plataforma online • Estudio de Mercado • Inversión Privada • Mayor innovación • Nuevas necesidades de servicio 	<ul style="list-style-type: none"> • Guía de Entrevista semiestructurada

acciones hacia una meta deseada”. Con el paso del tiempo esta categoría de herramientas y conceptos asociados se les llama "Inteligencia de Negocios"

Competitividad

- Mercado Nacional e Internacional
- Capacitación
- Ventajas
- Optimización de procesos
- Guía de Entrevista semiestructurada

Internacionalización

- Proveedores
- Clientes
- Búsqueda de Mercados
- Inversión directa en el extranjero
- Riesgos (país, político, económico)
- Negocios en el exterior
- Globalización
- Operatividad en el exterior
- Guía de Entrevista semiestructurada

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	VARIABLE	CONSTRUCTO	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN
¿Cuáles son los beneficios que generó el Business Intelligence en la Startup peruana Joinnus S.A.C. al año 2020?	Describir los beneficios que generó el Business Intelligence en la Startup peruana Joinnus S.A.C. al año 2020	BUSINESS INTELLIGENCE	En los últimos años se viene realizando investigaciones acerca del mundo de los negocios; sobre todo en el Business Intelligence (BI). El término (BI) se emitió por primera vez por Hans Peter Luhn investigador de IBM, quien en su artículo “A Business Intelligence System” publicado en 1958, hace mención al (BI) y le proporciona la siguiente descripción: “Es la habilidad de aprender las relaciones de hechos presentados de forma que guíen las acciones hacia una meta deseada”.	<p>Tipo de Investigación: Básica</p> <p>Enfoque: Cualitativo</p> <p>Diseño: Fenomenológico</p> <p>Nivel: Descriptivo</p> <p>Población:</p> <ul style="list-style-type: none"> La población de estudio está conformada por 20 trabajadores, entre directores, gerentes, ejecutivos ,asistentes y practicantes de la empresa Joinnus S.A.C. <p>Muestra:</p> <ul style="list-style-type: none"> La siguiente muestra está constituida por Domingo Seminario de Col - Director de Operaciones, Carolina Botto Bar - Gerente General y Diego Laura - Ejecutivo de Marketing, de la empresa Joinnus S.A.C. <p>Técnica de estudio: Entrevista a profundidad</p>
<p style="text-align: center;">Problema específico</p> <p>¿Cuáles son los beneficios que generó el Business Intelligence en la planificación de la Startup peruana Joinnus S.A.C. al año 2020?</p>	<p style="text-align: center;">Objetivo específico</p> <p>Describir los beneficios que generó el Business Intelligence para la planificación en la Startup peruana Joinnus S.A.C. al año 2020</p>			

¿Cuáles son los beneficios que generó el Business Intelligence en la innovación de la Startup peruana Joinnus S.A.C. al año 2020?

Describir los beneficios que generó el Business Intelligence para la innovación en la Startup peruana Joinnus S.A.C. al año 2020

¿Cuáles son los beneficios que generó el Business Intelligence en la competitividad de la Startup peruana Joinnus S.A.C. al año 2020?

Describir los beneficios que generó el Business Intelligence para la competitividad en la Startup peruana Joinnus S.A.C. al año 2020

¿Cuáles son los beneficios que generó el Business Intelligence en la internacionalización en la Startup peruana Joinnus S.A.C. al año 2020?

Describir los beneficios que generó el Business Intelligence para la internacionalización en la Startup peruana Joinnus S.A.C. al año 2020

Con el paso del tiempo esta categoría de herramientas y conceptos asociados se les llama "Inteligencia de Negocios"

Instrumento de estudio:
Guía de entrevista semiestructurada

PRESENTACIÓN DE ENTREVISTA SOBRE BENEFICIOS DE BUSINESS INTELLIGENCE EN LA STARTUP PERUANA JOINNUS S.A.C. AL AÑO 2020

Perú 22 de octubre del 2020

Entrevistador: Ingrid Denisse Rodriguez Bedoya

Entrevistados: Domingo Seminario de Col, Carolina Botto Bar y Diego Laura

Cargo: Director, Gerente General y Ejecutivo de Marketing

Designio:

Determinar si la Planificación, Innovación, Competitividad e Internacionalización son los beneficios de Business Intelligence en la Startup peruana Joinnus S.A.C. al año 2020 con la finalidad de dar respuesta a los objetivos establecidos en la investigación.

Instrucciones:

Para la estructura de la entrevista es impredecible que cada una de sus respuestas sea clara y precisa, para garantizar y obtener mejores resultados para la empresa, inversores o emprendedores.

Guía de Entrevista Semiestructurada para la Empresa Joinnus

Estimado Sr(a)..... primero que nada, buenas tardes. Agradecerle por su tiempo y participación en esta entrevista, que tiene como objetivo describir “Beneficios de Business Intelligence en la Startup peruana Joinnus S.A.C. al año 2020” Por tanto, las preguntas planteadas en esta entrevista se relacionan con los instrumentos que componen la variable principal Business Intelligence y comprenden 4 categorías: Planificación, Innovación, Competitividad e Internacionalización.

PREGUNTAS SEMIESTRUCTURADAS	
Nº	ÍTEMS
	PREGUNTAS ABIERTAS
I	¿A partir de qué año y qué elementos de Business Intelligence se incorporaron en la Startup peruana Joinnus S.A.C.?
PLANIFICACIÓN:	
1	¿Cómo el Business Intelligence ha beneficiado en la formulación de estrategias dentro de la planificación en la Startup peruana Joinnus S.A.C. al año 2020?
2	¿Cómo el Business Intelligence ha beneficiado en el establecimiento de objetivos y metas dentro de la planificación en la Startup peruana Joinnus S.A.C. al año 2020?
3	¿Cómo el Business Intelligence ha beneficiado en la planificación de ventas y comercialización en la Startup peruana Joinnus S.A.C. al año 2020?
4	¿Cómo el Business Intelligence ha beneficiado en la restricción de negocios de los productores mediante la planificación en la Startup peruana Joinnus S.A.C. al año 2020?
5	¿Cómo el Business Intelligence ha beneficiado a los obstáculos de ganancias dentro de la planificación en la Startup peruana Joinnus S.A.C. al año 2020?
6	¿Cómo el BI ha beneficiado en la planificación para obtener mayor rentabilidad de la Startup peruana Joinnus S.A.C. al año 2020?
7	¿Cómo el BI ha beneficiado en el acceso al crédito ante una posible deuda dentro de la planificación en la Startup peruana Joinnus S.A.C. al año 2020?

INNOVACIÓN:	
8	Cómo el BI ha beneficiado en el modelo de negocio de la Startup peruana Joinnus S.A.C. al año 2020?
9	¿Cómo el BI ha beneficiado en la innovación de la plataforma online en la Startup peruana Joinnus S.A.C. al año 2020?
10	¿Cómo el BI ha beneficiado en el estudio de mercado de la Startup peruana Joinnus S.A.C. al año 2020?
11	¿Cómo el BI ha beneficiado en la inversión privada que reciben los usuarios por parte de la Startup peruana Joinnus S.A.C. al año 2020?
12	¿Cómo el BI ha beneficiado en la mayor innovación de la Startup peruana Joinnus S.A.C. al año 2020?
13	¿Cómo el BI ha beneficiado en la detección de las nuevas necesidades de servicio de la Startup peruana Joinnus S.A.C. al año 2020?
COMPETITIVIDAD:	
14	¿Cómo el BI ha beneficiado en el mercado nacional e internacional de la Startup peruana Joinnus S.A.C. al año 2020?
15	¿Cómo el BI ha beneficiado en la capacitación de la Startup peruana Joinnus S.A.C. al año 2020?
16	¿Cómo el BI ha beneficiado en las ventajas competitivas de la Startup peruana Joinnus S.A.C. al año 2020?
17	¿Cómo el BI ha beneficiado en la optimización de procesos de la Startup peruana Joinnus S.A.C. al año 2020?
INTERNACIONALIZACIÓN:	
18	¿Cómo el BI ha beneficiado en los proveedores de la Startup peruana Joinnus S.A.C. al año 2020?
19	¿Cómo el BI ha beneficiado a los clientes de la Startup peruana Joinnus S.A.C. al año 2020?
20	¿Cómo el BI ha beneficiado en la búsqueda de mercados de la Startup peruana Joinnus S.A.C. al año 2020?

21	¿Cómo el BI ha beneficiado en la inversión directa en el extranjero de la Startup peruana Joinnus S.A.C. al año 2020?
22	¿Cómo el BI ha beneficiado en el riesgo país, político y económico que se genera dentro de la Startup peruana Joinnus S.A.C. al año 2020?
23	¿Cómo el BI ha beneficiado en los negocios en el exterior de la Startup peruana Joinnus S.A.C. al año 2020?
24	¿Cómo el BI ha beneficiado en la globalización de la Startup peruana Joinnus S.A.C. al año 2020?
25	¿Cómo el BI ha beneficiado en la operatividad en el exterior de la Startup peruana Joinnus S.A.C. al año 2020?

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Jimmy Omar Herrera Gutiérrez, con Documentos Nacionales de Identidad N°40321572, de profesion Administrador de negocios internacionales, grado academico Magíster en Administración Estratégica de Empresas, labor que ejerzo actualmente como Docente a tiempo completo, en la Universidad Privada del Norte

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validacion los Instrumentos de Guia de entrevista semiestructurada, cuyo proposito es describir los beneficios que generó el Business Intelligence en la Startup peruana Joinnus S.A.C. al año 2020. Luego de hacer las observaciones pertinentes a los items, concluyo en las siguientes apreciaciones:

Criterios evaluados	Valoración positiva			Valoración negativa	
	MA (6)	BA (3)	A (1)	PA	NA
Calidad de redacción de los ítems.	6				
Amplitud del contenido a evaluar.	6				
Congruencia con los indicadores.	6				
Coherencia con las dimensiones	6				
Nivel de aporte parcial:				No aporta	
Puntaje total:(máximo 24 puntos)	24				

Apreciación total: (24) puntos

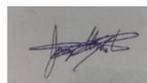
No aporta: ()

Lima, a los _15_ días del mes de _Abril_ del 2022_

Apellidos y nombres: Herrera Gutiérrez Jimmy Omar

DNI: 40321572

Firma:



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, José Wilfredo Sánchez Porras, con Documentos Nacionales de Identidad N° 43420255, de profesión Economista, grado académico Mg. Gestión de Organizaciones, labor que ejerzo actualmente como Docente a Tiempo Completo, en la Universidad Privada del Norte.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los Instrumentos de Guía de entrevista semiestructurada, es describir los beneficios que generó el Business Intelligence en la Startup peruana Joinnus S.A.C. al año 2020. Luego de hacer las observaciones pertinentes a los ítems, concluyo en las siguientes apreciaciones:

Criterios evaluados	Valoración positiva			Valoración negativa	
	MA (6)	BA (3)	A (1)	PA	NA
Calidad de redacción de los ítems.		X			
Amplitud del contenido a evaluar.		X			
Congruencia con los indicadores.	X				
Coherencia con las dimensiones	X				
Nivel de aporte parcial:				No aporta	
Puntaje total:(máximo 24 puntos)					

Apreciación total: (18) puntos

No aporta: ()

Lima, a los 22 días del mes de mayo del 2022

Apellidos y nombres: Sánchez Porras José Wilfredo

DNI: 43420255

Firma:



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Gustavo Isaac Barrantes Morales, con Documentos Nacionales de Identidad N° 40957810, de profesión Administrador de Negocios Internacionales, grado académico Maestro en Operaciones y Logística, labor que ejerzo actualmente como Docente a Tiempo Completo, en la Universidad Privada del Norte.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los Instrumentos de Guía de entrevista semiestructurada, es describir los beneficios que generó el Business Intelligence en la Startup peruana Joinnus S.A.C. al año 2020. Luego de hacer las observaciones pertinentes a los items, concluyo en las siguientes apreciaciones:

Criterios evaluados	Valoración positiva			Valoración negativa	
	MA (6)	BA (3)	A (1)	PA	NA
Calidad de redacción de los ítems.		X			
Amplitud del contenido a evaluar.		X			
Congruencia con los indicadores.	X				
Coherencia con las dimensiones	X				
Nivel de aporte parcial:				No aporta	
Puntaje total:(máximo 24 puntos)					

Apreciación total: (18) puntos

No aporta: ()

Lima, a los 12 días del mes de mayo del 2022

Apellidos y nombres: Barrantes Morales Gustavo Isaac

DNI: 40957810

Firma:



CARTA DE AUTORIZACIÓN DE USO DE INFORMACIÓN DE LA EMPRESA JOINNUS S.A.C.

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE USO DE INFORMACIÓN DE EMPRESA



Yo Domingo Seminario, Identificado con DNI N°41791153, en mi calidad de Co fundador y Director del área de Operaciones de la empresa Joinnus S.A.C. con R.U.C N° 20555387785, ubicada en la ciudad de Lima- Perú.

OTORGO LA AUTORIZACIÓN,

A la señorita, **Ingrid Denisse Rodríguez Bedoya**, identificado con DNI N°48017104, egresado de la carrera de **Administración y Negocios Internacionales** identificado con DNI N°48017104, egresado de la (x) Carrera profesional o () Programa de Postgrado de **Administración y Negocios Internacionales** para que utilice la información del área de Operaciones de la empresa Joinnus S.A.C.; con la finalidad de que pueda desarrollar su () Trabajo de Investigación, () Tesis o () Trabajo de suficiencia profesional para optar al grado de () Bachiller, () Maestro, () Doctor o (x) Título Profesional.

Recuerda que para el trámite deberás adjuntar también, el siguiente requisito según tipo de empresa:

- Vigencia de Poder. *(para el caso de empresas privadas).*
- ROF / MOF / Resolución de designación, u otro documento que evidencie que el firmante está facultado para autorizar el uso de la información de la organización. *(para el caso de empresas públicas)*
- Copia del DNI del Representante Legal o Representante del área para validar su firma en el formato.

Indicar si el Representante que autoriza la información de la empresa, solicita mantener el nombre o cualquier distintivo de la empresa en reserva, marcando con una “X” la opción seleccionada.

- () Mantener en Reserva el nombre o cualquier distintivo de la empresa; o
(x) Mencionar el nombre de la empresa.



Firma y sello del Representante Legal o Representante
del área
DNI: 41791153

El Egresado/Bachiller declara que los datos emitidos en esta carta y en el Trabajo de Investigación, en la Tesis son auténticos. En caso de comprobarse la falsedad de datos, el Egresado será sometido al inicio del procedimiento disciplinario correspondiente; asimismo, asumirá toda la responsabilidad ante posibles acciones legales que la empresa, otorgante de información, pueda ejecutar.



Firma del Egresado
DNI: 48017104

CÓDIGO DE DOCUMENTO	COR-F-REC-VAC-05_04	NÚMERO VERSIÓN	07	PÁGINA	Página 1 de 1
FECHA DE VIGENCIA	24/12/2022				