

**UNIVERSIDAD NACIONAL**  
**JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN**



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**TESIS**

**INTELIGENCIA DE NEGOCIOS Y EL EMPRENDIMIENTO DE LOS  
ESTUDIANTES DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS  
INTERNACIONALES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO  
SÁNCHEZ CARRIÓN – HUACHO 2022**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN  
NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**PRESENTADO POR:**

**RONIE ANGEL COLLANTES COLLANTES**

**ASESOR:**

**Dr. ABRAHAN CESAR NERI AYALA**



**Dr. Abraham Cesar Neri Ayala**  
**DNU: 441**

**HUACHO – 2022**

## **DEDICATORIA**

Esta investigación está dedicada con mucho amor y aprecio a mi madre por su apoyo incondicional en mi etapa universitaria

*Ronie Angel Collantes Collantes*

## **AGRADECIMIENTO**

A mi universidad y mi facultad por los conocimientos brindados para poder realizar esta gran investigación. A mi Madre por su apoyo que siempre me ha brindado en la vida, A mi escuela Negocios Internacionales por haberme permitido realizar esta investigación y así poder concluir con el desarrollo de mi tesis.

*Ronie Angel Collantes Collantes*

# ÍNDICE

<b>DEDICATORIA</b>	<b>i</b>
<b>AGRADECIMIENTO</b>	<b>ii</b>
<b>RESUMEN</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT</b>	<b>viii</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>ix</b>
<b>CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b>	<b>10</b>
<b>1.1 Descripción de la realidad problemática</b>	<b>10</b>
<b>1.2 Formulación del problema</b>	<b>12</b>
<b>1.2.1 Problema general</b>	<b>12</b>
<b>1.2.2 Problemas específicos</b>	<b>12</b>
<b>1.3 Objetivos de la investigación</b>	<b>13</b>
<b>1.3.1 Objetivo general</b>	<b>13</b>
<b>1.3.2 Objetivos específicos</b>	<b>13</b>
<b>1.4 Justificación de la investigación</b>	<b>14</b>
<b>1.5 Delimitación de la investigación</b>	<b>15</b>
<b>1.6 Viabilidad del estudio</b>	<b>15</b>
<b>CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO</b>	<b>16</b>
<b>2.1 Antecedentes de la investigación</b>	<b>16</b>
<b>2.1.1 Investigaciones internacionales</b>	<b>16</b>
<b>2.1.2 Investigaciones nacionales</b>	<b>19</b>
<b>2.2 Bases teóricas</b>	<b>23</b>
<b>2.3 Bases filosóficas</b>	<b>44</b>
<b>2.4 Definición de términos básicos</b>	<b>46</b>
<b>2.5 Hipótesis de la investigación</b>	<b>48</b>
	<b>iii</b>

2.5.1	Hipótesis general	48
2.5.2	Hipótesis específicas	48
2.6	Operacionalización de las variables	50
<b>CAPÍTULO III. METODOLOGÍA</b>		<b>51</b>
3.1	Diseño metodológico	51
3.2	Población y muestra	52
3.2.1	Población	52
3.2.2	Muestra	53
3.3	Técnicas de recolección de datos	53
3.4	Técnicas para el procedimiento de la información	54
<b>CAPÍTULO IV. RESULTADOS</b>		<b>55</b>
4.1	Análisis de resultados	55
4.2.	Contrastación de hipótesis	68
<b>CAPÍTULO V. DISCUSIÓN</b>		<b>76</b>
5.1	Discusión de resultados	76
<b>CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b>		<b>79</b>
6.1	Conclusiones	79
6.2	Recomendaciones	81
<b>REFERENCIAS</b>		<b>82</b>
7.1	Fuentes documentales	82
7.2	Fuentes bibliográficos	84
7.3	Fuentes hemerográficas	86
7.4	Fuentes electrónicas	87
<b>ANEXOS</b>		<b>88</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1.</b> Operacionalización de variables y dimensiones	50
<b>Tabla 2.</b> Inteligencia de negocios	55
<b>Tabla 3.</b> Manejo de información	56
<b>Tabla 4.</b> Innovación	57
<b>Tabla 5.</b> Toma de decisiones	58
<b>Tabla 6.</b> Emprendimiento	59
<b>Tabla 7.</b> Individuo	60
<b>Tabla 8.</b> Entorno	61
<b>Tabla 9.</b> Proceso	62
<b>Tabla 10.</b> Tabla cruzada de Inteligencia de negocios y Emprendimiento	63
<b>Tabla 11.</b> Tabla cruzada de Manejo de información y Emprendimiento	64
<b>Tabla 12.</b> Tabla cruzada de Innovación y Emprendimiento	65
<b>Tabla 13.</b> Tabla cruzada de Toma de decisiones y Emprendimiento	66
<b>Tabla 14.</b> Resultados de la Prueba de Normalidad de variables y sus dimensiones	67
<b>Tabla 15.</b> Correlación entre Inteligencia de negocios y Emprendimiento	68
<b>Tabla 16.</b> Correlación entre Manejo de información y Emprendimiento	70
<b>Tabla 17.</b> Correlación entre Innovación y Emprendimiento	72
<b>Tabla 18.</b> Correlación entre Toma de decisiones y Emprendimiento	74

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Inteligencia de negocios	55
Figura 2. Manejo de información	56
Figura 3. Innovación	57
Figura 4. Toma de decisiones	58
Figura 5. Emprendimiento	59
Figura 6. Individuo	60
Figura 7. Entorno	61
Figura 8. Proceso	62
Figura 9. Inteligencia de negocios y Emprendimiento	63
Figura 10. Manejo de información y Emprendimiento	64
Figura 11. Innovación y Emprendimiento	65
Figura 12. Toma de decisiones y Emprendimiento	66
Figura 13. Correlación entre Inteligencia de negocios y Emprendimiento	69
Figura 14. Correlación entre Manejo de información y Emprendimiento	71
Figura 15. Correlación entre Innovación y Emprendimiento	73
Figura 16. Correlación entre Toma de decisiones y Emprendimiento	75

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo establecer cómo se relaciona la inteligencia de negocios con el emprendimiento de los estudiantes de la escuela profesional de Negocios Internacionales de la UNJFSC – Huacho 2022.

Fue necesario contar con el apoyo de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, para el alcance efectivo de los objetivos que se plantearon.

Para esta investigación la muestra fue de 167 estudiantes del I al X ciclo de la escuela profesional de Negocios internacionales de la UNJFSC, utilizando como instrumento de recolección de datos, una encuesta de escala Likert, con 12 ítems para la variable Inteligencia de negocios y con 9 ítems para la variable Emprendimiento. Este estudio es de enfoque cuantitativo, nivel correlacional y diseño no experimental de corte transversal.

Al aplicar el estadístico Rho de Spearman se obtiene la significancia asintótica ( $p=0,000$ ) menor que el 5% (0,05). Entonces existe evidencia estadística que permite rechazar la hipótesis nula y se aceptar la hipótesis alterna (general): la inteligencia de negocios se relaciona significativamente con el emprendimiento de los estudiantes de la escuela profesional de Negocios Internacionales de la UNJFSC - Huacho 2022. Además, la correlación Rho de Spearman es positiva y moderada de 0.622. Es decir, los estudiantes de la UNJFSC tienen en cuenta con regularidad, el manejo de información, el espíritu de innovación, y el desarrollo de toma de decisiones; de manera que, son pocas las veces que reconocen la importancia del individuo, el entorno, y el proceso, como componentes del desarrollo de todo emprendimiento.

Palabras clave: Inteligencia de negocios, emprendimiento, manejo de información, innovación, toma de decisiones.

## **ABSTRACT**

The present research work aims to establish how business intelligence is related to entrepreneurship of students of the professional school of International Business of the UNJFSC - Huacho 2022.

It was necessary to have the support of the Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, for the effective achievement of the objectives that were set.

For this research, the sample consisted of 167 students from I to X cycle of the professional school of International Business of the UNJFSC, using as a data collection instrument, a Likert scale survey, with 12 items for the variable Business Intelligence and 9 items for the variable Entrepreneurship. This study has a quantitative approach, correlational level and non-experimental cross-sectional design.

When applying Spearman's Rho statistic, the asymptotic significance ( $p=0.000$ ) is less than 5% (0.05). Therefore, there is statistical evidence that allows rejecting the null hypothesis and accepting the alternative hypothesis (general): business intelligence is significantly related to entrepreneurship of students of the professional school of International Business of the UNJFSC - Huacho 2022. In addition, the Spearman's Rho correlation is positive and moderate at 0.622. In other words, UNJFSC students regularly take into account the management of information, the spirit of innovation, and the development of decision making; thus, they rarely recognize the importance of the individual, the environment, and the process as components of the development of all entrepreneurship

**Keywords:** Business intelligence, entrepreneurship, information management, innovation, decision making

## INTRODUCCIÓN

La presente tesis intitulada “Inteligencia de negocios y el emprendimiento de los estudiantes de la escuela profesional de Negocios Internacionales de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión – Huacho 2022”, tiene como objetivo establecer cómo se relaciona la inteligencia de negocios con el emprendimiento de los estudiantes de la mencionada institución de educación superior.

Se fundamenta la variable Inteligencia de negocios y sus dimensiones: manejo de información, innovación, y toma de decisiones. Asimismo, se explica la segunda variable Emprendimiento, y sus dimensiones: individuo, entorno, y proceso.

Además, las recomendaciones que se señalaron, ayudarán a la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión a mejorar la inteligencia de negocios y el emprendimiento de sus educandos, teniendo en cuenta los resultados obtenidos en esta investigación.

Este estudio está organizado en seis capítulos y de la siguiente manera:

Capítulo I: Planteamiento del problema, el cual abarca el planteamiento de la realidad problemática, formulación del problema y objetivos de la investigación.

Capítulo II: Marco Teórico, donde se establece los antecedentes de la investigación, definición de conceptos, bases teóricas, hipótesis general y específico.

Capítulo III: Metodología, el cual comprende el diseño, enfoque y tipo de investigación, población y muestra, técnica de recolección de datos y procesamiento de la información.

Capítulo IV: Contiene los resultados de la encuesta en tablas, figuras e interpretaciones.

Capítulo V: Contiene la discusión de la presente investigación.

Capítulo VI: Conclusión y recomendaciones.

Finalmente, se presenta las referencias bibliográficas, documentales, hemerográficas y electrónicas; así como los respectivos anexos de la investigación.

# CAPÍTULO I

## PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

### 1.1 Descripción de la realidad problemática

Hoy en día, tras la llegada de una pandemia global, se está viviendo una gran acogida del mundo virtual y tecnológico en los diferentes aspectos de la vida cotidiana, con miras a seguir optándose por la digitalización y las diferentes facilidades que éstos ofrecen. De esta manera, las organizaciones han acogido este nuevo reto de transformar sus procedimientos operativos y basarse en estos recursos, haciendo frente a sus necesidades y las de sus clientes y/o usuarios.

De acuerdo al estudio desarrollado por la consultoría KPMG, la llegada del Covid-19 originaría que, más del 80% de las grandes compañías a nivel internacional optaran por acelerar sus procesos de transformación digital, centrando sus enfoques en la adquisición de conocimientos sobre plataformas de inteligencia de negocios, las cuales permiten responder de manera oportuna a los repentinos cambios que logren surgir; así lo sugiere Cristhian Quintero, CEO de Eholding, quien agrega que la inteligencia de negocios es aquella herramienta tecnológica que permite a la organización, el obtener datos de manera rápida y segura, a través de diversos sistemas de información empresarial, otorgándoles beneficios sobre la toma de decisiones, la integración de información, la gestión y consulta ágil de datos, la seguridad de información, y otros aspectos propios del nivel estratégico, táctico y operativo de una empresa (Portafolio, 2021).

Asimismo, al igual que grandes compañías estadounidenses y europeas, empresas latinoamericanas están desarrollando nuevas tecnologías, como el uso del big data, invirtiendo grandes cantidades de recursos con miras a destacar en el mercado competitivo regional y global. Esto se puede ver reflejado en estadísticas actuales, como en el informe realizado por Tata Consultancy Services, donde se enfatiza que el 51% de éstas empresas durante los últimos años, han venido involucrándose más, con aquellos proyectos relacionados a la inteligencia de negocios; y sumándose a ello, está el resultado del sondeo de Glue Executive Search, que muestra un gran crecimiento de las empresas de América Latina, donde el 81% de éstas, se encuentran enfocadas en seguir continuando su desarrollo en el proceso de la evolución digital (InStoreView, 2021).

Por otro lado, a comparación de las grandes empresas multinacionales y su gran avance en el mundo tecnológico, el Perú es un país que se ha caracterizado durante la última década por presentar un gran número de pequeñas y medianas empresas, que han surgido en su mayoría, como emprendimientos familiares, tal y como lo confirma el índice de Actividad Emprendedora Temprana (TEA), a cargo del Global Entrepreneurship Monitor (GEM), y el ESAN, donde posiciona a nuestro país en el tercer lugar, entre los países con mayores cantidades de emprendimientos en fase temprana, con un total de 24.6% de tasa, y siendo muchos de éstos, emprendimientos de jóvenes que oscilan entre los 18 y 36 años, y que muchas veces afrontan, una serie de factores que dificultan sus ideas de negocio, como la desigualdad de oportunidades, la brecha de género, la falta de financiamiento, la ausencia del apoyo moral, entre otros problemas comunes de la sociedad peruana (Plan Internacional, 2021). En esa misma línea, se puede acotar

lo señalado por José Deustua, director de UTEC Ventures, quién declaró que entre los principales problemas que padecen los emprendimientos peruanos están, la falta de un buen capital humano, la falta de financiamiento que se ameritan en los procesos, y la expansión regional o necesidades del entorno (Gestión, 2018).

Dada las circunstancias actuales, muchas veces los emprendimientos se ven obligados a vararse o truncarse en el alto mercado competitivo, que exige resiliencia y alto sacrificio, así como el contar con mecanismos de adaptabilidad, tal y como lo es, la inteligencia de negocios. Es así que, entre los emprendimientos de la provincia de Huaura no se logran evidenciar un buen manejo de información, se observa poca innovación, y su toma de decisiones no llegan a ser las más adecuadas, que aseguren su desarrollo y adaptabilidad en el mercado local. Bajo esta perspectiva, se pretende establecer y definir en la presente investigación, la relación entre la inteligencia de negocios y el emprendimiento de los estudiantes de la escuela profesional de Negocios internacionales de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, de la ciudad de Huacho, durante el año 2022.

## **1.2 Formulación del problema**

### **1.2.1 Problema general**

¿Cómo se relaciona la inteligencia de negocios con el emprendimiento de los estudiantes de la escuela profesional de Negocios Internacionales de la UNJFSC - Huacho 2022?

### **1.2.2 Problemas específicos**

- ¿Cómo se relaciona el manejo de información de la inteligencia de negocios con el emprendimiento de los estudiantes de la escuela

profesional de Negocios internacionales de la UNJFSC - Huacho 2022?

- ¿Cómo se relaciona la innovación de la inteligencia de negocios con el emprendimiento de los estudiantes de la escuela profesional de Negocios internacionales de la UNJFSC - Huacho 2022?
- ¿Cómo se relaciona la toma de decisiones de la inteligencia de negocios con el emprendimiento de los estudiantes de la escuela profesional de Negocios internacionales de la UNJFSC - Huacho 2022?

### **1.3 Objetivos de la investigación**

#### **1.3.1 Objetivo general**

Establecer cómo se relaciona la inteligencia de negocios con el emprendimiento de los estudiantes de la escuela profesional de Negocios internacionales de la UNJFSC - Huacho 2022.

#### **1.3.2 Objetivos específicos**

- Establecer cómo se relaciona el manejo de información de la inteligencia de negocios con el emprendimiento de los estudiantes de la escuela profesional de Negocios internacionales de la UNJFSC - Huacho 2022.
- Establecer cómo se relaciona la innovación de la inteligencia de negocios con el emprendimiento de los estudiantes de la escuela profesional de Negocios internacionales de la UNJFSC - Huacho 2022.

- Establecer cómo se relaciona la toma de decisiones de la inteligencia de negocios con el emprendimiento de los estudiantes de la escuela profesional de Negocios internacionales de la UNJFSC - Huacho 2022.

## **1.4 Justificación de la investigación**

### **1.4.1 Justificación teórica**

Esta investigación ha hecho posible que se profundice información sobre la inteligencia de negocios y el emprendimiento. Por ello, se cuenta con aportes teóricos e informativos de diversos autores, quienes fueron citados correspondientemente, formando así, el marco teórico del presente estudio.

### **1.4.2 Justificación práctica**

Esta investigación demanda que se tomen nuevas decisiones en beneficio de la inteligencia de negocios y del emprendimiento de estudiantes; esto gracias a los datos que se recopilaron, y que sirvieron para formular propuestas y soluciones de mejora en la institución estudiada.

### **1.4.3 Justificación metodológica**

Esta investigación se realizó en base un proceso metodológico, resultando consigo, un estudio final, que sirve como modelo o antecedente para próximos estudios, relacionados con la inteligencia de negocios y el emprendimiento. Para ello, se contó con un instrumento de investigación, el cual fue aplicado mediante una determinada técnica de recolección de datos, en la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión de la ciudad de Huacho, provincia de Huaura.

## **1.5 Delimitación de la investigación**

### **1.5.1 Delimitación del universo**

Esta investigación tuvo como población de estudio a estudiantes de la escuela profesional de Negocios internacionales de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión - Huacho.

### **1.5.2 Delimitación del espacio**

Esta investigación tuvo como lugar de desarrollo, la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, ubicada en la ciudad de Huacho, perteneciente a la provincia de Huaura, región Lima Provincias, Perú.

### **1.5.3 Delimitación del tiempo**

Esta investigación tuvo como fecha de realización, durante el año 2022.

## **1.6 Viabilidad del estudio**

Esta investigación empleó herramientas metodológicas, las cuales permitieron que se reúnan datos confiables y verídicos, de manera que se permitió la viabilidad de la presente tesis. Además, el autor contó con la autorización de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión de la ciudad de Huacho, y asumió todos los gastos que involucraron la realización de este estudio.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1 Antecedentes de la investigación**

##### **2.1.1 Investigaciones internacionales**

Meraz (2020) presentó su tesis denominada “Inteligencia de negocios como factor determinante de la competitividad empresarial”, sustentada en la Universidad Autónoma de Baja California, para la obtención del grado de Doctor en Ciencias Administrativas, teniendo como objetivo el determinar si la inteligencia de negocios (IN) es un factor relevante para elevar la competitividad empresarial de la MIPYME del sector servicios de autotransporte de carga de Mexicali, B. C. El autor se basó en un trabajo metodológico no experimental, de diseño transversal y transaccional correlacional, aplicando una técnica de recopilación a una muestra de estudio conformada por 101 empresas del sector autotransporte de carga. Finalmente, concluyó que, la MIPYME que adopta inteligencia de negocios mantiene una mejor oportunidad de lograr una ventaja competitiva sobre sus rivales. La IN es una realidad para las empresas, la cual debe considerarse como parte integral y fundamental de la misma. Por otra parte, existió evidencia empírica relevante sobre la influencia que tiene la inteligencia de negocios en la rentabilidad de la MIPYME.

De la Hoz (2019) en su tesis denominada “Emprendimiento y desarrollo humano: un análisis internacional desde el enfoque de capacidades humanas”, presentada en la Universidad de Granada, para la obtención del grado de Doctor en Ciencias económicas y empresariales, tuvo como objetivo analizar la relación bidireccional entre el emprendimiento y desarrollo humano tomando como referencia al enfoque de capacidades humanas (ECH). Su estudio es de tipo no experimental, descriptivo correlacional, donde empleó tres técnicas estadísticas, el Análisis de componentes principales (ACP), Mínimos cuadrados ordinarios agrupados (MCO), y datos de panel, aplicada a una muestra de 78 modelos con información de distintos países. Concluyendo consigo que, se comprueba la relación del emprendimiento con el desarrollo humano, desde el punto de vista teórico a través de la creación de una cuenta de capacidad del espíritu empresarial. De igual forma, se realizó un análisis empírico que permitió corroborar en análisis teórico propuesto.

Santana & Sánchez (2018) presentaron su trabajo de investigación “El emprendimiento y su influencia en el desarrollo socioeconómico del Cantón Paján”, aprobada por la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, para la obtención del título de Ingeniero comercial, donde su objetivo fue, determinar cómo el emprendimiento influye en el desarrollo socioeconómico del Cantón Paján. La metodología de este trabajo se basó en un tipo aplicado, deductivo de enfoque mixto con alcance descriptivo y correlacional, analizando el desarrollo socioeconómico con encuestas empleadas como instrumentos a las familias económicamente activas del

Cantón. Llegaron a la conclusión que, la actividad emprendedora en el Cantón ha sido poco desarrollada debido a las actividades centralizadas de administraciones anteriores y que las personas económicamente activas del Cantón sí desean capacitarse, pero no cuentan con los recursos financieros. Por esta razón, se presentó una propuesta de mejora a la actividad emprendedora en el Cantón Paján.

Morán & Macías (2016) en su trabajo de investigación “Incidencia del género en el emprendimiento de microempresas en Petrillo del Cantón Nobol, 2016”, sustentada en la Universidad de Guayaquil, para la obtención del título de Ingeniería en gestión empresarial. Tuvo como objetivo, analizar la incidencia del género en el emprendimiento de microempresas en la comuna Petrillo, Provincia del Guayas. La metodología de este trabajo se basó en un diseño no experimental transversal y de alcance exploratorio y descriptivo correlacional, con un instrumento de encuesta, y una muestra de 13 negocios establecidos sacados de un sondeo de un total de 64 microempresas. Llegaron a la conclusión que, existe escaso conocimiento en los emprendedores en materia administrativa-financiera y se propone un proyecto que consiste en capacitaciones sobre estos temas indispensables para el crecimiento de sus negocios en el sector.

Obregón (2014) en su tesis denominada “Utilización de sistemas de inteligencia de negocios en las pequeñas y medianas empresas de Guatemala”, presentada en la Universidad de San Carlos de Guatemala, para la obtención del título de Ingeniero en ciencias y sistemas, tuvo como objetivo el establecer el nivel de conocimiento y de utilización de sistemas de inteligencia de negocios en las pequeñas y medianas empresas de Guatemala. Su estudio es de diseño no experimental transversal, con enfoque descriptivo correlacional, donde empleó una encuesta como instrumento, aplicada a una muestra conformada por pequeñas y medianas empresas de Guatemala que se dedican al comercio y prestación de servicios básicos, y a actividades de producción. Concluyendo consigo que, la mayor parte de las empresas no utiliza herramientas de software para llevar a cabo su gestión y menos aún para realizar análisis, de manera que se limita o dificulta su crecimiento.

### **2.1.2 Investigaciones nacionales**

Orellana (2021) presentó su tesis denominada “Educación universitaria y el emprendimiento empresarial en los estudiantes de Administración”, sustentada en la Universidad Nacional Agraria de la Selva, para la obtención del título de Licenciado en Administración, teniendo como objetivo determinar el grado de relación entre la educación universitaria y el emprendimiento empresarial en los estudiantes de la escuela profesional de Administración – UNAS Tingo María. El autor se basó en un estudio de tipo aplicada nivel relacional, con diseño descriptivo correlacional, no experimental – transversal. Con una muestra de 108

estudiantes de tercero, cuarto, quinto año de la escuela profesional de administración – UNAS Tingo María. Finalmente, concluyó que, existe relación significativa positiva baja entre la educación universitaria y el emprendimiento empresarial en los estudiantes de la escuela profesional de administración – UNAS Tingo María con una correlación de Rho de Spearman de 0.344 y un nivel de significancia igual a  $0.01 < 5\%$ .

Bisso (2020) en su tesis: “Marketing digital y emprendimiento de las PYMES exportadoras de la provincia de Huaura 2019”, presentada en la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, para la obtención del título de Licenciado en Negocios internacional, tuvo como objetivo demostrar la relación entre el marketing digital y el emprendimiento de las Pymes exportadoras de la provincia de Huaura. Su estudio es de tipo aplicada nivel correlacional de diseño no experimental y de enfoque mixto, donde empleó una encuesta como instrumento, aplicada a una muestra de 42 gerentes y/o asistentes administrativos de las Pymes exportadoras. Concluyendo que, el marketing digital se relaciona significativamente con el emprendimiento de las pymes exportadoras de la Provincia de Huaura, 2019. Con un nivel de 0,01 el sig. bilateral es igual a 0,000 y un coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0,669.

Arrieta (2020) presentó su trabajo de investigación “La inteligencia de negocios y los niveles de venta frente a una crisis”, aprobada por la Universidad César Vallejo, para la obtención del título de Licenciado en Negocios internacional, donde su objetivo fue, determinar la relación entre

la Inteligencia de Negocios y los Niveles de Venta frente a una crisis en el startup ivisa.com, San Isidro, 2020. La metodología de este trabajo se basó en un enfoque cuantitativo de tipo no experimental y de diseño transversal correlacional, con una encuesta como instrumento, y una muestra de 15 trabajadores del área administrativa de la empresa Ivisa. Llegando a la conclusión que, existe relación entre la inteligencia de negocios y el nivel de ventas, con un valor de 0,784 lo cual es una correlación fuerte, por otro lado, el nivel de significancia fue de 0,001 menos del 5% y así se aceptó la hipótesis alterna. Lo mismo sucede con el manejo de información, innovación y toma de decisiones con relación al nivel de ventas.

Salvador (2018) en su trabajo de investigación “Nivel educativo y el emprendimiento empresarial en Centro de abastos”, sustentada en la Universidad Privada del Norte, para la obtención del título de Licenciada en Administración. Tuvo como objetivo, describir y explicar la relación entre el Nivel Educativo y el Emprendimiento Empresarial en el Centro de Abastos de Lima Norte, 2017. La metodología se basó en un tipo básico con diseño no experimental transversal y de nivel correlacional, con un cuestionario utilizado como instrumento, y una muestra de estudio de 152 comerciantes del mercado. Llegó a la conclusión que, existe relación entre el Emprendimiento Empresarial y Nivel Educativo con Rho de Spearman = 0,372 y  $\alpha = 0,001 < 0,05$ , siendo ésta una correlación positiva débil, ya que no necesariamente una persona que cuente con una alta capacidad y características de un emprendedor tiene que tener un alto nivel educativo.

Se puede apreciar que una persona que tiene un nivel educativo medio también puede desarrollar un Emprendimiento Empresarial.

Valencia (2018) en su tesis denominada “El emprendimiento empresarial en el sector artesanal y su impacto en el desarrollo sostenible”, presentada en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, para la obtención del grado de Doctora en Ciencias Administrativas, tuvo como objetivo determinar en qué medida el individuo que emprende en el sector artesanal impacta en el desarrollo sostenible de la provincia. Su estudio es de diseño no experimental transversal, cuantitativo y de nivel descriptivo correlacional, donde empleó el cuestionario como instrumento, aplicada a una muestra de estudio conformada por 377 artesanos de la provincia. Concluyendo consigo que, el emprendimiento empresarial en el sector artesanal impacta moderadamente en el desarrollo sostenible de la provincia Santa Elena - Ecuador. En la medida que los emprendedores artesanales identificaron las ideas para avanzar en la producción de bienes, así también los esfuerzos y capacidades permitieron sostener los emprendimientos productivos, programas de apoyo, darán consistencia a la propuesta de emprendimiento alcanzando la sostenibilidad.

## **2.2 Bases teóricas**

### **2.2.1 Inteligencia de negocios**

#### **2.2.1.1 Definiciones**

Obregón (2014) señala que la inteligencia de negocios es aquel conjunto de herramientas y estrategias, que se enfocan en aprovechar la información existente de una determinada empresa y todo lo concerniente a ésta, con el único fin de analizarlos y realizar planeaciones que facilitarán en la toma de decisiones.

Por su parte, el autor Cano (2007) descompone a detalle la definición de Gartner sobre la inteligencia de negocios, llegándolo a describir de la siguiente manera:

Se dice que es un proceso interactivo porque hace referencia a un análisis de datos dentro de un determinado periodo que es continuo, y no estático. Esto permite el examinar lo desconocido para posteriormente entender la situación real de la empresa, mediante un exhaustivo análisis que ayudará reunir nuevas informaciones. Luego de ello, se estructurará y almacenará la información en registros valorados, o lo que se conoce como Datawarehouse. La finalidad de estos proyectos debe estar aclarados en un área de análisis que permita y facilite la comunicación de lo descubierto para lograr consigo, el buen manejo de las decisiones orientadas al cambio organizacional. (...) Por ello, se puede precisar que la inteligencia de negocios es aquella sumatoria de procedimientos, herramientas, y tecnologías que ayudan en

la conversión de datos a información, y de éste último en conocimientos y planeaciones. (pp. 23-24)

Mientras tanto, Pérez (2015) acota que, la inteligencia de negocios surge a través de la adhesión entre la tecnología de la información y comunicación, y el gestionar del conocimiento; pudiéndose definirse como la agrupación de planes, instrumentos, y operaciones enfocadas a crear y administrar conocimientos, por medio de un análisis realizada a la organización y sus datos. La inteligencia de negocios está diseñada para formar parte de aquellas estrategias empresariales, puesto que busca optimizar el uso de los recursos, monitorea el alcance de metas y objetivos, potencializa las capacidades en la toma de decisiones, entre otros aspectos de la planeación estratégica, táctica, y operativa de la empresa.

### **2.2.1.2 Componentes**

#### **a) Fuentes de información**

En primera instancia, se encuentran las fuentes de información, donde se podrá acceder a los sistemas de operación o transaccional, las cuales constan de herramientas como el ERP, CRM, SCM, entre otros; los sistemas de información departamental, sean de previsión, presupuesto, u otros; y las fuentes de información externa. El acceso de la información a un almacén de datos, presenta varias complejidades que son contribuidas por determinados factores, como es el número de fuentes de información, la cual varía según la empresa y su capacidad de retener información. El acceso a más de una base

de datos implica contar capacidades y conocimientos sobre sintaxis de SQL; de lo contrario, se generarán distorsiones y diferencias entre alguna definición o codificación del entorno, dificultando el proceso del planeamiento (Cano, 2007).

#### **b) Proceso ETL**

El proceso de extracción, transformación, y carga (ETL), permite la recuperación de los datos de las fuentes de información, y la alimentación del almacenamiento de datos. La importancia de este proceso, radica en que conlleva más del 50% de consumo del plan de una idea de negocios, entre ellos los costos, recursos, estrategias, habilidades, y tecnologías. Este proceso se divide en subprocesos, entre ellas, extracción donde se recuperan datos de manera física de las diversas fuentes de información; limpieza, donde se comprueban la calidad de los datos, eliminando y corrigiendo cuando sea necesario, distintos fallos; transformación, donde se recuperan datos de buena calidad, estructurándolos y uniéndolos en el modelo de análisis correspondiente; integración, donde la complejidad radica en la validación de los datos, asegurando su firmeza con la definición y formato del almacén de información; y actualización, donde se permiten el ingresos de los datos útiles al almacenamiento. No obstante, dado a lo complejo que llega a resultar este proceso, existen las herramientas ETL, las cuales deberán de contar con un diseño gráfico, una gestión del Metadata, una extracción mediante conectores, más de una librería de

transformación, adaptadores de carga, servicios de transporte, y una administración y operación de ETL (Cano, 2007).

### **c) Datawarehouse**

El datawarehouse o almacén de datos surge por la necesidad del usuario que necesita informaciones consistentes, integradas, históricas y preparadas, para su análisis e influencia en la toma de decisiones. De tal modo que, éstos comprenden el conjunto de información creada, que ayudan en el soporte de los aplicativos de una toma de decisión. Con el tiempo, se le ha ido atribuyendo al almacenamiento de datos algunas características, entre ellas, su orientación a un campo, dado a su apoyo en la resoluciones de problemas definidos por encargados en la materia; su integración, permitiendo que se implementen consigo estandarizaciones de definiciones de los datos; su registro temporal, manteniendo sus informaciones históricos y guardándolos mediante unidades periódicas; y su carácter no volátil, que implica una actualización periódica u no continua. Todo datawarehouse debe de acatar ciertos objetivos, como brindar acceso a la información de la empresa o cierta área, el tener informaciones consistentes, separadas y combinadas a la vez, permitiendo consultas rápidas y oportunas, entre otras. Mientras que, para la construcción de un buen almacenamiento de datos se deberá de tomar en cuenta el tamaño o volumen de los datos que contendrá el almacén, la complejidad de los datos y sus esquemas, la cantidad de usuarios que concurrirán, las

consultas y sus complejidades, entre otros aspectos que serán encargados en la gestión del datawarehouse (Cano, 2007).

#### **d) Herramientas**

Existen varias herramientas tecnológicas que ayudan en el análisis de información dentro de un almacenamiento de datos, entre ellas está el OLAP, y dentro de esta herramienta se encuentran algunas técnicas, como el relational OLAP o ROLAP, el multidimensional OLAP o MOLAP, y el hybrid OLAP o HOLAP. Las principales herramientas de la inteligencia de negocios son los generadores de informes, las herramientas de usuario final de consultas e informes, las herramientas de Dashboard y Scorecard, las herramientas de planificación, modelización y consolidación, y las herramientas datamining. Todas estas herramientas y técnicas ayudan al usuario y/o cliente a revisar la información necesaria con todas las facilidades y ligerezas que amerita el proceso en un determinado tiempo real, aumentando las posibilidades de estrechar la relación entre demandante ofertante. Siendo estos usuarios, clasificados en productores de información, quienes emplean las herramientas desktop para generar modelos o informes; y consumidores de información, quienes son usuarios que solo acceden por consulta de manera habitual (Cano, 2007).

### **2.2.1.3 Beneficios**

#### **a. Reduce costos y libera recursos**

Es normal que las empresas inviertan grandes cantidades de tiempo y diversos recursos, sobre todo de índole económico, para la obtención de información, puesto que las fuentes de datos e informaciones se encuentran discontinuos. Es por ello que, la inteligencia de negocios se enfoca que generar u obtener datos, unificando un almacenamiento de datos o datawarehouse, seleccionado informaciones relevantes, las cuales estarán a disposición de ser empleadas por toda la empresa. De esta forma, la inteligencia de negocios implica una estrategia de reducción de costos, puesto que asegura la simplificación de procesos complejos, asegura mecanismos especializados en las definiciones de datos, concreta la entrega de datos útiles, y demuestra la unificación de lo estimado. Asimismo, entrega el beneficio de liberación de recursos, puesto que se llega a conocer herramientas necesarias por emplearse durante el proceso de traslado de los datos al datawarehouse, y así tener su disponibilidad inmediata a los usuarios (Obregón, 2014).

#### **b. Facilita la toma de decisiones**

La inteligencia de negocios está diseñada para facilitar la toma de decisiones, al contarse con informaciones y un conocimiento seguro. Las empresas de hoy en día están frente a un ambiente globalizado y digitalizado, la cual cada vez cambia y exige mayores esfuerzos, a fin de mantener satisfechos a sus

usuarios y/o clientes, por esto, es fundamental que se observen los problemas desde varios ángulos y optar por una estructura adaptable a cualquier circunstancia. La inteligencia de negocios permite capturar esos fenómenos externos, y convertirlos en una masa informativa que ayude y oriente a la empresa a procesar datos y enfocar sus resultados a éstos nuevos conocimientos. Las informaciones que se manejan en una empresa debe ser fielmente fiables, sencillas y agrupadas en un formato lo suficientemente visible para su comprensión. De esto se trata la inteligencia de negocios, de poder facilitar el análisis de datos de la empresa a fin de concretar óptimas decisiones, analizarlas y canalizarlas constantemente (Obregón, 2014).

### **c. Mejora la coordinación**

En sumatoria, la inteligencia de negocios permite que los procesos organizacionales se ejecuten con oportunidades de mejoras por medio de análisis de informaciones, dado a la presentación de circunstancias reales que fueron extraídas, almacenadas, y agrupadas según la necesidad presentada. Esta herramienta, además, funciona en un corto, mediano, y largo plazo, acelerando el tiempo de análisis, donde se muestran los datos recopilados, y la información captada dentro de una plataforma central. Con esto, permite mejorías en el control sobre los departamentos de la organización, ya que se logran clasificar los datos de acuerdo a las áreas funcionales y cómo se relacionan con cada una de ellas (Obregón, 2014).

#### **2.2.1.4 Dimensiones**

##### **A. Manejo de información**

Las organizaciones tienen la gran responsabilidad de tener una accesibilidad rápida y eficiente a las informaciones confiables y precisas que le permitan adoptar posiciones adecuadas en el momento de tomar decisiones y así poder solucionar los problemas presentados con suficientes recursos y tiempo de realización. Existen sistemas de gestión de la información que ayudan a operar de manera colectiva los datos estructurados según sea la necesidad de la organización. Estos sistemas, están compuestos por varios procesos relacionados entre sí, disponiendo normativas, recursos y procesos en la actividad de toma de decisiones. La empresa tiene que contar con la participación activa de todos sus recursos, la cual se basará en una organización estructurada y basada en un enfoque al cliente. La base de datos que maneja la organización debe estar lo suficientemente ordenada y codificada, para que las obtenciones de información ayuden en el momento de tomar decisiones. El manejo de información implica el conocer aspectos generales y específicos de la organización, haciendo referencia al grado obtenido de noción técnico y/o especializado en sectores que guardan relación con los puestos de trabajo. Asimismo, a las capacidades de estar a la vanguardia de los adelantos y de lo que surge en la actualidad de acuerdo a las actividades que realiza en su puesto de trabajo. Las personas

dentro de una organización mantienen una serie de objetivos compartidos, de los cuales, destacan aquellos que son propios de estos individuos, manteniendo una percepción sobre su satisfacción y autonomía de trabajo (López & Sabater, 2007).

## **B. Innovación**

Las organizaciones cuentan con la necesidad de innovar sus productos y servicios constantemente, con la finalidad de tener una estabilidad dentro del mundo de los negocios, dando paso a la exploración creativa en el transcurso de crear mejoras o valores agregados en los productos y así poder competir con efectividad dentro del mercado. Las innovaciones comprenden la mejoría de productos y servicios, en aspectos tecnológicos, operacionales o administrativos, y de carácter estratégico. Por estas razones, la empresa tiene la misión de emplear las mejores herramientas de trabajo que permitan resultados altamente competitivos y que demuestren la capacidad idónea del alto mando en las decisiones tomadas. No obstante, la empresa tiene que adaptar su punto de venta a las exigencias que demanda el mercado, lo que conlleva una serie de estrategias de promoción. El desarrollo de la innovación permite a la empresa mejorar su posición dentro del mercado, demostrando una capacidad de competencia y de adaptabilidad, dado que su ausencia solo conllevará a que se presenten los mismos productos y servicios con carencias de atributos nuevos (Blanco, 2016).

### **C. Toma de decisiones**

Para que una empresa opte o tome alguna decisión de cualquier índole organizacional, ésta deberá de contar con un necesario conocimiento, comprensión y análisis de la situación y todo lo referente a la problemática presentada, y así poder llegar a soluciones efectivas. Estas decisiones están bajo la responsabilidad de ser tomadas por el alto mando de una empresa, la cual está conformada por los directivos o gerentes que presentan experiencias, creencias, habilidades, capacidades, y conocimientos que deberán estar alineados con los objetivos de la empresa. De acuerdo a las decisiones por tomar, se presentan dos tipos de directivos, los que se basan en métodos, recabando informaciones para los respectivos análisis, y los que se basan en intuiciones, es decir, los que no ameritan de mucho tiempo para la elección de alternativa. En la actualidad las organizaciones consideran que la toma de decisiones no requiere de evaluaciones constantes, pero esto genera una consecuencia desfavorable para el desarrollo efectivo en las empresas. De manera similar, sucede con la revisión de los rendimientos de cada trabajador que son planeadas con regularidad fijada por la organización y tiene como fin determinar en las promociones, remociones e incluso en los despidos del personal. Por medio de estas revisiones continuas y sistematizadas, se busca contrastar el rendimiento del trabajador en el desarrollo de sus actividades cotidianas y la referencia señalada por la empresa sobre sus

funciones de trabajo. Asimismo, se conoce que las decisiones tomadas deben de comprender las labores ejecutadas por el personal, ayudando en el crecimiento y desarrollo de la empresa, misma que llega a establecer una decisión basada en una metodología preestablecida o alineada a los mecanismos y políticas de trabajo, fomentando que los cambios se centren en generar nuevas mejoras de solución y no solo en obligaciones o cumplimiento de actividades (López & Sabater, 2007).

## **2.2.2 Emprendimiento**

### **2.2.2.1 Definiciones**

Alvarez & Barney (2014) manifiestan que se puede definir al emprendimiento como una modalidad o manera de realizar o llevar a cabo un plan de oportunidad acompañado de una perspectiva creativa, asimismo, este puede ser considerado como un elemento relevante para el desarrollo económico de una sociedad, formando parte de los grandes cambios e innovaciones que son sumergidos en el mercado.

Mientras que los especialistas en economía señalan que los emprendimientos se basan en función a actividades y logros conducentes, los especialistas en sociología determinan este término desde un lado humano, comprendiendo la manera en que se comporta el emprendedor dentro de su entorno y cómo éste puede alterarla; no obstante, los especialistas en psicología centran sus estudios en los aspectos característicos que emana la acción de un emprendimiento. La persona emprendedora es quien visualiza

proyectos a futuros y logra ejecutarlos involucrándose de manera emocional con éstos, las cuales podrán estar consideradas dentro de la creación de una pequeña empresa, centros, organizaciones, grandes empresas, entre otras. Asimismo, estos emprendimientos podrán ser aplicados mediante diversos ámbitos, dado a que todo entorno logrado o situación conocida podrá ser de gran ayuda en la ejecución del proyecto focalizado, ya sea éste individual, laboral, empresarial o social (Schnarch, 2016).

Se da a entender que el emprendimiento se lleva a cabo mediante una persona que está dispuesta a desarrollar habilidades y capacidades de manera inquietante y creativa, centrando sus ideas y conocimientos en la realización de dicha iniciativa que, no solo traerá consigo un sinnúmero de beneficios de mejoras para la empresa, sino que le permitirá fortalecer su situación económica financiera y su capacidad de hacer frente a factores externos circunstanciales o adaptarse a los nuevos desafíos y exigencias de negocios que demanda el mercado globalizado de hoy en día.

Por su parte, los autores Zimmerer & Scarborough (2016) señalan que los emprendimientos son aquellas realizaciones de generar nuevas propuestas de negocios que se concreta con un determinado grado de incertidumbre y riesgo, con la finalidad de capturar cada oportunidad presentada, para que se obtengan consigo más de un beneficio significativo, teniendo en cuenta el mantener bastantes recursos que garanticen la efectividad y el mejor desempeño de los mismos. De tal manera que, se infiere que

el individuo busca con un emprendimiento la puesta en marcha de una idea de negocio predeterminada.

Jaramillo (2008) agrega que todo emprendimiento se lleva a cabo dado a que la persona encargada de su ejecución, presenta consigo un espíritu empresarial, la cual es un término relativamente nuevo, pero que su existencia ha estado presente en la humanidad desde años remotos de nuestra historia. Este espíritu empresarial permite a la persona desarrollar sus capacidades de manera creativa y requiriendo consigo, de manera individual y colectiva, distintas habilidades. Los emprendimientos han tomado con el tiempo un mayor protagonismo en la sociedad, dado a que permite gestar el desarrollo de nuevas ideas y el administrar situaciones económicas desde diversas formas, siendo proyectada en agrupaciones y hasta de manera individual. Esto ha fortalecido a las personas en querer potenciar sus innovaciones, dando valores agregados a sus propios productos, las cuales entran al mercado como una nueva opción o alternativa para su consumo o adquisición.

#### **2.2.2.2 Teorías del emprendimiento**

##### **a) Teoría de Freire**

Este autor centra su idea en tres elementos ubicados en cada extremidad de un triángulo invertido, la cual se conforma con el proyecto, capital, y emprendedor. Esto se da a entender que, cualquiera de estos elementos será fundamental para el éxito de una empresa o negocio, ya que se centra en la participación efectiva del individuo, el suficiente

financiamiento, y el buen resultado favorable. Gráficamente, esta teoría da entender que el emprendedor es el centro de todo, porque será el motivo central si el proyecto funcionará o no, y de cómo éste afrontará las disposiciones y riesgos que involucra su desarrollo, al igual que, es ahí donde todo girará, y que tanto se logre alcanzar el éxito esperado. Este individuo es quien tendrá que ver la forma ingeniosa de cómo tener consigo los recursos necesarios para su proyecto, y cómo orientar sus procesos y estructura de acción. Un punto aclaratorio de esta teoría es que, si el individuo cuenta con el determinado recurso financiero, su proyecto presentará altas proyecciones de ganancias, pero si no se cuenta con el ánimo y ganas de emprender frente a cualquier adversidad, entonces resultará difícil que se alcancen los objetivos trazados por más ingresos monetarios que se obtenga, ya que la capacidad de enfrentar los retos y desafíos del mercado están por delante de cualquier problema relacionado a la empresa (Freire, 2004).

#### **b) Teoría de Schumpeter**

Joseph H. Schumpeter desarrolló la teoría emprendedor - innovador, la cual considera que el individuo o emprendedor deberá ser por naturaleza un innovador. En esta teoría se plantea que el individuo pasa por una determinada etapa técnica que trae consigo un desarrollo económico y social para la empresa, garantizando el alcance de las metas y objetivos. En primera instancia se tiene a la fase de invención, donde algo está en

creación a través de un proceso industrial; en segunda instancia se encuentra la innovación, donde se llevan a cabo la aplicación de nuevos valores agregados en las creaciones que serán comercializadas; y en tercera instancia, la imitación, donde se replican los bienes y servicios de manera general, modificando algunos aspectos que demuestren el poder diferenciarse de la alta competencia (Freire, 2004).

### **c) Teoría de Shapero**

Albert Shapero manifiesta que el nacimiento de un emprendimiento se da gracias a un plan que afectará el escenario social, donde se manifestará un actuar de acuerdo a la ética y conocimiento adquirido en el entorno cultural. Además, esta teoría comprende una serie de características que engloban la acción del emprendimiento, entre ellas se tiene: la toma de iniciativa para la identificación e implementación de la idea de negocio, acumulaciones de los recursos humanos, económicos, y tecnológicos, la administración y dirección, la autonomía sobre las decisiones de funcionamiento, y el afrontar aquellas decisiones de riesgos en el transcurso de realización de cada proceso del emprendimiento. Shapero afirma también que, esta teoría comprende en el ciclo intangible existente entre la percepción de deseabilidad y la percepción de factibilidad del emprendedor, y de cómo estas repercuten en el cambio del estilo de vida del individuo y su entorno (Valera, 2008).

#### **d) Teoría de Timmons**

La propuesta de J. Timmons consiste en la coordinación de la oportunidad, los recursos, y el equipo empresarial, las cuales deberán estar planteadas dentro de un plan estructurado donde se garantice la comunicación, se cuente con un líder, se conozca sobre el mercado de capitales, se cuente con fuerzas exógenas, creatividad, ambigüedad, e incertidumbre. Primero, la oportunidad de negocio es el primer paso para dar luz verde a la realización del proyecto, visualizar buenos resultados y tomar la decisión de todo lo referente a ello; segundo, el contar con el suficiente recurso, la cual permita la correcta conducción del negocio, siendo éste su fundamento en la optimización del grado de valor empresarial; y tercero, la empresa y sus participantes, la cual radicará aquí toda la responsabilidad de las decisiones tomadas y del camino que tomará el emprendimiento, por esto, el emprendedor como líder deberá de mantener equilibrado toda su cultura organizacional, sus procesos, su plan dinámico o conjunto de secuencias, y su equipo de trabajo (Valera, 2008).

#### **2.2.2.3 Tipos de emprendimiento**

##### **a. Emprendimiento empresarial**

Es aquella que se origina por medio de iniciativas organizacionales, por medio de ideas libres y naturales de algún individuo. Esta se caracteriza porque su principal función radica en la realización una entidad con miras a producir bienes o servicios, a miras de satisfacer las necesidades de las personas

dentro de un determinado mercado. Aquí se generarán ingresos e ingresos que deberán estar formuladas de manera formal, garantizando el buen desempeño de la organización. Se consolida la idea por los aportes de los socios, que normalmente están repartidas en capitales mayoritarios y minoritarios, a fin de mantener un orden equitativo y justo de las ganancias y pérdidas obtenidas (Jaramillo, 2008).

#### **b. Emprendimiento social**

En cuanto a este tipo de emprendimiento, hace referencia a las actividades realizadas individual o colectivamente bajo una perspectiva o enfoque social, que busca el desarrollo de todos los ciudadanos y el mejoramiento de sus condiciones de vida, sobre todo, en aquellas personas que demandan de bajos ingresos y/o grupos sociales que están aisladas de los sectores urbanos y que no cuentan con el apoyo total de sus autoridades locales. Asimismo, este se caracteriza por tener la finalidad de generar un cambio social de ayuda ante la problemática de la sociedad y sus grandes carencias. En la actualidad, estos proyectos sociales están apoyados por grandes empresas y por el gobierno, buscando combatir los problemas de la población, buscando un equilibrio económico y social. Un claro ejemplo de estos emprendimientos son las organizaciones sin fines de lucro, las cuales amparan grandes necesidades de diversas masas, enfocadas en algún tipo de problema que pueda atravesar la sociedad (Jaramillo, 2008).

### **c. Emprendimiento turístico**

Estos emprendimientos están seleccionados como uno de los más importantes en la economía de una nación, puesto que esta comprende el impulso de actividades referentes a la propagación y publicidad de alguna materia cultural, a fin de aumentar los ingresos económicos de las pequeñas localidades y de toda una región. Entre estos negocios de apertura, se encuentran los hospedajes, restaurantes, medios de transportes, referentes a actividades deportivas, entre otras (Freire, 2004).

### **d. Emprendimiento académico**

Mientras tanto, estos emprendimientos buscan mejorar la calidad de educación establecida en la sociedad, la cual viene desarrollándose junto a los conocimientos y las habilidades de las personas con relación a su emprendimiento. El sector educativo en toda nación, es uno de los principales y primeros por atender, puesto que radica un alto porcentaje del verdadero avance de un país. Dependerá del emprendedor en qué mejorar o dar un agregado en la búsqueda de una mejor educación, y con quién se aliará para hacer frente su emprendimiento, promoviendo consigo el espíritu y vocación de reto, la cual deberá estar reforzada por diversos métodos técnicos y con miras a obtener recompensas económicas (Freire, 2004).

### **e. Emprendimiento cultural**

Estas se encuentran clasificadas como alternativas culturales, las cuales suelen estar bajo el mando de artistas,

músicos, y editores que buscan concretar nuevas propuestas creativas en determinados mercados económicos y sociales. Estos emprendimientos buscan ser recompensados por medio del ofrecimiento de productos o servicios trascendentales que engrandecen una determinada cultura y país como tal. Entre las estrategias se deberán tener en cuenta los medios y recursos por emplear, ya que sin estos elementos la idea podría desecharse con facilidad y sentirse vacía emocionalmente. Este tipo de emprendimiento busca sobre todo transmitir un sentimiento de empatía y valoración en la sociedad (Valera, 2008).

#### **f. Emprendimiento tecnológico**

Este emprendimiento se relaciona directamente con la innovación tecnológica, la cual está basada en la ciencia y la tecnología, y que conlleva a la realización de diversos estudios e investigaciones. Estas ideas buscan ampliar el conocimiento científico y tecnológico, manteniendo esta perspectiva en la creación de nuevos negocios que prometen seguir en la línea del crecimiento y potencialización en el mercado (Valera, 2008).

#### **2.2.2.4 Dimensiones**

##### **A. Individuo**

La dimensión del individuo o emprendedor contiene los atributos y habilidades personales del mismo, las cuales abarcan aspectos psicológicos, motivacionales y experimentales, y aquellos aspectos que marcan sus comportamientos. Un factor fundamental en el individuo será su educación, puesto que, si el

individuo obtuvo un buen nivel de estudio, este le permitirá tener grandes posibilidades de desarrollar un proyecto bien encaminado, acompañado de ideas innovadoras, un diseño mejorado, y con valores agregados altamente efectivos. No obstante, si el individuo crece en una familia perteneciente al rubro empresarial, éste se verá influenciado a continuar con el legado familiar. Las modificaciones de los modelos de conducta del trabajador deberán presentarse de manera inteligente, astuta y controlable, para la adecuación hacia las nuevas variaciones internas o externas de su ambiente, de tal forma que, logre responder ante situaciones que resultan difícil de afrontar. Las intenciones de los trabajadores tienen que lograrse intervenir de manera activa en cada acontecimiento con el único fin de lograr cumplir los objetivos trazados. Este último, también se refiere a la capacidad o habilidad de generar nuevos escenarios en vez de conformarse con lo ya conocido o lo ya presentado. Permitiendo consigo, que se tomen nuevos desafíos con el fin de lograr superar sus objetivos. Los trabajadores deben de contar con una motivación a raíz de participaciones e implicaciones, a causa de los establecimientos de cada objetivo de los rendimientos, del desarrollo de cada método laboral, y de las evaluaciones de los rendimientos según el objetivo dado. Existe un lazo amical y amable entre los altos mandos y los trabajadores. Toda empresa formal e informal comparten un mismo fin; por ello, los colaboradores y la alta administración son parte de un mismo

equipo con el propósito de alcanzar sus metas y objetivos de la empresa, las cuales son establecidas mediante planificaciones estratégicas (Gartner, 1989).

## **B. Entorno**

Esta dimensión se refiere a la relación surgida entre la organización y su entorno, la cual abarca a los familiares, la sociedad, instituciones, entidades, entre otras. Opta por detectar componentes que están relacionados de manera directa con la ejecución de las ideas en su ambiente externo. Además, esto comprende el nivel que detecta el personal en relación a las actividades realizadas con sus compañeros de trabajo, de acuerdo a un entorno amical y de fraternidad, donde hay una comunicación asertiva que ayuda en la realización de trabajos en equipo. Las empresas tienen la tarea de analizar el entorno considerando el micro y macro entorno, resultando la primera el enfoque en clientes, proveedores y su competencia; mientras que el segundo, está enfocado al panorama global que rodea la empresa, la cual se complica según la circunstancia presentada, ante esto se suele emplear la metodología del análisis PEST, donde se analizan y se observan escenarios políticos, legales, económicos, tecnológicos, y socioculturales (Gartner, 1989).

## **C. Procesos**

Esta dimensión hace referencia a las etapas por el cual pasa el crear un determinado emprendimiento, entre ellas, el nacimiento del proyecto, su puesta en marcha, interrupciones, y aspectos de

evaluación y seguimiento de la misma; al igual que, el contar con el apoyo de diversas organizaciones y los nuevos vínculos con proveedores. Este comprende en un procedimiento especializado, donde se realizan valoraciones de cada actitud, rendimiento y conducta del trabajador en la realización de sus actividades y acatamiento de sus roles, desde un punto de vista oportuno, productivo y confiable de cada servicio producido; dándose éstas valoraciones de manera global, metódica, y constante desarrolladas por los mandos directos. Específicamente, las finalidades de los controles hacia los trabajadores ayudan a: mejorar el rendimiento de trabajo, plantear reajustes de las retribuciones, reubicar al personal en cargos y funciones acorde a su conocimiento, habilidad y destreza, las rotaciones y promociones de los trabajadores, e identificar cuando se necesite capacitar al subordinado con las mejores programas de capacitación (Gartner, 1989).

### **2.3 Bases filosóficas**

La inteligencia de negocios tiene su origen desde antes que sea catalogada como tal, siendo un referente la aparición de los sistemas de información, que datan desde la era antigua, en Mesopotamia. En aquellas épocas se contaban con documentos que servían para la realización de cuentas e inventarios realizadas con escritura cuneiforme. Con el pasar de los años, estos sistemas figuran en diversas culturas, pero con distintas modalidades, cada una fiel a su era. De tal forma que, estos procesos de almacenamiento de información de van actualizando cada vez

más, con nuevas mejoras, nuevas herramientas, equipos tecnológicos y medios de almacenamiento, que tienen la finalidad de facilitar las operaciones y gestiones de la información de una empresa (Sosa & Hernández, 2007). Es entonces que, a partir de estas nuevas innovaciones es donde surge la inteligencia de negocios, este nuevo término es acuñado con el fin de defensa aérea durante la Segunda Guerra Mundial, ayudando en el manejo de las computadoras, en el almacenamiento de información, en la utilización de datos, en el empleo de las nuevas tecnologías, entre otros. En la actualidad, la inteligencia de negocios permite a las empresas mantenerse en el mercado, destacar con ventajas competitivas, e innovar los bienes y servicios que se ofrecen a la sociedad, por medio de la gestión de teorías, métodos, procesos, y recursos tecnológicos que convierten datos a información sumamente relevante y de gran ayuda estratégica, táctica, y operativa (Polo, 2009).

Por su parte, los orígenes del emprendimiento radican desde los aportes filosóficos de Descartes (175), quien asume que toda persona humana cuenta con las posibilidades de encontrar y compartir con los demás todo lo que jamás éste había enfrentado. El filósofo explica que las personas están sumergidas en un continuo cambio que ayuda a potenciar sus conocimientos, generan así, nuevas ideas sujetas a ser reconocidas por los demás. No obstante, también indica que el hombre por naturaleza es un ser pensante, que busca redefinir su criterio en cuanto a sus objetivos, caso similar como suceden con las organizaciones, las cuales, desde años remotos, buscan satisfacer sus necesidades a través de procesos y métodos que fomenten el buen desarrollo de sus actividades. Con el surgimiento de las grandes industrias, los estudiosos y filósofos se empezaron a preocuparse por los nuevos enfoques que se atravesaban en el mundo empresarial, desde los

nuevos retos, hasta las nuevas mejoras por implementar en los trabajos. Los mercados se hacen más competitivos con la llegada de nuevos emprendimientos que con el pasar de los años se convierten en grandes compañías, esto siendo un claro ejemplo de cómo ha ido evolucionando la humanidad con respecto al ámbito sociocultural y económico, dado a que las oportunidades están a disposición de todas las personas que quieran emprender en nuevos proyectos y asumir el papel de nuevo navegante en el mundo organizacional que se ofrece hoy en día.

## **2.4 Definición de términos básicos**

### **Datawarehouse**

Comprenden el conjunto de información creada, que ayudan en el soporte de los aplicativos de una toma de decisión. Surge por la necesidad del usuario que necesita informaciones consistentes, integradas, históricas y preparadas, para su análisis e influencia en la toma de decisiones (Cano, 2007).

### **Emprendimiento**

Modalidad de llevar a cabo un plan de oportunidad con una perspectiva creativa, asimismo, este puede ser considerado como un elemento relevante para el desarrollo económico de una sociedad, formando parte de los grandes cambios e innovaciones que son sumergidos en el mercado (Alvarez & Barney, 2014).

### **Entorno**

Se refiere a la relación surgida entre la organización y su entorno, la cual abarca a los familiares, la sociedad, instituciones, entidades, entre otras. Opta por detectar componentes que están relacionados de manera directa con la ejecución de las ideas en su ambiente externo (Gartner, 1989).

## **ETL**

El proceso de extracción, transformación, y carga (ETL), permite la recuperación de los datos de las fuentes de información, y la alimentación del almacenamiento de datos. La importancia de este proceso, radica en que conlleva más del 50% de consumo del plan de una idea de negocios (Cano, 2007).

## **Fuentes de información**

Portal donde se podrá acceder a los sistemas de operación o transaccional, las cuales constan de herramientas como el ERP, CRM, SCM, entre otros; los sistemas de información departamental, sean de previsión, presupuesto, u otros; y las fuentes de información externa (Cano, 2007).

## **Herramientas de BI**

Las principales herramientas de la inteligencia de negocios son los generadores de informes, las herramientas de usuario final de consultas e informes, las herramientas de Dashboard y Scorecard, las herramientas de planificación, modelización y consolidación, y las herramientas datamining (Cano, 2007).

## **Individuo**

El individuo o emprendedor es quien contiene atributos y habilidades personales, las cuales abarcan aspectos psicológicos, motivacionales y experimentales, y aquellos aspectos que marcan sus comportamientos dentro del desarrollo de sus actividades (Gartner, 1989).

## **Inteligencia de negocios**

La inteligencia de negocios es aquel conjunto de herramientas y estrategias, que se enfocan en aprovechar la información existente de una determinada empresa y todo lo concerniente a ésta, con el único fin de analizarlos y realizar planeaciones que facilitarán en la toma de decisiones (Obregón, 2014).

### **Manejo de información**

Implica el conocer aspectos generales y específico de la organización, haciendo referencia al grado obtenido de noción técnico y/o especializado en sectores que guardan relación con los puestos de trabajo (López & Sabater, 2007).

### **Procesos**

Los procesos comprenden en un procedimiento especializado, donde se realizan valoraciones de cada actitud, rendimiento y conducta del trabajador en la realización de sus actividades y acatamiento de sus roles, desde un punto de vista oportuno, productivo y confiable de cada servicio producido (Gartner, 1989).

### **Toma de decisiones**

Estas están bajo la responsabilidad de ser tomadas por el alto mando de una empresa, la cual está conformada por los directivos o gerentes que presentan experiencias, creencias, habilidades, capacidades, y conocimientos que deberán estar alineados con los objetivos de la empresa (López & Sabater, 2007).

## **2.5 Hipótesis de la investigación**

### **2.5.1 Hipótesis general**

La inteligencia de negocios se relaciona significativamente con el emprendimiento de los estudiantes de la escuela profesional de Negocios internacionales de la UNJFSC - Huacho 2022.

### **2.5.2 Hipótesis específicas**

- El manejo de información de la inteligencia de negocios se relaciona significativamente con el emprendimiento de los

estudiantes de la escuela profesional de Negocios internacionales de la UNJFSC - Huacho 2022.

- La innovación de la inteligencia de negocios se relaciona significativamente con el emprendimiento de los estudiantes de la escuela profesional de Negocios internacionales de la UNJFSC - Huacho 2022.
- La toma de decisiones de la inteligencia de negocios se relaciona significativamente con el emprendimiento de los estudiantes de la escuela profesional de Negocios internacionales de la UNJFSC - Huacho 2022.

## 2.6 Operacionalización de las variables

**Tabla 1**

*Operacionalización de variables y dimensiones*

Variables	Definición conceptual	Definición Operacional			
		Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala Ordinal
<b>VARIABLE X:</b> Inteligencia de negocios	Pérez (2015) señala que la inteligencia de negocios comprende la búsqueda de la administración del rendimiento que representa a la etapa en que las organizaciones determinan sus metas, analizan sus avances, planean, actúan, miden su éxito y empiezan un nuevo ciclo.	X.1: Manejo de información	X.1.1: Recursos humanos X.1.2: Organización X.1.3: Base de datos X.1.4: Enfoque al cliente	1-4	Nunca=1 Casi nunca=2 A veces=3 Casi siempre=4 Siempre=5  (Escala Likert)
		X.2: Innovación	X.2.1: Producto X.2.2: Servicio X.2.3: Punto de venta X.2.4: Promoción	5-8	
		X.3: Toma de decisiones	X.3.1: Decisiones programadas X.3.2: Decisiones no programadas	9-12	
<b>VARIABLE Y:</b> Emprendimiento	Álvarez & Barney (2014) definen al emprendimiento como la forma de ejecutar oportunidades desde un punto de vista creativo, edificándose como un elemento fundamental para el desarrollo económico de una nueva organización, que creará cambios e innovaciones.	Y.1: Individuo	Y.1.1: Habilidades Y.1.2: Conocimientos Y.1.3: Riesgos	13-15	Nunca=1 Casi nunca=2 A veces=3 Casi siempre=4 Siempre=5  (Escala Likert)
		Y.2: Entorno	Y.2.1: Necesidades Y.2.2: Oportunidad Y.2.3: Competencia	16-18	
		Y.3: Proceso	Y.3.1: Recursos Y.3.2: Idea y mercado Y.3.3: Motivación y determinación	19-21	

**Nota.** Elaboración propia.

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA**

#### **3.1 Diseño metodológico**

##### **3.1.1 Enfoque de investigación**

Este presente estudio es de enfoque cuantitativo, y por ello, es conveniente señalar a Carrasco (2006), quien lo define como:

Una investigación con enfoque cuantitativo se caracteriza por su secuencialidad y desarrollo probatorio, por medio de una hipótesis previamente formulada. Esto garantiza que, el estudio se complete de manera estrictamente ordenada, sin omisiones y sustituciones del procedimiento. Dicha hipótesis se contrasta por medio de una operación numérica y un procedimiento metodológico, la cual determinará los aspectos pertinentes, así como la relación y control sobre las variables en estudio. (p. 81).

##### **3.1.2 Diseño de investigación**

El presente estudio es de diseño no experimental transversal. Hernández, Fernández, & Baptista (2014) señalan que, las investigaciones de diseño no experimental se definen como las investigaciones que se realizan sin manipular deliberadamente a las variables de estudio, además que se recolectara la información en un solo momento, en un tiempo único.

Asimismo, Carrasco (2006) señala que, “en donde las variables independientes carecen de manipulación intencional, y no poseen grupo de

control, ni mucho menos experimental. Analizan y estudian los hechos y fenómenos de la realidad después de su ocurrencia” (p. 71).

### **3.1.3 Nivel de investigación**

Este presente estudio es correlacional, y por ello, es conveniente señalar a los autores Hernández, Fernández, & Baptista (2014), quienes realizan la siguiente definición sobre este nivel de estudio:

Las investigaciones correlacionales tienen el fin de comprobar la existencia de asociaciones o relaciones entre diferentes variables de estudio, permitiendo identificar el nivel de dicha relación. Estas observaciones, ayudarán a distinguir, si la relación es dominante o dominado entre las variables, pudiendo ser el caso, estar frente a una variable dominante y una variable recesivo. De tal manera que, estas relaciones conllevan a presentar resultados de causalidad y de relación predominativa. (p. 72)

## **3.2 Población y muestra**

### **3.2.1 Población**

Hernández, Fernández & Baptista (2014) manifiestan que una población, es aquella unidad que abarca individuos con características similares y/o un mínimo grado de compatibilidad, el cual permite que la aplicación de los instrumentos se aplique de manera efectiva.

Para esta investigación, se contó como población a 295 estudiantes del I al X ciclo de la escuela profesional de Negocios internacionales de Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión – Huacho 2022.

### 3.2.2 Muestra

Hernández, Fernández & Baptista (2014) indican que la muestra consiste en "aquella parte seleccionada del universo o población de estudio, permitiendo que se realicen inferencias tras su desarrollo, de manera que se caracterice a la población en general, solo cuando su selección se haya ejecutado de manera adecuada" (p. 91). En este estudio, la muestra se determina aleatoriamente, requiriendo la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot Q \cdot N}{E^2 \cdot (N - 1) + Z^2 P \cdot Q}$$

- Z = Tabla de distribución normal estándar (1.96)
- P = Proporción de población que posee las características de interés
- Q = (1-P)
- N = Universo
- n = Muestra

Reemplazando en la ecuación:

$$n = \frac{(1.96)^2 \times (0.5) \times (0.5) \times 295}{(0.05)^2 \times (295 - 1) + (1.96)^2 \times (0.5) \times (0.5)} = 167$$

La muestra, finalmente fue conformada por 167 estudiantes del I al X ciclo de la escuela profesional de Negocios internacionales de Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión – Huacho 2022.

## 3.3 Técnicas de recolección de datos

### 3.3.1 Técnicas a emplear

La técnica de recolección de datos para la presente investigación, fue una encuesta de estudio, apoyada a su vez en un cuestionario.

### **3.3.2 Descripción de los instrumentos**

En esta investigación, se utilizó el cuestionario para la recolección de información, la cual fue de escala tipo Likert. En primera instancia, la primera variable Inteligencia de negocios, contiene tres (03) dimensiones, las cuales son: manejo de información, innovación, y toma de decisiones. Y en segunda instancia, la segunda variable Emprendimiento, también cuenta con tres dimensiones (03), las cuales son: individuo, entorno, y proceso. Resultando un total de veintiún (21) ítems relacionados con los indicadores de cada dimensión señalada (12 ítems para la primera variable, y 09 ítems para la segunda variable). Su aplicación se desarrolló de manera personal, en donde el encuestado tuvo la posibilidad de marcar uno de cinco alternativas, y entre ellas se tiene: Nunca = 1; Casi nunca = 2; A veces = 3; Casi siempre = 4; y Siempre = 5.

### **3.4 Técnicas para el procedimiento de la información**

Luego de la recolección de datos teóricos del estudio, se pasó a desarrollar las encuestas en la UNJFSC a los estudiantes seleccionados. Tras esto, se realizó el análisis estadístico, con el software Paquete Estadístico para Ciencias Sociales (SPSS), el cual permitió la generación de los resultados de investigación, sobre la inteligencia de negocios y el emprendimiento de los estudiantes de la escuela profesional de Negocios Internacionales de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión de la ciudad de Huacho, en el año 2022.

## CAPÍTULO IV

### RESULTADOS

#### 4.1 Análisis de resultados

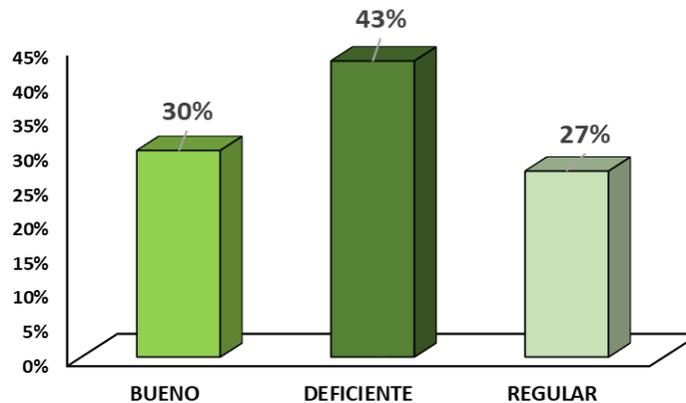
##### 4.1.1 Resultados de la primera variable y sus dimensiones

**Tabla 2**

*Inteligencia de negocios*

NIVELES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
BUENO	50	30%
DEFICIENTE	72	43%
REGULAR	45	27%
<b>TOTAL</b>	<b>167</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Test aplicado a estudiantes de la UNJFSC, 2022.



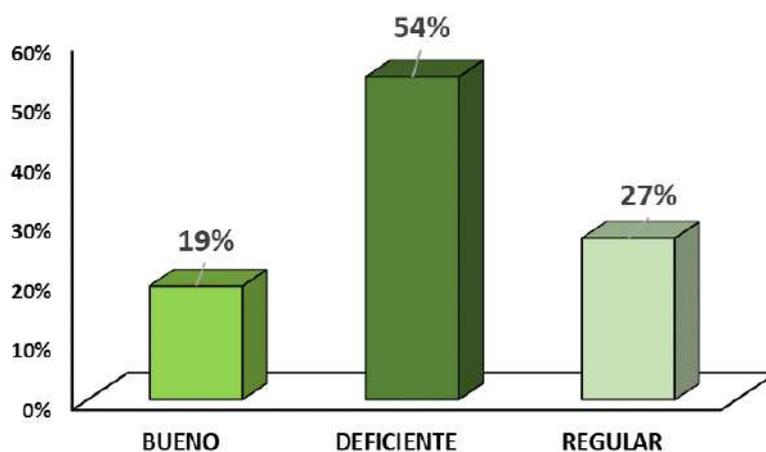
*Figura 1.* Inteligencia de negocios

Se aplicó un test a estudiantes de la escuela profesional de Negocios Internacionales de la UNJFSC. El 43% de encuestados señala que en dicha institución se cuenta con una deficiente inteligencia de negocios, es decir, los estudiantes de la UNJFSC no llegan a contar con, un adecuado manejo de información, un espíritu de innovación, y un desarrollo efectivo de la toma de decisiones. Sin embargo, el 30% de encuestados señala que se cuenta con una buena inteligencia de negocios. Finalmente, el 27% de encuestados señala que se cuenta con una regular inteligencia de negocios.

**Tabla 3**  
*Manejo de información*

NIVELES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
BUENO	31	19%
DEFICIENTE	90	54%
REGULAR	46	27%
<b>TOTAL</b>	<b>167</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Test aplicado a estudiantes de la UNJFSC, 2022.



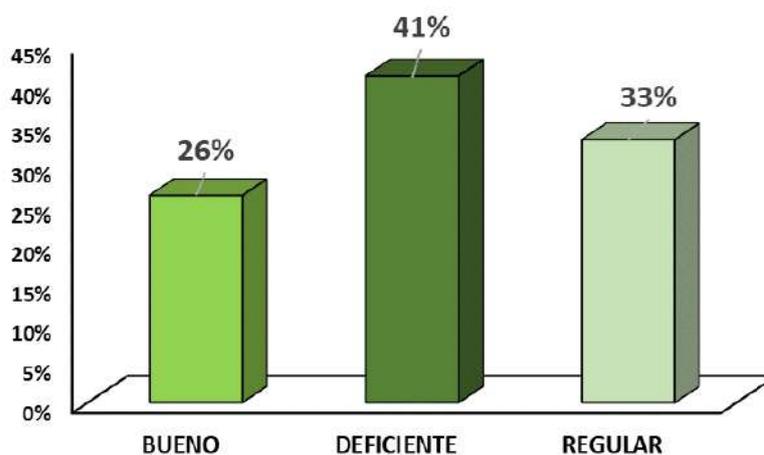
*Figura 2.* Manejo de información

Se aplicó un test a estudiantes de la escuela profesional de Negocios Internacionales de la UNJFSC. El 54% de encuestados señala que en dicha institución se cuenta con un deficiente manejo de información, es decir, los estudiantes de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión no llegan a manejar suficiente información, sobre la importancia de los recursos humanos, la organización, la base de datos, y el enfoque al cliente, las cuales forman parte de la inteligencia de negocios. Sin embargo, el 27% de encuestados señala que en dicha institución se cuenta con un regular manejo de información. Finalmente, el 19% de encuestados afirman que en dicha institución se cuenta con un buen manejo de información.

**Tabla 4**  
*Innovación*

NIVELES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
BUENO	43	26%
DEFICIENTE	68	41%
REGULAR	56	33%
<b>TOTAL</b>	167	100%

**Nota:** Test aplicado a estudiantes de la UNJFSC, 2022.



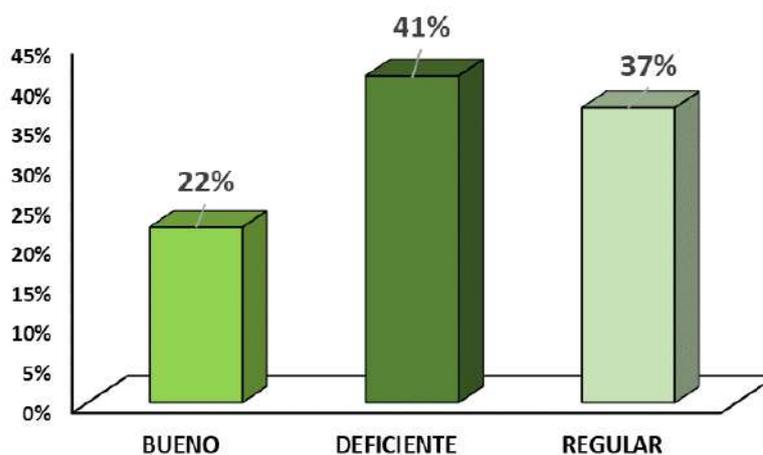
*Figura 3.* Innovación

Se aplicó un test a estudiantes de la escuela profesional de Negocios Internacionales de la UNJFSC. El 41% de encuestados afirman que en dicha institución se cuenta con una deficiente innovación, es decir, los estudiantes de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión no llegan a promover la innovación de nuevos productos, servicios, puntos de venta, y promociones, las cuales forman parte de la inteligencia de negocios. Sin embargo, el 33% de encuestados expresan que en dicha institución se cuenta con regular innovación. Finalmente, el 26% de encuestados afirman que en dicha institución se cuenta con una buena innovación.

**Tabla 5**  
*Toma de decisiones*

NIVELES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
BUENO	37	22%
DEFICIENTE	68	41%
REGULAR	62	37%
<b>TOTAL</b>	167	100%

**Nota:** Test aplicado a estudiantes de la UNJFSC, 2022.



*Figura 4.* Toma de decisiones

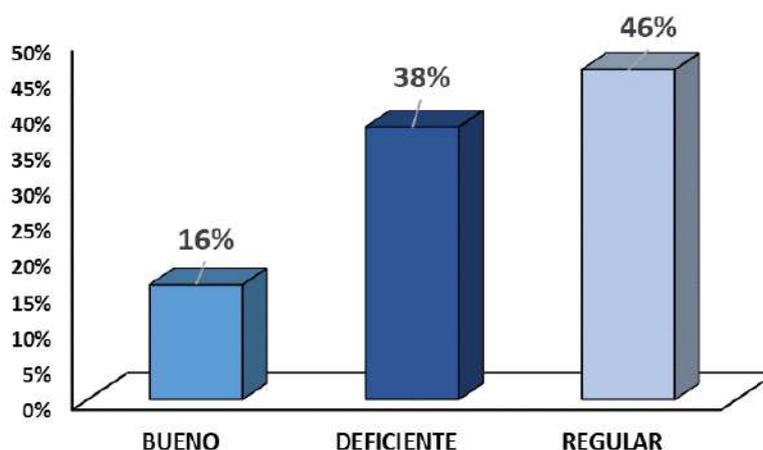
Se aplicó un test a estudiantes de la escuela profesional de Negocios Internacionales de la UNJFSC. El 41% de encuestados afirman que en dicha institución se cuenta con una deficiente toma de decisiones, es decir, los estudiantes de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión no llegan a desarrollar de manera efectiva la toma de decisiones programadas y decisiones no programadas, las cuales forman parte de la inteligencia de negocios. Sin embargo, el 37% de encuestados expresan que en dicha institución se cuenta con una regular toma de decisiones. Finalmente, el 22% de encuestados señala que en dicha institución se cuenta con una buena toma de decisiones.

#### 4.1.2 Resultados de la segunda variable y sus dimensiones

**Tabla 6**  
*Emprendimiento*

NIVELES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
BUENO	27	16%
DEFICIENTE	64	38%
REGULAR	76	46%
<b>TOTAL</b>	167	100%

**Nota:** Test aplicado a estudiantes de la UNJFSC, 2022.



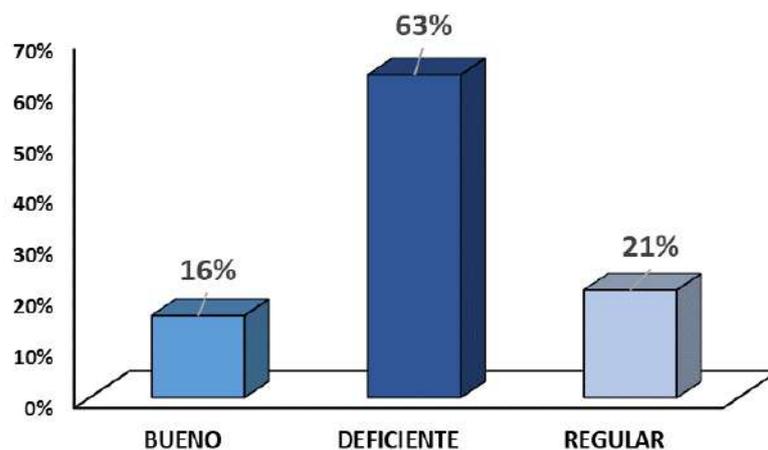
*Figura 5.* Emprendimiento

Se aplicó un test a estudiantes de la escuela profesional de Negocios Internacionales de la UNJFSC. El 46% de encuestados expresan que en dicha institución se cuenta con un regular emprendimiento, es decir, los estudiantes de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión logran reconocer moderadamente la importancia del individuo, el entorno, y el proceso, como componentes del desarrollo de todo emprendimiento. Sin embargo, el 38% de encuestados señala que en dicha institución se cuenta con un deficiente emprendimiento. Finalmente, el 16% de encuestados señala que en dicha institución se cuenta con un buen emprendimiento.

**Tabla 7**  
*Individuo*

NIVELES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
BUENO	26	16%
DEFICIENTE	105	63%
REGULAR	36	21%
<b>TOTAL</b>	<b>167</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Test aplicado a estudiantes de la UNJFSC, 2022.



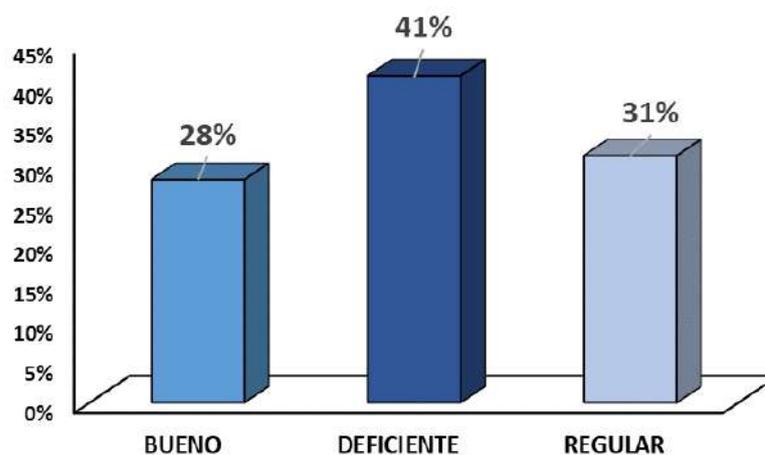
*Figura 6.* Individuo

Se aplicó un test a estudiantes de la escuela profesional de Negocios Internacionales de la UNJFSC. El 63% de encuestados señala que en dicha institución se cuenta con un deficiente conocimiento del individuo, es decir, los estudiantes de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión no logran identificar y relacionar, habilidades, conocimientos, y medidas que ayudan a prevenir diversos riesgos, las cuales son de vital importancia en el desarrollo de todo emprendimiento. Sin embargo, el 21% de encuestados señala que en dicha institución se cuenta con un regular conocimiento del individuo. Finalmente, el 16% de encuestados señala que en dicha institución se cuenta con un buen conocimiento del individuo.

**Tabla 8**  
*Entorno*

NIVELES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
BUENO	47	28%
DEFICIENTE	69	41%
REGULAR	51	31%
<b>TOTAL</b>	167	100%

**Nota:** Test aplicado a estudiantes de la UNJFSC, 2022.

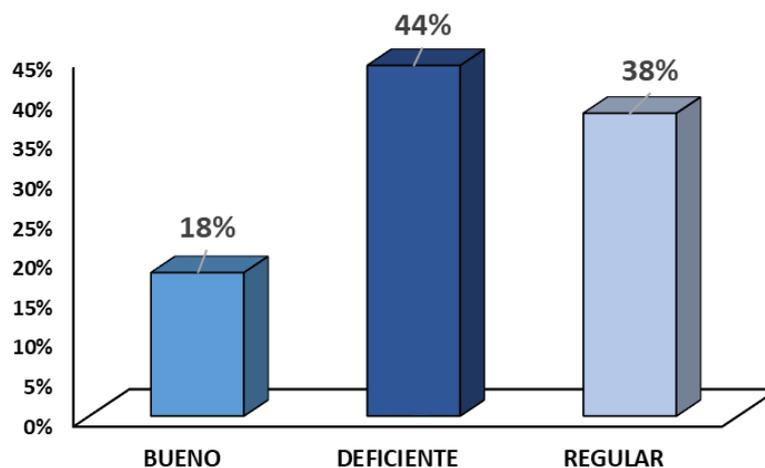


*Figura 7.* Entorno

Se aplicó un test a estudiantes de la escuela profesional de Negocios Internacionales de la UNJFSC. El 41% de encuestados señala que en dicha institución se cuenta con un deficiente conocimiento del entorno, es decir, los estudiantes de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión no logran conocer del todo sobre, necesidades, oportunidades, y factores que determinan la competitividad empresarial, las cuales son de vital importancia en el desarrollo de todo emprendimiento. Sin embargo, el 31% de encuestados señala que en dicha institución se cuenta con un regular conocimiento del entorno. Finalmente, el 28% de encuestados señala que en dicha institución se cuenta con un buen conocimiento del entorno.

**Tabla 9***Proceso*

NIVELES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
BUENO	29	18%
DEFICIENTE	74	44%
REGULAR	64	38%
<b>TOTAL</b>	<b>167</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Test aplicado a estudiantes de la UNJFSC, 2022.*Figura 8.* Proceso

Se aplicó un test a estudiantes de la escuela profesional de Negocios Internacionales de la UNJFSC. El 44% de encuestados señala que en dicha institución se cuenta con un deficiente conocimiento del proceso, es decir, los estudiantes de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión no logran reconocer la gran importancia de los recursos, de la idea y mercado, y de la motivación y determinación, que tanto se necesitan en el desarrollo de todo emprendimiento. Sin embargo, el 38% de encuestados señala que en dicha institución se cuenta con un regular conocimiento del proceso. Finalmente, el 18% de encuestados señala que en dicha institución se cuenta con un buen conocimiento del proceso.

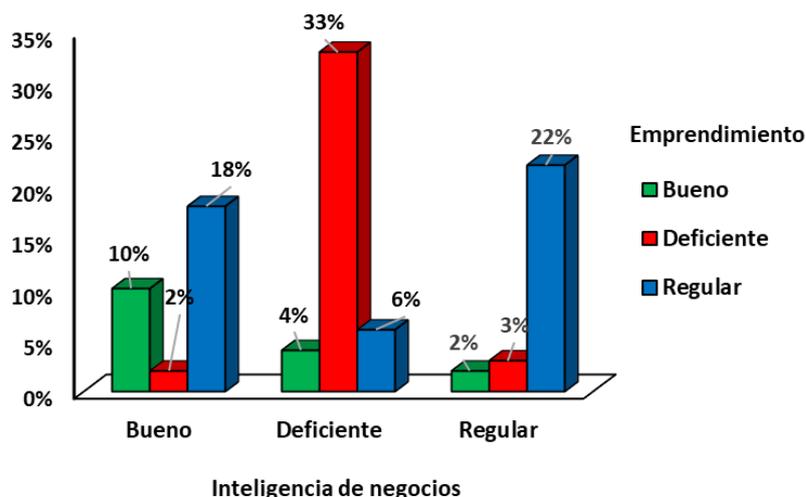
### 4.1.3 Tablas de contingencia y figuras

**Tabla 10**

*Tabla cruzada de Inteligencia de negocios y Emprendimiento*

		Emprendimiento			Total
		Bueno	Deficiente	Regular	
Inteligencia de negocios	Bueno	10%	2%	18%	30%
	Deficiente	4%	33%	6%	43%
	Regular	2%	3%	22%	27%
Total		16%	38%	46%	100%

**Nota:** Test aplicado a estudiantes de la UNJFSC, 2022.



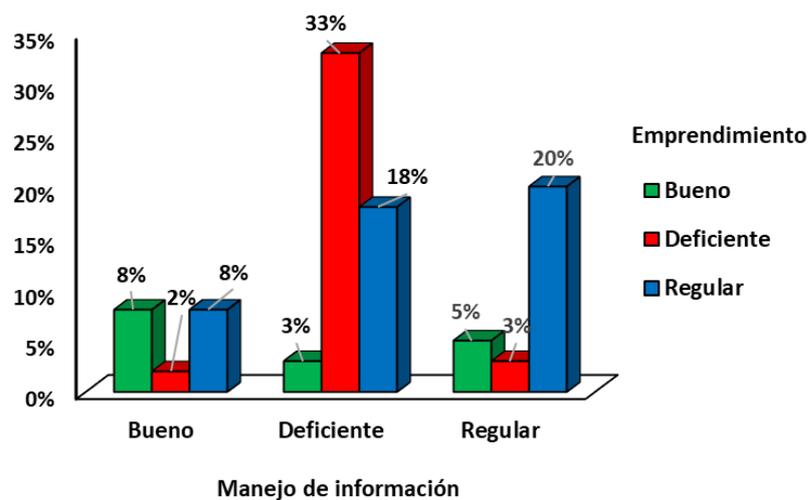
*Figura 9.* Inteligencia de negocios y Emprendimiento

En la figura 9 y tabla 10 se puede apreciar que el 33% indica una deficiente inteligencia de negocios, y un deficiente emprendimiento. El 22% indica una regular inteligencia de negocios, y un regular emprendimiento. El 18% indica una buena inteligencia de negocios, y un regular emprendimiento. El 10% indica una buena inteligencia de negocios, y un buen emprendimiento. El 6% indica una deficiente inteligencia de negocios, y un regular emprendimiento. El 4% indica una deficiente inteligencia de negocios, y un buen emprendimiento. El 3% indica una deficiente inteligencia de negocios, y un deficiente emprendimiento. Un 2% indica una buena inteligencia de negocios, y un deficiente emprendimiento.

**Tabla 11***Tabla cruzada de Manejo de información y Emprendimiento*

		Emprendimiento			Total
		Bueno	Deficiente	Regular	
Manejo de información	Bueno	8%	2%	8%	18%
	Deficiente	3%	33%	18%	54%
	Regular	5%	3%	20%	28%
Total		16%	38%	56%	100%

**Nota:** Test aplicado a estudiantes de la UNJFSC, 2022.



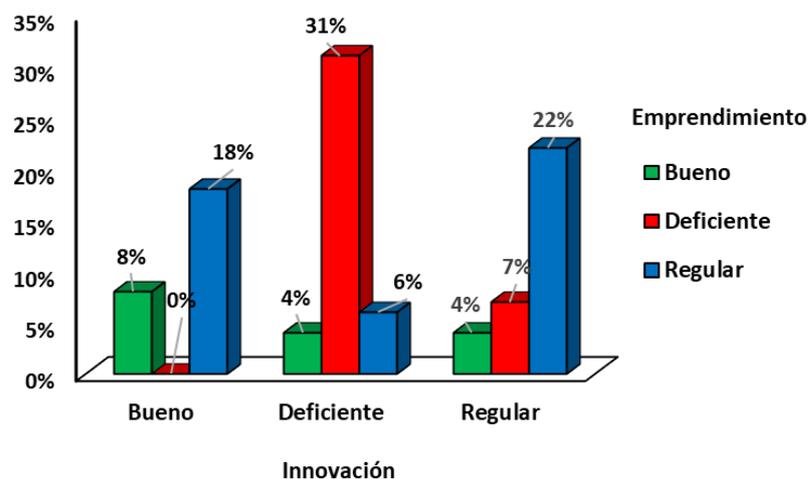
*Figura 10.* Manejo de información y Emprendimiento

En la figura 10 y tabla 11 se puede apreciar que el 33% indica un deficiente manejo de información, y un deficiente emprendimiento. El 20% indica un regular manejo de información, y un regular emprendimiento. El 18% indica un deficiente manejo de información, y un regular emprendimiento. Un 8% indica un buen manejo de información, y un buen emprendimiento. Otro 8% indica un buen manejo de información, y un regular emprendimiento. El 5% indica un regular manejo de información, y un buen emprendimiento. Un 3% indica un deficiente manejo de información, y un buen emprendimiento. Otro 3% indica un regular manejo de información, y un deficiente emprendimiento. El 2% indica un buen manejo de información, y un deficiente emprendimiento.

**Tabla 12***Tabla cruzada de Innovación y Emprendimiento*

		Emprendimiento			Total
		Bueno	Deficiente	Regular	
Innovación	Bueno	8%	0%	18%	26%
	Deficiente	4%	31%	6%	41%
	Regular	4%	7%	22%	33%
Total		16%	38%	46%	100%

**Nota:** Test aplicado a estudiantes de la UNJFSC, 2022.



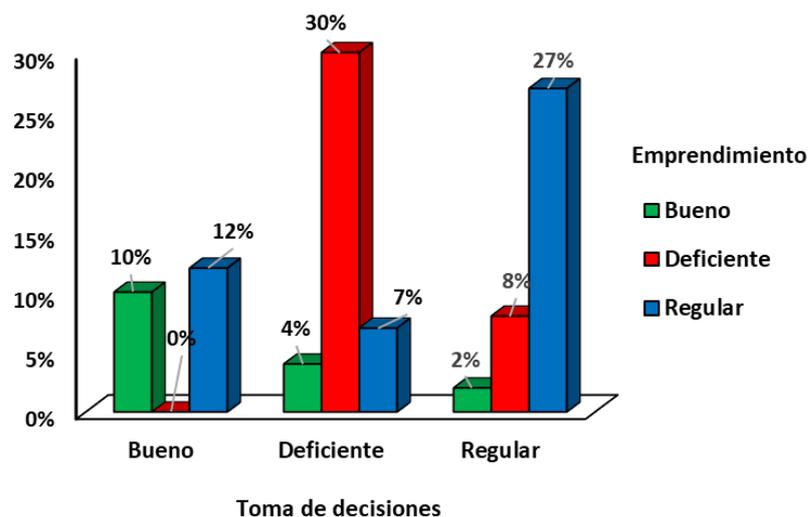
*Figura 11.* Innovación y Emprendimiento

En la figura 11 y tabla 12 se puede apreciar que el 31% indica que se cuenta con una deficiente innovación, y un deficiente emprendimiento. El 22% indica que se cuenta con una regular innovación, y un regular emprendimiento. El 18% indica que se cuenta con una buena innovación, y un regular emprendimiento. El 8% indica que se cuenta con una buena innovación, y un buen emprendimiento. El 7% indica que se cuenta con una regular innovación, y un deficiente emprendimiento. El 6% indica que se cuenta con una deficiente innovación, y un regular emprendimiento. Un 4% indica que se cuenta con una deficiente innovación, y un buen emprendimiento. Otro 4% indica que se cuenta con una regular innovación, y un buen emprendimiento.

**Tabla 13***Tabla cruzada de Toma de decisiones y Emprendimiento*

		Emprendimiento			Total
		Bueno	Deficiente	Regular	
Toma de decisiones	Bueno	10%	0%	12%	22%
	Deficiente	4%	30%	7%	41%
	Regular	2%	8%	27%	37%
Total		16%	38%	46%	100%

**Nota:** Test aplicado a estudiantes de la UNJFSC, 2022.



*Figura 12.* Toma de decisiones y Emprendimiento

En la figura 12 y tabla 13 se puede apreciar que el 30% indica que se cuenta con una deficiente toma de decisiones, y un deficiente emprendimiento. El 27% indica que se cuenta con una regular toma de decisiones, y un regular emprendimiento. El 12% indica que se cuenta con una buena toma de decisiones, y un regular emprendimiento. El 10% indica que se cuenta con una buena toma de decisiones, y un buen emprendimiento. El 8% indica que se cuenta con una regular toma de decisiones, y un deficiente emprendimiento. El 7% indica que se cuenta con una deficiente toma de decisiones, y un regular emprendimiento. El 4% indica que se cuenta con una deficiente toma de decisiones, y un buen emprendimiento. El 2% indica una regular toma de decisiones, y un buen emprendimiento.

#### 4.1.4 Supuesto de Normalidad de variables y dimensiones

##### 1. Formulación de hipótesis para demostrar la normalidad de datos

**H<sub>0</sub>:** Los datos cumplen el supuesto de normalidad

**H<sub>a</sub>:** Los datos no cumplen el supuesto de normalidad

##### 2. Nivel de significancia: $p=0.05=5\%$

##### 3. Criterios de decisión

Si el nivel de significancia  $p > 5\%$  (0.05), se rechaza la hipótesis alterna.

Si el nivel de significancia  $p < 5\%$  (0.05), se rechaza la hipótesis nula.

##### 4. Estadístico para demostrar el supuesto de normalidad

La muestra del estudio es 167 estudiantes del IX y X ciclo de la escuela profesional de Negocios internacionales de la UNJFSC, cifra mayor a 50, por ello, se utilizó la prueba Kolmogorov Smirnov (K-S).

**Tabla 14**

*Resultados de la Prueba de Normalidad de variables y sus dimensiones*

Variable y Dimensiones	Kolmogorov Smirnov		
	Estadístico	Gl	Sig.
Inteligencia de negocios	0.154	167	0.000
Emprendimiento	0.171	167	0.000
Manejo de información	0.216	167	0.000
Innovación	0.148	167	0.000
Toma de decisiones	0.148	167	0.000
Individuo	0.168	167	0.000
Entorno	0.223	167	0.000
Proceso	0.133	167	0.000

**Nota.** Elaboración propia

##### 5. Decisión

La tabla 14 muestra que las variables y dimensiones no se aproximan a una distribución normal del 5% ( $p < 0.05$ ). Por ello, la prueba estadística es no paramétrica, es decir, la prueba de correlación Rho de Spearman.

## 4.2. Contrastación de hipótesis

### 4.2.1 Procedimiento para la contrastación de la hipótesis general

#### 1. Formulación de la hipótesis:

**H<sub>0</sub>:** La inteligencia de negocios no se relaciona con el emprendimiento de los estudiantes de la escuela profesional de Negocios internacionales de la UNJFSC - Huacho 2022.

**H<sub>a</sub>:** La inteligencia de negocios se relaciona significativamente con el emprendimiento de los estudiantes de la escuela profesional de Negocios internacionales de la UNJFSC - Huacho 2022.

#### 2. Nivel de significancia: $p=0.05=5\%$

#### 3. Elección del estadístico:

Los datos no cumplen el supuesto de normalidad, las variables son cualitativas ordinales y el objetivo general es establecer cómo se relaciona la inteligencia de negocios con el emprendimiento de los estudiantes de la escuela profesional de Negocios internacionales de la UNJFSC - Huacho 2022. Se utiliza el estadístico Rho de Spearman.

#### 4. Cálculo del coeficiente de correlación y el nivel de significancia

**Tabla 15**

*Correlación entre Inteligencia de negocios y Emprendimiento*

		<b>Inteligencia de negocios</b>	<b>Emprendimiento</b>
<b>Rho de Spearman</b>	<b>Inteligencia de negocios</b>	Coefficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000
		N	167
	<b>Emprendimiento</b>	Coefficiente de correlación	0.622
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	167	

**Nota.** Elaboración Propia

## 5. Criterio de decisión

Si p valor calculado es mayor que 0.05, no se rechaza la hipótesis nula.

Si p valor calculado es menor que 0.05, se rechaza la hipótesis nula.

## 6. Decisión y conclusión

En la tabla 15 se aprecia que el  $p=0.000$  inferior a 0.05, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna (general), es decir, la inteligencia de negocios se relaciona significativamente con el emprendimiento de los estudiantes de la escuela profesional de Negocios internacionales de la UNJFSC - Huacho 2022. Además, la correlación Rho de Spearman es 0.622, siendo una correlación positiva y moderada.

Para apreciar de una mejor manera se muestra la siguiente figura:

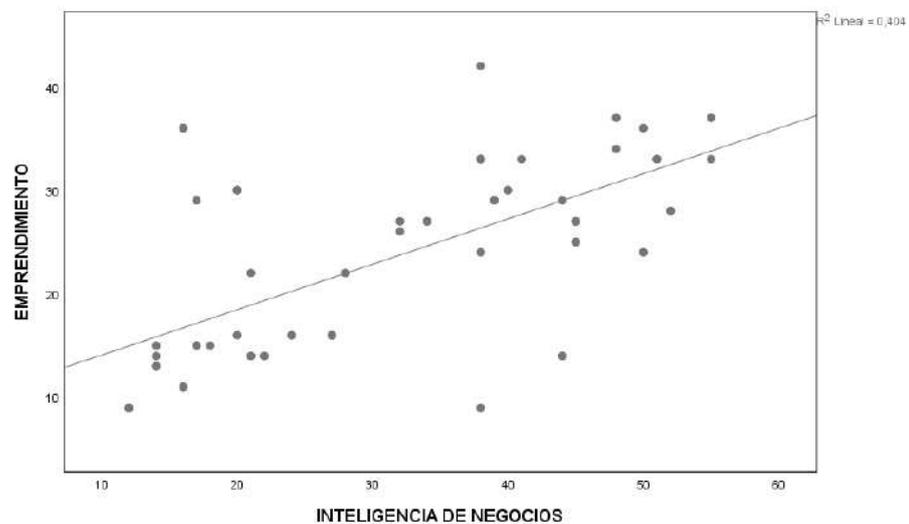


Figura 13. Correlación entre Inteligencia de negocios y Emprendimiento

En la figura 13, se observa que los puntos poco se aproximan a la recta, ello indica que la correlación entre la inteligencia de negocios y el emprendimiento es positiva y moderada.

#### 4.2.2 Procedimiento para la contrastación de la hipótesis específica 1

##### 1. Formulación de la hipótesis:

**Ho:** El manejo de información de la inteligencia de negocios no se relaciona con el emprendimiento de los estudiantes de la escuela profesional de Negocios internacionales de la UNJFSC - Huacho 2022.

**Ha:** El manejo de información de la inteligencia de negocios se relaciona significativamente con el emprendimiento de los estudiantes de la escuela profesional de Negocios internacionales de la UNJFSC - Huacho 2022.

##### 2. Nivel de significancia: $p=0.05=5\%$

##### 3. Elección del estadístico:

Las variables y dimensiones son cualitativas ordinales y el objetivo específico 1 es establecer cómo se relaciona el manejo de información de la inteligencia de negocios con el emprendimiento de los estudiantes de la escuela profesional de Negocios internacionales de la UNJFSC - Huacho 2022. Se utiliza el estadístico Rho de Spearman.

##### 4. Cálculo del coeficiente de correlación y el nivel de significancia

**Tabla 16**

*Correlación entre Manejo de información y Emprendimiento*

			<b>Manejo de información</b>	<b>Emprendimiento</b>
<b>Rho de Spearman</b>	<b>Manejo de información</b>	Coficiente de correlación	1.000	0.526
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	167	167
	<b>Emprendimiento</b>	Coficiente de correlación	0.526	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	167	167

**Nota.** Elaboración Propia

## 5. Criterio de decisión

Si p valor calculado es mayor que 0.05, no se rechaza la hipótesis nula.

Si p valor calculado es menor que 0.05, se rechaza la hipótesis nula.

## 6. Decisión y conclusión

En la tabla 16 se aprecia que el  $p=0.000$  inferior a 0.05, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna (específica 1), es decir, el manejo de información de la inteligencia de negocios se relaciona significativamente con el emprendimiento de los estudiantes de la escuela profesional de Negocios internacionales de la UNJFSC - Huacho 2022. Además, la correlación Rho de Spearman es 0.526, siendo una correlación positiva y moderada.

Para apreciar de una mejor manera se muestra la siguiente figura:

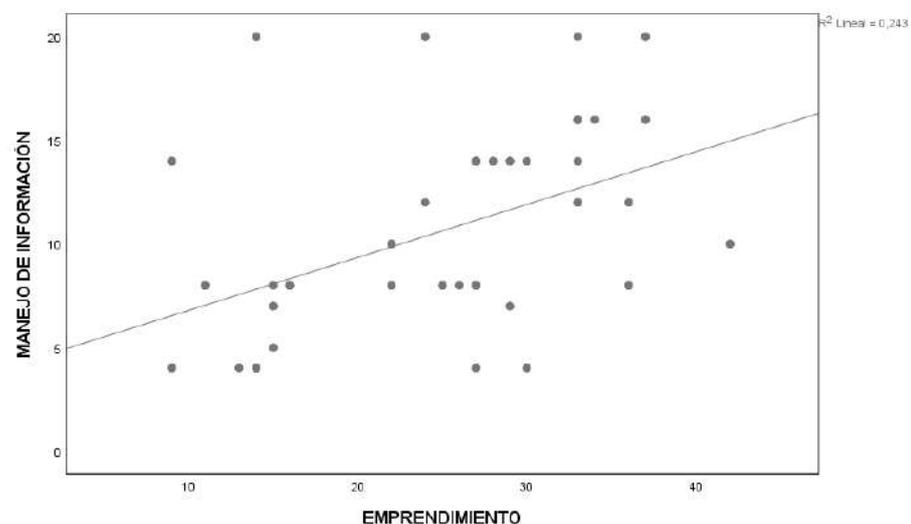


Figura 14. Correlación entre Manejo de información y Emprendimiento

En la figura 14, se observa que los puntos poco se aproximan a la recta, ello indica que la correlación entre el manejo de información de la inteligencia de negocios y el emprendimiento es positiva y moderada.

#### 4.2.3 Procedimiento para la contrastación de la hipótesis específica 2

##### 1. Formulación de la hipótesis:

**Ho:** La innovación de la inteligencia de negocios no se relaciona con el emprendimiento de los estudiantes de la escuela profesional de Negocios internacionales de la UNJFSC - Huacho 2022.

**Ha:** La innovación de la inteligencia de negocios se relaciona significativamente con el emprendimiento de los estudiantes de la escuela profesional de Negocios internacionales de la UNJFSC - Huacho 2022.

##### 2. Nivel de significancia: $p=0.05=5\%$

##### 3. Elección del estadístico:

Las variables y dimensiones son cualitativas ordinales y el objetivo específico 2 es establecer cómo se relaciona la innovación de la inteligencia de negocios con el emprendimiento de los estudiantes de la escuela profesional de Negocios internacionales de la UNJFSC - Huacho 2022. Se utiliza el estadístico Rho de Spearman.

##### 4. Cálculo del coeficiente de correlación y el nivel de significancia

**Tabla 17**  
*Correlación entre Innovación y Emprendimiento*

		Innovación	Empren- dimiento	
<b>Rho de Spearman</b>	<b>Innovación</b>	Coficiente de correlación	1.000	0.616
		Sig. (bilateral)		0.000
	<b>Empren- dimiento</b>	N	167	167
		Coficiente de correlación	0.616	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	167	167

**Nota.** Elaboración Propia

## 5. Criterio de decisión

Si p valor calculado es mayor que 0.05, no se rechaza la hipótesis nula.

Si p valor calculado es menor que 0.05, se rechaza la hipótesis nula.

## 6. Decisión y conclusión

En la tabla 17 se aprecia que el  $p=0.000$  inferior a 0.05, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna (específica 2), es decir, la innovación de la inteligencia de negocios se relaciona significativamente con el emprendimiento de los estudiantes de la escuela profesional de Negocios internacionales de la UNJFSC - Huacho 2022. Además, la correlación Rho de Spearman es 0.616, siendo una correlación positiva y moderada.

Para apreciar de una mejor manera se muestra la siguiente figura:

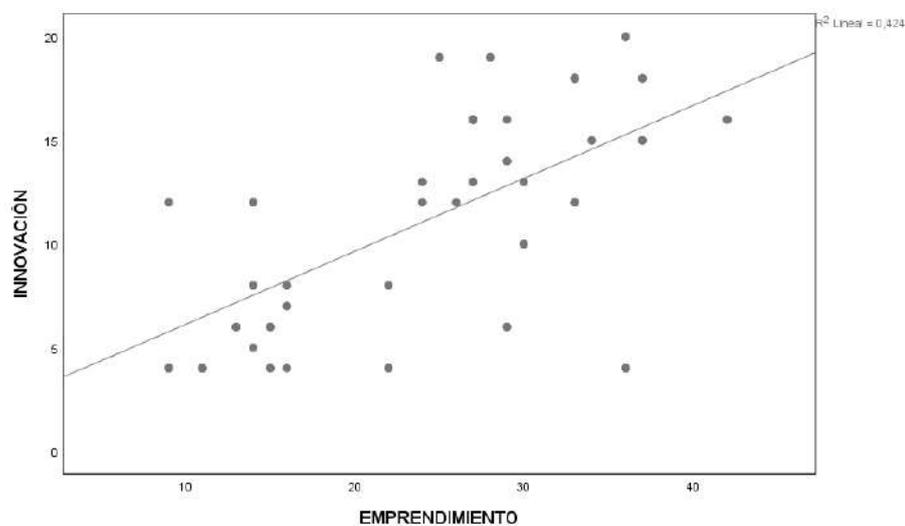


Figura 15. Correlación entre Innovación y Emprendimiento

En la figura 15, se observa que los puntos poco se aproximan a la recta, ello indica que la correlación entre la innovación de la inteligencia de negocios y el emprendimiento es positiva y moderada.

#### 4.2.4 Procedimiento para la contrastación de la hipótesis específica 3

##### 1. Formulación de la hipótesis:

**Ho:** La toma de decisiones de la inteligencia de negocios no se relaciona con el emprendimiento de los estudiantes de la escuela profesional de Negocios internacionales de la UNJFSC - Huacho 2022.

**Ha:** La toma de decisiones de la inteligencia de negocios se relaciona significativamente con el emprendimiento de los estudiantes de la escuela profesional de Negocios internacionales de la UNJFSC - Huacho 2022.

##### 2. Nivel de significancia: $p=0.05=5\%$

##### 3. Elección del estadístico:

Las variables y dimensiones son cualitativas ordinales y el objetivo específico 3 es establecer la toma de decisiones de la inteligencia de negocios se relaciona significativamente con el emprendimiento de los estudiantes de la escuela profesional de Negocios internacionales de la UNJFSC - Huacho 2022. Se utiliza el estadístico Rho de Spearman.

##### 4. Cálculo del coeficiente de correlación y el nivel de significancia

**Tabla 18**

*Correlación entre Toma de decisiones y Emprendimiento*

		<b>Toma de decisiones</b>	<b>Emprendimiento</b>	
<b>Rho de Spearman</b>	<b>Toma de decisiones</b>	Coficiente de correlación	1.000	0.581
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	167	167
	<b>Emprendimiento</b>	Coficiente de correlación	0.581	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	167	167

**Nota.** Elaboración Propia

## 5. Criterio de decisión

Si p valor calculado es mayor que 0.05, no se rechaza la hipótesis nula.

Si p valor calculado es menor que 0.05, se rechaza la hipótesis nula.

## 6. Decisión y conclusión

En la tabla 18 se aprecia que el  $p=0.000$  inferior a 0.05, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna (específica 3), es decir, la toma de decisiones de la inteligencia de negocios se relaciona significativamente con el emprendimiento de los estudiantes de la escuela profesional de Negocios internacionales de la UNJFSC - Huacho 2022. Además, la correlación Rho de Spearman es 0.581, siendo una correlación positiva y moderada.

Para apreciar de una mejor manera se muestra la siguiente figura:

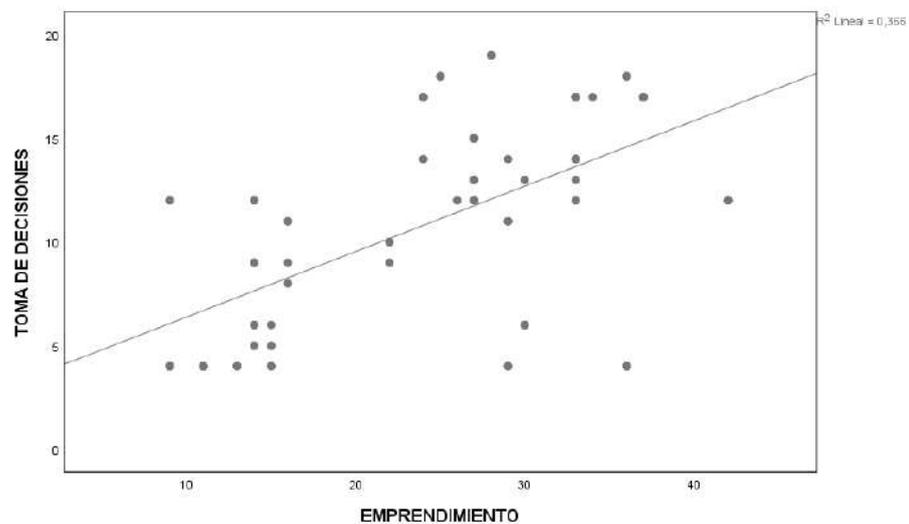


Figura 16. Correlación entre Toma de decisiones y Emprendimiento

En la figura 16, se observa que los puntos poco se aproximan a la recta, ello indica que la correlación entre la toma de decisiones de la inteligencia de negocios y el emprendimiento es positiva y moderada.

## CAPÍTULO V

### DISCUSIÓN

#### 5.1 Discusión de resultados

- Los resultados obtenidos en la presente investigación establecen que, la inteligencia de negocios se relaciona significativamente con el emprendimiento de los estudiantes de la escuela profesional de Negocios internacionales de la UNJFSC - Huacho 2022. Con una correlación Rho de Spearman de 0.622, siendo una correlación positiva y moderada. Este resultado guarda similitud con lo expresado por Orellana (2021) quien realizó la tesis “*Educación universitaria y el emprendimiento empresarial en los estudiantes de administración*”, donde concluye que existe relación significativa positiva baja entre la educación universitaria y el emprendimiento empresarial en lo estudiantes de la escuela profesional de administración – UNAS Tingo María, con una correlación Rho de Spearman de 0.344 y una significancia igual a  $0.01 < 5\%$ .
- Asimismo, los resultados obtenidos en establecen que, el manejo de información de la inteligencia de negocios se relaciona significativamente con el emprendimiento de los estudiantes de la escuela profesional de Negocios internacionales de la UNJFSC - Huacho 2022. Con una correlación Rho de Spearman de 0.526, siendo una correlación positiva y moderada. Este resultado guarda similitud con lo expresado por Bisso (2020) quien realizó la tesis “*Marketing digital y emprendimiento de las*

*PYMES exportadoras de la provincia de Huaura 2019*”, donde concluyó que, el marketing digital se relaciona significativamente con el emprendimiento de las pymes exportadoras de la provincia de Huaura, con un nivel de significancia de 0.01 inferior al 5%, y un coeficiente Rho de Spearman de 0.669.

- También, los resultados obtenidos establecen que, la innovación de la inteligencia de negocios se relaciona significativamente con el emprendimiento de los estudiantes de la escuela profesional de Negocios internacionales de la UNJFSC - Huacho 2022. Con una correlación Rho de Spearman de 0.616, siendo una correlación positiva y moderada. Este resultado guarda similitud con lo expresado por Arrieta (2020) quien realizó la tesis “*La inteligencia de negocios y los niveles de venta frente a una crisis*”, donde concluyó que, existe relación entre la inteligencia de negocios y el nivel de ventas con un valor de 0.784 siendo una correlación fuerte, y una significancia de 0.001 menor al 5%, aceptándose la hipótesis alterna; lo mismo sucedió con el manejo de información, innovación y toma de decisiones con relación al nivel de ventas.
- Finalmente, en la presente investigación se establece que, la toma de decisiones de la inteligencia de negocios se relaciona significativamente con el emprendimiento de los estudiantes de la escuela profesional de Negocios internacionales de la UNJFSC - Huacho 2022. Con una correlación Rho de Spearman de 0.581, siendo una correlación positiva y moderada. Este resultado guarda similitud con lo expresado por Salvador

(2018) quien realizó la tesis “*Nivel educativo y el emprendimiento empresarial en un centro de abastos*”, donde concluyó que, existe relación entre el emprendimiento empresarial y nivel educativo con una Rho de Spearman igual a 0.372 y una significancia de 0.001 menor al 5%, siendo una correlación positiva débil; puesto que no necesariamente una persona que cuente con una alta capacidad y características de un emprendedor tiene que tener un alto nivel educativo, además, una persona que tiene un nivel educativo medio también puede desarrollar un emprendimiento empresarial.

## CAPÍTULO VI

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 6.1 Conclusiones

Después de realizar las contrastaciones de las hipótesis, se concluye en:

- Al obtener la significancia asintótica ( $p=0,000$ ) lo cual es menor que el 5% (0,05). Entonces existe evidencia estadística que permite rechazar la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna (general): la inteligencia de negocios se relaciona significativamente con el emprendimiento de los estudiantes de la escuela profesional de Negocios internacionales de la UNJFSC - Huacho 2022. Además, la correlación Rho de Spearman es positiva y moderada de 0.622. Es decir, los estudiantes de la UNJFSC llegan a contar con regularidad, el manejo de información, el espíritu de innovación, y el desarrollo de toma de decisiones; de manera que, son pocas las veces que reconocen la importancia del individuo, el entorno, y el proceso, como componentes del desarrollo de todo emprendimiento.
- Al obtener la significancia asintótica (0,000) lo cual es menor que el 5% (0,05). Entonces permite rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna (específica 1): el manejo de información de la inteligencia de negocios se relaciona significativamente con el emprendimiento de los estudiantes de la escuela profesional de Negocios internacionales de la UNJFSC - Huacho 2022. Además, la correlación Rho de Spearman es positiva y moderada de 0.526. Es decir, los estudiantes de la UNJFSC

llegan a manejar poca información, sobre la importancia de los recursos humanos, la organización, la base de datos, y el enfoque al cliente, propias de la inteligencia de negocios.

- Se aplicó el estadístico Rho de Spearman y se obtiene la significancia asintótica (0,000) menor que el 5% (0,05); lo que permite rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna (específica 2): la innovación de la inteligencia de negocios se relaciona significativamente con el emprendimiento de los estudiantes de la escuela profesional de Negocios internacionales de la UNJFSC - Huacho 2022. Además, la correlación Rho de Spearman es positiva y moderada de 0.616. Es decir, los estudiantes de la UNJFSC pocas veces llegan a promover la innovación de nuevos productos, servicios, puntos de venta, y promociones, las cuales forman parte de la inteligencia de negocios.
- Se aplicó el estadístico Rho de Spearman y se obtiene la significancia asintótica (0,000) menor que el 5% (0,05); lo que permite rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna (específica 3): la toma de decisiones de la inteligencia de negocios se relaciona significativamente con el emprendimiento de los estudiantes de la escuela profesional de Negocios internacionales de la UNJFSC - Huacho 2022. Además, la correlación Rho de Spearman es positiva y moderada de 0.581. Es decir, los estudiantes de la UNJFSC llegan a desarrollar de manera regular la toma de decisiones programadas y decisiones no programadas, las cuales forman parte de la inteligencia de negocios.

## 6.2 Recomendaciones

De acuerdo a los resultados obtenidos en la presente investigación recomiendo al director, decano, docentes, estudiantes y a los investigadores académicos de la Facultad de Ciencias Empresariales:

- Se recomienda a los estudiantes de Negocios Internacionales de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión planear sus proyectos de emprendimiento, aplicando con efectividad la inteligencia de negocios, la cual tendrá en cuenta, el manejo de información, el tener espíritu innovador, y la toma de decisiones; no obstante, éstos proyectos de emprendimiento deberán de promover la importancia del individuo, entorno y proceso, como partes y componentes necesarios de todo emprendimiento.
- Asimismo, se recomienda tener en cuenta dentro de estos proyectos de emprendimiento, el manejo suficiente de información, la importancia de los recursos humanos, la organización, la base de datos, y el enfoque al cliente, que forman parte de la aplicación efectiva de la inteligencia de negocios.
- Se recomienda también, tener en cuenta dentro de estos proyectos de emprendimiento, la innovación de nuevos productos, servicios, puntos de venta, y promociones, que forman parte de la aplicación efectiva de la inteligencia de negocios.
- Por último, se recomienda tener en cuenta dentro de estos proyectos de emprendimiento, el desarrollo de la toma de decisiones programadas y decisiones no programadas, que forman parte de la aplicación efectiva de la inteligencia de negocios.

## REFERENCIAS

### 7.1 Fuentes documentales

- Arrieta, A. (2020). La inteligencia de negocios y los niveles de venta frente a una crisis en el Startup iVisa.com, San Isidro 2020. (Tesis de Titulación). Universidad César Vallejo, Lima, Perú. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12692/56722>
- Bisso, K. (2020). Marketing digital y emprendimiento de las PYMES exportadoras de la provincia de Huaura 2019. (Tesis de Titulación). Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho, Perú. Obtenido de <http://repositorio.unjfsc.edu.pe/handle/UNJFSC/4146>
- De la Hoz, B. (2019). Emprendimiento y desarrollo humano: un análisis internacional desde el enfoque de capacidades humanas. (Tesis Doctoral). Universidad de Granada, Granada, España. Obtenido de <https://digibug.ugr.es/handle/10481/57741>
- Meraz, A. (2020). Inteligencia de negocios como factor determinante de la competitividad empresarial. (Tesis Doctoral). Universidad Autónoma de Baja California, Mexicali, México. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12930/1872>
- Morán, I., & Macías, K. (2016). Incidencia del género en el emprendimiento de microempresas en Petrillo del Cantón Nobol, 2016. (Tesis de Titulación). Universidad de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/16423>

- Obregón, R. (2014). Utilización de sistemas de inteligencia de negocios en las pequeñas y medianas empresas de Guatemala. (Tesis de Titulación). Universidad de San Carlos de Guatemala, Guatemala, Guatemala. Obtenido de [http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/08/08\\_0815\\_CS](http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/08/08_0815_CS)
- Orellana, L. (2021). Educación universitaria y el emprendimiento empresarial en los estudiantes de Administración - Unas Tingo María. (Tesis de Titulación). Universidad Nacional Agraria de la Selva, Tingo María, Perú. Obtenido de <http://repositorio.unas.edu.pe/handle/UNAS/2033>
- Salvador, L. (2018). Nivel educativo y el emprendimiento empresarial en Centro de abastos de Lima Norte, 2017. (Tesis de titulación). Universidad Privada del Norte, Lima, Perú. Obtenido de <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/15268>
- Santana, L., & Sánchez, C. (2018). El emprendimiento y su influencia en el desarrollo socioeconómico del Cantón Paján. (Tesis de Titulación). Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/11620>
- Valencia, L. (2018). El emprendimiento empresarial en el sector artesanal y su impacto en el desarrollo sostenible en la provincia de Santa Elena - Ecuador. (Tesis Doctoral). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12672/9734>

## 7.2 Fuentes bibliográficos

- Blanco, E. (2016). Innovación y subdesarrollo: la paradoja de las tecnologías blandas en dirección. *Cofin Habana*, 10(1), 39-56.
- Cano, J. (2007). *Business intelligence: competir con información*. (Banesto, Ed.) Madrid, España: Fundación Cultur.
- Carrasco, S. (2006). *Metodología de la Investigación Científica*. Lima, Perú: Editorial San Marcos.
- Descartes, R. (1975). *Meditaciones filosóficas*. R. Descartes - 1975 - Guizot editoras.
- Freire, A. (2004). *Pasión por emprender, de la idea a la cruda realidad*. Buenos Aires, Argentina: Aguilar, Altea, Taurus, Alfaguara, S.A.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. Ciudad de México, México: McGraw-Hill Education.
- Jaramillo, L. (2008). *Emprendimiento: conceptos básicos en competencias* (Séptima edición ed.). Lima, Perú: Editorial IESE.
- López, J., & Sabater, R. (2007). *La teoría de los recursos y capacidades de la empresa. Una revisión*. Departamento de organización de empresas. Madrid, España: Universidad de Murcia.
- Pérez, M. (2015). *Business intelligence. Técnicas, herramientas y aplicaciones*. Madrid, España: RC Libros.

- Schnarch, A. (2016). El marketing como estrategia de emprendimiento. Bogotá, Colombia: Ediciones de la U.
- Sosa, F., & Hernández, P. (2007). Arquitectura de sistemas informativos para la toma de decisiones. Córdoba, Argentina: El cid editor.
- Valera, R. (2008). Innovación empresarial, Arte y ciencia en la creación de empresas (Tercera edición ed.). Bogotá, Colombia: Pearson Education.
- Zimmerer, T., & Scarborough, N. (2016). Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management (Cuarta Edición ed.). Pearson. Obtenido de <http://202.74.245.22:8080/xmlui/handle/123456789/806>

### 7.3 Fuentes hemerográficas

Alvarez, S., & Barney, J. (enero de 2014). Entrepreneurial Opportunities and Poverty Alleviation. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 159-184.

doi:<https://doi.org/10.1111/etap.12078>

Blanco, E. (2016). Innovación y subdesarrollo: la paradoja de las tecnologías blandas en dirección. *Cofin Habana*, 10(1), 39-56.

Gartner, W. (julio de 1989). Who is an entrepreneur? is the wrong question.

*Entrepreneurship theory*, 47-68.

doi:<https://doi.org/10.1177/104225878901300406>

#### **7.4 Fuentes electrónicas**

Gestión. (10 de septiembre de 2018). Emprendimiento en Perú: tres anclas que impiden su desarrollo y seis alternativas de solución. Obtenido de Gestión

- Economía: <https://gestion.pe/economia/management-empleo/>

InStoreView. (13 de mayo de 2021). Latinoamérica: tierra fértil para el Business intelligence. Obtenido de InStoreView:

<https://www.instoreview.com/blog/>

Plan Internacional. (16 de junio de 2021). Conoce la realidad del emprendimiento juvenil en Perú y lo que viene. Obtenido de Plan Internacional Educación:

<https://www.planinternational.org.pe/blog/>

Polo, M. (2009). Definición y herramientas de la inteligencia de negocios.

Obtenido de Gestipolis: <http://www.gestipolis.com/>

Portafolio. (10 de diciembre de 2021). Qué es la inteligencia de negocios y cómo transforma empresas. Obtenido de Portafolio tendencias:

<https://www.portafolio.co/tendencias/>.

## ANEXOS

### Anexo 1: Matriz de consistencia

	PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA
<b>PRINCIPAL</b>	¿Cómo se relaciona la inteligencia de negocios con el emprendimiento de los estudiantes de la escuela profesional de Negocios internacionales de la UNJFSC - Huacho 2022?	Establecer cómo se relaciona la inteligencia de negocios con el emprendimiento de los estudiantes de la escuela profesional de Negocios internacionales de la UNJFSC - Huacho 2022.	La inteligencia de negocios se relaciona significativamente con el emprendimiento de los estudiantes de la escuela profesional de Negocios internacionales de la UNJFSC - Huacho 2022.	<b>1. VARIABLE X:</b> Inteligencia de negocios	<b>D1:</b> Manejo de información  <b>D2:</b> Innovación  <b>D3:</b> Toma de decisiones	- Recursos humanos - Organización - Base de datos - Enfoque al cliente  - Producto - Servicio - Punto de venta - Promoción  - Decisiones programadas - Decisiones no programadas	<b>Enfoque de la investigación:</b> Cuantitativo  <b>Diseño de investigación:</b> No Experimental (Transversal)  <b>Nivel de investigación:</b> Correlacional  <b>Población:</b>
<b>ESPECÍFICOS</b>	¿Cómo se relaciona el manejo de información de la inteligencia de negocios con el emprendimiento de los estudiantes de la escuela profesional de Negocios internacionales de la UNJFSC - Huacho 2022?	Establecer cómo se relaciona el manejo de información de la inteligencia de negocios con el emprendimiento de los estudiantes de la escuela profesional de Negocios internacionales de la UNJFSC - Huacho 2022.	El manejo de información de la inteligencia de negocios se relaciona significativamente con el emprendimiento de los estudiantes de la escuela profesional de Negocios internacionales de la UNJFSC - Huacho 2022.	<b>2. VARIABLE Y:</b> Emprendimiento	<b>D1:</b> Individuo  <b>D2:</b> Entorno  <b>D3:</b> Proceso	- Habilidades - Conocimientos - Riesgos  - Necesidades - Oportunidad - Competencia  - Recursos - Idea y mercado - Motivación y determinación	295 estudiantes de la escuela profesional de Negocios internacionales de la UNJFSC - Huacho  <b>Muestra:</b> 167 estudiantes de la escuela profesional de

<p>¿Cómo se relaciona la innovación de la inteligencia de negocios con el emprendimiento de los estudiantes de la escuela profesional de Negocios internacionales de la UNJFSC - Huacho 2022?</p>	<p>Establecer cómo se relaciona la innovación de la inteligencia de negocios con el emprendimiento de los estudiantes de la escuela profesional de Negocios internacionales de la UNJFSC - Huacho 2022.</p>	<p>La innovación de la inteligencia de negocios se relaciona significativamente con el emprendimiento de los estudiantes de la escuela profesional de Negocios internacionales de la UNJFSC - Huacho 2022.</p>				<p>Negocios internacionales de la UNJFSC - Huacho</p> <p><b>Técnicas de recolección de datos:</b> Encuesta</p> <p><b>Instrumento:</b> Cuestionario con escala Likert</p>
<p>¿Cómo se relaciona la toma de decisiones de la inteligencia de negocios con el emprendimiento de los estudiantes de la escuela profesional de Negocios internacionales de la UNJFSC - Huacho 2022?</p>	<p>Establecer cómo se relaciona la toma de decisiones de la inteligencia de negocios con el emprendimiento de los estudiantes de la escuela profesional de Negocios internacionales de la UNJFSC - Huacho 2022.</p>	<p>La toma de decisiones de la inteligencia de negocios se relaciona significativamente con el emprendimiento de los estudiantes de la escuela profesional de Negocios internacionales de la UNJFSC - Huacho 2022.</p>				<p><b>Técnicas para el procesamiento de la información:</b> Software Excel y SPSS</p>

## Anexo 2: Instrumento



**Universidad Nacional**  
**José Faustino Sánchez Carrión**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

### ENCUESTA SOBRE INTELIGENCIA DE NEGOCIOS Y EMPRENDIMIENTO

Buen día, la presente encuesta tiene por objetivo conocer su opinión respecto a la inteligencia de negocios y el emprendimiento de los estudiantes de la escuela profesional de Negocios internacionales de la UNJFSC, por lo que agradeceremos que responda a las preguntas formuladas con sinceridad, sus respuestas serán confidenciales y anónimas.

*De antemano: ¡muchas gracias por su colaboración!*

#### I. DATOS DEL ENCUESTADO:

<p><b>1. Género:</b> a) Femenino b) Masculino</p> <p><b>2. Edad:</b> _____ años</p>	<p><b>3. Estado Civil</b> a) Soltero b) Casado c) Viudo d) Divorciado e) Otro: _____</p>
---	--

#### II. INSTRUCCIONES:

Todas las preguntas tienen cinco opciones de respuesta. Elija la que mejor describa lo que piensa usted, Solamente una opción. Marque con claridad la opción elegida con un aspa "X".

**1=Nunca; 2= Casi Nunca; 3=A veces; 4=Casi siempre; 5=Siempre**

Si no puede contestar una pregunta o si la pregunta no tiene sentido para usted, por favor pregúntele a la persona que le entregó este cuestionario, para su correcta participación.

<b>INTELIGENCIA DE NEGOCIOS</b>					
<b>I. MANEJO DE INFORMACIÓN</b> (Marcar con una "X" en el recuadro apropiado)	<b>Calificación</b>				
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
1. Considero que los recursos humanos deben de mostrar atributos y habilidades personales, abarcando aspectos psicológicos y experimentales, que definan sus comportamientos					
2. Considero que las empresas deben de contar con una estructura y organización basada en el manejo de información, la cual está diseñada para ayudar en la toma de decisiones.					

3. Considero que toda organización debe de contar con una base de datos que asegure el buen almacenamiento y selección de la información organizacional.					
4. Considero que las empresas deben de diseñar sus estructuras y definir sus objetivos en base a los usuarios y/o clientes, de manera que se garantice la satisfacción de sus necesidades.					
<b>II. INNOVACIÓN</b> (Marcar con una "X" en el recuadro apropiado)	<b>Calificación</b>				
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
5. Los productos que se ofrecen a los clientes deben estar fabricados o desarrollados para la satisfacción plena de sus necesidades, aportando beneficios a estos consumidores.					
6. Los servicios que se brindan a los clientes deben de ser el resultado de adaptar un buen trato personalizado, rápido, y oportuno, enfocado a la satisfacción de sus necesidades.					
7. Los puntos de venta de cada empresa debe de cumplir varios requisitos, de manera que resulten atractivos para los clientes, quienes quieren obtener un producto fácil y accesible.					
8. Las empresas deben de asumir un papel de promoción enfocada a brindar un buen producto y servicio, más que estar orientada solo a generar mayores ingresos económicos.					
<b>III. TOMA DE DECISIONES</b> (Marcar con una "X" en el recuadro apropiado)	<b>Calificación</b>				
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
9. Las empresas deben de asumir aquellas decisiones programas con la responsabilidad que implica cada una de ellas, y lo que ésta conllevará como consecuencia hacia los clientes.					
10. Durante la toma de decisiones se deben de priorizar los sucesos más relevantes y significantes para la organización, de tal manera que se tenga presente durante los planes estratégicos.					
11. Las empresas deben de asumir decisiones no programas con la responsabilidad que implica cada una de ellas, y lo que ésta conllevará como consecuencia hacia los clientes.					
12. Las empresas deben de estar preparadas ante nuevos desafíos y circunstancias que implican nuevos cambios organizacionales, sin dejar de lado el enfoque hacia los clientes.					
<b>EMPRENDIMIENTO</b>					
<b>I. INDIVIDUO</b> (Marcar con una "X" en el recuadro apropiado)	<b>Calificación</b>				
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
13. Una persona emprendedora deberá de contar con las habilidades necesarias para poder llevar adelante su proyecto en un mercado altamente competitivo y globalizado.					

14. Una persona emprendedora deberá de contar con los conocimientos necesarios para poder llevar a cabo todos los procedimientos que implique su nueva idea de negocio.					
15. Un persona emprendedora deberá de asumir todos los posibles riesgos presentados y poder superarlos, de tal manera que, no exista obstáculo alguno en la realización del emprendimiento.					
<b>II. ENTORNO</b> (Marcar con una "X" en el recuadro apropiado)	<b>Calificación</b>				
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
16. Los emprendedores deben de orientar sus proyectos en la satisfacción de necesidades de sus clientes y/o usuarios, a fines de mantenerse vigentes en el mercado.					
17. Los emprendedores deben ser cazadores de oportunidades por excelencia, aun cuando el entorno parezca desolador y poco atractivo para los demás competidores.					
18. Los emprendedores tienen que saber diferenciarse de la competencia, haciendo que su negocio pueda ser lo suficientemente atractivo ante la mirada de los clientes.					
<b>III. PROCESO</b> (Marcar con una "X" en el recuadro apropiado)	<b>Calificación</b>				
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
19. Los emprendimientos deben de contar con todos los recursos necesarios, que permitan su buen desenvolvimiento en las diferentes actividades organizacionales.					
20. Los emprendimientos deben de basarse en una idea sólida y sostenible, que surja como un proyecto atractivo e innovador en el mercado de las competencias.					
21. Los emprendimientos deben de contar con la motivación y determinación necesaria para que las exigencias sean asumidas con el mayor animo posible y así asegurar el éxito esperado.					

*¡Muchas gracias por su colaboración!*

### **Anexo 3: Baremación**

#### **Baremación de la variable 1:** **INTELIGENCIA DE NEGOCIOS**

##### **1. Baremación de la Primera Variable: Inteligencia de negocios**

- Máximo:  $12(5) = 60$
- Mínimo:  $12(1) = 12$
- Rango: Máximo – Mínimo  $\rightarrow R = 60 - 12 = 48$
- Numero de intervalos: 3
- Amplitud del intervalo:  $A = R/3 \rightarrow 48/3 = 16$

##### **A. Baremación de la Primera Dimensión de la V1: Manejo de información**

- Máximo:  $4(5) = 20$
- Mínimo:  $4(1) = 4$
- Rango: Máximo – Mínimo  $\rightarrow R = 20 - 4 = 16$
- Numero de intervalos: 3
- Amplitud del intervalo:  $A = R/3 \rightarrow 16/3 = 5.333$

##### **B. Baremación de la Segunda Dimensión de la V1: Innovación**

- Máximo:  $4(5) = 20$
- Mínimo:  $4(1) = 4$
- Rango: Máximo – Mínimo  $\rightarrow R = 20 - 4 = 16$
- Numero de intervalos: 3
- Amplitud del intervalo:  $A = R/3 \rightarrow 16/3 = 5.333$

##### **C. Baremación de la Tercera Dimensión de la V1: Toma de decisiones**

- Máximo:  $4(5) = 20$
- Mínimo:  $4(1) = 4$
- Rango: Máximo – Mínimo  $\rightarrow R = 20 - 4 = 16$
- Numero de intervalos: 3
- Amplitud del intervalo:  $A = R/3 \rightarrow 16/3 = 5.333$

## **Baremación de la variable 2:**

### **EMPREDIMIENTO**

#### **1. Baremación de la Segunda Variable: Emprendimiento**

- Máximo:  $12(5) = 60$
- Mínimo:  $12(1) = 12$
- Rango: Máximo – Mínimo  $\rightarrow R = 60 - 12 = 48$
- Numero de intervalos: 3
- Amplitud del intervalo:  $A = R/3 \rightarrow 48/3 = 16$

#### **A. Baremación de la Primera Dimensión de la V2: Individuo**

- Máximo:  $3(5) = 15$
- Mínimo:  $3(1) = 3$
- Rango: Máximo – Mínimo  $\rightarrow R = 15 - 3 = 12$
- Numero de intervalos: 3
- Amplitud del intervalo:  $A = R/3 \rightarrow 12/3 = 4$

#### **B. Baremación de la Segunda Dimensión de V2: Entorno**

- Máximo:  $3(5) = 15$
- Mínimo:  $3(1) = 3$
- Rango: Máximo – Mínimo  $\rightarrow R = 15 - 3 = 12$
- Numero de intervalos: 3
- Amplitud del intervalo:  $A = R/3 \rightarrow 12/3 = 4$

#### **C. Baremación de la Tercera Dimensión de V2: Proceso**

- Máximo:  $3(5) = 15$
- Mínimo:  $3(1) = 3$
- Rango: Máximo – Mínimo  $\rightarrow R = 15 - 3 = 12$
- Numero de intervalos: 3
- Amplitud del intervalo:  $A = R/3 \rightarrow 12/3 = 4$

**Anexo 4: Base de datos**

<b>V1</b>	<b>V2</b>	<b>D1</b>	<b>D2</b>	<b>D3</b>	<b>D4</b>	<b>D5</b>	<b>D6</b>
16	36	8	4	4	12	12	12
50	36	12	20	18	10	11	15
17	29	7	6	4	7	11	11
45	25	8	19	18	7	10	8
44	14	20	12	12	5	3	6
52	28	14	19	19	7	12	9
32	27	4	16	12	3	13	11
38	42	10	16	12	14	13	15
50	24	20	13	17	5	13	6
27	16	8	8	11	5	7	4
20	30	4	10	6	9	8	13
55	37	20	18	17	13	11	13
21	14	4	8	9	4	5	5
34	27	8	13	13	7	10	10
51	33	16	18	17	12	12	9
38	9	14	12	12	3	3	3
48	37	16	15	17	11	13	13
39	29	14	14	11	10	10	9
45	27	14	16	15	6	11	10
12	9	4	4	4	3	3	3
14	15	5	4	5	5	7	3
14	13	4	6	4	3	3	7
16	11	8	4	4	5	3	3
16	11	8	4	4	5	3	3
38	33	12	12	14	10	12	11
17	15	7	6	4	7	3	5
21	22	8	4	9	7	10	5
22	14	4	12	6	5	3	6
40	30	14	13	13	7	12	11
12	9	4	4	4	3	3	3
28	22	10	8	10	8	7	7
24	16	8	7	9	5	5	6
20	16	8	4	8	5	7	4
32	26	8	12	12	9	8	9
55	33	20	18	17	13	11	9
14	14	4	5	5	4	5	5
34	27	8	13	13	7	10	10
41	33	16	12	13	12	12	9
38	33	14	12	12	11	12	10

48	34	16	15	17	11	12	11
44	29	14	16	14	10	10	9
45	27	14	16	15	6	11	10
12	9	4	4	4	3	3	3
18	15	8	4	6	5	7	3
14	13	4	6	4	3	3	7
16	11	8	4	4	5	3	3
16	11	8	4	4	5	3	3
38	33	12	12	14	10	12	11
16	36	8	4	4	12	12	12
38	24	12	12	14	10	3	11
17	15	7	6	4	7	3	5
55	37	20	18	17	13	11	13
21	14	4	8	9	4	5	5
34	27	8	13	13	7	10	10
51	33	16	18	17	12	12	9
38	9	14	12	12	3	3	3
48	37	16	15	17	11	13	13
39	29	14	14	11	10	10	9
45	27	14	16	15	6	11	10
12	9	4	4	4	3	3	3
16	36	8	4	4	12	12	12
50	36	12	20	18	10	11	15
17	29	7	6	4	7	11	11
45	25	8	19	18	7	10	8
44	14	20	12	12	5	3	6
52	28	14	19	19	7	12	9
32	27	4	16	12	3	13	11
38	42	10	16	12	14	13	15
50	24	20	13	17	5	13	6
27	16	8	8	11	5	7	4
20	30	4	10	6	9	8	13
55	37	20	18	17	13	11	13
21	14	4	8	9	4	5	5
34	27	8	13	13	7	10	10
51	33	16	18	17	12	12	9
38	9	14	12	12	3	3	3
48	37	16	15	17	11	13	13
39	29	14	14	11	10	10	9
45	27	14	16	15	6	11	10
12	9	4	4	4	3	3	3
14	15	5	4	5	5	7	3
14	13	4	6	4	3	3	7

16	11	8	4	4	5	3	3
16	11	8	4	4	5	3	3
38	33	12	12	14	10	12	11
17	15	7	6	4	7	3	5
21	22	8	4	9	7	10	5
22	14	4	12	6	5	3	6
40	30	14	13	13	7	12	11
12	9	4	4	4	3	3	3
28	22	10	8	10	8	7	7
24	16	8	7	9	5	5	6
16	36	8	4	4	12	12	12
50	36	12	20	18	10	11	15
17	29	7	6	4	7	11	11
45	25	8	19	18	7	10	8
44	14	20	12	12	5	3	6
52	28	14	19	19	7	12	9
32	27	4	16	12	3	13	11
38	42	10	16	12	14	13	15
50	24	20	13	17	5	13	6
27	16	8	8	11	5	7	4
20	30	4	10	6	9	8	13
55	37	20	18	17	13	11	13
21	14	4	8	9	4	5	5
34	27	8	13	13	7	10	10
51	33	16	18	17	12	12	9
38	9	14	12	12	3	3	3
48	37	16	15	17	11	13	13
39	29	14	14	11	10	10	9
45	27	14	16	15	6	11	10
12	9	4	4	4	3	3	3
14	15	5	4	5	5	7	3
14	13	4	6	4	3	3	7
16	11	8	4	4	5	3	3
16	11	8	4	4	5	3	3
38	33	12	12	14	10	12	11
17	15	7	6	4	7	3	5
21	22	8	4	9	7	10	5
22	14	4	12	6	5	3	6
40	30	14	13	13	7	12	11
12	9	4	4	4	3	3	3
28	22	10	8	10	8	7	7
24	16	8	7	9	5	5	6
20	16	8	4	8	5	7	4

32	26	8	12	12	9	8	9
55	33	20	18	17	13	11	9
14	14	4	5	5	4	5	5
34	27	8	13	13	7	10	10
41	33	16	12	13	12	12	9
38	33	14	12	12	11	12	10
48	34	16	15	17	11	12	11
44	29	14	16	14	10	10	9
45	27	14	16	15	6	11	10
12	9	4	4	4	3	3	3
18	15	8	4	6	5	7	3
14	13	4	6	4	3	3	7
16	11	8	4	4	5	3	3
16	11	8	4	4	5	3	3
38	33	12	12	14	10	12	11
16	36	8	4	4	12	12	12
38	24	12	12	14	10	3	11
17	15	7	6	4	7	3	5
55	37	20	18	17	13	11	13
21	14	4	8	9	4	5	5
34	27	8	13	13	7	10	10
51	33	16	18	17	12	12	9
38	9	14	12	12	3	3	3
48	37	16	15	17	11	13	13
39	29	14	14	11	10	10	9
45	27	14	16	15	6	11	10
12	9	4	4	4	3	3	3
16	36	8	4	4	12	12	12
50	36	12	20	18	10	11	15
17	29	7	6	4	7	11	11
45	25	8	19	18	7	10	8
44	14	20	12	12	5	3	6
52	28	14	19	19	7	12	9
32	27	4	16	12	3	13	11
38	42	10	16	12	14	13	15
50	24	20	13	17	5	13	6
27	16	8	8	11	5	7	4
20	30	4	10	6	9	8	13
55	37	20	18	17	13	11	13
21	14	4	8	9	4	5	5
34	27	8	13	13	7	10	10
51	33	16	18	17	12	12	9