

UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUÍZ GALLO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y
CONTABLES
ESCUELA PROFESIONAL DE COMERCIO Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES



Business Intelligence y la competitividad exportadora de
productos hidrobiológicos del sector pesca de la Macro Región
Norte del Perú, 2024

Tesis que presenta los bachilleres:

Diana Isabel Angaspilco Montalván

Priscilla Anais Ramírez Valdera

Para obtener el título profesional de

LICENCIADA EN COMERCIO Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES

Asesor

Dr. Adm. Juan Zapata Sandoval

Lambayeque-Perú

2025

Business Intelligence y la competitividad exportadora de productos hidrobiológicos del sector pesca de la Macro Región Norte del Perú, 2024



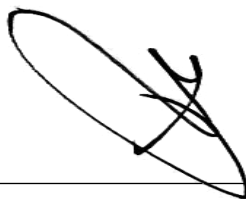
Diana Isabel Angaspilco Montalván

Bachiller



Priscilla Anais Ramírez Valdera

Bachiller



Dr. Adm. Juan Zapata Sandoval

Asesor

Presentada para obtener el título profesional de **LICENCIADO EN COMERCIO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

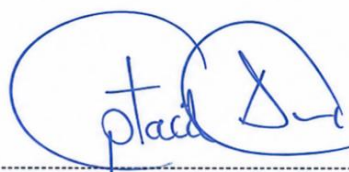
Aprobado por:



DR. VÍCTOR MANUEL GARCIA MESTA
PRESIDENTE



DR. ABDEL JAVIER FLORES OLIVOS
SECRETARIO



M. Sc. MARCO ANTONIO CAPRISTAN CAMPOS
VOCAL

Lambayeque, 2025



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS DMINISTRATIVAS Y CONTABLES
UNIDAD DE INVESTIGACION



ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

Siendo las 11:30 horas del día 17 de diciembre del 2025, se dio inicio a la Sustentación de Tesis en forma PRESENCIAL con la participación de los miembros del jurado nombrado con Resolución N°0696-2025-VIRTUAL-UNPRG-FACEAC-D/JAM de fecha 31 de marzo de 2025, conformado por:

DR. VICTOR MANUEL GARCIA MESTA	Presidente
DR. ABDEL JAVIER FLORES OLIVOS	Secretario
M. Sc. MARCO ANTONIO CAPRISTAN CAMPOS	Vocal
DR. JUAN ZAPATA SANDOVAL	Asesor

Para evaluar el informe de tesis de los tesisistas ANGASPILCO MONTALVAN DIANA ISABEL y RAMIREZ VALDERA PRISCILLA ANAIS; quienes desean obtener su título profesional de LICENCIADO(A) EN COMERCIO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES, con la tesis titulada "BUSINESS INTELLIGENCE Y LA COMPETITIVIDAD EXPORTADORA DE PRODUCTOS HIDROBIOLÓGICOS DEL SECTOR PESCA DE LA MACRO REGIÓN NORTE DEL PERÚ, 2024"; El Sr. Presidente, después de transmitir el saludo a todos los participantes de la Sustentación ordenó la lectura de la Resolución decanal N°1927-2025-UNPRG-FACEAC-D/JAM de fecha 28 de noviembre de 2025 que autoriza la Sustentación presencial del informe de tesis correspondiente, luego de lo cual autorizó a los candidatos a efectuar la sustentación otorgándole 20 minutos de tiempo.

Culminada la exposición del sustentante, el presidente dispuso la intervención de los señores miembros del jurado, empezando con el señor(a) vocal, luego señor(a) secretario hasta culminar con el (la)señor(a) presidente, en ese orden los jurados plantearon preguntas y observaciones, las cuales fueron absueltas por el/los sustentantes en forma Satisfactorio.

El señor presidente invita al asesor para que exponga lo que considere conveniente respecto de la exposición de la tesis.

Culminadas las preguntas y respuestas, el (la)Sr.(a) presidente, dispuso que los asistentes incluido el asesor y el o los tesisistas abandonen temporalmente la sala, a fin de que el jurado delibere con plena libertad y pueda calificar la sustentación de la tesis.

Los jurados califican de acuerdo a la rúbrica de evaluación de la facultad. Culminada la deliberación y calificación el(la) sr.(a) presidente autorizo que ingresen a la sala de sustentaciones al tesisista o los tesisistas, su asesor y público en general, y autorizó la lectura del acta por parte del señor(a) secretario(a). El señor(a) secretario(a) dio lectura al acta señalando que el tesisista o los tesisistas: ANGASPILCO MONTALVAN DIANA ISABEL y RAMIREZ VALDERA PRISCILLA ANAIS; han obtenido 18 puntos equivalentes a Muy Bueno quedando expedito para obtener el título profesional de LICENCIADO(A) EN COMERCIO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES.

Comunicado el resultado, el señor presidente da por concluido el acto académico a las 12:40 horas del mismo día y en señal de conformidad firman los señores miembros de jurado y asesor.

ESCALA: 20=Excelente; 19-18=Muy Bueno; 16-17= Bueno; 14-15 regular, menos de 14= Desaprobado.

DR. VICTOR MANUEL GARCIA MESTA
PRESIDENTE

DR. ABDEL JAVIER FLORES OLIVOS,
SECRETARIO

M. Sc. MARCO ANTONIO CAPRISTAN CAMPOS
VOCAL

DR. JUAN ZAPATA SANDOVAL
ASESOR



UNIVERSIDAD NACIONAL
PEDRO RUIZ GALLO

LAMBAYEQUE

ACTA DE ORIGINALIDAD DE TESIS

Dr. Adm. JUAN ZAPATA SANDOVAL, asesor del trabajo de investigación titulado:

“Business Intelligence y la competitividad exportadora de productos hidrobiológicos del sector pesca de la Macro Región Norte del Perú, 2024”

Presentado por las bachilleres de la Escuela Profesional de Administración:

**ANGASPILCO MONTALVÁN DIANA ISABEL
RAMIREZ VALDERA PRISCILLA ANAIS**

Confirma que el citado trabajo académico tiene un índice de similitud de 13%, verificable en el reporte de originalidad del Programa Turnitin, que convierte el trabajo aceptable y no constituye plagio, en tanto cumple con todas las normas del uso de citas y referencias establecidas por la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo.

Lambayeque, 15 de Octubre del 2025.

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Juan Zapata Sandoval', written over a horizontal line.

Dr. Adm. Juan Zapata Sandoval
Asesor

Business Intelligence y la competitividad exportadora de productos hidrobiológicos del sector pesca de la Macro Región Norte del Perú, 2024

INFORME DE ORIGINALIDAD

13%

INDICE DE SIMILITUD

12%

FUENTES DE INTERNET

3%

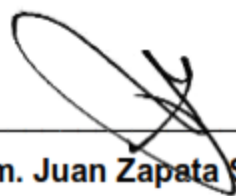
PUBLICACIONES

3%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	hdl.handle.net Fuente de Internet	3%
2	repositorioacademico.upc.edu.pe Fuente de Internet	1%
3	www.grafiati.com Fuente de Internet	1%
4	repositorio.unprg.edu.pe Fuente de Internet	1%
5	repositorio.upse.edu.ec Fuente de Internet	<1%
6	idus.us.es Fuente de Internet	<1%
7	theibfr.com Fuente de Internet	<1%
8	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	<1%



Dr. Adm. Juan Zapata Sandoval

DNI. N° 16455600

Asesor

9	www.rilco.org Fuente de Internet	<1 %
10	"El estado mundial de la pesca y la acuicultura 2022", Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO), 2022 Publicación	<1 %
11	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
12	www.fao.org Fuente de Internet	<1 %
13	repositorio.upla.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
14	repositorio.upn.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
15	repositorio.uladech.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
16	Submitted to Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo Trabajo del estudiante	<1 %
17	alicia.concytec.gob.pe Fuente de Internet	<1 %
18	repositorio.uss.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
19	revistascientificas.usil.edu.py Fuente de Internet	<1 %


 Dr. Adm. Juan Zapata Sandoval
 DNI. N° 16455600
 Asesor

20 static.poder360.com.br <1 %
Fuente de Internet

21 Ponniah Raman, Murali Sambasivan, Naresh Kumar. "Counterproductive work behavior among frontline government employees: Role of personality, emotional intelligence, affectivity, emotional labor, and emotional exhaustion", Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones, 2016 <1 %
Publicación

22 www.ulvr.edu.ec <1 %
Fuente de Internet

23 autonomadeica.edu.pe <1 %
Fuente de Internet


24 Submitted to Universidad Privada del Norte <1 %
Trabajo del estudiante

25 ciladi.org <1 %
Fuente de Internet

26 insideinformationsystems.blogspot.com <1 %
Fuente de Internet

27 openacessojs.com <1 %
Fuente de Internet

28 repositorio.usmp.edu.pe <1 %
Fuente de Internet


Dr. Adm. Juan Zapata Sandoval
DNI. N° 16455600

Asesor

29	centronaval.org.ar Fuente de Internet	<1 %
30	docs.google.com Fuente de Internet	<1 %
31	repositorio.cepal.org Fuente de Internet	<1 %
32	rua.ua.es Fuente de Internet	<1 %
33	www.slideshare.net Fuente de Internet	<1 %
34	Submitted to Universidad Manuela Beltrán Trabajo del estudiante	<1 %
35	repositorio.uia.ac.cr:8080 Fuente de Internet	<1 %
36	www.cienciadigital.org Fuente de Internet	<1 %
37	www.coursehero.com Fuente de Internet	<1 %
38	Submitted to Universidad Andina Nestor Caceres Velasquez Trabajo del estudiante	<1 %
39	congresoafide.com Fuente de Internet	<1 %

Submitted to esпам



Recibo digital

Este recibo confirma que su trabajo ha sido recibido por **Turnitin**. A continuación podrá ver la información del recibo con respecto a su entrega.

La primera página de tus entregas se muestra abajo.

Autor de la entrega: Diana Isabel Angaspilco Montalván Y Priscilla Anais Ramírez Va...
Título del ejercicio: Quick Submit
Título de la entrega: Business Intelligence y la competitividad exportadora de prod...
Nombre del archivo: xpportadora_de_productos_hidrobiol_gicos_del_sector_pesca_d...
Tamaño del archivo: 8.92M
Total páginas: 85
Total de palabras: 20,805
Total de caracteres: 124,322
Fecha de entrega: 14-oct-2025 11:55p. m. (UTC-0500)
Identificador de la entrega: 2781630744

UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y
CONTABLES
ESCUELA PROFESIONAL DE COMERCIO Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES



Business Intelligence y la competitividad exportadora de
productos hidrobiológicos del sector pesca de la Macro Región
Norte del Perú, 2024

Tesis que presenta los bachilleres:

Diana Isabel Angaspilco Montalván

Priscilla Anais Ramírez Valdera

Para obtener el título profesional de

**LICENCIADO EN COMERCIO Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

Asesor

Dr. Adm. Juan Zapata Sandoval

Lambayeque-Perú

2025

Dr. Adm. Juan Zapata Sandoval

DNI. N° 16455600
Asesor

Dedicatoria

A mi mamá, por su esfuerzo, determinación y ejemplo. Por estar siempre, por creer en mí incluso cuando yo dudaba de ello y por enseñarme que todo se puede lograr con fe y constancia. Este logro también es tuyo, porque sin tu apoyo nada de esto habría sido posible.

Y a mí, por no rendirme, por seguir a pesar de los miedos y los días difíciles, por aprender, por crecer y por creer nuevamente en mí.

Diana Isabel Angaspilco Montalván

A Dios, por darme fortaleza y guiarme siempre.

A mi papito, que desde el cielo me acompaña y sigue siendo mi mayor inspiración; este logro también es tuyo.

A mi familia, por su amor incondicional y por creer en mí incluso en los momentos más difíciles.

Y a mí misma, por no rendirme y seguir adelante con fe y determinación.

Priscilla Anais Ramírez Valdera

Agradecimiento

A Dios y sus guías, por acompañarme en cada paso, por darme fuerzas cuando las necesitaba y recordarme que nunca estuve sola.

A mi mamá, por su esfuerzo, determinación y ejemplo, por ser mi mayor inspiración y sostén en todo momento.

Y a esas personitas, que siempre estuvieron presentes, que me apoyaron de diferentes maneras y que con un abrazo podían reconfortarlo todo.

Este logro es el reflejo de la fe, constancia, compromiso y la perseverancia que me han acompañado en esta etapa.

Diana Isabel Angaspilco Montalván

A Dios, por darme sabiduría y serenidad en cada etapa de este camino.

A mi familia, por su amor incondicional, su apoyo constante y por ser mi mayor motivación.

A mis amigos, por acompañarme con cariño, aliento y alegría en los momentos más desafiantes.

Y a mi papito, que desde el cielo me acompaña y me da fuerzas para seguir; su ejemplo y amor viven en cada logro alcanzado.

Este trabajo simboliza un sueño cumplido, fruto del esfuerzo, la fe y la dedicación con que he recorrido este camino.

Priscilla Anais Ramírez Valdera

ÍNDICE GENERAL

Dedicatoria	iii
Agradecimiento	v
ÍNDICE GENERAL	vi
ÍNDICE DE TABLAS	viii
ÍNDICE DE FIGURAS	ix
Informacion general.....	x
RESUMEN	xi
ABSTRACT	xii
INTRODUCCIÓN.....	1
Capítulo I: Diseño teórico	11
1.1. Antecedentes	11
1.1.1. Internacionales	11
1.1.2. Nacionales.....	14
1.1.3. Locales	15
1.2. Bases teóricas	16
1.2.1. Fundamentación teórica del Business Intelligence	16
1.2.2. Fundamentación teórica de la Competitividad Exportadora	22
1.3. Bases Conceptuales	24
Capítulo II. Diseño metodológico	26
2.1. Diseño de contrastación de hipótesis	26
2.2. Población y muestra.....	27
2.3. Técnicas, instrumentos y procesamiento de datos.....	28
2.3.1. Técnicas	28
2.3.2. Instrumentos.....	29

2.3.3. Procesamiento de datos.....	29
Capítulo III. Resultados	31
3.1. Relación entre la gestión de calidad de datos y la competitividad exportadora de productos hidrobiológicos del sector pesca de la Macro Región Norte del Perú	31
3.2. Relación entre el análisis de información comercial y la competitividad exportadora de productos hidrobiológicos del sector pesca de la Macro Región Norte del Perú	32
3.3. Relación entre el desarrollo de mercado objetivo y la competitividad exportadora de productos hidrobiológicos del sector pesca de la Macro Región Norte del Perú	33
3.4. Relación entre el Business Intelligence y la competitividad exportadora de productos hidrobiológicos del sector pesca de la Macro Región Norte del Perú	33
Capítulo IV. Discusión	38
Conclusiones	42
Recomendaciones	43
Bibliografía	44
Anexos	56

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de las variables	25
Tabla 2 Diseño metodológico de la investigación.....	26
Tabla 3 Distribución de empresas del sector pesca de la Macroregión Norte del Perú.....	28
Tabla 4 Alfa de Cronbach	29
Tabla 5 Contrastación de hipótesis 1	32
Tabla 6 Contrastación de hipótesis 2	32
Tabla 7 Contrastación de hipótesis 3	33
Tabla 8 Resultados de confiabilidad de elementos individuales para el modelo de medición	34
Tabla 9 Fiabilidad compuesta	34
Tabla 10 Varianza extraída media	35
Tabla 11 Validez discriminante.....	35
Tabla 12 Contrastación de hipótesis	36

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Proceso del desarrollo del Business Intelligence en la gestión exportadora .18
Figura 2 Modelo estructural36

1.1. INFORMACION GENERAL

1.1. Título:

Business Intelligence y la competitividad exportadora de productos hidrobiológicos del sector pesca de la Macro Región Norte del Perú, 2024

1.2. Autores:

- Bachiller: Angaspilco Montalván Diana Isabel
- Bachiller: Ramírez Valdera Priscilla Anais

1.3. Asesor:

- Dr. Adm. Juan Zapata Sandoval

1.4. Línea de investigación:

- Ciencias Sociales y Humanidades

1.5. Lugar:

- Regiones del Norte del Perú: Lambayeque, Piura, La Libertad, Tumbes

RESUMEN

El propósito de la investigación es determinar la relación que existe entre el Business Intelligence y la competitividad exportadora de productos hidrobiológicos del sector pesca de la Macro Región Norte del Perú. La metodología considera un enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental, una investigación de tipo básica y con una población conformada por 175 empresas dedicadas a la pesca y exportación de productos hidrobiológicos en la Macro región Norte del Perú y una muestra de 89 empresas que se dedican a la producción y exportación de productos hidrobiológicos; la técnica utilizada es la encuesta y el instrumento del cuestionario, para el análisis empírico se abordó mediante el Modelado de Ecuaciones Estructurales (SEM) y se eligió la variante por Mínimos Cuadrados Parciales (PLS-SEM) por su idoneidad en investigaciones de carácter exploratorio y en modelos con múltiples relaciones entre variables latentes considerando el software estadístico de PLS 4.0. Los resultados muestran que la AS influye de forma positiva en el DO ($\beta = 0,560$ $t = 4,60$, $p < 0,05$); así mismo la AS influye de forma negativa en la IC ($\beta = -0,334$, $t = 4.07$, $p < 0,05$); por otro lado la AS influye de forma positiva en el MO ($\beta = 0,887$, $t = 20.77$, $p < 0,05$) y la MO influye de forma positiva en el DO ($\beta = 0,422$, $t = 3.43$, $p < 0,05$); a diferencia de la IC no influye en el DO ($\beta = 0,044$, $t = 1.21$, $p > 0,05$) y la IC influye en el DO ($\beta = 0,004$, $t = 0.07$, $p > 0,05$). Se concluyó que el Business Intelligence (BI) mantiene una relación positiva con la competitividad exportadora de productos hidrobiológicos en la Macro Región Norte del Perú; debido a que permite transformar datos en información estratégica que fortalece la toma de decisiones en mercados internacionales altamente competitivos.

Palabras claves: Business Intelligence, competitividad, productos hidrobiológicos, pesca

ABSTRACT

The purpose of this research is to determine the relationship between Business Intelligence and the export competitiveness of aquatic products from the fishing sector in the Northern Macro region of Peru. The methodology uses a quantitative approach, a non-experimental design, basic research, and a population consisting of 175 companies engaged in the fishing and export of aquatic products in the Northern microregion of Peru and a sample of 89 companies engaged in the production and export of aquatic products. The technique used is a survey and a questionnaire. The empirical analysis was conducted using Structural Equation Modeling (SEM). The Partial Least Squares (PLS-SEM) approach was chosen for its suitability for exploratory research and for models with multiple relationships between latent variables, using PLS 4.0 statistical software. The results show that AS positively influences DO ($\beta = 0.560$, $t = 4.60$, $p < 0.05$); likewise, AS negatively influences IC ($\beta = -0.334$, $t = 4.07$, $p < 0.05$); on the other hand, AS positively influences MO ($\beta = 0.887$, $t = 20.77$, $p < 0.05$) and MO positively influences DO ($\beta = 0.422$, $t = 3.43$, $p < 0.05$); unlike IC, it does not influence DO ($\beta = 0.044$, $t = 1.21$, $p > 0.05$) and IC influences DO ($\beta = 0.004$, $t = 0.07$, $p > 0.05$). It was concluded that Business Intelligence (BI) maintains a positive relationship with the export competitiveness of aquatic products in the Northern Macro Region of Peru because it allows data to be transformed into strategic information that strengthens decision-making in highly competitive international markets.

Keywords: Business Intelligence, competitiveness, aquatic products, fishing

INTRODUCCIÓN

La confluencia de la degradación ecosistémica, la intensificación de la crisis climática y la creciente pérdida de biodiversidad son una amenaza global vigentes a los empleos, las economías, el medio ambiente y la seguridad alimentaria (FAO, 2022). Esta situación, se vio agravada tras la pandemia de COVID-19, describiéndose como una de las crisis más devastadoras en todo el mundo que afectó significativamente a cada una de las economías y debilitando el comercio mundial de todas las cadenas de valor, destacando al sector pesca (Fernández-González et al., 2021; Straume et al., 2022; Mena et al., 2022; Erasmus et al., 2022; Chen et al., 2023; Krishnan & Babu, 2022; Campbell et al., 2021). Sus implicaciones tuvieron un fuerte impacto económico global, desencadenando en 2020 una caída del producto bruto interno (PBI) mundial del 3% (USD 85.26 billones), frente a los registrado en el 2019 que tuvo un incremento del 2.8% (USD 84.78 billones), a consecuencia de las medidas drásticas tomadas por las economías imponiendo el cierre temporal en las fronteras y restricciones a los actores del comercio internacional, afectando directamente a la cadena productiva, oferta y demanda global (Banco Mundial, 2023; Hayakawa & Mukunoki, 2021; Gagnon et al., 2023).

En este escenario, los actores del comercio internacional involucrados en el sector pesquero a nivel mundial, enfrentan retos cruciales actuales para mantener una sostenibilidad frente a una creciente demanda mundial de carne por año, destacando a los productos extraídos y capturados del mar (Gómez-Ballesteros et al., 2021; Shephard et al., 2024). Esta oportunidad en el sector pesca es a consecuencia de la disminución del crecimiento de la producción agrícola a nivel mundial, ya que, a pesar de registrar el máximo auge en 2022 con 9,6 mil millones de toneladas, el sector agrícola experimentó un crecimiento interanual de tan solo 0.7%, notablemente inferior al 1.7% registrado en 2021, destacándose como uno de los resultados no muy alentadores durante los últimos 14 años (FAOSTAT, 2024). Esta coyuntura subraya la necesidad de diversificar las fuentes de alimentos en mercados extranjeros y explorar sectores con mayor potencial de crecimiento, como la pesca (Food and Agriculture Organization [FAO], 2022), para satisfacer parte de la demanda alimentaria global que se proyecta para 2050, se debe atender una demanda adicional de más de 500 megatoneladas de carne por año para consumo humano para una población de 9 700 millones, logrando proporcionalmente también atender a las 811 millones de personas que están padeciendo hambre y 3 000 millones que no pueden

adaptarse a una dieta saludable, problema mundial que, a pesar de los obstáculos ha disminuido después de más de una década (Bacon et al., 2021; FAO, 2020; Villagran et al., 2020).

La producción pesquera mundial alcanzó su punto máximo en 2018 con 84,5 millones de toneladas, impulsada por las abundantes capturas de anchoveta en Perú y Chile. Sin embargo, la sobrepesca y el cambio climático han deteriorado la salud de los océanos y la disponibilidad de recursos, lo que ha llevado a una disminución constante de la producción, alcanzando en el 2022 un registro total de 79,7 millones de toneladas, un 0,7% menos que en 2021 y un 5,5% menos que el récord de 2018. En 2022, los países asiáticos lideraron la producción pesquera marina a nivel regional, aportando el 50% de las capturas mundiales, en comparación a países de América Latina y el Caribe que aportaron con el 15,6%, Europa con el 16,7%, África con el 9,2%, América del Norte con el 6,5% y Oceanía con el 2% (FAO, 2024; Marine Stewardship Council, 2020).

A pesar de la práctica generalizada de la pesca en diversas zonas marinas, la producción mundial del sector pesca tan solo se concentra en unos pocos países, destacando en 2022 a los siete principales productores que contribuyeron con el 50% de las capturas totales, siendo China el líder con el 14,8%, seguida por Indonesia (8,6%), Perú (6,6%), Rusia (5,9%), Estados Unidos (5,3%), India (4,5%) y Vietnam (4,3%). Según la base de datos de capturas a nivel mundial del sector pesca, las capturas de atún, un grupo de alto valor, alcanzaron un récord de 8,3 millones de toneladas en 2022. Otros grupos valiosos como cefalópodos, camarones y langostas también mantuvieron niveles altos. Las capturas de langosta, afectadas por la pandemia, se recuperaron en 2022 superando las 290 000 toneladas, aunque aun así no alcanzan los niveles pre-pandémicos. Se proyecta que la producción mundial del sector pesca excederá los 90 millones de toneladas en 2024, a consecuencia de la disminución de las condiciones de El Niño, que han reducido la presión sobre importantes poblaciones de peces. En este contexto, se prevé tener un impacto significativo en la oferta de la anchoveta peruana y polaca de Alaska, históricamente las pesquerías más grandes del mundo, debido a la mejora en las cuotas de pesca para estas especies (FAO, 2024; INFOPECA, 2024).

El comercio internacional de productos pesqueros en las últimas décadas ha alcanzado un valor de 136, 978 mil millones de dólares en 2023, crecimiento no favorable, ya que su máximo registro alcanzado durante los últimos veinte años fue en el año 2022, año donde registro su máximo auge de 147,492 mil millones, destacando a los principales exportadores que

concentran el 57.2% de productos pesqueros como son Noruega, China, Ecuador, Chile, India, Rusia, Suecia, Vietnam, Canadá, Estados Unidos y Países Bajos, mientras que los principales importadores con mayor a 54.2% destaca a los mercado de los Estados Unidos, China, Japón, España, Italia, Suecia y Francia (Trade Map, 2024).

Para el año 2032 se prevé un crecimiento continuo, aunque a un ritmo más lento en el comercio mundial de pescado para consumo humano en la próxima década, que será liderado por Asia y, en menor medida, Europa. También se proyecta que Asia representará el 51% de estas exportaciones. En contraste, las exportaciones de África, Oceanía y América que disminuirán debido a la desaceleración en la producción y la posible influencia de El Niño en América. La Unión Europea, Estados Unidos y China continuarán siendo los principales importadores, con un aumento previsto en las importaciones, impulsada por factores como el crecimiento poblacional, el incremento de ingresos y una mayor conciencia sobre los beneficios nutricionales del pescado y los mariscos. Esta tendencia continuará generando oportunidades y desafíos para el sector pesquero exportador a nivel mundial (OECD/FAO, 2023). En contexto, el mercado mundial de productos del sector pesca es un escenario complejo y cambiante, donde las empresas exportadoras deben navegar entre fluctuaciones climáticas, regulaciones pesqueras, tendencias de consumo y crisis económicas, desafíos importantes para aprovechar las oportunidades y competitividad internacional. Por ello, la inteligencia comercial se vuelve esencial para la toma de decisiones estratégicas y la supervivencia de estas empresas exportadoras del sector pesca (H. Ahmad & Mustafa, 2022; Alvarez Pincay & Pin García, 2022; Buenaño et al., 2024).

En suma, es crucial entender que el Business Intelligence (BI) abarca procesos y tecnologías que permiten recopilar, almacenar, analizar y proporcionar acceso a datos para ayudar a las empresas a tomar decisiones más informadas. En el ámbito de los productos hidrobiológicos, que incluyen desde pescados y mariscos hasta algas y otros recursos acuáticos, el BI se manifiesta como un instrumento esencial para mejorar la competitividad en los mercados internacionales (Guarda et al., 2022). Esto se debe a que la demanda global de productos del mar es altamente dinámica y está influenciada por diversos factores como las preferencias del consumidor, normativas sanitarias y ambientales, y la fluctuación de los mercados.

En este contexto, la BI permite a las empresas hidrobiológicas del sector pesca a adaptarse rápidamente a las cambiantes demandas y tendencias del mercado. Por ejemplo, el análisis de datos de consumo puede indicar un creciente interés por productos sostenibles o con certificaciones ecológicas, lo cual guía a las empresas a ajustar sus procesos de producción y marketing. Además, la BI facilita el seguimiento de la cadena de suministro en tiempo real, lo que es fundamental para garantizar la frescura y calidad de los productos, aspectos críticos para mantener la competitividad en mercados como Europa y América del Norte (Zarine & Saqib, 2022).

Sin embargo, no todo es positivo. Una problemática significativa en la implementación de BI a nivel mundial es la disparidad en la capacidad tecnológica entre empresas de diferentes países (Facchinetti & Citterio, 2022). Mientras que las grandes corporaciones en países desarrollados pueden invertir en soluciones avanzadas de BI, muchas empresas en países en desarrollo luchan por acceder a estas tecnologías debido a limitaciones financieras y falta de infraestructura. Una de las principales barreras que enfrentan las empresas al emplear Business Intelligence para potenciar su competitividad exportadora a nivel mundial es la complejidad de integrar y homogeneizar datos a gran escala. A nivel global, las diferencias en regulaciones, la variabilidad en la calidad y el tipo de datos disponibles, así como la interoperabilidad entre sistemas de diferentes países, son difíciles de liderar en las empresas (Duque et al., 2022). Por ejemplo, según el Índice de Conectividad Global de DHL, solo el 20% de los datos generados globalmente son estructurados y útiles directamente para análisis, lo que limita significativamente las capacidades analíticas que pueden ser aplicadas en un contexto global (Altman & Bastian, 2021).

Dentro del Business Intelligence el análisis predictivo es crucial para anticipar demandas del mercado y adaptar estrategias de exportación. Sin embargo, la capacidad para desarrollar modelos predictivos efectivos se ve limitada por la escasez de datos actualizados y específicos de todos los mercados objetivo. Además, más del 60% de los proyectos de Business Intelligence enfrentan dificultades debido a la calidad de datos insuficiente y problemas de silos de datos, que impiden una visión integrada y completa necesaria para predicciones precisas y eficaces (IBM, 2024). En este contexto, la BI permite a las empresas hidrobiológicas del sector pesca adaptarse rápidamente a las cambiantes demandas y tendencias del mercado (Dalbah et al., 2022). Por ejemplo, el análisis de datos de consumo puede indicar un creciente interés por productos sostenibles o con certificaciones ecológicas, lo cual guía a las empresas a ajustar sus

procesos de producción y marketing (Jha & Jha, 2022). Además, la BI facilita el seguimiento de la cadena de suministro en tiempo real, lo que es fundamental para garantizar la frescura y calidad de los productos, aspectos críticos para mantener la competitividad en mercados como Europa y América del Norte.

Mientras que las grandes corporaciones en países desarrollados pueden invertir en soluciones avanzadas de BI, muchas empresas en países en desarrollo luchan por acceder a estas tecnologías debido a limitaciones financieras y falta de infraestructura. En China, la adopción de Business Intelligence en las estrategias de exportación ha sido especialmente efectiva debido a la innovación tecnológica y la capacidad de escalar operaciones. China ha logrado desarrollar infraestructuras de datos masivas que facilitan la recolección y análisis de información a gran escala, ocupando posiciones avanzadas en capacidades tecnológicas y adaptación empresarial a nuevas tecnologías, ofreciendo a las empresas chinas ventajas significativas en términos de predicción y adaptación a las demandas del mercado global (IMD, 2024). Esto ha resultado en un aumento notable del 7% en su competitividad exportadora mundial (Trademap, 2022).

En Estados Unidos, el desarrollo y la integración de tecnologías avanzadas en Business Intelligence han permitido a las empresas exportadoras optimizar sus cadenas de suministro y mejorar la gestión de relaciones con clientes internacionales. La adopción de tecnologías emergentes como IoT (Internet de las Cosas) y Blockchain están siendo utilizadas por el 21% de las empresas en sus cadenas de suministro, mejora significativamente la trazabilidad y la eficiencia logística. Estas tecnologías integradas con Business Intelligence proporcionan a las empresas estadounidenses una ventaja competitiva al asegurar la precisión y la velocidad en la entrega de productos a mercados internacionales, lo cual es esencial en un contexto de alta competitividad global (Kshetri, 2018) Alemania también destaca por su enfoque en la calidad y la precisión en la recopilación y análisis de datos. Las empresas alemanas invierten significativamente en Business Intelligence para asegurar la conformidad con estándares de calidad internacionales, lo cual es una prioridad dado el alto estándar de manufactura y exportación del país (Enad Al-Qaralleh & Atan, 2022).

La creciente demanda mundial de productos del mar, ha ofrecido una oportunidad significativa para las exportaciones pesqueras latinoamericanas, ya que el consumo mundial por estos productos está impulsado por varios factores como demográficos y salud después del

Covid-19 y por el consumo de especies a las que antes no tenían acceso. La producción pesquera y acuícola de América Latina y el Caribe en el 2022 alcanzó 17,7 millones de toneladas, representando el 8% de la producción global, evidenciando su relevancia en el contexto mundial (FAO, 2020; Sumaila et al., 2022). Sin embargo, la competencia internacional, los costos logísticos y las regulaciones cambiantes presentan obstáculos considerables para los exportadores. Por ello, las políticas específicas, la transferencia de tecnología e innovación, el desarrollo de capacidades y la inversión responsable son cruciales para mantener una gestión sostenible de capturas en los océanos e impulsar las exportaciones del sector pesca, afirmó el Sub director General y Representante Regional para América Latina y el Caribe. En este contexto, la innovación tecnológica y la mejora de la productividad son clave para fortalecer la competitividad y la sostenibilidad de las exportaciones del sector pesca (Lincold et al., 2021; Marine Stewardship Council, 2024; Ministerio de la Producción, 2024; Pedroza Gutiérrez, 2014; SOH et al., 2024).

Las exportaciones del sector pesca de países de América Latina está representado entre el 13.3% y 15.6% durante los años 2019 al 2023, donde incluye pescados y mariscos frescos, congelados y procesados. Durante el último año 2023, las ventas mundiales de América Latina del sector pesca alcanzó registros por más de USD 21 mil millones en 2023, un 5% menos que en 2022, operaciones comerciales que esta lidera por países como son Ecuador (5.5%), Chile (5.3%), Argentina (1.2%) y Perú (1%). Esta disminución de las exportaciones pesqueras es un llamado de atención sobre la vulnerabilidad del sector a los choques externos (desaceleración de la economía mundial, caída de precios, obstáculos en la logística y transporte, factores climáticos y ambientales) y la necesidad de fortalecer su resiliencia para alcanzar la diversificación de mercados y productos, la inversión en sostenibilidad y la adaptación a los cambios globales serán fundamentales para asegurar el futuro de esta industria vital para la región (CEPAL, 2023; FAO, 2022; Galindo & Nuguer, 2023; Trade Map, 2024). Sin duda, la inteligencia comercial es uno de los aliados estratégicos para enfrentar los desafíos que afectan las exportaciones en la región, ofreciendo soluciones integrales basadas en datos y análisis para cada obstáculo (Carson et al., 2020).

En este escenario, es crucial que Perú adopte estrategias de inteligencia comercial para anticiparse y adaptarse a las fluctuaciones del mercado, así como para identificar y aprovechar oportunidades emergentes que permitan diversificar sus exportaciones y fortalecer su posición competitiva en el comercio internacional (Martínez Zabaleta & Rodríguez Luna, 2023; Omnia

Solution, 2024; Martínez Zabaleta & Rodríguez Luna, 2023). Las empresas que logren capitalizar esta tendencia, diversificando su oferta y mejorando su eficiencia en términos de calidad y sostenibilidad, estarán mejor posicionadas para alcanzar el éxito en el mercado global. La innovación, la adaptación a las demandas cambiantes del mercado y el desarrollo de alianzas estratégicas serán factores clave para impulsar la transformación de esta industria en un entorno dinámico y aprovechar todo su potencial (FAO, 2023).

En el contexto peruano, el país cuenta con tres cuencas de recursos hidrobiológicos principales, destacando al Océano Pacífico, el lago Titicaca y el río Amazonas, caracterizadas por una rica biodiversidad, aunque la actividad pesquera se concentra principalmente en aguas marinas, el cual se divide en dos zonas diferenciadas como son la tropical y la fría. En el año 2023, las exportaciones del sector pesquero que abarca tanto la extracción como el procesamiento destinados al consumo humano directo, se posiciono en el ranking N° 27 de las exportaciones mundiales, registrando despachos mayores a los USD 1,778 millones, incrementándose en un 8.6% con respecto al año 2022, sin embargo, este crecimiento no es muy significativo con respecto a los registrado en el 2021 donde alcanzo un crecimiento considerable del 15% (ICEX ESPAÑA, 2023; INFOTRADE, 2024). Por ello, según lo señalado por el segundo vicepresidente César Tello Ramírez de la Asociación de Exportadores (ADEX) destacó que es necesario abordar los desafíos existentes a través de una estrategia integral que promueva las exportaciones del sector pesca no solo en el corto plazo, sino tener perspectivas en el largo plazo (ADEX, 2022; OCEANA, 2024). Por ello, la inteligencia comercial, como hemos señalado previamente, desempeña un rol fundamental en este proceso de transformación al proporcionar información y análisis esenciales para la toma de decisiones estratégicas y la adaptación efectiva a un entorno en constante evolución (Haro Sarango et al., 2023).

El sector pesquero peruano mantiene una visión positiva, respaldada por la normalización de la temperatura marina, lo cual favorecerá el regreso de la anchoveta y garantizará su disponibilidad para la industria. Si bien se proyecta un crecimiento del 4% para 2024, es esencial fortalecer la competitividad, establecer un marco regulatorio sólido, diversificar la producción con nuevas especies, invertir en tecnología y facilitar el acceso a financiamiento adecuado para promover el desarrollo sostenible de esta industria clave en el Perú (ADEX, 2024). En el 2023, los principales giros productivos del sector pesca que se comercializan al mercado exterior son los congelados (USD 1,533 millones), harina (USD 925 millones), aceite (USD 238 millones), fresco (USD 23 millones), conserva (USD 86 millones), curado (USD 61

millones), entre otros. En cuanto a los principales destinos de exportación del sector pesca, China se mantiene como líder con un valor de US\$ 482 millones, alcanzando un crecimiento del 61% en comparación al año anterior. Es importante destacar que China concentró el 27% del total de envíos en el período analizado. En segundo lugar, se ubica Corea del Sur con US\$ 226 millones (+10%), representando el 13% de las exportaciones totales. Le siguen Estados Unidos (US\$ 213 millones, -18.7%), España (US\$ 195 millones, -16.7%) y Japón (US\$ 77 millones, -32%), con participaciones del 12%, 11% y 4%, respectivamente (ICEX ESPAÑA, 2023; INFOTRADE, 2024). Según la Cámara de Comercio de Lima (2024) existe un amplio margen de mejora en la oferta exportable y la internacionalización, donde las empresas necesitan apoyo para su articulación y acceso a los canales de exportación. Esta tarea no solo recae en las autoridades, sino también en los gremios del sector, quienes deben trabajar conjuntamente para impulsar el desarrollo y la competitividad de la industria pesquera peruana en el mercado global.

El sector pesquero peruano presenta un alto potencial de desarrollo, conocido por su abundancia de sus recursos marinos como son la anchoveta, jurel, calamar y merluza, y es impulsado por la creciente demanda de productos pesqueros en el mercado internacional. Por ello, este sector está buscando siempre expandir sus exportaciones pesqueras a nuevos mercados internacionales, como son países asiáticos, uno de los principales mercados actuales, además de los mercados tradicionalmente como son Estados Unidos y países de Europa. Por ello, la investigación científica y el desarrollo tecnológico desempeñan un papel crucial en el sector pesquero peruano, asegurando la sostenibilidad de los recursos marinos y la optimización de las exportaciones de manera competitiva. Oportunidades que requieren de manera sostenible el apoyo del sector público, el sector privado y las instituciones académicas en la investigación, instituciones que logran el desarrollo de tecnologías pesqueras y la implementación de prácticas más eficientes y sostenibles (PROCHILE, 2023). En este escenario, la automatización y la inteligencia comercial emergen como herramientas fundamentales para impulsar la transformación de la industria pesquera peruana, optimizando la eficiencia operativa y asegurando la sostenibilidad a largo plazo del sector (Omnia Solution, 2024).

En el contexto peruano, las empresas del sector pesca enfrentan diversos desafíos para implementar efectivamente la inteligencia comercial (IC) en sus estrategias de exportación. La infraestructura tecnológica limitada restringe la capacidad de recolectar y procesar grandes volúmenes de datos, así como realizar análisis avanzados necesarios para competir a nivel

internacional. Además, la falta de una cultura de datos sólida, limita su capacidad para identificar oportunidades de mercado y optimizar sus estrategias. La inversión en tecnología y capacitación en IC también es un área crítica, ya que muchas empresas enfrentan restricciones financieras. Por ello, las organizaciones públicas frente a los obstáculos, deben de implementar estrategias de capacitación, identificar bases de datos confiables y fortalecer las situaciones comerciales críticas para el óptimo rendimiento empresarial (Al-Zahrani & Al-Hebbi, 2022; Wu et al., 2023; Wu et al., 2023).

En el sector pesquero peruano, la IC tiene un papel crucial pero aún poco estudiado y utilizado por estas empresas. Por lo tanto, su aplicación de la IC en el entorno de los negocios es muy fundamental en los procesos de tomas de decisiones, mejorando la gestión de la variabilidad de las cuotas de pesca, la predicción de la demanda internacional y el cumplimiento de regulaciones globales. Sin embargo, la integración de IC enfrenta obstáculos como la resistencia al cambio, falta de capacitación, limitación en herramientas de inteligencia comercial y la falta de profesionales capacitados (Min & Lea, 2023; Lin et al., 2023; Ahumada Tello & Perusquia Velasco, 2015; Guzman Caycho, 2022; Segundo et al., 2023).

Frente a las oportunidades y obstáculos que tiene la exportación del sector pesca peruano, en el presente estudio se busca relacionar el Business Intelligence y la competitividad exportadora en el sector pesca por empresas de la Macro Región Norte del Perú.

Desde un enfoque teórico, la investigación se sustenta en la necesidad de comprender cómo las herramientas de Business Intelligence fortalecen los modelos de competitividad internacional aplicados al sector pesquero. El análisis de información en tiempo real permite a las empresas anticipar escenarios de mercado, gestionar riesgos y aprovechar oportunidades, en línea con teorías de la ventaja competitiva y de la innovación estratégica. Este estudio contribuye al cuerpo de conocimiento al vincular la gestión de datos con la capacidad exportadora de productos hidrobiológicos, un rubro clave para la economía de la Macro Región Norte del Perú.

En el aporte práctico, la investigación busca demostrar cómo la implementación de soluciones de Business Intelligence puede mejorar la gestión operativa y estratégica de las empresas pesqueras exportadoras. Al disponer de sistemas de información integrados, las organizaciones logran optimizar procesos logísticos, diversificar mercados y asegurar estándares de calidad internacional. Este conocimiento aplicado brinda a las empresas del sector

pesca herramientas concretas para responder con agilidad a la demanda global y a la competencia de países vecinos.

Desde el enfoque metodológico, la investigación empleará un enfoque cuantitativo, de tipo básico, nivel descriptivo-correlacional y diseño no experimental; brindado una comprensión completa y detallada de la conexión entre las dimensiones y las variables.

A partir del contexto anteriormente descrito el problema general es: ¿Cuál es la relación que existe entre el Business Intelligence y la competitividad exportadora de productos hidrobiológicos del sector pesca de la Macro Región Norte del Perú?; siendo los problemas específicos: ¿Cuál es la relación que existe entre la gestión de calidad de datos y la competitividad exportadora de productos hidrobiológicos del sector pesca de la Macro Región Norte del Perú?; ¿Cuál es la relación que existe entre el análisis de información comercial y la competitividad exportadora de productos hidrobiológicos del sector pesca de la Macro Región Norte del Perú? y ¿Cuál es la relación que existe entre el desarrollo de mercado objetivo y la competitividad exportadora de productos hidrobiológicos del sector pesca de la Macro Región Norte del Perú?.

Para la solución al problema general y específicos se detalla el objetivo general: Determinar la relación que existe entre el Business Intelligence y la competitividad exportadora de productos hidrobiológicos del sector pesca de la Macro Región Norte del Perú y como objetivos específicos: Determinar la relación que existe entre la gestión de calidad de datos y la competitividad exportadora de productos hidrobiológicos del sector pesca de la Macro Región Norte del Perú; Determinar la relación que existe entre el análisis de información comercial y la competitividad exportadora de productos hidrobiológicos del sector pesca de la Macro Región Norte del Perú y Determinar la relación que existe entre el desarrollo de mercado objetivo y la competitividad exportadora de productos hidrobiológicos del sector pesca de la Macro Región Norte del Perú.

Siendo el detalle capitular de la investigación lo que se detalla en el Capítulo I, que indica tener los aspectos relacionados a los antecedentes, bases teóricas y bases conceptuales; mientras el capítulo II es relacionado al diseño de contrastación de hipótesis y el procedimiento; en relación al capítulo III resalta los resultados de la investigación acorde a los objetivos, en el capítulo V se involucra la discusión de resultados y conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO I

1. DISEÑO TEÓRICO

1.1. Antecedentes

1.1.1. Internacionales

En el ámbito internacional Jermsittiparsert et al. (2019) en su investigación tuvieron como objetivo evaluar el impacto de la innovación en servicios y la inteligencia de mercado en el rendimiento de la cadena de suministro (SCP) en la industria pesquera de Indonesia. La investigación fue de enfoque cuantitativo, utilizando un diseño de investigación descriptivo y correlacional. La técnica de recolección de datos empleada fue una encuesta, aplicada a una muestra de 110 gerentes de empresas pesqueras en Indonesia, y los datos se analizaron mediante modelado de ecuaciones estructurales. Los autores concluyeron a través de la aplicación de ecuaciones estructurales, que la innovación en servicios, particularmente impulsada por la tecnología de la información, y la inteligencia de mercado, tiene una relación significativa, y son factores importantes para alcanzar un buen desempeño significativo en el rendimiento de la cadena de suministro. Este resultado permite que las empresas pesqueras estén atentas en no solo innovar, sino que también, actualizarse constantemente sobre los cambios en los mercados extranjeros, logrando maximizar su rendimiento en la cadena de suministro.

Yang et al. (2020) en su aporte de investigación el objetivo fue mostrar el mecanismo de un ecosistema empresarial colaborativo basado en inteligencia artificial (IA) y el Internet de las Cosas (IoT), a través de un estudio de caso en una empresa de tecnología en China llamada Celefish. La investigación tuvo un enfoque cuantitativo, utilizaron un estudio de caso detallado de la empresa de tecnología de Celefish, analizando cómo desarrolló un ecosistema basado en AI e IoT para liderar la colaboración co-creativa de valor entre los participantes del ecosistema. Los autores concluyeron que este ecosistema colaborativo basado en AI e IoT tiene implicaciones muy significativas en la toma de decisiones, ya que, a través del acceso a la información de datos, les permite conocer a las empresas las condiciones, tendencias y nuevas exigencias que demanda el mercado internacional. Asimismo, contribuye a la evolución y al desarrollo sostenible de la acuicultura, aportando a la teoría del ecosistema empresarial, especialmente en co-creación de valor y sostenibilidad mediante tecnologías digitales, logrando

maximizar procesos, minimizar los riesgos y encontrar nuevas oportunidades frente a un entorno altamente competitivo.

Probst (2020) en su trabajo de investigación tuvo como objetivo analizar si las tecnologías emergentes de datos pueden aumentar la confianza y la transparencia en las pesquerías, utilizando blockchain, minería de datos e inteligencia artificial. La metodología tuvo un enfoque cualitativo, cuyo diseño de investigación se caracterizó por ser descriptivo exploratorio. Los resultados de la revisión sistemática sugieren que estas tecnologías digitales pueden mejorar significativamente la transparencia y la disponibilidad de información, crucial para la sostenibilidad y la gestión efectiva de las pesquerías. Este estudio destaca que a través de la minería de datos y la inteligencia artificial los organismos, empresas y consumidores pueden suministrar información pesquera en tiempo real, fomentando una industria transparente y sostenible, donde las herramientas apoyan a tomar decisiones acertadas y deseadas frente a la competencia internacional.

Kumar et al. (2023) en su destacada investigación se enfocaron en analizar cómo las tecnologías emergentes de datos, como la analítica de negocios tecnológicos (TBA), pueden optimizar la eficiencia, productividad y sostenibilidad en el sector de la industria primaria. Utilizando un enfoque cuantitativo, exploraron la recolección, análisis e interpretación de datos en actividades como la pesca y la extracción de recursos naturales, revelando que la adopción de TBA puede llevar a decisiones más informadas y una reducción del impacto ambiental. Este estudio subraya la relevancia de las tecnologías emergentes para avanzar hacia prácticas empresariales más sostenibles y eficientes en el sector primario, ya que permite analizar grandes volúmenes de datos, optimizando procesos de toma de decisiones, donde las empresas anticipan y responden de manera informada, prediciendo oportunidades comerciales, donde la competencia es muy feroz y relevante en un contexto globalizado. Finalmente, las empresas se vuelven muy competitivas con la adopción del TBA, garantizando el éxito y satisfaciendo a una demanda internacional cada vez mucho más exigente e informada.

Bradley et al. (2019) en su trabajo de investigación propusieron mejorar la gestión pesquera mediante la tecnología innovadora y sistemas avanzados de datos. Su estudio, de enfoque cuantitativo, cuyo diseño de investigación se caracterizó por ser descriptivo, donde se exploró la integración de la monitorización electrónica, reporte electrónico, y otros sistemas de datos de alta tecnología en la gestión de pesquerías. Resaltaron los desafíos y soluciones

potenciales para la adopción de sistemas de datos tecnológicamente avanzados, enfatizando la importancia de la confianza y cooperación entre los interesados. Concluyeron que la tecnología podría mejorar significativamente la recolección y análisis de datos, abogando por un enfoque colaborativo para superar el estancamiento en la adopción tecnológica en la pesca. En el análisis se evidenció un impacto positivo donde tecnologías como eCatch y TurtleWatch que son sistemas tecnológicos permiten el análisis de datos en tiempo real, mejorando la eficiencia competitiva empresarial. Sin embargo, subrayan que, a pesar de contar con información de datos, existen desafíos como es la interpretación de la información, un componente relevante para garantizar sostenibilidad y toma de decisiones adecuadas.

Natsir et al. (2022) se enfocaron en la aplicación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) para apoyar la gestión sostenible en la pesquería de sardinas en Bali, Indonesia. Su estudio, de naturaleza cuantitativa, desarrolló e implementó un sistema basado en TIC que incluyó la digitalización de datos de captura y un sistema de seguimiento GPS. Este enfoque seleccionado fue mixto, cuyo diseño de investigación fue descriptivo. La técnica empleada fue la recolección de datos, analizando la visualización de la sardina en Bali. Esto permitió una recopilación de datos más eficiente y una gestión mejorada de la pesca, destacando el potencial de las TIC para fortalecer la sostenibilidad y efectividad de las prácticas pesqueras. Los autores concluyeron que la integración de tecnologías digitales facilita una gestión pesquera más informada y sostenible, evidenciando la importancia de adaptar las operaciones pesqueras a las innovaciones tecnológicas para promover una industria más responsable y transparente. Frente a estos resultados positivos, destacaron que la implementación de sistemas en toda la cadena productiva y comercial, ayuda a aumentar la competitividad del sector pesca.

Yaghoubi & Godarzi (2024) en su investigación tuvieron como propósito examinar a la inteligencia competitiva entre los gerentes de empresas y como afectan el desempeño. La metodología de la investigación estuvo estructurada mediante un enfoque cuantitativo, descriptivo correlacional. Se aplicó la técnica de la encuesta a una muestra determinada de 132 gerentes de empresas de la provincia de Lorestán de Irán. Los resultados encontrados fueron que existe una alta correlación entre la inteligencia competitiva y el desempeño empresarial, ya que la inteligencia competitiva permite tomar decisiones a través del Business Intelligence y la Inteligencia de Mercados, analizando con mejor precisión las condiciones actuales de la competencia y las oportunidades comerciales en el exterior. Por lo tanto, es importante capacitar

y empoderar a los gerentes con la inteligencia competitiva, permitiéndoles crear estrategias que permitan mejorar el desempeño y liderazgo frente a la competencia internacional.

1.1.2. Nacionales

En el ámbito nacional Boggio et al. (2024) en su trabajo de investigación tuvieron como propósito determinar cómo la transformación digital permitiría optimizar la tercerización de procesos productivos en empresas exportadoras, 2020-2021. La metodología desarrollada en la investigación fue de tipo aplica, con enfoque cualitativo. Se aplicó la técnica e instrumentos como fue la revisión sistemática, experiencia de la vida, focus group, entre otros, comprendiendo a las empresas exportadoras de la región de Lambayeque. Los autores concluyeron que la transformación digital adoptada por terceras empresas a través de la tecnología en todas las áreas de una organización permite contar con procesos intuitivos, ya que a través de las aplicaciones y bases de datos actualizados logra que los exportadores minimicen costos, tiempo y planifiquen estratégicamente en tomar decisiones importantes frente a un mercado muy exigente y competitivo.

Mientras Cano (2022) en su trabajo de investigación tuvo como objetivo diseñar una herramienta de Business Intelligence (BI) para mejorar la gestión comercial en una empresa de la industria pesquera con operaciones en Perú y Chile. A través de un enfoque mixto que combina metodologías cuantitativas y cualitativas, este estudio evaluó la efectividad de la herramienta de BI en la mejora de procesos comerciales, la calidad de la información y la toma de decisiones durante 2020 y 2021. El autor concluyó que la integración de tecnologías de BI en la industria pesquera no solo optimiza la gestión comercial, sino que también contribuye a una pesca más sostenible y responsable, resaltando la importancia de adaptar las operaciones a las innovaciones tecnológicas para una gestión más eficiente y transparente.

Para Huertas & Reyna (2023) en su trabajo de investigación tuvieron como objetivo determinar el impacto de las herramientas de Business Consulting en la gestión operativa y los resultados globales de una compañía, aplicando un enfoque cualitativo con diseño descriptivo no experimental. Mediante la técnica de entrevista y el instrumento de cuestionario, observaron que estas herramientas ofrecen insights amplios y detallados sobre los mercados objetivos. Los autores concluyeron que la adopción de inteligencia comercial mejora significativamente las exportaciones de papa congelada al mercado español. Esto se debe a la capacidad de estas herramientas para proporcionar un conocimiento profundo del mercado, facilitando la selección

estratégica de mercados, la optimización del marketing mix, y la identificación precisa de la demanda.

Por su parte Puican (2023) en su trabajo de investigación tuvo como objetivo determinar la manera en que las condiciones de comercialización de productos hidrobiológicos influyen en la exportación al mercado asiático. El tipo de investigación fue descriptivo y transversal. Los resultados revelaron que las condiciones de comercialización de productos hidrobiológicos tienen un impacto significativo en su éxito de exportación al mercado asiático. Factores como la calidad del producto, el cumplimiento de las normativas internacionales, y las estrategias de marketing adaptadas a las preferencias culturales y de consumo de los países asiáticos, fueron determinantes en el aumento de las exportaciones. El autor concluyó que optimizar las condiciones de comercialización de productos hidrobiológicos es crucial para mejorar su competitividad en el mercado asiático. Esto implica una inversión en la calidad y sostenibilidad del producto, así como en el desarrollo de estrategias de marketing y comerciales específicas.

Para Chacón & Pilco (2021) en su trabajo de investigación tuvieron como objetivo determinar la relación que existe entre Estrategias Competitivas y la Exportación de Harina de pescado de la empresa Pesquera Centinela SA para el mercado chino, 2020. La metodología fue de tipo aplicada con enfoque cuantitativo y la técnica empleada fue la encuesta. Los resultados denotaron una relación positiva entre las estrategias competitivas y las gestiones de la empresa (gestión administrativa, gestión operativa y gestión financiera) con respecto a las exportaciones. Los autores concluyeron que por medio de las estrategias competitivas se puede generar una cadena de valor que propicien el talento humano y la diferenciación empresarial a través del liderazgo en tecnología, información de investigación de mercado, segmentación de mercado y producto de calidad.

1.1.3. Locales

En el ámbito local Orosco (2021) en su trabajo de investigación tuvo como objetivo elaborar una propuesta para la gestión logística en las empresas pesqueras. La investigación fue de tipo aplicada descriptiva con un diseño no experimental - transversal. La técnica utilizada fue la encuesta. Los resultados denotaron una ineficiente gestión logística en el sector pesquero de Santa Rosa con respecto a la entrega. El autor concluyó que existe un panorama mixto en las operaciones y gestión interna de las empresas pesqueras. Por un lado, destacan positivamente en las dimensiones de cliente interno y en el procesamiento de pedidos y compras. Por otro

lado, enfrentan desafíos significativos en la gestión de inventarios, transporte, y almacenamiento. La aplicación de Business Intelligence (BI) es crucial para abordar estas debilidades, permitiendo una mejor recolección de datos, análisis y toma de decisiones basadas en información precisa.

Para Guzman (2022) en su trabajo de investigación el objetivo fue determinar cómo las herramientas de Business Intelligence (BI) mejoran la ventaja competitiva en las exportadoras de hidrobiológicos de la Región Piura, 2022. La metodología de la investigación aplicada tuvo un enfoque cuantitativo, cuyo diseño fue descriptivo. Aplico una encuesta a 43 empresas exportadores del sector pesca de la región de Piura. Destacaron en los resultados que el 50% de las empresas enfatizaron tener limitaciones a consecuencia de la falta de conocimiento y acceso a las diferentes herramienta de BI, asimismo, el 40% enfatizo que a través de Infotrade se mantienen informado sobre las estadísticas de las exportaciones del sector pesca, mientras que tan solo el 54% resaltaron haber necesitado estudios de análisis de mercado internacional sobre las estadísticas de mercado, información de la competencia internacional, requisitos internacionales, entre otros para mejor el nivel de conocimiento y ser competitivo en el mercado extranjero. Finalmente, los resultados enfatizaron que el BI logra resolver los problemas y tomas las mejores decisiones para ofertar con éxito productos pesqueros de manera competitivo en el mercado internacional.

1.2. Bases teóricas

El crecimiento oportuno del comercio internacional ha repercutido a que las empresas enfrenten un mundo globalizado altamente competitivo, donde la afluencia de la competencia es cada vez mayor a consecuencia del aumento de las importaciones, aun así, se ha accedido a incrementar las oportunidades para ofertar productos que cumplan con las exigencias en los mercados extranjeros (Catanzaro & Teyssier, 2021). Por tal razón, para que las empresas estén activas y mantengan una sostenibilidad competitiva en el comercio exterior, deben de decidir de como acceder, atender, competir e interactuar en los mercados internacionales, Por ello, el Business Intelligence, aparece como una estrategia oportuna en los negocios internacionales, ya que a través de la información de cómo saber acceder, atender y competir, permite que las empresas obtengan conocimientos, mejorando su experiencia y competencia internacional (Pranjic, 2018).

1.2.1. Fundamentación teórica del Business Intelligence

Para que los negocios gocen del éxito con sus productos en cualquier parte del mercado internacional, los empresarios dependen frecuentemente de información para identificar y analizar la demanda potencial, descubriendo oportunidades comerciales. De esta manera, estas empresas deben formular una serie de estrategias comerciales (acceso al mercado, atención al mercado, marketing mix y las estrategias competitivas) adecuadas y metodologías que integren conocimiento y experiencia, que les permita generar información oportuna para minimizar los riesgos de inversión y alcanzar entrar, entender, competir e interactuar de manera oportuna en el mercado meta (A. Ahmad, 2015; Rojas, 2016). Tomando en cuenta este detalle, las empresas ante el crecimiento del comercio exterior, no solamente aperturan las diferentes oportunidades para exportar sus productos a los diferentes mercados en el exterior, sino que también, enfrentan cada vez a una mayor competencia nacional e internacional, por ello, el Business Intelligence (BI) aparece como el ADN del exportador, ya que a través del BI los exportadores son conscientes de la ventaja que representa de manera sistematizada recopilar, evaluar, analizar, integrar e interpretar información oportuna, constituyendo la utilización inteligente para alcanzar ventajas competitivas y tomar las mejores decisiones oportunas, no afectando la supervivencia de la empresas, si no, garantizando el éxito empresarial (Ahmed et al., 2018; Golestanizadeh, Sarvari, Cristofaro, et al., 2023b; López-Robles et al., 2020).

El Business Intelligence se define como un proceso que permite a través de las herramientas de BI tener una visión de futuro sostenible a consecuencia de datos e información comercial de mercado, con el propósito de que las empresas interpreten y tomen las mejores decisiones, obteniendo ventajas competitivas ante la competencia global (Rojas, 2016). Según Usaquén et al. (2020) a nivel organizacional el Business Intelligence logra describir y tomar conocimiento del contexto de los negocios sobre mercados internacionales, compradores o importadores, exportadores e indicadores macroeconómicos significativos y relevantes en la gestión comercial para la toma de decisiones.

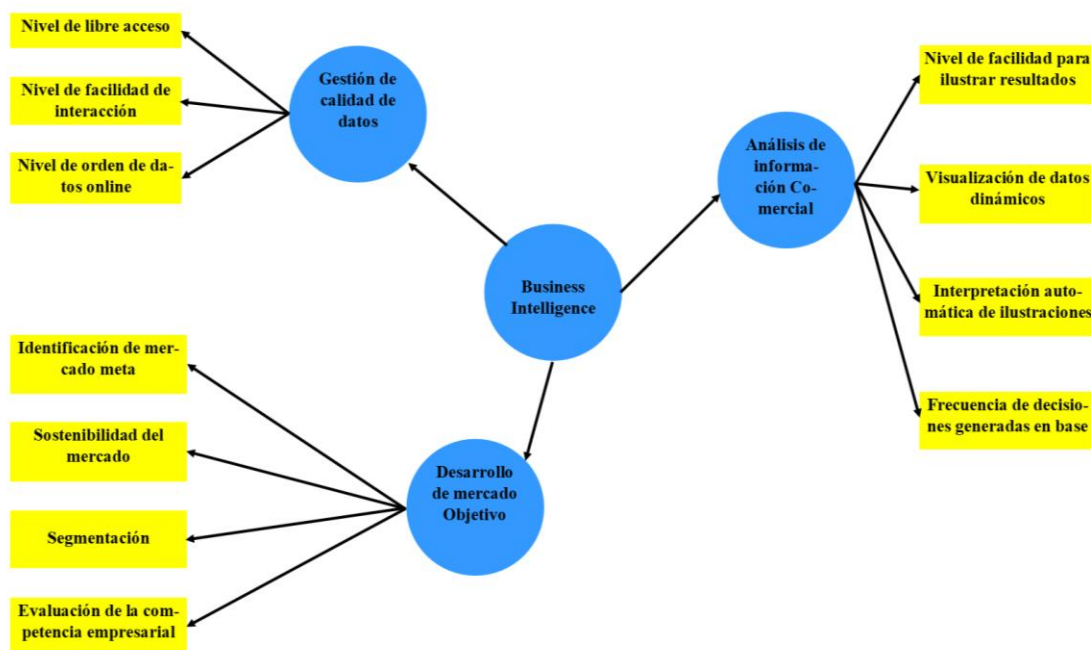
Otros autores como Fernanda Córdova-Aponte et al. (2021) definen al Business Intelligence como un conjunto de estrategias donde se emplean tecnologías, metodologías y procesos adecuados, presentando datos empresariales actuales esenciales para que las organizaciones a través de la información comercial y mercadeo detecten las amenazas y oportunidades que permitan obtener conocimiento y atender a las diferentes necesidades que puedan satisfacer a los analistas y ejecutivos en sus operaciones comerciales. (Golestanizadeh, Sarvari, Cristofaro, et al., 2023a) conceptualiza al Business Intelligence como la integración de

fuentes de datos de diferentes herramientas, donde su procesamiento no solo se realiza mediante reportes o datos estadísticos a través de dashboards, sino que también, a través de la experiencia permite obtener la gestión de la reportes comerciales, información comercial y acceso a mercados objetivos, realizando un análisis predictivo de manera oportuna y comprensible para que los tomadores de decisiones actúen con certeza y competitividad durante la gestión comercial. El Business Intelligence se ha convertido en una estrategia fundamental y esencial para que las organizaciones frente a un entorno altamente competitivo, donde el acceso a información estructurada y en tiempo real proporciona ventajas estratégicas significativas. Su propósito principal es transformar grandes volúmenes de datos en conocimiento útil, facilitando la planificación, optimización y mejora continua en la gestión empresarial.

En este sentido, autores destacados como (Golestanizadeh, Sarvari, Chan, et al., 2023; Golestanizadeh, Sarvari, Cristofaro, et al., 2023b; Rojas, 2016), consideran que para que la empresa exportadora acceda con su oferta exportable a otras naciones, es necesario que los ejecutivos tengan acceso a la información comercial y/o mercado aplicando las herramientas de Business Intelligence, garantizando así el éxito empresarial en un contexto tan competitivo. Por lo tanto, los autores consideran que el proceso de Business Intelligence a través de la “Gestión de calidad de datos”, “Análisis de información comercial” y “Desarrollo de mercado objetivo” permiten alcanzar el desarrollo de las exportaciones y la internacionalización.

Figura 1

Proceso del desarrollo del Business Intelligence en la gestión exportadora



a) Gestión de Calidad de Datos en Business Intelligence

La calidad de los datos es un aspecto crítico en Business Intelligence, ya que determina la confiabilidad de los análisis y, en consecuencia, la precisión de las decisiones estratégicas. La gestión de la calidad de datos comprende la recopilación, depuración, validación y estructuración de la información dentro de los sistemas empresariales. La importancia de esta dimensión radica en que datos inconsistentes, duplicados o incorrectos pueden generar interpretaciones erróneas y afectar la eficiencia operativa (H. Ahmad & Mustafa, 2022; González et al., 2024; Lian, 2024).

Los indicadores fundamentales en esta dimensión incluyen:

Nivel de libre acceso: La efectividad de la toma de decisiones se ve reflejado por la disponibilidad de datos dentro de una organización. Sin embargo, el acceso restringido u obstaculizado de los sistemas de inteligencia comercial dificultan la eficiencia para que la organización tome las mejores decisiones. Por ello, contar con acceso al BI y una estructura de análisis favorece a que los procesos analíticos mejoren el rendimiento de toma de decisiones.

Nivel de facilidad de interacción: La información debe de ser accesible y comprensible para los usuarios finales. Por ello, las herramientas de BI deben de proporcionar algoritmos e interfases muy intuitivas que permitan a las empresas manipular y analizar la información de manera accesible, sin tener la necesidad de tener muchos conocimientos.

Nivel de orden de datos online: Las plataformas de BI, la estructura y la organización de la información se analizan en orden de acuerdo a lo proporcionado en línea. Asimismo, ante la redundancia e inconsistencias que existen, la revisión de literatura enfatiza que un sistema de BI es eficiente siempre que los datos se presenten de manera coherente, categorizados correctamente y con una jerarquización clara y oportuna.

b) Análisis de Información Comercial en Business Intelligence

El análisis de información comercial es una de las funciones clave del BI, ya que permite transformar datos brutos en conocimiento valioso para la gestión empresarial. A través de técnicas analíticas avanzadas, las organizaciones pueden evaluar patrones de consumo, tendencias del mercado y desempeño financiero, lo que facilita la formulación de estrategias efectivas (Adebunmi et al., 2024). El proceso organizado y el análisis de información de BI permiten describir el escenario actual del negocio referente a la información de las actividades comerciales como mercados, clientes, competidores y asuntos económicos (H. Ahmad & Mustafa, 2022).

Los indicadores que conforman esta dimensión incluyen:

Nivel de facilidad para ilustrar resultados: Hace referencia a la capacidad sistematizada de las herramientas de inteligencia comercial que permitan generar informes gráficos y visualizaciones organizadas efectivas que faciliten la rápida interpretación de datos, mejorando la comunicación dentro de una organización.

Visualización de datos dinámicos: Involucra la presentación interactiva de los datos de la información, que permita a los usuarios explorar diferentes escenarios de acuerdo a la necesidad, filtrando en tiempo real la información de precios, análisis de exportadores e importadores, en otros, siendo fundamental para la toma de decisiones.

Interpretación automática de ilustraciones: Examina el uso de tecnologías adecuadas que permita generar respuestas e información valiosa a través de la inteligencia artificial y machine learning. Estas habilidades permiten identificar a través de los patrones programados para el análisis de datos e información, gestionar los problemas empresariales, adoptando estas herramientas de BI para una mejor comprensión de la oferta y demanda internacional.

Frecuencia de decisiones generadas en base a información comercial: Mide la periodicidad con la que las empresas toman decisiones para establecer estrategias en función a los datos analizados. Un alto nivel en este indicador sugiere una cultura de BI para los ejecutivos y áreas responsables en la organización de tomar decisiones, logrando optimizar la planificación y ejecución de estrategias comerciales.

c) Desarrollo de Mercado Objetivo a través de Business Intelligence

Business Intelligence a través de la implementación de la estrategia de “Desarrollo de mercado objetivo” contribuye con la identificación de clientes atractivos, evaluación de la competencia internacional, acceso al mercado, análisis del segmento del mercado objetivo y desarrollo del mercado, con el propósito de optimizar las oportunidades comerciales en el mercado extranjero (Abdul Jalil et al., 2023). Bajo esta la perspectiva, las empresas deben esforzarse en contar con información de inteligencia de mercados para alcanzar una mejor comprensión del mercado, permitiendo lograr un mayor valor empresarial y ganancias (H. Ahmad & Mustafa, 2022; González et al., 2024; Krievina & Ozolina, 2018; Montero Santos, 2013; Solberg Sjøilen, 2016; Usaquén et al., 2020).

Los indicadores clave en este ámbito de acuerdo a la revisión literaria son:

Identificación de mercado meta: Permite a través de una criba de mercado identificar criterios como demanda internacional, indicadores económicos, política comercial, cultura, infraestructura, entorno legal y distancia geográfica, determinando a través de este modelo identificar y definir el mercado meta que tiene mayor probabilidad para exportar. Asimismo, esta estrategia a través de datos históricos y actuales de la oferta y demanda encontrados en las herramientas de inteligencia de mercado permiten identificar clientes potenciales.

Sostenibilidad del mercado: Permite evaluar la viabilidad y estabilidad de un mercado a lo largo del tiempo, considerando factores claves como la demanda, la competencia y las regulaciones, que son facilitadas por la inteligencia de mercados internacionales a través de BI, facilitando este análisis al integrar información económica, demográfica y tendencias del sector.

Segmentación: La segmentación de mercado se caracteriza al identificar grupos o nichos de mercados homogéneas con características y comportamientos similares, permitiendo a través

del BI optimizar este proceso analizando datos masivos y algoritmos de clasificación que permiten mejorar la precisión en la segmentación.

Evaluación de la competencia empresarial: Permite analizar la posición de la empresa respecto a la competencia mediante métricas como desempeño exportador, participación de mercado y estrategias de mercadeo, permitiendo evaluar la competencia empresarial. En este contexto, el BI permite una evaluación comparativa objetiva, ofreciendo una visión comparativa basada en datos objetivos.

1.2.2. Fundamentación teórica de la Competitividad Exportadora

La “Competitividad exportadora” se describe como la aptitud de un país para extenderse y posesionarse, generando utilidades en los mercados extranjeros donde se comercializa los commodities (Farinha et al., 2018). La competitividad exportadora es un concepto fundamental y es clave en el comercio internacional y la economía empresarial, ya que evalúa la capacidad de una empresa o país para acceder en los mercados extranjeros de manera eficiente y sostenible frente a la competencia. En términos generales, se refiere a la habilidad donde las organizaciones ofertan productos en mercados internacionales con los altos estándares de calidad, costo y diferenciación, asegurando la permanencia y crecimiento sostenibles en los entornos competitivos. Además, la globalización ha intensificado la necesidad de mejorar la competitividad exportadora, dado que los mercados internacionales exigen altos estándares de calidad, innovación y eficiencia operativa (Moraleda, 2004). Las empresas que logran optimizar su gestión empresarial, comercial, financiera y tecnológica logran fortalecer su posicionamiento en mercados globales y aumentar sus posibilidades de éxito en el ámbito internacional.

Dentro del análisis de la competitividad exportadora, la gestión empresarial juega un papel fundamental, ya que abarca diversas dimensiones clave, como la gestión gerencial, comercial, financiera y de producción, junto con el desarrollo de ciencia y tecnología, y la internacionalización.

1.2.2.1. Competitividad Empresarial en el Marco de la Competitividad Exportadora

La competitividad empresarial es un factor determinante en la capacidad de una organización para competir en mercados internacionales. Se refiere a la eficiencia y eficacia con la que una empresa gestiona sus recursos, procesos y estrategias para alcanzar ventajas

sostenibles en el entorno global. En el contexto de la competitividad exportadora, esta dimensión involucra diversos aspectos clave que inciden en el desempeño de la empresa en mercados extranjeros (Irawan & Sudarmiatin, 2024).

Los principales indicadores de la competitividad empresarial incluyen:

A. Gestión Gerencial

La gestión gerencial es un factor esencial en la competitividad exportadora, ya que influye directamente en la formulación de estrategias y en la toma de decisiones clave para la expansión internacional. Un liderazgo efectivo, una cultura organizacional orientada a la innovación y una estructura administrativa flexible son aspectos determinantes en este ámbito.

B. Gestión Comercial

La gestión comercial en el contexto exportador abarca las estrategias de mercado, la relación con clientes internacionales, la fijación de precios y la promoción de productos o servicios en el exterior. La correcta implementación de estrategias de marketing internacional y el desarrollo de redes comerciales sólidas son aspectos críticos para la competitividad exportadora.

C. Gestión Financiera

La estabilidad financiera y la capacidad de acceso a recursos económicos son fundamentales para la competitividad exportadora. La gestión financiera eficiente permite a las empresas minimizar riesgos cambiarios, optimizar costos logísticos y asegurar una rentabilidad adecuada en sus operaciones internacionales.

D. Gestión de la Producción

La capacidad de producción influye en la competitividad exportadora al determinar los niveles de eficiencia operativa, calidad del producto y costos de manufactura. Una empresa con procesos de producción optimizados puede ofrecer productos competitivos en términos de precio y calidad, lo que facilita su aceptación en mercados internacionales.

E. Ciencia y Tecnología

El desarrollo de ciencia y tecnología es un factor clave en la competitividad exportadora, ya que permite la innovación en productos, procesos y modelos de negocio. La capacidad de

una empresa para desarrollar nuevas tecnologías y aplicar conocimientos científicos en su producción influye directamente en su posicionamiento en mercados internacionales.

F. Internacionalización

La internacionalización es el proceso mediante el cual las empresas expanden sus operaciones más allá de las fronteras nacionales, estableciendo presencia en mercados extranjeros a través de exportaciones, inversión extranjera directa o alianzas estratégicas. Este proceso es fundamental para la competitividad exportadora, ya que permite diversificar mercados, acceder a nuevas oportunidades de negocio y mejorar la resiliencia ante fluctuaciones económicas locales.

1.3 Bases Conceptuales

Variable 1: Business Intelligence

Definición conceptual

El Business Intelligence se define como un proceso que permite a través de las herramientas de BI tener una visión de futuro sostenible a consecuencia de datos e información comercial de mercado, con el propósito de que las empresas interpreten y tomen las mejores decisiones, obteniendo ventajas competitivas ante la competencia global (Rojas, 2016).

Definición operacional

En el aspecto operacional se considera las dimensiones de gestión de calidad de datos, análisis de información comercial y desarrollo de mercado objetivo.

Variable 2: Competitividad exportadora

Definición conceptual

La competitividad empresarial es un factor determinante en la capacidad de una organización para competir en mercados internacionales. Se refiere a la eficiencia y eficacia con la que una empresa gestiona sus recursos, procesos y estrategias para alcanzar ventajas sostenibles en el entorno global. En el contexto de la competitividad exportadora, esta dimensión involucra diversos aspectos clave que inciden en el desempeño de la empresa en mercados extranjeros (Irawan & Sudarmiatin, 2024).

Definición operacional

En el aspecto operacional se considera la dimensión económica; siendo medida mediante la encuesta y empleando como instrumento el cuestionario.

A continuación, se presenta la operacionalización de variables:

Tabla 1
Operacionalización de las variables

Variable	Dimensión	Indicador
Variable 1: Business Intelligence	Gestión de calidad de datos	<ul style="list-style-type: none"> - Nivel de libre acceso - Nivel de facilidad de interacción - Nivel de orden de datos online
	Análisis de información Comercial	<ul style="list-style-type: none"> - Nivel de facilidad para ilustrar resultados - Visualización de datos dinámicos - Interpretación automática de ilustraciones - Frecuencia de decisiones generadas en base a información comercial
	Desarrollo de mercado Objetivo	<ul style="list-style-type: none"> - Identificación de mercado meta - Sostenibilidad del mercado - Segmentación - Evaluación de la competencia empresarial
Variable 2: Competitividad exportadora	Competitividad Empresarial	<ul style="list-style-type: none"> - Gestión gerencial. - Gestión comercial - Gestión Financiera - Gestión de la producción - Ciencia y Tecnología - Internacionalización

Nota. Matriz de operacionalización de variables elaborada por los investigadores.

CAPÍTULO II

2. DISEÑO METODOLÓGICO

2.1. Diseño de contrastación de hipótesis

La investigación adopto un enfoque cuantitativo con el fin de alcanzar el desarrollo del estudio y objetivos planteados. Este enfoque seleccionado para este estudio permite la medición objetiva y sistemática de las variables en cuestión, utilizando datos numéricos y métodos estadísticos para inferir relaciones entre la relación del Business Intelligence y la competitividad exportadora de productos hidrobiológicos del sector pesca de la Macro Región Norte del Perú. Este enfoque es esencial para establecer la magnitud y significancia de las asociaciones entre variables, lo que posibilita una evaluación empírica rigurosa de hipótesis formuladas (Al Daabseh et al., 2023; Bologna, 2018). Además, el análisis cuantitativo facilita la comparabilidad de los resultados y su generalización a contextos similares, ofreciendo una visión clara y estructurada que contribuye al desarrollo de estrategias de BI basadas en evidencia para el fortalecimiento del sector pesquero en la Macro Región Norte.

Tabla 2

Diseño metodológico de la investigación

Item	Descripción
Enfoque	Cuantitativo
Nivel	Investigación básica
Diseño	No experimental transversal
Tipo	Correlacional
Unidad de Análisis	Empresas exportadoras del sector pesca de la Macroregión Norte del Perú: Piura, Lambayeque, La Libertad y Tumbes.

Nota. Elaboración propia de la investigación

El diseño de investigación es no experimental en la investigación y es clave para trabajar con variables en un entorno natural sin manipulación directa o creación de condiciones artificiales. Al no alterar las condiciones existentes ni intervenir en las variables de estudio, este diseño proporciona una visión realista y actual de la situación, haciendo posible el análisis de

las relaciones entre BI y competitividad exportadora bajo condiciones operativas reales del sector pesquero en las regiones estudiadas (Monroy & Nava, 2018). En cuanto al diseño de investigación tiene un alcance descriptivo correlacional el estudio, este se centra en explorar, describir y cuantificar la relación entre la aplicación de estrategias de Business Intelligence y la competitividad exportadora. Mediante el análisis de correlaciones, el estudio busca identificar patrones específicos y establecer si existe una influencia directa de las herramientas de BI sobre los indicadores de competitividad (Corona, 2016).

Finalmente, el tipo de investigación básica, ya que su propósito está orientado a contribuir al cuerpo teórico, ampliar el conocimiento y comprensión del BI en la competitividad exportadora y su relación actual en las empresas de productos hidrobiológicos del sector pesca, sin buscar aplicaciones prácticas inmediatas (Hernández & Mendoza, 2018).

2.2. Población y muestra

2.2.1. Población

La población de estudio en esta investigación comprende un total de 175 empresas dedicadas a la pesca y exportación de productos hidrobiológicos en la Macro Región Norte del Perú, específicamente en las regiones de Piura (128 empresas), Lambayeque (6 empresas), La Libertad (9 empresas) y Tumbes (32 empresas). Esta población ha sido seleccionada debido a su relevancia económica en el ámbito de las exportaciones nacionales y su potencial impacto en el desarrollo regional. Las empresas que componen esta población son variadas, lo cual permite una evaluación inclusiva y representativa de la industria pesquera.

Los criterios de inclusión de inclusión y/o exclusión que se planifico para aplicar el cuestionario a la población selecta fue lo siguiente:

- Empresas exportadoras del sector pesca de las regiones de Piura, Lambayeque, La Libertad y Tumbes.
- Empresas mayores a 3 años exportando.
- Gerentes o responsables del área de comercio exterior.

2.2.2. Muestra

En cuanto a la muestra, se seleccionará un subconjunto representativo de la población total, compuesto por 89 empresas que se dedican a la producción y exportación de productos hidrobiológicos del sector pesca en las regiones mencionadas. La muestra incluye

empresas que ya han implementado herramientas de Business Intelligence y aquellas en proceso de adopción o sin adopción, proporcionando una comparativa efectiva para evaluar el impacto real de estas tecnologías en la competitividad exportadora.

El resultado del cálculo de la muestra estará constituido por 89 empresas exportadoras, cantidad que se obtuvo realizando un muestreo no probabilístico, ya que la selección de empresas estará distribuida por las cuatro regiones del Norte Del Perú con el propósito de tener un equilibrio porcentual para alcanzar el logro del propósito del estudio.

Por otro lado, el método de muestreo empleado será “Estratificado aleatorio”, lo cual permitirá asegurar que todas las categorías relevantes de empresas sean consideradas en la muestra. Dentro de cada región, las empresas serán estratificadas según su tamaño (pequeña, mediana, grande) y grado de implementación de Business Intelligence (alto, medio, bajo o nulo). Posteriormente, se seleccionarán aleatoriamente las empresas de cada estrato para formar parte de la muestra.

Tabla 3

Distribución de empresas del sector pesca de la Macroregión Norte del Perú

Regiones	Nº Empresas	Porcentaje	Muestra
La Libertad	9	5%	4
Lambayeque	6	3%	4
Piura	128	73%	65
Tumbes	32	18%	16
Total	175	100%	89

Nota. Elaboración propia a partir de la información recolectada del sistema de inteligencia comercial INFOTRADE de PROMPERU.

2.3. Técnicas, instrumentos y procesamiento de datos

2.3.1. Técnicas

En el presente estudio se trabajarán la técnica de las encuestas que permita obtener resultados eficientes para cada objetivo planteado en la investigación. Según Maya (2014) Señala que las técnicas de investigación son procedimientos sistemáticos que permite profundizar el tema de interés de un investigador, la cual aporta la ciencia de todos los medios para aplicar el método.

También, Díaz et al. (2013) la define como una técnica que permite la recopilación de información más detallada sobre un tema, adoptando un dialogo coloquial entre el investigador y el sujeto de estudio con la finalidad de conseguir respuesta a las preguntas propuestas sobre el problema planteado.

2.3.2. Instrumentos

Para la obtención de datos el instrumento a empleado de acuerdo a la técnica encuesta es el cuestionario estructurado. Vara (2012) describe al cuestionario estructurado como una herramienta de tipo mixto que se emplea para medir o registrar las situaciones de los diferentes entornos. Por ello, la estructura de cuestionario se muestra de formas predefinidas.

Después de analizar la información del cuestionario en el software SPSS 25, los resultados fueron que el Alfa de Cronbach de 0.958, siendo calificado como alto nivel de confiabilidad.

Tabla 4
Alfa de Cronbach

Estadísticas de fiabilidad		
Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,955	,958	27

Nota. Obtenido del procedimiento en el software SPSS V.25

2.3.3. Procesamiento de datos

El equipo necesario para la recolección de datos incluirá computadoras y software estadístico de PLS 4.0. Para la distribución y recolección de encuestas, se utilizará la plataforma de encuesta Google Forms, que facilitan la aplicación y el manejo de grandes volúmenes de información de forma segura y eficiente.

El análisis empírico se abordó mediante el Modelado de Ecuaciones Estructurales (SEM) y se eligió la variante por Mínimos Cuadrados Parciales (PLS-SEM) por su idoneidad en investigaciones de carácter exploratorio y en modelos con múltiples relaciones entre variables latentes. El esquema propuesto integra cuatro constructos con varios indicadores, por lo que PLS-SEM resulta conveniente dada su eficiencia en contextos de alta dimensionalidad y sus menores exigencias en cuanto a distribución y tamaño muestral (Qin y Chen, 2025).

En consonancia con el objetivo del estudio predecir y explicar la varianza de las variables dependientes se aplicó PLS-SEM. Esta elección asegura coherencia teórica y pertinencia metodológica con la naturaleza del problema (Daoud et al., 2025), al tiempo que ofrece una capacidad predictiva sólida y una estimación eficaz de la varianza explicada y de las relaciones entre los constructos latentes (Şengül, 2025).

CAPÍTULO III

3. RESULTADOS

En el presente capítulo se desarrolla los resultados y discusión, luego de aplicar el instrumento que es el cuestionario a las 89 empresas del sector pesca de la Macro Región Norte del Perú. Los resultados obtenidos fueron procesados a través del modelo de ecuaciones estructurales PLS-SEM y se presentan de acuerdo con ambas variables relacionando al Business Intelligence y la Competitividad exportadora, obteniendo información oportuna para cada objetivo específico de la investigación.

3.1. Relación entre la gestión de calidad de datos y la competitividad exportadora de productos hidrobiológicos del sector pesca de la Macro Región Norte del Perú

El modelo estructural estimado evidencia un efecto directo positivo de la gestión de calidad de datos sobre la competitividad exportadora, considerando el coeficiente estandarizado $\beta = 0,560$ indica un impacto de magnitud moderada-alta en términos prácticos. El estadístico $t = 4,60$ respalda la estabilidad del parámetro y reduce la probabilidad de que el hallazgo sea producto del azar y con un $p < 0,05$, la hipótesis de influencia positiva se acepta empíricamente en el nivel convencional de significancia. En términos sustantivos, mejores prácticas de calidad exactitud, completitud, consistencia y oportunidad se asocian con mayor desempeño exportador. Este desempeño se materializa en decisiones comerciales más informadas. Por tanto, la calidad de datos opera como un activo estratégico que traduce capacidades informacionales en ventajas competitivas en mercados externos.

La evidencia empírica sugiere priorizar programas de gobierno de datos que articulen procesos, tecnología y competencias humanas en las cadenas pesqueras. Iniciativas como catálogos maestros, reglas de validación y trazabilidad digital fortalecen la confiabilidad de la información crítica para negociar. Asimismo, la integración de fuentes internas y externas mejora la inteligencia de mercados y reduce asimetrías informativas frente a compradores internacionales. Con una $\beta = 0,560$, invertir en calidad de datos promete retornos tangibles en posicionamiento, tiempos de respuesta y gestión de riesgos logísticos. La gestión basada en indicadores y tableros analíticos posibilita detectar desviaciones tempranas y alinear acciones comerciales y operativas. Estos resultados aportan soporte cuantitativo para políticas sectoriales

que incentiven interoperabilidad y adopción de buenas prácticas en empresas exportadoras. Futuras investigaciones podrían explorar mediadores y moderadores —tamaño de empresa, certificaciones, digitalización— para refinar el mecanismo causal observado. En conjunto, la evidencia respalda que profesionalizar la calidad de datos no es un costo administrativo, sino un motor de competitividad en el comercio exterior pesquero.

Tabla 5
Contrastación de hipótesis 1

Hipótesis	Efecto	Coefficientes path	Valor t	p-Valor	¿Soportada?
Gestión de calidad de datos (AS)-> Competitividad exportadora (DO)	+	0.560	4.60	0.00	SI

Nota. Obtenido del procedimiento en el PLS 4.0

3.2. Relación entre el análisis de información comercial y la competitividad exportadora de productos hidrobiológicos del sector pesca de la Macro Región Norte del Perú

El modelo estructural estimado evidencia que no ejerce un efecto directo positivo del análisis de información comercial sobre la competitividad exportadora, considerando el coeficiente estandarizado $\beta = 0,044$ indica un impacto de magnitud baja en términos prácticos. De manera consistente, el p-valor asociado ($p = 0,22$) es superior al nivel convencional de significancia (0,05), por lo que no se rechaza la hipótesis nula y, en consecuencia, la hipótesis de investigación no es aceptada empíricamente.

Desde una perspectiva sustantiva, este resultado sugiere que el análisis de información comercial, por sí solo, no se traduce automáticamente en mayor competitividad exportadora. Ello podría indicar la existencia de una brecha entre la generación de información y su efectiva incorporación en la toma de decisiones comerciales y operativas.

En consecuencia, los resultados evidencian que disponer de información comercial no garantiza mejoras competitivas si esta no es transformada en acciones concretas dentro de la estrategia exportadora.

Tabla 6
Contrastación de hipótesis 2

Hipótesis	Efecto	Coefficientes path	Valor t	p-Valor	¿Soportada?
Análisis de información Comercial (IC) -> Competitividad exportadora (DO)	+	0.044	1.21	0.22	NO

Nota. Obtenido del procedimiento en el PLS 4.0

3.3. Relación entre el desarrollo de mercado objetivo y la competitividad exportadora de productos hidrobiológicos del sector pesca de la Macro Región Norte del Perú

El modelo estructural estimado evidencia que hay un efecto directo positivo del desarrollo del mercado objetivo sobre la competitividad exportadora, considerando el coeficiente estandarizado $\beta = 0,422$ indica un impacto de magnitud moderada en términos prácticos. El estadístico $t = 3,43$ respalda la estabilidad del parámetro y reduce la probabilidad de que el hallazgo sea producto del azar y con un $p < 0,05$, la hipótesis de influencia positiva se acepta empíricamente en el nivel convencional de significancia.

En términos de gestión, los resultados orientan a priorizar procesos que conviertan la inteligencia de mercado en decisiones operativas concretas: selección de canales y compradores, adecuación de formatos y presentaciones, y condiciones comerciales alineadas con nichos específicos. El enfoque por mercado meta debe articular trazabilidad, cadena de frío y estándares de calidad con atributos valorados por importadores; de esta manera programas de investigación comercial continua, pruebas de producto y aprendizaje iterativo permiten reducir incertidumbre y capturar rentas de diferenciación, especialmente en especies con mayor elasticidad de precios. A la vez, conviene explorar mediaciones por innovación, marca y capacidades logísticas, así como moderaciones por tamaño empresarial o nivel de digitalización, para refinar el mecanismo causal. En conjunto, la evidencia empírica sugiere que profesionalizar el desarrollo de mercado objetivo no es un acto táctico aislado, sino un componente estratégico que fortalece la competitividad exportadora.

Tabla 7
Contrastación de hipótesis 3

Hipótesis	Efecto	Coefficientes path	Valor t	p-Valor	¿Soportada?
Desarrollo de mercado Objetivo (MO)-> Competitividad exportadora (DO)	+	0.422	3.43	0.00	SI

Nota. Obtenido del procedimiento en el PLS 4.0

3.4. Relación entre el Business Intelligence y la competitividad exportadora de productos hidrobiológicos del sector pesca de la Macro Región Norte del Perú

Respecto a la fiabilidad individual de los ítems, todos los pesos son superiores a 0,707, a excepción de un ítem DO4. No obstante, mantuvimos este ítem dado que, su contenido

también es importante en la definición de cada uno de los constructos; siendo la fiabilidad individual de los ítems adecuada, cómo se observa en la tabla 8 (Falk & Miller, 1992).

Por otro lado, evaluamos la posibilidad de que exista multicolinealidad entre los constructos (Hair et al., 2017). En cada una de las regresiones múltiples parciales, el índice VIF para cada uno de los constructos exógenos es menor a 10 (Gujarati y Porter, 1978). Por lo tanto, podemos afirmar que no existen problemas de multicolinealidad entre los constructos exógenos de cada variable endógena como se observa en la tabla 8.

Tabla 8

Resultados de confiabilidad de elementos individuales para el modelo de medición

Variable latente	Peso externo	VIF	CR	AVE	VIF
AS1	0.914	5.454			
AS3	0.941	5.977	0.85	0.762	4.277
AS6	0.751	1.399			
DO2	0.956	2.22			
DO4	-0.555	1.297			
DO5	0.941	2.194	0.96	0.7752	2.227
DO8	0.948	3.023			
DO11	0.933	2.402			
IC3	0.964	4.847			
IC6	0.980	4.847	0.997	0.94	4.847
MO1	0.801	1.699			
MO4	0.962	3.248	0.92	0.828	2.295
MO7	0.957	1.939			

Nota. Obtenido del procedimiento en el PLS 4.0

Respecto a la consistencia interna de las escalas de medida, se observa que las fiabilidades compuestas de los constructos son superiores a 0,7 como se observa en la tabla 9 y podemos afirmar que los ítems o variables manifiestas son realmente importantes para el modelo como se expresa en AS= 0.847, DO= 0.960; IC = 0.997 y MO = 0.918.

Tabla 9

Fiabilidad compuesta

Constructo	Alfa de Cronbach	Fiabilidad compuesta
Gestión de calidad de datos (AS)	0.838	0.847
Competitividad exportadora (DO)	0.724	0.960
Análisis de información Comercial (IC)	0.942	0.997
Desarrollo de mercado Objetivo (MO)	0.894	0.918

Nota. Obtenido del procedimiento en el PLS 4.0

El coeficiente AVE (Average Variance Extracted) representa la proporción de varianza del constructo que puede ser explicada por sus indicadores y se verifica que este coeficiente es superior a 0,5 para todos los constructos como se observa en la tabla 10, por lo que podemos afirmar que existe validez convergente para cada una de las variables latentes (Fornell & Larcker, 1981).

Tabla 10
Varianza extraída media

Constructo	Varianza extraída media (AVE)
Gestión de calidad de datos (AS)	0.762
Competitividad exportadora (DO)	0.775
Análisis de información Comercial (IC)	0.944
Desarrollo de mercado Objetivo (MO)	0.828

Nota. Obtenido del procedimiento en el PLS 4.0

El análisis de validez discriminante alude al grado en que un constructo se distingue empíricamente de los demás; establecerla implica demostrar que el constructo es único y captura dimensiones del fenómeno no representadas por otros constructos del modelo. En este estudio se utilizó el criterio de Fornell-Larcker (Fornell & Larcker, 1981), donde la tabla 11 muestra que todos los constructos alcanzan validez discriminante siguiendo el criterio de Fornell-Larcker, donde la diagonal muestra la raíz cuadrada del AVE para cada constructo; por lo tanto, todos los constructos miden diferentes aspectos.

Tabla 11
Validez discriminante

Constructo	Gestión de calidad de datos (AS)	Competitividad empresarial (DO)	Análisis de información Comercial (IC)	Desarrollo de mercado Objetivo (MO)
Gestión de calidad de datos (AS)	0.873	-----	-----	-----
Competitividad exportadora (DO)	0.919	0.880	-----	-----
Análisis de información Comercial (IC)	-0.334	-0.267	0.972	-----
Desarrollo de mercado Objetivo (MO)	0.886	0.905	-0.293	0.910

Nota. Obtenido del procedimiento en el PLS 4.0

Para el análisis del modelo estructural y la prueba de hipótesis se infiere que la AS influye de forma positiva en el DO ($\beta = 0,560$ $t = 4,60$, $p < 0,05$); así mismo la AS influye de forma negativa en la IC ($\beta = -0,334$, $t = 4.07$, $p < 0,05$); por otro lado la AS influye de forma positiva en el MO ($\beta = 0,887$, $t = 20.77$, $p < 0,05$) y la MO influye de forma positiva en el DO ($\beta = 0,422$, $t = 3.43$, $p < 0,05$); a diferencia de la IC no influye en el DO ($\beta = 0,044$, $t = 1.21$, $p > 0,05$) y la IC influye en el DO ($\beta = 0,004$, $t = 0.07$, $p > 0,05$).

Tabla 12
Contrastación de hipótesis

Hipótesis	Efecto	Coefficientes path	Valor t	p-Valor	¿Soportada?
Gestión de calidad de datos (AS)-> Competitividad exportadora (DO)	+	0.560	4.60	0.00	SI
Gestión de calidad de datos (AS)-> Análisis de información Comercial (IC)	-	-0.334	4.07	0.00	SI
Gestión de calidad de datos (AS)-> Desarrollo de mercado Objetivo (MO)	+	0.887	20.77	0.00	SI
Análisis de información Comercial (IC) -> Competitividad exportadora (DO)	+	0.044	1.21	0.22	NO
Análisis de información Comercial (IC) -> Desarrollo de mercado Objetivo (MO)	+	0.004	0.07	0.94	NO
Desarrollo de mercado Objetivo (MO)-> Competitividad exportadora (DO)	+	0.422	3.43	0.00	SI

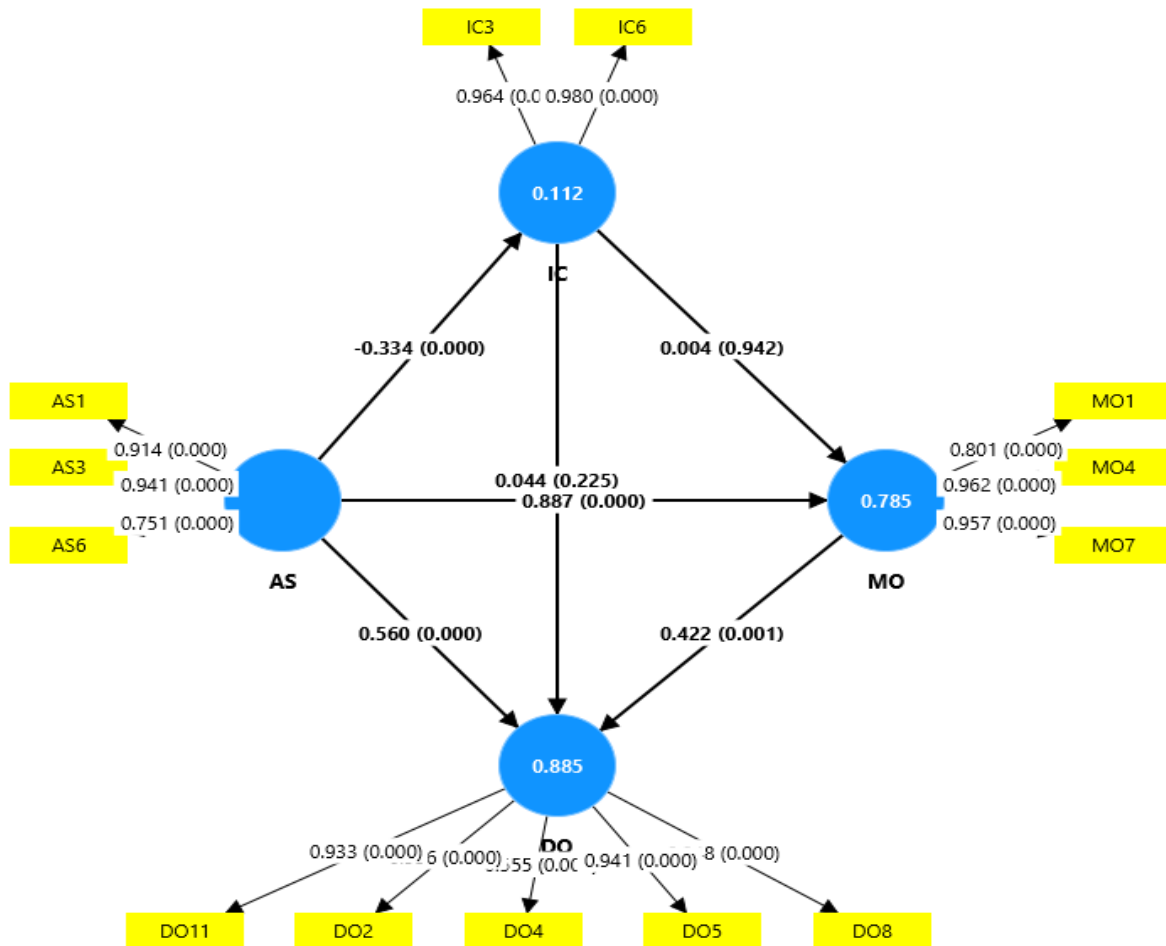
Nota. Obtenido del procedimiento en el PLS 4.0

El análisis del modelo estructural evidencia que el Business Intelligence influye en la competitividad exportadora principalmente a través de la gestión de la calidad de datos y del desarrollo del mercado objetivo. En particular, la gestión de calidad de datos presenta un efecto directo positivo y significativo sobre la competitividad exportadora ($\beta = 0,560$; $p < 0,05$), lo que indica que disponer de información confiable y consistente fortalece la toma de decisiones comerciales. Asimismo, la calidad de los datos impulsa de manera significativa el desarrollo del mercado objetivo ($\beta = 0,887$; $p < 0,05$), el cual, a su vez, impacta positivamente en la competitividad exportadora ($\beta = 0,422$; $p < 0,05$), configurando una ruta indirecta de alto impacto práctico.

En contraste, el análisis de información comercial no muestra un efecto directo significativo sobre la competitividad exportadora, lo que sugiere que esta capacidad no genera ventajas competitivas cuando opera de forma aislada. En este sentido, los resultados indican que el valor del análisis comercial depende de su integración con datos de calidad y con procesos efectivos de toma de decisiones. En conjunto, el Business Intelligence actúa como una plataforma habilitadora que transforma activos informacionales en competitividad exportadora

cuando existe una adecuada gestión de la calidad de los datos y una clara orientación al mercado objetivo.

Figura 2
Modelo estructural



Nota. Obtenido del procedimiento en el PLS 4.0

CAPÍTULO IV

4. DISCUSIÓN

En relación con el primer objetivo específico, los resultados confirman que la gestión de calidad de datos mantiene una relación positiva y estadísticamente significativa con la competitividad exportadora de productos hidrobiológicos en el sector pesquero de la Macro Región Norte del Perú. El modelo estructural evidenció un coeficiente estandarizado de $\beta = 0,560$ con un nivel de significancia estadística ($t = 4,60$; $p < 0,05$), lo que confirma que la confiabilidad, consistencia y oportunidad en la información disponible constituyen factores determinantes para alcanzar mejores resultados en el comercio internacional. Este hallazgo respalda que la depuración y estructuración adecuada de los datos empresariales no solo reducen errores operativos, sino que fortalecen la toma de decisiones y la capacidad competitiva de las organizaciones exportadoras. En concordancia, Kumar et al. (2023) señalan que las tecnologías de análisis aplicadas al sector primario incrementan la eficiencia productiva y otorgan sostenibilidad a la gestión empresarial, conclusiones que coinciden con la evidencia empírica de este estudio.

De igual forma, el análisis revela que los programas de gobernanza y trazabilidad de datos fortalecen la toma de decisiones y mejoran la capacidad de respuesta frente a las exigencias de clientes internacionales. Este resultado concuerda con lo expuesto por Probst (2020), al evidenciar que la gobernanza y trazabilidad de la información fortalecen la transparencia y la confianza en las relaciones comerciales internacionales. En el contexto pesquero, la calidad de los datos emerge, así como un recurso estratégico que contribuye a reducir riesgos y consolidar el posicionamiento competitivo.

Los hallazgos de la presente investigación se alinean con lo reportado por Guzmán (2022) en la región Piura, donde el uso de información depurada permitió a las empresas exportadoras enfrentar con mayor eficacia los desafíos de la internacionalización. En conjunto, la evidencia empírica confirma que invertir en calidad de datos no representa un costo administrativo, sino una fuente de ventaja competitiva sostenible, validando empíricamente la hipótesis planteada.

En relación al segundo objetivo específico muestra que el análisis de información comercial no presenta una relación estadísticamente significativa con la competitividad exportadora de productos hidrobiológicos en la Macro Región Norte del Perú. El valor del coeficiente estandarizado ($\beta = 0,044$; $t = 1,21$; $p = 0,22$) confirma que los informes, tableros o reportes utilizados por las empresas, si bien aportan cierto conocimiento del mercado, no se traducen directamente en mejoras en precios, logística, cumplimiento sanitario o posicionamiento internacional. Estos resultados permiten inferir que el análisis comercial cumple más bien un rol instrumental, que requiere ser complementado por prácticas de calidad de datos y decisiones estratégicas para que se materialice en ventajas competitivas. De este modo, se refuerza la idea de que la sola disponibilidad de información no asegura éxito exportador si no existe un proceso organizacional que integre de manera sistemática ese conocimiento en la gestión operativa y comercial.

A la luz de los antecedentes, esta ausencia de significancia puede explicarse por lo que diversos estudios denominan “brecha de apropiación de valor”: los hallazgos analíticos no se trasladan de forma consistente a las áreas clave de ejecución, tales como logística en frío, certificaciones de inocuidad o negociación con compradores internacionales. Tal como señalan Natsir et al. (2022), el verdadero impacto de la información se logra cuando los sistemas de análisis se integran con la cadena productiva y comercial, fortaleciendo la sostenibilidad y la eficacia de la gestión. En la misma línea, Guzmán (2022) destaca que en el contexto peruano el uso de Business Intelligence en exportadoras de hidrobiológicos resulta aún incipiente y depende de la madurez tecnológica y de la cultura organizacional de cada empresa. Esta evidencia sugiere que el análisis de información comercial, en su estado actual, opera más como una capacidad habilitadora que como un determinante directo de la competitividad.

En consecuencia, los resultados orientan a repensar el rol estratégico del análisis de información. Su valor no radica en la producción de más reportes o estadísticas, sino en la capacidad de transformar datos en decisiones accionables con responsables, tiempos y métricas claras. Ello implica articular los hallazgos con la planificación comercial, la logística y el cumplimiento normativo, asegurando que la información se convierta en insumo efectivo para la gestión de riesgos y oportunidades en mercados internacionales. Desde una perspectiva práctica, esta evidencia subraya que la competitividad exportadora de las empresas pesqueras de la región depende no solo de recopilar información, sino de integrarla en procesos decisorios que generen ventajas sostenibles. Por tanto, el estudio aporta un matiz relevante: el análisis de

información comercial es necesario, pero por sí solo resulta insuficiente para garantizar éxito en entornos globales altamente competitivos.

Con relación al tercer objetivo específico, los resultados evidencian que el desarrollo de mercado objetivo (MO) mantiene una relación positiva y significativa con la competitividad exportadora de productos hidrobiológicos en la Macro Región Norte del Perú. El coeficiente obtenido ($\beta = 0,422$; $t = 3,43$; $p < 0,05$) refleja un efecto de magnitud moderada, lo que significa que cuando las empresas identifican mercados meta con criterios claros, evalúan la sostenibilidad de la demanda y definen estrategias de posicionamiento acordes a las exigencias internacionales, se logran mejoras visibles en su desempeño exportador. Este hallazgo confirma que la competitividad no depende únicamente de contar con capacidad productiva o logística, sino también de la habilidad para seleccionar y consolidar destinos estratégicos que permitan aprovechar ventajas comparativas y generar valor en el mercado global.

Estos hallazgos se articulan con los antecedentes revisados. Abdul Jalil et al. (2023) y Usaquén et al. (2020) señalan que el desarrollo de mercados constituye un eje esencial para la expansión internacional, ya que permite reconocer nichos sostenibles y anticipar riesgos de sobreoferta o cambios regulatorios. En la misma línea, Guzmán (2022) demostró en Piura que las exportadoras que aplican inteligencia de mercados y consolidan perfiles de clientes logran diferenciarse en calidad y acceder a mejores precios en el mercado externo. De manera convergente, los resultados del presente estudio refuerzan que la competitividad exportadora se potencia cuando las organizaciones no se limitan a “observar” la información, sino que diseñan estrategias de mercado sólidas basadas en datos de calidad, alineando las decisiones comerciales con la sostenibilidad de los destinos seleccionados. En síntesis, el desarrollo de mercado objetivo emerge como un factor estratégico que convierte la inteligencia comercial en ventajas competitivas tangibles para el sector pesquero de la Macro Región Norte.

Finalmente, con relación al objetivo general los resultados del modelo estructural confirman que el Business Intelligence (BI) mantiene una relación positiva con la competitividad exportadora de productos hidrobiológicos en la Macro Región Norte del Perú. El análisis evidenció que la gestión de calidad de datos es el componente más influyente, con un efecto directo y significativo ($\beta = 0,560$; $t = 4,60$; $p < 0,05$). Este hallazgo indica que la exactitud y consistencia de la información permiten reducir reprocesos administrativos, cumplir con normativas internacionales y respaldar decisiones comerciales más oportunas. En términos

prácticos, se demuestra que la calidad de los datos constituye un activo estratégico que, al ser gestionado correctamente, se convierte en una ventaja competitiva tangible en mercados internacionales exigentes.

Asimismo, los resultados revelan que el desarrollo de mercado objetivo cumple un rol mediador relevante, dado que se encuentra fuertemente influenciado por la gestión de datos ($\beta = 0,887$; $t = 20,77$; $p < 0,05$) y, a su vez, mejora de manera significativa la competitividad exportadora ($\beta = 0,422$; $t = 3,43$; $p < 0,05$). Esto muestra que la capacidad de identificar segmentos, evaluar destinos sostenibles y definir estrategias de posicionamiento internacional se fortalece únicamente cuando la información que alimenta tales decisiones es confiable y oportuna. En contraste, el análisis de información comercial no reportó efectos significativos ni sobre la competitividad ($\beta \approx 0,044$; $p > 0,05$) ni sobre el desarrollo de mercados, lo que sugiere que los reportes y tableros de control carecen de impacto real cuando no están integrados en procesos de decisión estratégicos ni vinculados a la ejecución comercial y logística.

Estos hallazgos dialogan con lo planteado en investigaciones previas, donde se señala que el valor del BI no radica en la generación de grandes volúmenes de reportes, sino en su integración en procesos que guíen la acción empresarial. Autores como Abdul Jalil et al. (2023) y Guzmán (2022) destacan que las empresas que gestionan datos de manera rigurosa y orientan sus decisiones hacia mercados meta definidos logran posicionarse con mayor solidez en el comercio exterior. De manera convergente, los resultados de este estudio subrayan que el BI impacta en la competitividad exportadora principalmente a través de la gobernanza de datos y el desarrollo de mercados, más que por el uso aislado de análisis comerciales. En consecuencia, se refuerza la necesidad de que las empresas pesqueras de la región consoliden estructuras de BI que articulen datos confiables, procesos de mercado y mecanismos de ejecución, transformando la información en decisiones concretas que impulsen su internacionalización.

CONCLUSIONES

En referencia al primer objetivo específico, se concluye que existe una relación positiva ($\beta = 0,56$) entre la gestión de calidad de datos y la competitividad exportadora, sustentado en el coeficiente estandarizado, lo que infiere la importancia del formato, orden y la oportunidad de tomar decisiones con información de calidad que permita un mayor desempeño exportador.

En relación al segundo objetivo específico, los resultados evidencian que el análisis de información comercial no tiene un efecto directo significativo en la competitividad exportadora, discrepando con enfoques teóricos previos, lo que revela limitaciones en la articulación entre información analítica y ejecución estratégica empresarial.

En relación al tercer objetivo específico, se concluye que existe un efecto directo positivo ($\beta = 0,422$) del desarrollo del mercado objetivo sobre la competitividad exportadora, sustentado en su significancia estadística, evidenciando que la segmentación de clientes mediante herramientas de BI permite alinear la oferta exportadora y mejorar el desempeño exportador.

En relación con el objetivo general, se concluye que el Business Intelligence mantiene una relación positiva con la competitividad exportadora de productos hidrobiológicos en la Macro Región Norte del Perú, al transformar datos en información estratégica que fortalece la toma de decisiones, reduce la incertidumbre y mejora la capacidad de respuesta ante cambios en la demanda y logística internacional.

RECOMENDACIONES

Se recomienda a las empresas del sector hidrobiológico establecer mecanismos permanentes de verificación, depuración y actualización de la información utilizada en la toma de decisiones. La precisión y consistencia de los datos no solo contribuyen a mejorar la confiabilidad de los análisis, sino que también se convierten en un requisito esencial para diseñar modelos predictivos que permitan anticipar cambios en los mercados internacionales y mantener ventajas competitivas.

Se recomienda a instituciones públicas como Mincetur y Gercetur, reforzar las capacidades de las organizaciones, capacitando a su personal en metodologías de inteligencia comercial, de manera que la información recolectada sobre precios, preferencias y tendencias internacionales pueda traducirse en ajustes concretos de producto, promoción y posicionamiento.

Se recomienda que las empresas deben priorizar la incorporación de herramientas de inteligencia de negocios que les permitan segmentar clientes con mayor precisión y adaptar su propuesta de valor a los atributos más demandados en los mercados de destino. La alineación de la trazabilidad, logística, cadena de frío y los estándares internacionales debe concebirse como una estrategia integral que refuerce la confianza de los importadores y consolide la presencia en mercados exigentes.

Se recomienda a la Academia continuar la investigación del Business Intelligence (BI) como un componente transversal en la gestión exportadora, aplicando la metodología de ecuaciones estructurales a otro sector de la economía o realidad geográfica.

BIBLIOGRAFÍA

- Abdul Jalil, N., Alam Khan, P., & K
ashif Shad, M. (2023). Digitalization, Sustainability and Development in Business. Business Intelligence - The Innovative Solutions for Business Sustainability, Equality, and Green Initiatives of Long-Term Organisational Performance. *KnE Social Sciences*. <https://doi.org/10.18502/kss.v8i20.14609>
- Adebunmi, O., Ugochukwu, I., Ejuma Adaga, Temidayo Olorunsogo, Onyeka Franca Asuzu, & Donald, O. (2024). BUSINESS INTELLIGENCE IN THE ERA OF BIG DATA: A REVIEW OF ANALYTICAL TOOLS AND COMPETITIVE ADVANTAGE. *Computer Science & IT Research Journal*, 5(2), 415–431. <https://doi.org/10.51594/csitrj.v5i2.791>
- ADEX. (2022). *Reporte de Tendencias Mayo 2022*. <https://www.cien.adexperu.org.pe/reportede-tendencias-mayo-2022/>
- ADEX. (2024). *Trabajarán hoja de ruta para impulsar la pesca y acuicultura*. <https://www.adexperu.org.pe/notadeprensa/trabajaran-hoja-de-ruta-para-impulsar-la-pesca-y-acuicultura/>
- Ahmad, A. (2015). Business Intelligence for Sustainable Competitive Advantage. *Advances in Business Marketing and Purchasing*, 22A, 3–220. <https://doi.org/10.1108/S1069-096420150000022014>
- Ahmad, H., & Mustafa, H. (2022). The impact of artificial intelligence, big data analytics and business intelligence on transforming capability and digital transformation in Jordanian telecommunication firms. *International Journal of Data and Network Science*, 6(3), 727–732. <https://doi.org/10.5267/J.IJDNS.2022.3.009>
- Ahmed, V., Aziz, Z., Tezel, A., & Riaz, Z. (2018). Challenges and drivers for data mining in the AEC sector. *Engineering, Construction and Architectural Management*, 25(11), 1436–1453. <https://doi.org/10.1108/ECAM-01-2018-0035>
- Ahumada Tello, E., & Perusquia Velasco, J. M. A. (2015). Inteligencia de negocios: estrategia para el desarrollo de competitividad en empresas de base tecnológica. *Contaduría y Administración*, 61(1), 127–158. <https://doi.org/10.1016/J.CYA.2015.09.006>
- Al Daabseh, T. K. I., Bani-Hani, T., Aljawarneh, N. M., Alkufahy, A. M., Raqqad, R. Al, & Albalawee, N. (2023). The Relationship Between Business Intelligence Capabilities and Business Outcomes of Small and Medium Sized Enterprises: The Moderating Role of

- Competitive Intelligence. *Journal of System and Management Sciences*, 13(4), 535–550. <https://doi.org/10.33168/JSMS.2023.0432>
- Altman, S., & Bastian, C. (2021). *Conectados con el Mundo*. DHL. <https://www.dhl.com/content/dam/dhl/global/dhl-spotlight/documents/pdf/gci-2021-translations/10yr-lessons-learned-2021-key-highlights-es.pdf>
- Alvarez Pincay, H. L., & Pin García, L. J. (2022). Inteligencia de negocios como estrategia para la toma de decisiones en la industria atunera. *Científica Arbitrada Multidisciplinaria PENTACIENCIAS*, 4, 70–92. <https://editorialalema.org/index.php/pentaciencias/article/view/335>
- Al-Zahrani, A., & Al-Hebbi, M. (2022). Big Data Major Security Issues: Challenges and Defense Strategies. *Tehnicki Glasnik*, 16(2), 197–204. <https://doi.org/10.31803/tg-20220124135330>
- Bacon, C. M., Sundstrom, W. A., Stewart, I. T., Maurer, E., & Kelley, L. C. (2021). Towards smallholder food and water security: Climate variability in the context of multiple livelihood hazards in Nicaragua. *World Development*, 143, 105468. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2021.105468>
- Banco Mundial. (2023). *Tendencia del PIB mundial (US\$ a precios actuales)*. <https://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.MKTP.CD?view=chart>
- Boggio, D. J. J., del Pilar Pintado Damián, M., & Olivos, G. S. M. (2024). Digital Transformation for the Competitiveness of Export Companies Through Outsourcing, Chiclayo – Peru. In *Communications in Computer and Information Science: Vol. 2070 CCIS* (pp. 204–214). Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-56373-7_16
- Bologna, E. (2018). *Métodos estadísticos de investigación*. <https://elibro.net/es/lc/utpbiblio/titulos/106355>
- Bradley, D., Merrifield, M., Miller, K. M., Lomonico, S., Wilson, J. R., & Gleason, M. G. (2019). Opportunities to improve fisheries management through innovative technology and advanced data systems. *Fish and Fisheries*, 20(3), 564–583. <https://doi.org/10.1111/FAF.12361>
- Buenaño, • Edison, Mendoza, C., Lainez, K., & Muyulema, J. (2024). Impacto de modelos de la cadena de valor y productividad en el sector pesquero en la provincia de Santa Elena: Una revisión sistemática. *Revista Científica Ciencias Ingenieriles*, 4(2), 83–102. <https://doi.org/10.54943/RICCI.V4I2.517>

- Cámara de Comercio de Lima. (2024). *Se espera un crecimiento de las exportaciones pesqueras para este año*. <https://www.sunat.gob.pe/legislacion/procedim/normasdua/gja-03.htm>
- Campbell, S. J., Jakub, R., Valdivia, A., Setiawan, H., Setiawan, A., Cox, C., Kiyoo, A., Darman, Djafar, L. F., Rosa, E. de la, Suherfian, W., Yuliani, A., Kushardanto, H., Muawanah, U., Rukma, A., Alimi, T., & Box, S. (2021). Immediate impact of COVID-19 across tropical small-scale fishing communities. *Ocean and Coastal Management*, 200(August 2020). <https://doi.org/10.1016/j.ocecoaman.2020.105485>
- Cano Contreras, O. F. (2022). *Propuesta de una herramienta de business intelligence para mejorar la gestión comercial en una empresa de la industria pesquera* [Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. <https://cybertesis.unmsm.edu.pe/item/b9e1359b-4864-411e-ba36-86f1eeaea784>
- Carson, G., O'Connor, C., & Simmons, G. (2020). The crucial role of market intelligence in the development of small business marketing capabilities. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 27(5), 797–816. <https://doi.org/10.1108/JSBED-12-2019-0394/FULL/XML>
- Catanzaro, A., & Teyssier, C. (2021). Export promotion programs, export capabilities, and risk management practices of internationalized SMEs. *Small Business Economics*, 57(3), 1479–1503. <https://doi.org/10.1007/S11187-020-00358-4>
- CEPAL. (2023). Estudio Económico de América Latina y el Caribe 2023: El financiamiento de una transición sostenible: inversión para crecer y enfrentar el cambio climático. *Estudio Económico de América Latina y El Caribe*, 1–299. <https://www.cepal.org/es/publicaciones/67989-estudio-economico-america-latina-caribe-2023-financiamiento-transicion>
- Chacón Reyes, O. E., & Pilco Rengifo, G. C. (2021). Estrategias competitivas y exportación de harina de pescado de la empresa pesquera Centinela SA para el mercado chino, 2020 [Universidad César Vallejo]. In *Repositorio Institucional - UCV*. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/66954>
- Chen, Y., Debnath, S., Sekhri, S., & Sekhri, V. (2023). The impact of Covid-19 containment lockdowns on MSMEs in India and resilience of exporting firms. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 210, 320–341. <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2023.04.001>

- Corona, J. (2016). Apuntes sobre métodos de investigación. *MediSur*, 14(1), 81–83. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1727-897X2016000100016&lng=es&nrm=iso&tlng=es
- Daoud, AO, Kineber, AF, Chileshe, N., Elmansoury, A. y Khaled Mahmoud, AA (2025). Investigación de las barreras para la implementación de drones en la construcción sostenible mediante PLS-SEM. *Scientific Reports*, 15, 19623. <https://www.nature.com/articles/s41598-024-76470-2>
- Dalbah, L. M., Ali, S., & Al-Naymat, G. (2022). An Interactive Dashboard for Predicting Bank Customer Attrition. *2022 International Conference on Emerging Trends in Computing and Engineering Applications, ETCEA 2022 - Proceedings*. <https://doi.org/10.1109/ETCEA57049.2022.10009818>
- Duque, J., Godinho, A., & Vasconcelos, J. (2022). Knowledge data extraction for business intelligence A design science research approach. *Procedia Computer Science*, 204, 131–139. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2022.08.016>
- Enad Al-Qaralleh, R., & Atan, T. (2022). Impact of knowledge-based HRM, business analytics and agility on innovative performance: linear and FsQCA findings from the hotel industry. *Kybernetes*, 51(1), 423–441. <https://doi.org/10.1108/K-10-2020-0684>
- Erasmus, V. N., Tutjavi, V., Konstantinus, A., Uahengo, T., & Ndara, S. (2022). Impacts of COVID-19 on at-sea data collection and regulatory activities and fisheries catches off Namibia. *Regional Studies in Marine Science*, 55. <https://doi.org/10.1016/j.rsma.2022.102519>
- Facchinetti, T., & Citterio, G. (2022). Application of the Overall Equipment Effectiveness to a Service Company. *IEEE Access*, 10, 106613–106640. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2022.3211266>
- FAO. (2020). *The State of World Fisheries and Aquaculture 2020*. FAO. <https://doi.org/10.4060/ca9231en>
- FAO. (2022). *El estado mundial de la pesca y la acuicultura 2022*. FAO. <https://doi.org/10.4060/cc0461es>
- FAO. (2023). *Innovación y Tecnología: El Futuro de una Pesca Sostenible*. <https://www.cien.adexperu.org.pe/reporte-de-tendencias-mayo-2022/>

- FAO. (2024). The State of World Fisheries and Aquaculture 2024. In FAO (Ed.), *Nature and Resources* (Vol. 35, Issue 3). FAO ; <https://openknowledge.fao.org/handle/20.500.14283/cd0683en>
- FAOSTAT. (2024). *Producción mundial del sector agro.* <https://www.fao.org/faostat/es/#data/QCL>
- Farinha, L., Nunes, S., Ferreira, J. J., & Fernandes, A. (2018). Understanding the foundations of global competitive advantage of nations. *Competitiveness Review*, 28(5), 503–517. <https://doi.org/10.1108/CR-10-2016-0063>
- Fernanda Córdova-Aponte, M., Michelle Valarezo-Avila, B., & Jonathan Serrano -Orellana, B. (2021). La inteligencia de negocios como herramienta clave en el desempeño empresarial. *593 Digital Publisher CEIT*, 6(6), 306–325. <https://doi.org/10.33386/593dp.2021.6.727>
- Fernández-González, R., Pérez-Pérez, M. I., & Pérez-Vas, R. (2021). Impact of the COVID-19 crisis: Analysis of the fishing and shellfishing sectors performance in Galicia (Spain). *Marine Pollution Bulletin*, 169(April). <https://doi.org/10.1016/j.marpolbul.2021.112463>
- Food and Agriculture Organization [FAO]. (2022). *El estado mundial de la pesca y la acuicultura 2022*. FAO. <https://doi.org/10.4060/cc0461es>
- Falk, R. Frank., & Miller, N. B. . (1992). *A primer for soft modeling* (1st ed.). University of Akron Press. https://books.google.com/books/about/A_Primer_for_Soft_Modeling.html?hl=es&id=3CFrQgAACAAJ
- Gagnon, J. E., Kamin, S. B., & Kearns, J. (2023). The impact of the COVID-19 pandemic on global GDP growth. *Journal of the Japanese and International Economies*, 68(June 2022). <https://doi.org/10.1016/j.jjie.2023.101258>
- Galindo, A., & Nuguer, V. (2023, March 19). Informe macroeconómico de América Latina y el Caribe 2023: preparar el terreno macroeconómico para un crecimiento renovado. *BID*. <https://doi.org/10.18235/0004780>
- Golestanizadeh, M., Sarvari, H., Chan, D. W. M., Banaitiené, N., & Banaitis, A. (2023). Managerial opportunities in application of business intelligence in construction companies. *Journal of Civil Engineering and Management*, 29(6), 487-500–487–500. <https://doi.org/10.3846/JCEM.2023.19533>

- Golestanizadeh, M., Sarvari, H., Cristofaro, M., & Chan, D. (2023a). Effect of Applying Business Intelligence on Export Development and Brand Internationalization in Large Industrial Firms. *Administrative Sciences*, 13(2), 27. <https://doi.org/10.3390/admsci13020027>
- Golestanizadeh, M., Sarvari, H., Cristofaro, M., & Chan, D. W. M. (2023b). Effect of Applying Business Intelligence on Export Development and Brand Internationalization in Large Industrial Firms. *Administrative Sciences*, 13(2). <https://doi.org/10.3390/ADMSCI13020027>
- Gómez-Ballesteros, M., Cervera - Núñez, C., Campillos-Llanos, M., Quintela, A., Sousa, L., Marques, M., Alves, F. L., Murciano, C., Alloncle, N., Sala, P., Lloret, A., Simão, A. P., Costa, A. C., Carval, D., Bailly, D., Nys, C., Sybill, H., & Dilasser, J. (2021). Transboundary cooperation and mechanisms for Maritime Spatial Planning implementation. SIMNORAT project. *Marine Policy*, 127, 104434. <https://doi.org/10.1016/j.marpol.2021.104434>
- Guarda, T., Carvaca, A., Gozabay, R., Saquicela, M., & Tomalá, H. (2022). Business Intelligence Analytics Tools. In *Lecture Notes in Computer Science (including subseries Lecture Notes in Artificial Intelligence and Lecture Notes in Bioinformatics): Vol. 13381 LNCS*. https://doi.org/10.1007/978-3-031-10548-7_26
- Guzman Caycho, K. M. (2022). Business Intelligence como ventaja competitiva para las exportadoras de hidrobiológicos de la Región Piura, 2022 [Universidad César Vallejo]. In *Repositorio Institucional - UCV*. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/114711>
- Gujarati, D. y Porter, D. (1978). *Econometría* (Quinta edición, p. 340). McGraw-Hill Educación
- Haro Sarango, A. F., Martínez Yacelga, A. P., Nuela Sevilla, R. M., Criollo Sailema, M. E., & Pico Lescano, J. C. (2023). Inteligencia de negocios en la gestión empresarial: un análisis a las investigaciones científicas mundiales. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 4(1), 3367–3382. <https://doi.org/10.56712/latam.v4i1.493>
- Hayakawa, K., & Mukunoki, H. (2021). The impact of COVID-19 on international trade: Evidence from the first shock. *Journal of the Japanese and International Economies*, 60(March). <https://doi.org/10.1016/j.jjie.2021.101135>

- Hernández Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. P. (2018). *Metodología de la investigación* (Mc Graw Hi). <https://virtual.cuautitlan.unam.mx/rudics/?p=2612>
- Huertas Chiroque, L. Y., & Reyna Guerrero, L. L. (2023). Inteligencia comercial como herramienta en las exportaciones de pota congelada al mercado español en el periodo del 2015 - 2019 [Universidad Privada Del Norte]. In *Universidad Privada del Norte*. <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/35053>
- IBM. (2024). *¿Qué es Business Intelligence?* <https://www.ibm.com/mx-es/topics/business-intelligence>
- ICEX ESPAÑA. (2023). *El mercado de la pesca y la acuicultura en Perú 2023*. <https://www.icex.es/es/quienes-somos/donde-estamos/red-exterior-de-comercio/PE/documentos-y-estadisticas/estudios-e-informes/visor-de-documentos.estudio-de-mercado--el-mercado-de-la-pesca-y-acuicultura-en-peru-2023.doc065202312>
- IMD. (2024). *World Competitiveness Ranking*. <https://www.imd.org/centers/wcc/world-competitiveness-center/rankings/world-competitiveness-ranking/>
- INFOPECA. (2024). *Economía mundial del sector pesquero 2 - 2024*. <https://www.infopesca.org/content/economía-mundial-del-sector-pesquero-2-2024>
- INFOTRADE. (2024). *Exportaciones peruanas del sector pesca del 2019 al 2024*. <https://infotrade.promperu.gob.pe/expExploracionPartSearch>
- Irawan, E., & Sudarmiatin. (2024). Review of Literature: The Impact of Competitive Advantage on Business Marketing Performance. *Jurnal Multidisiplin Madani*, 4(4), 508–517. <https://doi.org/10.55927/mudima.v4i4.8396>
- Jermstiparsert, K., Sutduean, J., & Sriyakul, T. (2019). Effect of Service Innovation and Market Intelligence on Supply Chain Performance in Indonesian Fishing Industry. *Industrial Engineering & Management Systems*, 18(3), 407–416. <https://doi.org/10.7232/iems.2019.18.3.407>
- Jha, S. K., & Jha, B. (2022). An Introduction to Business Intelligence. In *Business Intelligence and Human Resource Management: Concept, Cases, and Practical Applications*. <https://doi.org/10.4324/9781003184928-1>
- Krishnan, M., & Babu, S. C. (2022). Covid-19 Opens up domestic market for Indian shrimp. *Aquaculture*, 550(December 2021). <https://doi.org/10.1016/j.aquaculture.2021.737818>

- Kshetri, N. (2018). 1 Blockchain's roles in meeting key supply chain management objectives. *International Journal of Information Management*, 39(December 2017), 80–89. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2017.12.005>
- Kumar, S., K, K. P., & Aithal, P. S. (2023). Tech-Business Analytics in Primary Industry Sector. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/SSRN.4541246>
- Lian, J. (2024). Research on Data Quality Analysis Based on Data Mining. *Academic Journal of Science and Technology*, 12(3), 16–19. <https://doi.org/10.54097/9bav3z07>
- Lin, Y.-L., Lin, S.-C., & Yang, Y.-Y. (2023). Using the Balanced Scorecard to Analyze Bank Operational Performance – Comparison of Domestic and Foreign Banks. In *Lecture Notes on Data Engineering and Communications Technologies* (Vol. 177). https://doi.org/10.1007/978-3-031-35836-4_37
- Lincoln, M., Trujillo Pajuelo, M. L., María, P., Ycaza, Z., San, M., Lidia, M., Peña, V., & Senior, A. (2021). Relationship of innovation, internet use and open data with the effectiveness of open government in Ibero-American countries. *Journal of Legal, Ethical and Regulatory Issues*, 24(1S), [1-7]. <https://www.jlls.org/index.php/jlls/article/view/4927>
- López-Robles, J. R., Otegi-Olaso, J. R., Porto-Gómez, I., Gamboa-Rosales, H., & Gamboa-Rosales, N. K. (2020). La relación entre Inteligencia de Negocio e Inteligencia Competitiva: un análisis retrospectivo y bibliométrico de la literatura de 1959 a 2017. *Revista Española de Documentación Científica*, 43(1), e256–e256. <https://doi.org/10.3989/REDC.2020.1.1619>
- Marine Stewardship Council. (2020). *El cambio climático está provocando un profundo impacto en nuestros océanos y en la vida marina. Sus efectos están alterando la distribución de las poblaciones de peces y de sus alimentos*. <https://www.msc.org/es/acerca-de-msc/el-cambio-climatico-y-la-pesca>
- Marine Stewardship Council. (2024). *El cambio climático y la pesca*. <https://www.msc.org/es/acerca-de-msc/el-cambio-climatico-y-la-pesca>
- Martínez Zabaleta, M. E., & Rodríguez Luna, R. R. (2023). Inteligencia empresarial y su rol en la generación de valor en los procesos de negocios. *Tendencias*, XXIV(1), 226–251. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0124-86932023000100226

- Mena, C., Karatzas, A., & Hansen, C. (2022). International trade resilience and the Covid-19 pandemic. *Journal of Business Research*, 138(August 2021), 77–91. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.08.064>
- Min, H., & Lea, B.-R. (2023). Motivators and Inhibitors for Business Analytics Adoption from the Cross-Cultural Perspectives: A Data Mining Approach. *Information Systems Frontiers*. <https://doi.org/10.1007/s10796-023-10399-1>
- Ministerio de la Producción. (2024). *Informe de la FAO: La producción mundial de la pesca y la acuicultura alcanza un nuevo máximo histórico*. <https://rnia.produce.gob.pe/informe-de-la-fao-la-produccion-mundial-de-la-pesca-y-la-acuicultura-alcanza-un-nuevo-maximo-historico/>
- Monroy, M., & Nava, N. (2018). *Metodología de la investigación*. Grupo Editorial Éxodo. <https://elibro.net/es/lc/utpbiblio/titulos/172512>
- Moraleda, A. (2004). La innovación, clave para la competitividad empresarial. *UCJC Business and Society Review (Formerly Known as Universia Business Review)*, 1. <https://journals.ucjc.edu/ubr/article/view/485>
- Natsir, M., Ardianto, R., Puspasari, R., & Wada, M. (2022). Application of ICT to Support Sustainable Fisheries Management: Bali Sardine Fishery, Indonesia. *Journal of Information Processing*, 30, 422–434. <https://doi.org/10.2197/IPSJJIP.30.422>
- OCEANA. (2024). *Un año inusual para las exportaciones pesqueras*. <https://peru.oceana.org/blog/informe-2023-un-ano-inusual-para-las-exportaciones-pesqueras/>
- OECD/FAO. (2023). *OCDE-FAO Perspectivas Agrícolas 2023-2032*. OECD. <https://doi.org/10.1787/2ad6c3ab-es>
- Omnia Solution. (2024). *Sector pesquero peruano: El poder de la Inteligencia Empresarial*. <https://omniasolution.com/2024/08/08/sector-pesquero-peruano-el-poder-de-la-inteligencia-empresarial/>
- Orosco Nunton, V. G. (2021). *Propuesta para la gestión logística en las empresas pesqueras del distrito de Santa Rosa, Chiclayo 2021* [Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo]. <http://tesis.usat.edu.pe/handle/20.500.12423/4337>
- Pedroza Gutiérrez, C. (2014). Globalización, mercados y el futuro de las pesquerías. *Ambiente y Desarrollo*, 18(35), 70. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.AyD18-35.gmfp>

- Pranjic, G. (2018). Decision Making Process In The Business Intelligence 3.0 Context. *Economic Thought and Practice*, 27(2), 603–619. <https://ideas.repec.org/a/avo/emipdu/v27y2018i2p603-619.html>
- Probst, W. N. (2020). How emerging data technologies can increase trust and transparency in fisheries. *ICES Journal of Marine Science*, 77(4), 1286–1294. <https://doi.org/10.1093/ICESJMS/FSZ036>
- PROCHILE. (2023). *Estudio Pesca y Acuicultura Perú 2023*. <https://cdc.prochile.cl/documento/estudio-pesca-y-acuicultura-peru-2023/>
- Puican Castro, J. B. (2023). *La comercialización de productos hidrobiológicos no tradicionales y la exportación al mercado asiático* [Universidad Nacional Del Callao]. <https://repositorio.unac.edu.pe/handle/20.500.12952/8251>
- Qin, T. y Chen, M. (2025). Mejora del turismo de salud mediante experiencias gamificadas: Un modelo de ecuaciones estructurales de flujo, valor e intenciones de comportamiento. *Turismo y Hostelería*, 6 (3), 140. <https://doi.org/10.3390/tourhosp6030140>
- Rojas, K. (2016). *Inteligencia Comercial aplicada a la administración de negocios internacionales* (Primera ed). Macro EIRL. <https://ebooks.editorialmacro.com/reader/inteligencia-comercial?location=1>
- Şengül, Z. (2025). Análisis de la percepción y la actitud ante el riesgo, y la estrategia de gestión mediante el Modelado de Ecuaciones Estructurales por Mínimos Cuadrados Parciales (PLS-SEM) en la producción de pistacho: El caso de la provincia de Siirt, Turquía. *Humanities and Social Sciences Communications*, 12, 660. <https://www.nature.com/articles/s41599-025-04983-w>
- Segundo, M.-O. G., Alexander, E.-E. J., Alisabel, C.-A. A., Airton, M.-R. J., & Braulio, C. H. C. (2023). Business intelligence as a competitive advantage in organizations: A systematic review of the literature between 2012-2022 | La inteligencia de negocios como ventaja competitiva en las organizaciones: Una revisión sistemática de la literatura entre 2012-2. *Proceedings of the LACCEI International Multi-Conference for Engineering, Education and Technology, 2023-July*.
- Shephard, S., Fung, T., Houle, J. E., Farnsworth, K. D., Reid, D. G., & Rossberg, A. G. (2024). The State of World Fisheries and Aquaculture 2024. In *The State of World Fisheries and Aquaculture 2024*. FAO. <https://doi.org/10.4060/cd0683en>

- SOH, B. H., LIM, G.-T., & CHUA, S. Y. (2024). Determinants of Fisheries Trade Competitiveness: The Case of Malaysia. *Asian Fisheries Science*, 37(2), 91–101. <https://doi.org/10.33997/j.afs.2024.37.2.002>
- Solberg Søylen, K. (2016). A research agenda for intelligence studies in business. *Journal of Intelligence Studies in Business*, 6(1), 21–36. <https://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:hh:diva-32213>
- Straume, H. M., Asche, F., Oglend, A., Abrahamsen, E. B., Birkenbach, A. M., Langguth, J., Lanquepin, G., & Roll, K. H. (2022). Impacts of Covid-19 on Norwegian salmon exports: A firm-level analysis. *Aquaculture*, 561(August). <https://doi.org/10.1016/j.aquaculture.2022.738678>
- Sumaila, U. R., Pierruci, A., Oyinlola, M. A., Cannas, R., Froese, R., Glaser, S., Jacquet, J., Kaiser, B. A., Issifu, I., Micheli, F., Naylor, R., & Pauly, D. (2022). Aquaculture over-optimism? *Frontiers in Marine Science*, 9(November), 1–10. <https://doi.org/10.3389/fmars.2022.984354>
- Trade Map. (2024). *Lista de los exportadores de pescados y crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos*. International Trade Center. https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=3%7C%7C%7C%7C%7C03%7C%7C%7C2%7C1%7C1%7C2%7C2%7C1%7C2%7C1%7C1%7C1
- Trademap. (2022). Exportaciones Mundiales. In <https://www.trademap.org/>.
- Usaquén, M. Á. O., García, V. H. M., & Molano, J. I. R. (2020). Integración de la Inteligencia de Negocios , la Inteligencia de Mercados y la Inteligencia Competitiva desde el análisis de datos. *Revista Ibérica De Sistemas e Tecnologias De Informação*, 609–620. <https://www.proquest.com/scholarly-journals/integración-de-la-inteligencia-negocios-mercados/docview/2452331845/se-2?accountid=37408>
- Villagran, E., Leon, R., Rodriguez, A., & Jaramillo, J. (2020). 3D Numerical Analysis of the Natural Ventilation Behavior in a Colombian Greenhouse Established in Warm Climate Conditions. *Sustainability*, 12(19), 8101. <https://doi.org/10.3390/su12198101>
- Wu, Q., Yan, D., & Umair, M. (2023). Assessing the role of competitive intelligence and practices of dynamic capabilities in business accommodation of SMEs. *Economic Analysis and Policy*, 77, 1103–1114. <https://doi.org/10.1016/J.EAP.2022.11.024>
- Yaghoubi Farani, A., & Godarzi, K. (2024). The Effect of Managers' Competitive Intelligence on Performance in Agricultural Processing Industries in Lorestan Province of Iran.

Agricultural Economics and Development, 32(2), 227–260.
<https://doi.org/10.30490/AEAD.2024.357729.1417>

- Yang, X., Cao, D., Chen, J., Xiao, Z., & Daowd, A. (2020). AI and IoT-based collaborative business ecosystem: A case in Chinese fish farming industry. *International Journal of Technology Management*, 82(2), 151–171. <https://doi.org/10.1504/IJTM.2020.107856>
- Zarine, R., & Saqib, M. (2022). Examining the impact of business intelligence related practices on organisational performance in Oman. *International Journal of Business Intelligence and Data Mining*, 21(2), 190–209. <https://doi.org/10.1504/IJBIDM.2022.124850>

ANEXOS

Anexo 01. Matriz de consistencia

Problema	Objetivo	Hipótesis	Variables
Principal	Principal	General	
¿Cuál es la relación que existe entre el Business Intelligence y la competitividad exportadora de productos hidrobiológicos del sector pesca de la Macro Región Norte del Perú?	Determinar la influencia que existe entre el Business Intelligence y la competitividad exportadora de productos hidrobiológicos del sector pesca de la Macro Región Norte del Perú.	H1: Existe relación significativa entre el Business Intelligence y la competitividad exportadora de productos hidrobiológicos del sector pesca de la Macro Región Norte del Perú.	VI: Business Intelligence VD: Competitividad exportadora
Específicos	Específicos		Dimensiones
¿Cuál es la relación que existe entre la gestión de calidad de datos y la competitividad exportadora de productos hidrobiológicos del sector pesca de la Macro Región Norte del Perú?	Determinar el nivel de relación que existe entre la gestión de calidad de datos y la competitividad exportadora de productos hidrobiológicos del sector pesca de la Macro Región Norte del Perú.	H0: No existe relación significativa entre el Business Intelligence y la competitividad exportadora de productos hidrobiológicos del sector pesca de la Macro Región Norte del Perú.	Gestión de calidad de datos Análisis de información Comercial Desarrollo de mercado Objetivo Competitividad Empresarial
¿Cuál es la relación que existe entre el análisis de información comercial y la competitividad exportadora de productos hidrobiológicos del sector pesca de la Macro Región Norte del Perú?	Determinar el nivel de relación que existe entre el análisis de información comercial y la competitividad exportadora de productos hidrobiológicos del sector pesca de la Macro Región Norte del Perú.		

¿Cuál es la relación que existe entre el desarrollo de mercado objetivo y la competitividad exportadora de productos hidrobiológicos del sector pesca de la Macro Región Norte del Perú?

Determinar el nivel relación que existe entre el desarrollo de mercado objetivo y la competitividad exportadora de productos hidrobiológicos del sector pesca de la Macro Región Norte del Perú.

Anexo 02. Instrumentos de validación para expertos
UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
ESCUELA DE COMERCIO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

Lambayeque, enero 2025

Dr (a).: _____

De mi consideración, reciba el saludo institucional y personal y al mismo tiempo para manifestarle lo siguiente:

El suscrito está en la etapa del diseño del Proyecto de Investigación para el posterior desarrollo de este con el fin de obtener el Título de Licenciada en Comercio y Negocios Internacionales.

Como parte del proceso de elaboración del proyecto se ha elaborado un instrumento de recolección de datos, el mismo que por el rigor que nos exige es necesario validar el contenido de dicho instrumento; por lo que, reconociendo su formación y experiencia en el campo profesional y de la investigación recurro a Usted para en su condición de EXPERTO emita su juicio de valor sobre la validez del instrumento.

Para efectos de su análisis adjunto a usted los siguientes documentos:

- Instrumento detallado con ficha técnica.
- Ficha de evaluación de validación.
- Matriz de consistencia de la investigación.
- Cuadro de operacionalización de variables

Sin otro particular quedo atenta a su respuesta.

Atentamente:



Angaspilco Montalván Diana Isabel



Ramírez Valdera Priscilla Anais

UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
ESCUELA DE COMERCIO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
Encuesta

Nombre del instrumento: Cuestionario

Autores:

Angaspilco Montalván Diana Isabel

Ramírez Valdera Priscilla Anais

Objetivo:

Determinar la influencia que existe entre el Business Intelligence y la competitividad exportadora de productos hidrobiológicos del sector pesca de la Macro Región Norte del Perú.

Estructura y aplicación:

Las presentes encuestas están estructuradas en base a VEINTIDÓS (22) ítems, y DOCE (12), los cuales tienen relación con los indicadores de las dimensiones.

CUESTIONARIO

Estimado Sr. _____

El presente instrumento tiene por objetivo recoger información para cada uno de los objetivos específicos en la investigación. Obj 01. Determinar el nivel de relación que existe entre la gestión de calidad de datos y la competitividad exportadora de productos hidrobiológicos del sector pesca de la Macro Región Norte del Perú. Obj 02. Determinar el nivel de relación que existe entre la gestión de calidad de datos y la competitividad exportadora de productos hidrobiológicos del sector pesca de la Macro Región Norte del Perú. Obj 03. Determinar el nivel relación que existe entre el desarrollo de mercado objetivo y la competitividad exportadora de productos hidrobiológicos del sector pesca de la Macro Región Norte del Perú.

Problema	Objetivo	Hipótesis	Variables
Principal	Principal	General	
¿Cuál es la relación que existe entre el Business Intelligence y la competitividad exportadora de productos hidrobiológicos del sector pesca de la Macro Región Norte del Perú??	Determinar la influencia que existe entre el Business Intelligence y la competitividad exportadora de productos hidrobiológicos del sector pesca de la Macro Región Norte del Perú.	Existe relación significativa entre el Business Intelligence y la competitividad exportadora de productos hidrobiológicos del sector pesca de la Macro Región Norte del Perú.	VI: Business Intelligence VD: Competitividad exportadora
Específicos	Específicos		Dimensiones
¿Cuál es la relación que existe entre la gestión de calidad de datos y la competitividad exportadora de productos hidrobiológicos del sector pesca de la Macro Región Norte del Perú??	Determinar el nivel de relación que existe entre la gestión de calidad de datos y la competitividad exportadora de productos hidrobiológicos del sector pesca de la Macro Región Norte del Perú.	No existe relación significativa entre el Business Intelligence y la competitividad exportadora de productos hidrobiológicos del sector pesca de la Macro Región Norte del Perú.	Gestión de calidad de datos Análisis de información Comercial Desarrollo de mercado Objetivo Competitividad Empresarial
¿Cuál es la relación que existe entre la gestión de calidad de datos y la competitividad exportadora de productos hidrobiológicos del sector pesca de la Macro Región Norte del Perú?	Determinar el nivel de relación que existe entre la gestión de calidad de datos y la competitividad exportadora de productos hidrobiológicos del sector pesca de la Macro Región Norte del Perú.		

¿Cuál es la relación que existe entre el desarrollo de mercado objetivo y la competitividad exportadora de productos hidrobiológicos del sector pesca de la Macro Región Norte del Perú??	Determinar el nivel relación que existe entre el desarrollo de mercado objetivo y la competitividad exportadora de productos hidrobiológicos del sector pesca de la Macro Región Norte del Perú.
---	--

Encuesta dirigida a las empresas exportadoras del sector pesca de la Macro Región Norte del Perú: Piura, Lambayeque, La Libertad y Tumbes.

Nombre :

Profesión :

Institución :

Cargo :

ENCUESTA 1

Objetivo: Determinar la influencia que existe entre el Business Intelligence y la competitividad exportadora de productos hidrobiológicos del sector pesca de la Macro Región Norte del Perú.

Responda a las siguientes interrogantes:

Variables 1: Business Intelligence

Dimensión: Gestión de calidad de datos

- Nivel de libre acceso sostenibilidad

1. ¿Qué tan fácil es acceder a la información de negocios necesaria para tu trabajo empresarial?

1	2	3	4	5
Nada	Baja	Regular	Mucho	Bastante

2. ¿Con qué frecuencia encuentras restricciones o barreras al acceder a los datos de negocios que necesitas?

1	2	3	4	5
Nada	Baja	Regular	Mucho	Bastante

- Nivel de facilidad de interacción

3. ¿Qué tan intuitiva y fácil de usar es la interfaz de las herramientas de datos de negocios que utiliza?

1	2	3	4	5
Nada	Baja	Regular	Mucho	Bastante

4. ¿Sientes que los sistemas de datos online te permiten interactuar con la información de manera eficiente y productiva?

1	2	3	4	5
Nada	Baja	Regular	Mucho	Bastante

- Nivel de orden de datos online

5. ¿Qué tan organizados y estructurados encuentran los datos que se almacenan offline de su empresa?

1	2	3	4	5
Nada	Baja	Regular	Mucho	Bastante

6. ¿Con qué facilidad puedes encontrar la información específica que necesitas en los sistemas de almacenamiento de datos en línea?

1	2	3	4	5
Nada	Baja	Regular	Mucho	Bastante

Dimensión: Análisis de información Comercial

- Nivel de facilidad para ilustrar resultados

7. ¿Las herramientas disponibles te permiten crear visualizaciones claras y atractivas de los datos?

1	2	3	4	5
Nada	Baja	Regular	Mucho	Bastante

8. ¿Qué tan fácil es comunicar los resultados de tus análisis a través de gráficos e ilustraciones hacia los administrativos de la empresa?

1	2	3	4	5
Nada	Baja	Regular	Mucho	Bastante

- Visualización de datos dinámicos

9. ¿Las herramientas que utilizas te permiten crear visualizaciones interactivas que se actualizan en tiempo real?

1	2	3	4	5
Nada	Baja	Regular	Mucho	Bastante

10. ¿Qué tan útiles son las visualizaciones dinámicas para comprender las tendencias, proyecciones y patrones en los datos?

1	2	3	4	5
Nada	Baja	Regular	Mucho	Bastante

- Interpretación automática de ilustraciones

11. ¿Las herramientas que utiliza ofrecen funciones de interpretación automática de gráficos y visualizaciones?

1	2	3	4	5
Nada	Baja	Regular	Mucho	Bastante

12. ¿Qué tan necesarias y útiles son las interpretaciones automáticas generadas por la inteligencia artificial?

1	2	3	4	5
Nada	Baja	Regular	Mucho	Bastante

- Frecuencia de decisiones generadas en base a información comercial

13. ¿Con qué frecuencia se toman decisiones estratégicas en tu empresa para ingresar a nuevos mercados, basadas en análisis de datos comerciales?

1	2	3	4	5
Nunca	Baja	Regular	Mucho	Bastante

14. ¿Sientes que la información comercial disponible influye significativamente en la toma de decisiones para solucionar problemas presentes?

1	2	3	4	5
Nada	Baja	Regular	Mucho	Bastante

Dimensión: Desarrollo de mercado Objetivo

- Identificación de mercado meta

15. ¿Qué tan fácil es identificar el mercado meta de tu empresa?

1	2	3	4	5
Nada	Baja	Regular	Mucho	Bastante

16. ¿Utilizan datos y análisis para describir y caracterizar a su público objetivo?

1	2	3	4	5
Nada	Baja	Regular	Mucho	Bastante

- Sostenibilidad del mercado

17. ¿Qué tan optimista eres sobre el futuro y la sostenibilidad del mercado en el que opera tu empresa actualmente?

1	2	3	4	5
Nada	Baja	Regular	Mucho	Bastante

18. ¿Se realizan análisis periódicos para evaluar la evolución y las perspectivas del mercado?

1	2	3	4	5
Nada	Baja	Regular	Mucho	Bastante

- Segmentación

19. ¿Qué tanto pueden identificar diferentes segmentos de clientes con inteligencia de negocios?

1	2	3	4	5
Nada	Baja	Regular	Mucho	Bastante

20. ¿Utilizan datos y análisis de inteligencia de negocios para adaptar sus estrategias comerciales a sus segmentos?

1	2	3	4	5
Nada	Baja	Regular	Mucho	Bastante

- Evaluación de la competencia empresarial

21. ¿Con qué frecuencia se realiza un análisis exhaustivo de la competencia?

1	2	3	4	5
Nunca	Baja	Regular	Mucho	Bastante

22. ¿Sientes que tienes un buen conocimiento de las fortalezas y debilidades de tus competidores?

1	2	3	4	5
Nada	Baja	Regular	Mucho	Bastante

Variables 2: Competitividad Empresarial

Dimensión: Desarrollo de mercado Objetivo

- Gestión gerencial.

1. ¿Considera que es adecuada la reputación de directivos y administrativos para alianzas internacionales?

1	2	3	4	5
Nada	Baja	Regular	Mucho	Bastante

2. ¿Qué tanto considera que tiene sistematizada la toma de decisiones para un proceso de exportación?

1	2	3	4	5
Nada	Baja	Regular	Mucho	Bastante

- Gestión comercial

3. ¿Considera que su representada tiene para adaptar su producto a mercados exigentes del exterior?

1	2	3	4	5
Nada	Baja	Regular	Mucho	Bastante

4. ¿Considera que su representada tiene flexibilidad de precios para exportar?

1	2	3	4	5
Nada	Baja	Regular	Mucho	Bastante

- Gestión Financiera

5. ¿Considera que su representada tiene un tamaño de capital adecuado para una exportación?

1	2	3	4	5
Nada	Baja	Regular	Mucho	Bastante

6. ¿Considera que su representada tiene una buena capacidad de financiamiento ajeno (bancario) para una exportación mayorista?

1	2	3	4	5
Nada	Baja	Regular	Mucho	Bastante

- Gestión de la producción

7. ¿Considera que su representada tiene una eficaz gestión de abastecimiento (compras) adecuada para exportar productos con insumos de calidad?

1	2	3	4	5
Nada	Baja	Regular	Mucho	Bastante

8. ¿Considera que su representada tiene una gestión de producción (packing) adecuada para exportar?

1	2	3	4	5
Nada	Baja	Regular	Mucho	Bastante

- Ciencia y Tecnología

9. ¿Qué tanto considera que tiene automatizada el área de producción que emplea?

1	2	3	4	5
Nada	Baja	Regular	Mucho	Bastante

10. ¿Qué tanto considera que tiene digitalizada las comunicaciones de la empresa?

1	2	3	4	5
Nada	Baja	Regular	Mucho	Bastante

- Internacionalización

11. ¿Qué tanto considera que tiene desarrollada la capacidad exportadora, su representada?

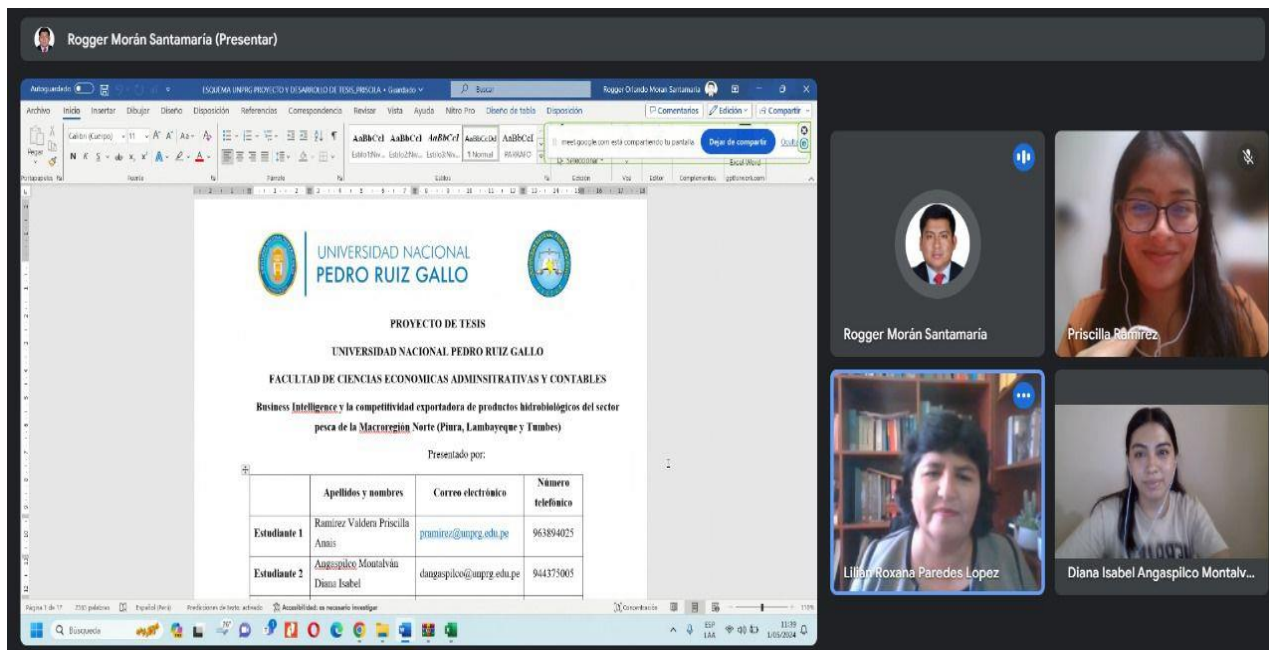
1	2	3	4	5
Nada	Baja	Regular	Mucho	Bastante

12. ¿Qué tanto ha trabajado otras formas de internacionalización diferente a la exportación (Inversión extranjera directa, franquicias o patentes)?

1	2	3	4	5
Nada	Baja	Regular	Mucho	Bastante

Anexo 03. Fotos con el segundo experto validador para los instrumentos

Rogger Morán Santamaría (Presentar)



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO

PROYECTO DE TESIS

UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

Business Intelligence y la competitividad exportadora de productos hidrobiológicos del sector pesca de la Macrorregión Norte (Piura, Lambayeque y Tumbes)

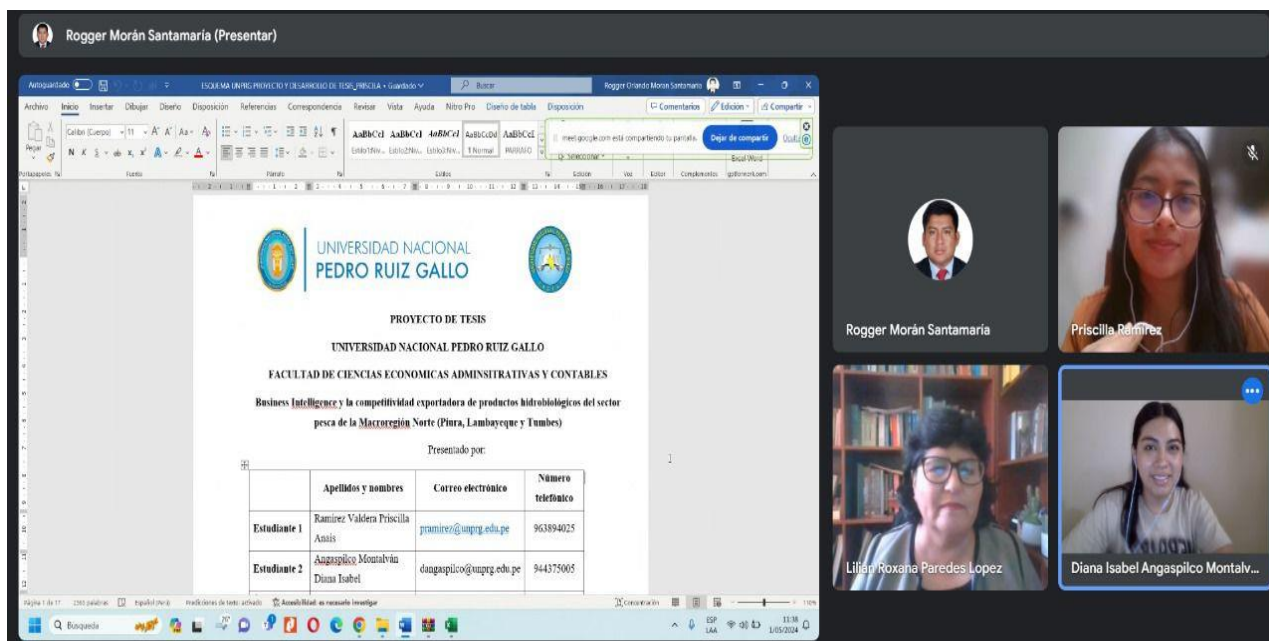
Presentado por:

	Apellidos y nombres	Correo electrónico	Número telefónico
Estudiante 1	Ramírez Valderr Priscilla Anais	pramirez@unpgr.edu.pe	963894025
Estudiante 2	Angaspilco Montalván Diana Isabel	diagaspilco@unpgr.edu.pe	944375005

Lilian Roxana Paredes Lopez

Diana Isabel Angaspilco Montalv...

Rogger Morán Santamaría (Presentar)



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO

PROYECTO DE TESIS

UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

Business Intelligence y la competitividad exportadora de productos hidrobiológicos del sector pesca de la Macrorregión Norte (Piura, Lambayeque y Tumbes)

Presentado por:

	Apellidos y nombres	Correo electrónico	Número telefónico
Estudiante 1	Ramírez Valderr Priscilla Anais	pramirez@unpgr.edu.pe	963894025
Estudiante 2	Angaspilco Montalván Diana Isabel	diagaspilco@unpgr.edu.pe	944375005

Lilian Roxana Paredes Lopez

Diana Isabel Angaspilco Montalv...

Anexo 04. Fotos con el segundo experto validador para los instrumentos

The screenshot shows a Google Meet interface. The main window displays a document from Microsoft Word. The document text is as follows:

Señor Mag. Cynthia Vanessa Coronel Heniles

De mi consideración, reciba el saludo institucional y personal y al mismo tiempo para manifestarle lo siguiente:

El suscrito está en la etapa del diseño del Proyecto de Investigación para el posterior desarrollo de este con el fin de obtener el Título de Licenciada en Comercio y Negocios Internacionales.

Como parte del proceso de elaboración del proyecto se ha elaborado un instrumento de recolección de datos, el mismo que por el rigor que nos exige es necesario validar el contenido de dicho instrumento; por lo que, reconociendo su formación y experiencia en el campo profesional y de la investigación recorro a Usted para en su condición de EXPERTO emita su juicio de valor sobre la validez del instrumento.

Para efectos de su análisis adjunto a usted los siguientes documentos:

- Instrumento detallado con ficha técnica.
- Ficha de evaluación de validación.
- Matriz de consistencia de la investigación.

The meeting interface shows four participants: Rogger Morán Santamaría (Presentar), Priscilla Ramirez, Diana Isabel Angaspilco Mo..., and CYNTHIA VANESSA CORON... The time is 10:33 and the meeting ID is bkp-swsy-upw.

The screenshot shows a Google Meet interface. The main window displays a document from Microsoft Word. The document text is as follows:

UNIVERSIDAD NACIONAL PIERO REYES GALLO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
ESCUELA DE COMERCIO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
Chilayo, mayo 2024

Señor Mag. Cynthia Vanessa Coronel Heniles

De mi consideración, reciba el saludo institucional y personal y al mismo tiempo para manifestarle lo siguiente:

El suscrito está en la etapa del diseño del Proyecto de Investigación para el posterior desarrollo de este con el fin de obtener el Título de Licenciada en Comercio y Negocios Internacionales.

Como parte del proceso de elaboración del proyecto se ha elaborado un instrumento de recolección de datos, el mismo que por el rigor que nos exige es necesario validar el contenido de dicho instrumento; por lo que, reconociendo su formación y experiencia en el campo profesional y de la investigación recorro a Usted para en su condición de EXPERTO emita su juicio de valor sobre la validez del instrumento.

Para efectos de su análisis adjunto a usted los siguientes documentos:

- Instrumento detallado con ficha técnica.
- Ficha de evaluación de validación.
- Matriz de consistencia de la investigación.

The meeting interface shows four participants: Rogger Morán Santamaría, Diana Isabel Angaspilco Mo..., Priscilla Ramirez, and CYNTHIA VANESSA CORON... The time is 10:31 and the meeting ID is bkp-swsy-upw.

Anexo 05. Fotos con el tercer experto validador para los instrumentos

The screenshot shows a Google Meet window with the following details:

- Browser Tabs:** (5) WhatsApp, Meet - cup-dozf-tts.
- Address Bar:** meet.google.com/cup-dozf-tts
- Participant List:** Rogger Morán Santamaría (Presentar), Diana Isabel Angaspilco Montalv..., Priscilla Ramirez, Hilda Paola Arias Gonzales.
- Document Content:**

UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO
 FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
 ESCUELA DE COMERCIO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
 Chiclayo, mayo 2024

Señor Dra. Hilda Paola Arias Gonzales

De mi consideración, reciba el saludo institucional y personal y el mismo tiempo para manifestarle lo siguiente:

El suscrito está en la etapa del diseño del Proyecto de Investigación para el posterior desarrollo de este con el fin de obtener el Título de Licenciado en Comercio y Negocios Internacionales.

Como parte del proceso de elaboración del proyecto se ha elaborado un instrumento de recolección de datos, el mismo que por el rigor que me exige se desea someter al control de dicho instrumento, por lo que, considerando su experiencia y expertise en el campo profesional y de la investigación me dirijo a usted para en calidad de EXPERTO emitir su juicio de valor sobre la validez del instrumento.

Para ello, se adjunta algunos anexos los siguientes documentos:

 - Instrumento diseñado para esta ocasión.
 - Ficha de evaluación de validez.
 - México de conocimiento de la investigación.
 - Cuadro de operacionalización de variables.
- System Tray:** 11:17 | cup-dozf-tts, 23°C Mayorm. soleado, 11:17 a. m. 01/05/2024.

The screenshot shows a Google Meet window with the following details:

- Browser Tabs:** (4) WhatsApp, Meet - cup-dozf-tts.
- Address Bar:** meet.google.com/cup-dozf-tts
- Participant List:** Rogger Morán Santamaría (Presentar), Diana Isabel Angaspilco Montalv..., Priscilla Ramirez, Hilda Paola Arias Gonzales.
- Document Content:**

UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO
 FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
 ESCUELA DE COMERCIO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
 Chiclayo, mayo 2024

Señor Dra. Hilda Paola Arias Gonzales

De mi consideración, reciba el saludo institucional y personal y el mismo tiempo para manifestarle lo siguiente:

El suscrito está en la etapa del diseño del Proyecto de Investigación para el posterior desarrollo de este con el fin de obtener el Título de Licenciado en Comercio y Negocios Internacionales.
- System Tray:** 11:16 | cup-dozf-tts, 23°C Mayorm. soleado, 11:16 a. m. 01/05/2024.

Anexo 06. Formulario aplicado a las empresas exportadoras del sector pesca de la Macro Región Norte Del Perú.



Business Intelligence y la competitividad exportadora de productos hidrobiológicos del sector pesca de la Macro Región Norte del Perú, 2024

Encuesta dirigida a las empresas exportadoras del sector pesca de la Macroregión Norte del Perú: Piura, Lambayeque, La Libertad y Tumbes.

icomexperu.global@gmail.com [Cambiar cuenta](#)

No compartido

* Indica que la pregunta es obligatoria

Business Intelligence

1. ¿Qué tan fácil es acceder a la información de negocios necesaria para tu trabajo empresarial? *

Nada 1 2 3 4 5 Bastante

Business Intelligence

1. ¿Qué tan fácil es acceder a la información de negocios necesaria para tu trabajo empresarial? *

Nada 1 2 3 4 5 Bastante

2. ¿Con qué frecuencia encuentras restricciones o barreras al acceder a los datos de negocios que necesitas? *

Nada 1 2 3 4 5 Bastante

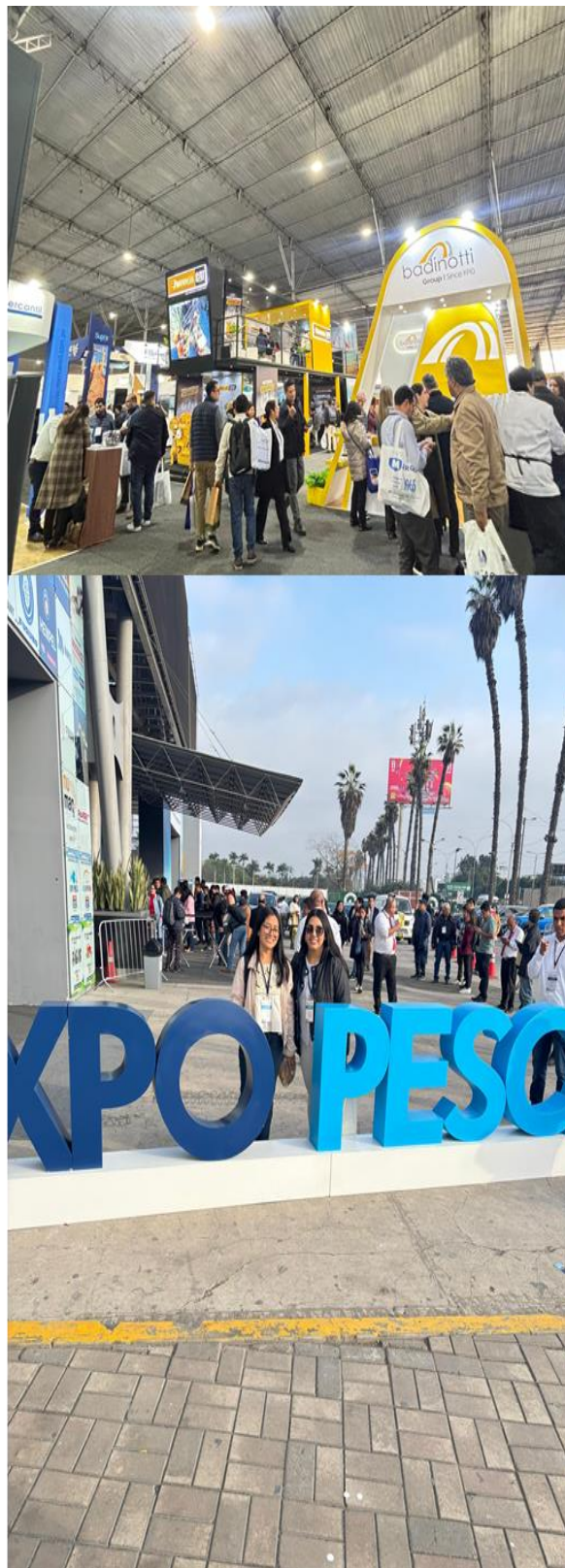
3. ¿Qué tan intuitiva y fácil de usar es la interfaz de las herramientas de datos de negocios que utiliza? *

Nada 1 2 3 4 5 Bastante

4. ¿Sientes que los sistemas de datos online te permiten interactuar con la información de manera eficiente y productiva? *

1 2 3 4 5

Anexo 07. Fotos de participación como asistentes en la EXPO PESCA 2025, Lima



Anexo 08. Fotos las comunicaciones realizado al directorio de las empresas exportadoras del sector pesca

