

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO
FACULTAD DE INGENIERÍA
ESCUELA DE INGENIERÍA DE SISTEMAS Y COMPUTACIÓN



**Inteligencia de negocios en las organizaciones del sector
comercial – una revisión de la literatura**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO
DE BACHILLER EN INGENIERÍA DE SISTEMAS Y COMPUTACIÓN**

AUTOR

Mirko Bruno Vela Lopez

ASESOR

Karla Cecilia Reyes Burgos

<https://orcid.org/0000-0003-3520-5076>

Chiclayo, 2022

Índice

Resumen	3
Abstract	4
Introducción.....	5
Metodología.....	6
Resumen y discusión	10
Conclusiones	13
Agradecimientos	15
Referencias	15

Resumen

La utilización de estrategias de inteligencia de negocio (BI) en distintas organizaciones ha generado un gran soporte para el manejo de la información y la toma de decisiones; no obstante, en el sector comercial estas estrategias no han sido aprovechadas por el propio desconocimiento. Justificado en la necesidad del sector comercial de obtener conocimiento de los beneficios que conlleva implementar estrategias de BI, se realizó el presente artículo de revisión con el objetivo de realizar una revisión de la literatura sobre el empleo del BI en diversas organizaciones del sector comercial para el correcto procesamiento de la información del negocio, el cual, genere un valor agregado a los procesos de la organización. Inicialmente, se realizó la búsqueda en 2 bases de datos obteniendo 57,453 resultados, de los cuales, después de un cuidadoso y detallado proceso de selección en el cual se tuvo en cuenta distintos criterios de inclusión, exclusión y evaluación de calidad, dando como resultado un total de 10 artículos los cuales cumplían perfectamente con lo requerido para la investigación. El análisis de los mismos dio como resultado la identificación de las principales estrategias de BI desarrolladas en el sector comercial, así como la síntesis de los objetivos esperados en cada investigación y las ventajas de la implementación de dichas estrategias. La revisión concluyó generando conocimiento acerca de los beneficios de la implementación de estrategias de BI en el sector comercial, generando una base para que dicho sector se interese en aplicar estas alternativas en pro de su crecimiento.

Palabras claves: *Inteligencia de negocios, sector comercial, Big Data, minería de datos*

Abstract

The use of business intelligence (BI) strategies in different organizations has generated great support for information management and decision-making; However, in the commercial sector these strategies have not been taken advantage of due to the lack of knowledge of them. Justified by the need of the commercial sector to obtain knowledge of the benefits of implementing BI strategies, this review article was carried out with the aim of conducting a review of the literature on the use of BI in various organizations in the commercial sector for the correct processing of business information, which generates added value to the organization's processes. Initially, a search was carried out in 2 databases obtaining 57,453 results, of which, from a careful and detailed selection process in which different inclusion, exclusion and quality evaluation criteria were taken into account, resulting in a total of 10 articles which perfectly fulfilled the requirements for the investigation. Their analysis resulted in the identification of the main BI strategies developed in the commercial sector, as well as the synthesis of the expected objectives in each investigation and the advantages of the implementation of strategic strategies. The review concluded by generating knowledge about the benefits of the implementation of BI strategies in the commercial sector, generating a basis for said sector to be interested in applying these alternatives for its growth.

Keywords: *Business intelligence, commercial section, Big Data, Data Mining*

Introducción

Teniendo en cuenta el importante valor que representa la información, las organizaciones en crecimiento alrededor del mundo buscan obtener una forma de controlar los grandes cúmulos de información que manejan ya que esta información es la encargada de precisar y explicar el comportamiento de la propia organización [1]; para ello existen una variedad de ramas computacionales cuyo objetivo es el aprovechar dicha información y lograr crear mayores oportunidades de negocio. Entre estas ramas tenemos la inteligencia de negocios, la cual es el conjunto de metodologías, aplicaciones, prácticas y capacidades enfocadas a la creación y administración de información que permite tomar mejores decisiones a los usuarios de una organización [2]. En complemento, según [3], la inteligencia de negocios es un conjunto de herramientas y aplicaciones que ayudan a la toma de decisiones posibilitando acceso interactivo, análisis y manipulación de información corporativa de misión crítica.

El objetivo de esta investigación es realizar una revisión de la literatura sobre el empleo de la inteligencia de negocios en diversas organizaciones del sector comercial para el correcto procesamiento de la información del negocio el cual genere un valor agregado a los procesos de la organización.

Para la realización de esta revisión de la literatura, se estableció la siguiente estructura; inicialmente se realiza una breve introducción a la temática; se prosigue con el establecimiento de la metodología de investigación empleada; más adelante, se presentan los resultados obtenidos; y finalmente, se presentan las conclusiones y se enumeran las distintas bibliografías consultadas.

La presente revisión de la literatura se justifica en la necesidad de las organizaciones del sector comercial de obtener conocimiento acerca de las ventajas que otorga el emplear estrategias de inteligencia de negocios en el análisis de información para lograr tomar decisiones acertadas y generar ventaja competitiva

Metodología

Para el desarrollo de esta revisión de la literatura se empleó la propuesta de Kitchenham et al [4] la cual nos propone los siguientes puntos:

A. Preguntas de investigación

Para la realización del presente artículo se buscó dar respuesta a las siguientes preguntas de investigación:

- **RQ1:** ¿Cuáles fueron las principales estrategias de inteligencia de negocios aplicadas en organizaciones del sector comercial empleadas por los estudios realizados en los últimos 6 años?
- **RQ2:** ¿Cuáles fueron los principales objetivos de los autores al aplicar estrategias de inteligencia de negocios en organizaciones del sector comercial en los estudios realizados en los últimos 6 años?
- **RQ3:** ¿Cuáles fueron las principales ventajas de emplear estrategias de inteligencia de negocios en organizaciones del sector comercial en los estudios realizados en los últimos 6 años?

B. Proceso de búsqueda

i. Bases de datos consultadas

Las fuentes empleadas para la recopilación de publicaciones científicas utilizando palabras claves y distintos filtros de búsqueda fueron las bases de datos ProQuest y Scielo.

ii. Cadena de búsqueda

La cadena de búsqueda empleada para realizar las consultas en las fuentes de información consultadas consideró el siguiente proceso:

- i. La cadena se estructuró de tal forma que las palabras claves, a excepción de las que hacen referencia al contexto en donde se realizará la investigación, se encuentren presentes explícitamente en el resumen de los artículos de investigación para de esta forma ir delimitando nuestro campo de estudio.
- ii. Las palabras claves fueron escogidas en el idioma español, así como sus variantes en inglés, teniendo en cuenta algunas ramas principales de la inteligencia de negocios que puedan englobar el tema y permitan obtener documentos potencialmente relevantes:

- Inteligencia de negocios
 - Business intelligence
 - OLAP
 - Minería de datos
 - Data mining
 - Data governance
 - Comercial
 - Commercial
- iii. Estas palabras claves se unieron utilizando los conectores AND y OR; además, se tuvo en cuenta la sintaxis predeterminada por cada fuente de información dando como resultado las siguientes cadenas de búsqueda:

Tabla I. Cadenas de búsqueda

ProQuest	SciELO
(ab(inteligencia de negocios) OR ab(business intelligence) OR ab(OLAP) OR ab(minería de datos) OR ab(data mining) OR ab(data governance)) AND (comercial OR commercial)	(ab:(inteligencia de negocios) OR ab:(business intelligence) OR ab:(OLAP) OR ab:(minería de datos) OR ab:(data mining) OR ab:(data governance)) AND (comercial OR commercial)

iii. *Búsqueda- inicial*

La búsqueda inicial en las bases de datos seleccionadas nos dio un total de 57,488 resultados los cuales se puede apreciar en la Tabla II.

Tabla II. Resultados de búsqueda en las bases de datos seleccionadas.

ProQuest	SciELO
57,453	35

C. *Criterios de inclusión y exclusión*

i. *Criterios de inclusión*

- Se estableció la búsqueda de fuentes tales como revistas o artículos científicos, reduciendo la búsqueda a un total de 5643 resultados.
- Se delimitó la búsqueda en un rango de fechas entre el 2015 al 2020, reduciendo la búsqueda a un total de 3277 resultados.

- Se delimitó la búsqueda a fuentes únicamente en el idioma español, obteniendo un resultado de 54 fuentes.

El proceso de búsqueda aplicando los criterios de inclusión en cada base de datos puede visualizarse en la Tabla III.

Tabla III. Resultados de los criterios de inclusión

Criterio	ProQuest	Scielo
Tipo de fuente	5610	33
Rango de fechas	3258	19
Idioma	44	9

ii. Criterios de exclusión

- i.** Artículos que no guarden relación con la temática abordada para la presente revisión.
- ii.** Artículos que no se desarrollan dentro del área delimitada o algún área global.
- iii.** Artículos no redactados en el idioma español.

Estos criterios fueron aplicados de forma secuencial iniciando por identificar los artículos no relacionados con la temática, seguido de la identificación de artículos desarrollados fuera del área y finalmente identificando a los artículos no redactados en español; de esta forma se mantuvieron únicamente los artículos a los cuales no aplicaban estos criterios de exclusión mencionados, dando como resultado la obtención de 7 artículos en la base de datos ProQuest y 3 artículos en la base de datos Scielo obteniendo así un total de 10 artículos potencialmente útiles para la investigación. El proceso y los resultados finales al haber aplicado los criterios de exclusión pueden apreciarse en la Tabla IV.

Tabla IV. Resultados de los criterios de exclusión

Criterio		ProQuest	Scielo
Artículos no relacionados con la temática.	SI	20	2
	NO	24	7
Artículos desarrollados fuera área.	SI	11	4
	NO	13	3
Artículos no redactados en español.	SI	6	0
	NO	7	3
Resultantes		7	3

D. Evaluación de la calidad

Los artículos obtenidos en el proceso de búsqueda fueron evaluados mediante los siguientes criterios de calidad:

- i. Artículos evaluados por expertos.
- ii. Artículos completos.

El primer criterio de calidad fue aplicado únicamente a los resultados obtenidos en la base de datos ProQuest ya que esta posee un filtro predeterminado para ello, obteniendo como resultado que los 7 artículos obtenidos al finalizar el proceso de búsqueda son artículos previamente revisados y aprobados por expertos en el tema. Por otro lado, el segundo criterio de calidad fue realizado de forma automática en la base de datos ProQuest y de forma manual en la base de datos Scielo ya que esta última no posee un filtro que permita ubicar dichos artículos, obteniendo como resultado final en ambas bases de datos que los 7 y 3 artículos obtenidos respectivamente cumplen con ser artículos completos dando un total de 10 artículos potencialmente útiles para la presente investigación.

El proceso completo de búsqueda y selección se representan en la Figura I.

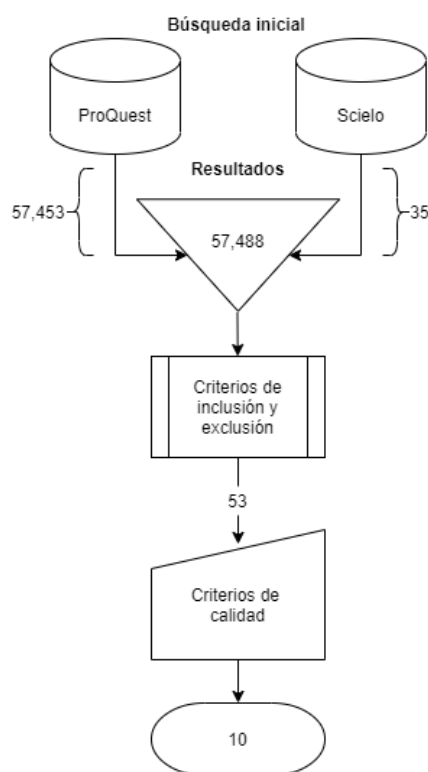


Figura I. Proceso completo de búsqueda y selección

Resumen y discusión

En esta etapa nos centramos en sintetizar la información registrada en los documentos obtenidos en el proceso de búsqueda para dar respuesta a las preguntas de investigación previamente formuladas. De cada fuente obtenida nos centramos en obtener las estrategias de inteligencia de negocios empleadas, así como también los objetivos de los autores al aplicar dichas estrategias.

En primera instancia, nos centramos en recolectar las estrategias de inteligencia de negocios empleadas o evaluadas por los autores en sus investigaciones; para ello en la Tabla V se detallan todas las estrategias desarrolladas por artículo; a su vez en la Figura II podemos apreciar la relación entre estrategia-popularidad, lo que nos permite apreciar cuales son las estrategias más implementadas en los últimos 6 años.

Lograr identificar cuáles son las estrategias de inteligencia de negocios más implementadas puede ayudar a futuros autores o desarrolladores a indagar o implementar dichas estrategias con el fin de obtener beneficios en sus investigaciones u organizaciones, reduciendo tiempos de estudio o maximizando beneficios obteniendo una estrategia que permita generar conocimiento de la información empleada en la organización para crear a partir de ella ventaja competitiva a través de decisiones acertadas.

A su vez, el conocer las estrategias más implementadas nos permite tener precedentes de estrategias ya desarrolladas en otras organizaciones en las cuales se obtuvieron óptimos resultados.

Tabla V. Principales estrategias de inteligencia de negocios

Estrategias	Artículos
Big Data e Inteligencia Artificial	[5], [6], [7], [8], [9]
Data Mining	[10], [11], [12]
Data Warehousing	[11], [12], [13]
Business Analytics	[12], [14]
OLAP	[12]
Reporting	[12]
Dashboard	[12]

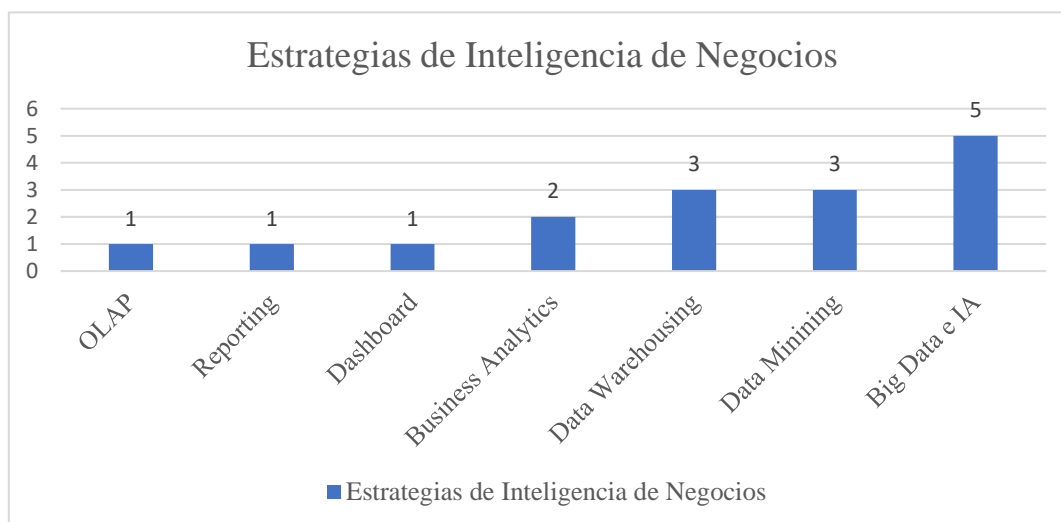


Figura II. Gráfica de estrategias BI por popularidad de implementación

Como podemos apreciar las estrategias BI más implementadas son Data Mining y Big Data dejando de lado las estrategias tradicionales de BI como los cubo OLAP o los dashboard. Según [11], la inclusión de técnicas de data mining contribuye en gran medida a mejorar las capacidades y el rendimiento de la organización en el marco de la gestión de conocimiento. A su vez, según [7] el uso de la Big data y los algoritmos de inteligencia artificial permiten no solo la comprensión de la organización sino también la predicción de eventos en torno al sector en donde se desarrolle la actividad; así como el aprendizaje automático puede utilizarse para anticipar fraudes y transacciones sospechosas lo cual es un punto muy beneficioso en el sector comercial.

En segundo lugar, se identificaron los objetivos esperados por los autores al implementar estrategias de inteligencia de negocios con las cuales podemos identificar qué es lo que suelen buscar las organizaciones en el sector comercial al implementar dichas estrategias. Este proceso puede visualizarse en la Tabla VI y la Figura III.

Tabla VI. Principales objetivos esperados al implementar estrategias de BI

Objetivos	Artículos
Analizar relaciones y describir la situación	[5], [6], [9], [10], [11]
Reducción de tiempos y costos	[5], [6], [9], [12], [14]
Optimizar los resultados para la toma de decisiones	[9], [12], [14]
Optimizar el proceso de pronósticos y predicción	[9], [11], [14]
Optimizar los procesos internos	[7], [9], [12]
Gestionar riesgos u anomalías	[7], [13]
Consolidar la información de diferentes fuentes	[11], [13]
Generar valor agregado	[7], [8]

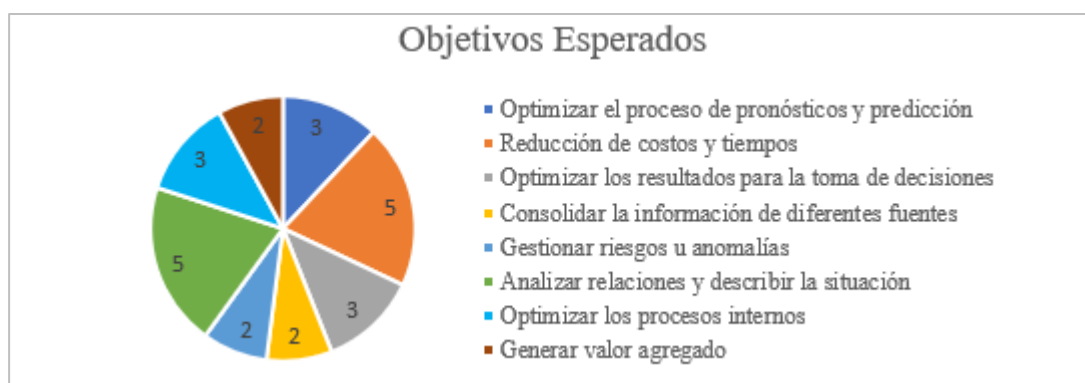


Figura III. Gráfica de objetivos esperados por número de artículos

Podemos apreciar que los objetivos esperados más comunes o resaltantes en la aplicación de estrategias de inteligencia de negocios son la reducción de tiempos y costos y el poder analizar relaciones que nos permitan describir el comportamiento y la situación de la organización. El análisis de la organización, su comportamiento y las relaciones internas de información son un factor clave por el cual se decide optar por una estrategia de inteligencia de negocios ya que según [9], al conocer mejor el negocio mejorará el proceso de toma de decisiones y el rendimiento de la organización en muchos aspectos; así mismo, la reducción de tiempos según [11] y haciendo énfasis a otros autores, es un factor imprescindible al trabajar con grandes volúmenes de datos ya que se espera respuestas a la brevedad posible para poder tomar decisiones acertadas que logren generar la ventaja competitiva frente a otras organizaciones.

Finalmente, se identificaron las principales ventajas que se obtienen al implementar estrategias de inteligencia de negocios en el sector comercial siendo esta información fundamental para el conocimiento y aprovechamiento de las organizaciones comerciales en pro de la implementación de estas estrategias para generar valor agregado en sus procesos, así como apoyar la toma de decisiones. Este proceso puede visualizarse en la Tabla VII y la Figura IV.

Tabla VII. Principales ventajas obtenidas al implementar estrategias de BI

Ventajas	Artículos
Reducción de tiempos al obtener información	[5], [7], [11], [12], [13], [14]
Examina las relaciones, analiza y predice el comportamiento de la organización	[6], [8], [9], [10]
Presentación y análisis de datos de forma automatizada	[5], [7], [12], [13]
Anticipación y detección de fraudes y riesgos	[6], [7], [8]
Optimización de costos y recursos	[7], [12], [14]
Aporta funcionalidades dinámicas	[8], [11]
Mejora del servicio y la atención al cliente	[7]

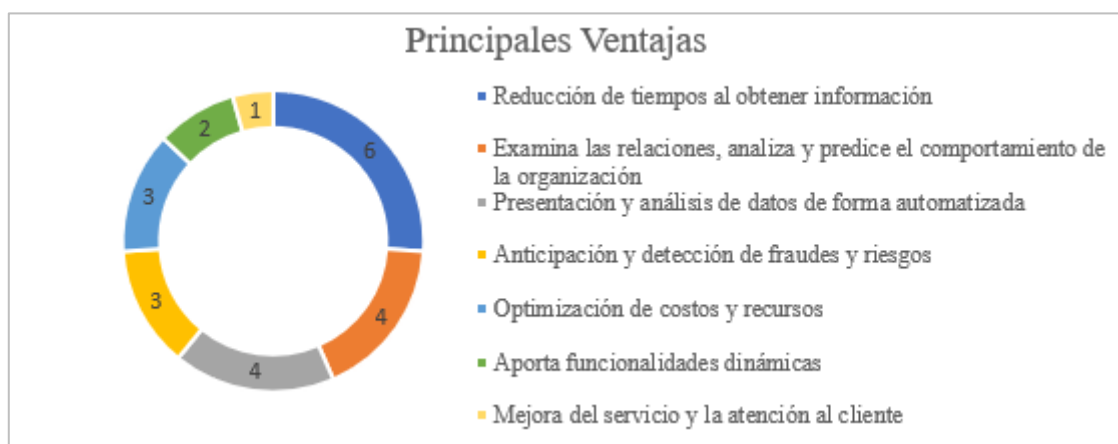


Figura IV. Gráfica de las principales ventajas obtenidas por número de artículos

Como podemos apreciar en los resultados obtenidos una de las principales ventajas de la implementación de estrategias de inteligencia de negocios en las organizaciones comerciales es la reducción de tiempos al obtener la información relevante, la cual, es un factor importante en el sector comercial ya que permite a las organizaciones obtener respuestas rápidas con las cuales se pueda tomar decisiones acertadas a la brevedad y obtener una ventaja directa frente a la competencia. Otra principal ventaja que podemos observar es el poder examinar las relaciones de información, realizar el análisis de la misma y finalmente predecir el comportamiento de la organización, lo cual es sumamente beneficioso para las organizaciones ya que según [14] es necesario que la información sea clara, precisa y adaptable a los requerimientos de la organización para de esta forma obtener una ventaja y dar soporte a la toma de decisiones; finalmente para complementar esta idea [13] nos dice que la consolidación y el análisis de la información permitirá a los usuarios de la misma tomar decisiones de una manera ágil, flexible y viable lo que finalmente repercutirá en el crecimiento de la organización.

Conclusiones

La aplicación de estrategias de inteligencia de negocios en las organizaciones del sector comercial es un tema de investigación con gran relevancia, ya que con ello, podemos identificar las principales ventajas de implementar dichas estrategias en distintas organizaciones comerciales con el objetivo de optimizar sus procesos y obtener información de utilidad que apoye la toma de decisiones en pro del crecimiento de la organización; a su vez, nos ayuda a conocer cuáles son las principales estrategias de inteligencia de negocios implementadas en los últimos 6 años y conocer los principales objetivos esperados por los autores al emplear dichas estrategias, con la finalidad de generar conocimiento sobre las mismas y poder tomar la decisión

correcta sobre cual estrategia es la más indicada para implementar acorde a los objetivos de la organización.

De acuerdo a los resultados presentados en la sección III de la presente investigación podemos identificar al Big Data e Inteligencia Artificial y el Data Mining como las principales estrategias de inteligencia de negocios aplicadas en las organizaciones del sector comercial empleadas por los estudios realizados en los últimos 6 años. A su vez, como podemos apreciar en la Tabla VI algunas de las principales ventajas de la implementación de dichas estrategias fueron: El análisis y descripción de la situación de la organización, la reducción de tiempos y costos y la optimización de los resultados para la toma de decisiones. Teniendo en cuenta las ventajas otorgadas por estas estrategias podemos concluir que resultan una opción bastante sustentable para mejorar las capacidades de síntesis y aprovechamiento de la información de forma rápida y oportuna para que pueda ser aprovechada en la toma de decisiones, obteniendo de esta forma la ventaja competitiva frente a la competencia que toda organización busca en el mercado.

Otro punto importante que mencionar es que los resultados de la presente investigación arrojan una estrecha relación entre los objetivos esperados al implementar estrategias de inteligencias de negocios y las ventajas que estas otorgan ya que como podemos apreciar en las Tablas VI y VII respectivamente los principales objetivos al implementar dichas estrategias son el poder reducir los tiempos al obtener información útil y el analizar dicha información para poder predecir el comportamiento de la organización, dos puntos clave que según los resultados obtenidos son las principales ventajas que brinda una estrategia de inteligencia de negocios lo que haría completamente viable su aplicación en la organización.

A través del desarrollo de la presente investigación, es posible brindar una perspectiva más amplia de las ventajas que otorga la implementación de estrategias de inteligencia de negocios a las organizaciones comerciales con el fin de optimizar los procesos internos y dar soporte a la toma de decisiones, sin embargo, la temática abordada en la presente investigación podría expandirse indagando en cuestiones tales como ¿Qué factores influyen en la correcta implementación de estrategias de inteligencia de negocios en las organizaciones comerciales? Y así, obtener mayor conocimiento sobre cuando es viable aplicar una estrategia de inteligencia de negocios en las organizaciones, entre otras futuras preguntas de investigación que podría surgir. Esto, como mencioné anteriormente, puede aplicarse para generar nuevas oportunidades a investigaciones futuras.

Agradecimientos

En primer lugar, agradecer a Dios por guiar mis pasos a lo largo de esta investigación. A mis padres que siempre apoyan mis decisiones, confían en mi buen desempeño y sobre todo que siempre están en los momentos difíciles de mi vida. Gracias a mi maestra, Karla Reyes Burgos, por su paciencia y tutoría a lo largo de toda la asignatura, orientando mis ideas, compartiendo sus conocimientos y sobre todo por su gran labor como docente. Gracias por el apoyo, aliento y consejos de mis compañeros y en general, a todo aquel que apoyó para la realización de este trabajo.

Referencias

- [1] J. C. Caralt, Introducción al business intelligence, Barcelona: UOC, 2010.
- [2] L. Mendez del Rio, Más allá del business intelligence, Barcelona: Gestión, 2000.
- [3] G. Widen-Wulff y M. Ginman, «Explaining knowledge sharing in organizations through the dimensions of social capital.,» *Journal of Information Science* , pp. 448-458, 2004.
- [4] B. Kitchenham, O. Pearl Brereton, D. Budgen, T. Mark, B. John y L. Stephen, «Systematic literature reviews in software engineering,» *A systematic literature review*, vol. 52, pp. 792-805, 2010.
- [5] I. Alonso y A. Carrio, «Aplicaciones de la inteligencia artificial en los mercados financieros,» *Papeles de economía española*, vol. 162, pp. 148-161, 2019.
- [6] A. Zubillaga Rego, I. Pastor López y P. García Bringas, «Inteligencia artificial: Una aproximación desde las finanzas,» *Boletín de estudios económicos*, vol. 75, nº 229, pp. 99-117, 2020.
- [7] J. Loza, J. Sicilia y T. Rodrigo, «Fronteras del big data para el análisis económico y financiero en banca,» *Papeles de economía española*, vol. 169, pp. 98-116, 2019.
- [8] E. M. Chávez García, A. M. Arguello Pazmiño, C. P. Viscarra Armijos, G. L. Aro Sosa y M. V. Albarraín Reinoso, «Inteligencia Artificial en la toma de decisiones gerenciales,» *Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores.*, vol. 6, nº 41, pp. 1-12, 2018.

- [9] A. Rayón Jerez, «El paradigma del big data y su aportación a la gestión y estrategia empresarial,» *Boletín de estudios económicos*, vol. 71, nº 219, pp. 507-526, 2016.
- [10] M. Aponte García, «Regionalismos estratégicos, empresas nacionales y transnacionales de hidrocarburos en Estados Unidos y América Latina,» *Revista Problemas del Desarrollo*, vol. 191, nº 48, pp. 28-54, 2017.
- [11] A. Simón-Cuevas, M. Torres-Sánchez, L. García-Hernández y R. Ravelo-Suárez, «Evolución de la gestión del conocimiento en el Grupo Empresarial CIMEX,» *GECONTEC: Revista Internacional de Gestión del Conocimiento y la Tecnología*, vol. 3, nº 2, pp. 36-52, 2015.
- [12] I. J. Monterrosa Castro, B. Inés Espinel y M. E. Ospino Pinedo, «Categorización de inteligencia de negocios en empresas innovadoras del sector de variedades de la ciudad de Cartagena - Colombia,» *Revista Atlántica de Economía*, vol. 1, nº 1, 2018.
- [13] N. Núñez Peña, E. Segura Sánchez y A. Bofill Placeres, «Diseño de un sistema informatizado basado en inteligencia de negocios en el Astillero Mariel,» *Universidad y Sociedad*, vol. 12, nº 1, pp. 404-412, 2020.
- [14] D. Armando Vanegas, G. M. Tarazona-Bermúdez y L. A. Rodríguez-Rojas, «Mejora de la toma de decisiones en ciclo de ventas del subsistema comercial de servicios en una empresa de IT,» *Revista Científica*, vol. 38, nº 2, pp. 174-183, 2020.

INTELIGENCIA DE NEGOCIOS EN LAS ORGANIZACIONES DEL SECTOR COMERCIAL – UNA REVISIÓN DE LA LITERATURA

INFORME DE ORIGINALIDAD

18%

INDICE DE SIMILITUD

16%

FUENTES DE INTERNET

5%

PUBLICACIONES

7%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	revistas.udistrital.edu.co Fuente de Internet	1%
2	docplayer.es Fuente de Internet	1%
3	scielo.sld.cu Fuente de Internet	1%
4	www.gestiopolis.com Fuente de Internet	1%
5	repositorio.utn.edu.ec Fuente de Internet	1%
6	Jenny Moreno, Juan Sánchez, Helbert Espitia. "Optimization of a fuzzy model used for the prevention of floods in homes surrounding zones of risk in the river Magdalena", Journal of Intelligent & Fuzzy Systems, 2020 Publicación	1%

7	Submitted to Pontificia Universidad Catolica del Peru Trabajo del estudiante	1%
8	moam.info Fuente de Internet	1%
9	www.econstor.eu Fuente de Internet	1%
10	Sheryl R. Schoenacher. "Building Social Capital through Online Class Discussions: A Little Freedom Goes a Long Way", Journal of Educational Technology Systems, 2009 Publicación	1%
11	pesquisa.bvsalud.org Fuente de Internet	1%
12	Submitted to Masdar Institute of Science and Technology Trabajo del estudiante	<1%
13	Submitted to Universidad Nacional Abierta y a Distancia, UNAD,UNAD Trabajo del estudiante	<1%
14	Submitted to Universidad Internacional de la Rioja Trabajo del estudiante	<1%
15	es.slideshare.net Fuente de Internet	<1%

16

Submitted to Universidad Carlos III de Madrid

Trabajo del estudiante

<1%

17

www.coursehero.com

Fuente de Internet

<1%

18

www.usat.edu.pe

Fuente de Internet

<1%

19

tesis.usat.edu.pe

Fuente de Internet

<1%

20

archive.org

Fuente de Internet

<1%

21

www.ces.svalero.es

Fuente de Internet

<1%

22

dspace.esPOCH.edu.ec

Fuente de Internet

<1%

23

www.ecolex.org

Fuente de Internet

<1%

24

upo.es

Fuente de Internet

<1%

25

Submitted to INACAP

Trabajo del estudiante

<1%

26

tema1.sskii.gu.se

Fuente de Internet

<1%

27

ruidera.uclm.es

Fuente de Internet

<1%

28

revistas.unimilitar.edu.co

Fuente de Internet

<1%

29

www.ciudadanosaldia.org

Fuente de Internet

<1%

30

www.lv3.com.ar

Fuente de Internet

<1%

31

bris948.wixsite.com

Fuente de Internet

<1%

32

www.codingcage.com

Fuente de Internet

<1%

33

www.slideshare.net

Fuente de Internet

<1%

34

www.ifla.org.sg

Fuente de Internet

<1%

35

redc.revistas.csic.es

Fuente de Internet

<1%

36

scielosp.org

Fuente de Internet

<1%

37

A. Solis, J. Hurtado. "Reutilización de software en la robótica industrial: un mapeo sistemático", Revista Iberoamericana de Automática e Informática industrial, 2020

<1%

38

"International Abstracts", Substance Use & Misuse, 2003

Publicación

<1%

39

www.scielo.org.co

Fuente de Internet

<1%

40

www.lateriziofacciavista.it

Fuente de Internet

<1%

41

www.empretec.cl

Fuente de Internet

<1%

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias

Apagado

Excluir bibliografía

Apagado