



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE INGENIERIA

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE INGENIERIA DE
SISTEMAS

“DATA MART PARA LA TOMA DE DECISIONES EN EL
AREA DE VENTAS EN LA EMPRESA NEGOCIACIONES
ELY & MAR S.A.C.”

**TESIS PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL
DE INGENIERO DE SISTEMAS**

AUTOR:

Chavarri Espinoza Pilar Yeraldinne

ASESOR:

Mgr. Guillermo Miguel Johnson Romero

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Sistemas de Información Estratégicos y de Toma de Decisiones

LIMA – PERÚ

2017

DEDICATORIA

Dedico primeramente a Dios por permitirme llegar hasta este momento y darme salud para alcanzar mis metas, a mis progenitores que con sus consejos contribuyen día a día a un equilibrio personal, a mis profesores por su gran apoyo y motivación para la culminación de mis estudios profesionales y para la elaboración de esta tesis.

AGRADECIMIENTO

Agradezco primeramente a Dios quien me ha guiado, me ha dado la fortaleza de seguir adelante y brindarme las oportunidades de mejora en todo aspecto, personal, profesional, económico y otros, segundo agradezco a mis padres y hermanos que son el soporte o base emocional de mi formación como persona.

Por último, agradezco a todos los catedráticos de la universidad Cesar Vallejo que me enseñaron y apoyaron en mi formación profesional.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo Pilar Yeraldinne Chavarri Espinoza identificada con DNI N° 74066308, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes, consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo, Facultad de Ingeniería, Escuela de Ingeniería de Sistemas, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y autentica.

Asimismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido sumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento y omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad Cesar Vallejo.

Lima, 03 de Junio de 2016

Chavarri Espinoza, Pilar Yeraldinne
Tesisista

RESUMEN

La presente tesis se desarrolló e implementó un Data Mart para la Toma de decisiones en el Área de ventas en la empresa Negociaciones Ely & Mar S.A.C., como objetivo principal fue determinar la influencia del Data mart en la toma de decisiones en el área de ventas en la empresa y como objetivos específicos determinar la influencia del Data mart en la tasa de variación para la toma de decisiones en el área de ventas en la empresa y determinar la influencia del Data mart en el nivel de servicio para la toma de decisiones en el área de ventas en la empresa.

Para el análisis, diseño e implementación se muestra todo los procesos de la metodología Ralph Kimball que se aplicó en la elaboración del Data mart, desde el proceso de identificación de los requerimientos de negocio hasta el despliegue del Data mart y la generación de los indicadores para la toma de decisiones de los usuarios, se utilizó la herramienta Power Center para el desarrollo de ETL, para la explotación de datos se utilizó la herramienta Tableau.

Para medir los indicadores propuestos se utilizó una muestra de 27 provincias que es la totalidad de la población, para el indicador tasa de variación en el pre test se obtuvo como resultado la tasa de variación de 5.04%; para medir el indicador nivel de servicio se utilizó una población de 7 tipos de reportes que es la totalidad de la población en el pre test se obtuvo como resultado el nivel de servicio de 22.22 %; posterior a esto y con la implementación del Data mart para cubrir las necesidades para la toma de decisiones se procedió a realizar el postest obteniendo como resultados una tasa de variación de 82.81% y un nivel de servicio de 91.67%.

De tal manera, los resultados reflejan que el data mart incrementa la tasa de variación y el nivel de servicio para la toma de decisiones en el área de ventas, por lo que se concluye que el Data Mart para la Toma de Decisiones En El Área de ventas en la empresa Negociaciones Ely & Mar S.A.C.

Palabras claves: Data mart, Data warehouse, inteligencia de negocios, toma de decisiones.

ABSTRACT

The present thesis was developed and implemented a Data Mart for the Taking of the decisions in the Sales Area in the company Negociaciones Ely & Mar SAC, as main objective to determine the influence of mart data in the decision making in the area of Sales in the company and the specific objectives determine the influence of the data margin on the rate of change for decision making in the area of sales in the company and determine the influence of the data margin on the level of service for making Decisions in the area of sales in the company.

For the analysis, design and implementation, the entire process of the Ralph Kimball methodology, which was applied in the elaboration of the data market, from the process of identification of the business requirements to the data market and generation Of the indicators for making the decisions of the users, we used the tool Energy Center for the development of ETL, for the exploitation of data used the tool box.

To measure the proposed indicators, a sample of 27 provinces was used, which is the totality of the population; for the indicator, the rate of variation in the pretest resulted in a 5.04% rate of change; To measure the service level indicator, a population of 7 types of reports was used, which is the total population in the pretest, resulting in a service level of 22.22%; Subsequent to this and with the implementation of the data martín to cover the needs for the decision making, a pole performance was realized obtaining as results a variation rate of 82.81% and a service level of 91.67%.

Thus, the results reflect that the data mart increases the rate of variation and the level of service for decision making in the sales area, so it is concluded that the Data Mart for Decision Making in the Area Of Sales in the company Negociaciones Ely & Mar SAC

Keywords: Data mart, Data warehouse, business intelligence, decision making.