



ESCUELA DE POSGRADO

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**Solución de inteligencia de negocio para la toma de
decisiones en el área de ventas de Transet**

Chicken – Lima, 2015

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAGISTER EN
GESTIÓN DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN**

AUTORA:

Br. Tarmeño Juscamaita, Esther

ASESORA:

Dra. Alza Salvatierra, Silvia

SECCIÓN:

Ingeniería

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Sistemas de inteligencia de negocio

PERÚ – 2016

Dr. Leónidas Eduardo Pando Sussoni

Presidente

Mgtr. Jimmy Díaz Manrique

Secretario

Dra. Silvia Alza Salvatierra

Vocal

Dedicatoria

A mi madre por su apoyo, y a mi hija Marian
por ser lo más maravilloso que tengo.

Esther.

Agradecimientos

A mis docentes quienes me inculcaron la investigación, y a mi familia por la comprensión sobre mi ausencia para cumplir con mis objetivos.

Esther.

Declaratoria de autenticidad

Yo, Esther Tarmeño Juscamaita con DNI 47190643, estudiante del Programa de Maestría en Gestión de Tecnologías de la información de la Escuela de Posgrado de la Universidad César Vallejo, con la tesis titulada “Solución de inteligencia de negocio para la toma de decisiones en el área de ventas de Transet Chicken – Lima, 2015” declaro bajo juramento que:

- 1) La tesis es de mi autoría
- 2) He respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas. Por tanto, la tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente.
- 3) La tesis no ha sido autoplagiada; es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
- 4) Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por tanto los resultados que se presenten en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

De identificarse la falta de fraude (datos falsos), plagio (información sin citar a autores), auto plagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo.

Lima, mayo del 2016.

Esther Tarmeño Juscamaita

DNI 47190643

Presentación

Señores miembros del jurado calificador:

Dando cumplimiento a las normas del Reglamento de Grados y Títulos para la elaboración y la sustentación de la Tesis de la sección de Postgrado de la Universidad “Cesar Vallejo”, para optar el grado de Maestría en Gestión de Tecnologías de la información, presento la tesis titulada: “Solución de inteligencia de negocio para la toma de decisiones en el área de ventas de Transet Chicken – Lima, 2015”. La investigación tiene la finalidad de demostrar que una solución de inteligencia de negocio mejora la toma de decisiones en el área de ventas de dicha institución.

El documento consta de siete capítulos: el primer capítulo es la introducción, la cual describe los antecedentes, marco teórico de las variables, la justificación, la realidad problemática, la formulación de problemas, la determinación de los objetivos y las hipótesis. El segundo capítulo es el marco metodológico, el cual muestra la operacionalización de las variables, la metodología, tipos de estudio, diseño de investigación, la población, muestra y muestreo, las técnicas e instrumentos de recolección de datos y los métodos de análisis de datos. El tercer capítulo se encuentran los resultados, el cuarto capítulo la discusión, el quinto capítulo las conclusiones, en el sexto capítulo las recomendaciones, en el séptimo capítulo las referencias bibliográficas y por último, en el octavo, los anexos del presente trabajo de investigación.

Espero señores miembros del jurado que esta investigación se ajuste a las exigencias establecidas por la universidad y merezca su aprobación.

La autora.

Índice

Dedicatoria	iii
Agradecimientos	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Presentación	vi
Índice	vii
Resumen	xii
Abstract	xiii
I. INTRODUCCIÓN	1
1.1. Antecedentes.	2
1.2. Fundamentación científica.	10
1.3. Justificación.	17
1.4. Problema.	19
1.5. Hipótesis.	25
1.6. Objetivos.	26
II. MARCO METODOLÓGICO	28
2.1. Variables.	29
2.2. Operacionalización de variables.	30
2.3. Metodología.	31
2.4. Tipo de estudio.	31

2.5. Diseño.	31
2.6. Población, muestra y muestreo.	32
2.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.	34
2.8. Métodos de análisis de datos.	35
2.9. Aspectos éticos.	36
III. RESULTADOS	37
IV. DISCUSIÓN	59
V. CONCLUSIONES	62
VI. RECOMENDACIONES	64
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	66
VIII. APÉNDICE	70

Índice de tablas

Tabla 1. Operacionalización de variables	30
Tabla 2. Diseño pre experimental	32
Tabla 3. Frecuencias del tiempo de recolección de datos Pre test	38
Tabla 4. Frecuencias del tiempo de recolección de datos Post test	38
Tabla 5. Frecuencias del tiempo de generación de reportes Pre test	39
Tabla 6. Frecuencias del tiempo de generación de reportes Post test	39
Tabla 7. Frecuencias de la satisfacción del usuario Pre test	40
Tabla 8. Frecuencias de la satisfacción del usuario Post test	40
Tabla 9. Satisfacción del usuario pre test	44
Tabla 10. Estadísticos de fiabilidad satisfacción del usuario pre test	44
Tabla 11. Estadísticos por elemento satisfacción del usuario pre test	44
Tabla 12. Satisfacción del usuario post test	44
Tabla 13. Estadísticos de fiabilidad satisfacción del usuario post test	45
Tabla 14. Estadísticos por elemento satisfacción del usuario post test	45
Tabla 15. Shapiro Wilk tiempo de recolección de datos pre test	45
Tabla 16. Shapiro Wilk tiempo de recolección de datos post test	46
Tabla 17. Shapiro Wilk Tiempo de generación de reportes pre test	46
Tabla 18. Shapiro Wilk Tiempo de generación de reportes post test	46
Tabla 19. Shapiro Wilk satisfacción del usuario pre test	47
Tabla 20. Shapiro Wilk satisfacción del usuario post test	47
Tabla 21. Tiempo promedio de recolección de datos pre y post test	48
Tabla 22. Estadísticos para tiempo de recolección de datos	50
Tabla 23. Prueba T para tiempo de recolección de datos	50

Tabla 24. Resumen tiempo de recolección de datos	50
Tabla 25. Tiempo promedio de generación de reportes pre y post test	52
Tabla 26. Estadísticos para tiempo de generación de reportes	53
Tabla 27. Prueba T para tiempo de generación de reportes	53
Tabla 28. Resumen tiempo de generación de reportes	54
Tabla 29. Satisfacción del usuario pre y post test	55
Tabla 30. Estadísticos para satisfacción del usuario	56
Tabla 31. Prueba T para satisfacción del usuario	56
Tabla 32. Resumen satisfacción del usuario	57
Tabla 33. Tiempo promedio de los indicadores del proceso toma de decisiones	57

Índice de figuras

Figura 1. Gráfica circular tiempo de tiempo de recolección de datos Pre test	40
Figura 2. Gráfica circular tiempo de tiempo de recolección de datos Post test	41
Figura 3. Gráfica circular tiempo de generación de reportes Pre test	41
Figura 4. Gráfica circular tiempo de generación de reportes Post test	42
Figura 5. Gráfica circular satisfacción del usuario Pre test	42
Figura 6. Gráfica circular satisfacción del usuario Post test	43
Figura 7. Gráfico de barras tiempo de recolección de datos	49
Figura 8. Gráfico de barras tiempo de generación de reportes	52
Figura 9. Gráfico de barras satisfacción del usuario	56

Resumen

La presente investigación tiene por objetivo demostrar en qué medida la solución de Inteligencia de negocio mejora la toma de decisiones en el área de ventas en Transet Chicken – Lima, 2015, con un estudio hipotético deductivo del tipo aplicada, ya que se implementó, y con un diseño experimental del tipo pre experimental, tomando una población de 6 reportes mensuales de ventas y 5 colaboradores de dicho restaurant entre los meses de junio 2015 a abril 2016. Este estudio tomó antecedentes que fortalecen los resultados alcanzados para validar las hipótesis llegando discusiones concordantes. A continuación, se muestran las recomendaciones, las c

uales son ideas hacia futuro. Finalmente se muestran tanto las referencias usadas en la redacción y los apéndices de carácter explicativo.

Palabra clave: Solución de inteligencia de negocio, toma de decisiones.

Abstract

This research aims to demonstrate how the solution Business Intelligence improves decision-making in the sales area in Transet Chicken - Lima, 2015, with a deductive hypothetical study of applied kind, since it was implemented, and An experimental design of pre experimental, taking a population of 6 monthly sales reports and five employees of the restaurant during the months of June 2015 to April 2016. This study took history that strengthen the results achieved to validate the assumptions concordant coming discussions. Then the recommendations, which are ideas into future shows. Finally, both the references used in drafting and explanatory appendices shown.

Keyword: business intelligence solution, decision making.