



FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA

ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA DE SISTEMAS

**DataMart para la evaluación de las ventas en la empresa Flower
ImportServis E.I.R.L**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
INGENIERO DE SISTEMAS

Autor:

Salvador Rodríguez, Edith Marlene (ORCID: 0000-0001-8438-0159)

Asesor:

Dr. Ordoñez Pérez, Adilio Christian (ORCID: 0000-0003-3875-9576)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Sistema de Información y Comunicaciones

LIMA – PERÚ

2018

Dedicatoria

A mis padres Juan y Ana, mi hermana Flor por su apoyo constante y hermanos por estar en todo momento conmigo.

A Dios por permitir seguir adelante y brindarme todas las herramientas necesarias para cumplir este objetivo.

Agradecimiento

A Dios por tener una familia unida, comprometida, humilde y que por ellos siempre siguiere luchando.

A mis asesores, docentes, amigos, colegas que me ayudaron día a día a dar el resultado esperado, a todos ellos agradecer todo lo que realizaron por mí, gracias.

Al Dr. Adilio Christian Ordoñez Pérez, por brindarme su asesoría permanente en la realización de esta tesis.

Presentación

Señores miembros del Jurado:

Dando cumplimiento a las normas establecidas en el Reglamento de Grados y Títulos sección de Pregrado de la Universidad César Vallejo para la experiencia curricular de Metodología de la Investigación Científica, presento el trabajo de investigación pre-experimental denominado: “DataMart para la evaluación de las ventas en la empresa Flower Import Servis E.I.R.L”.

La investigación, tiene como propósito fundamental: determinar la influencia de un DataMart para la evaluación de las ventas en la empresa Flower Import Servis E.I.R.L.

La presente investigación está dividida en siete capítulos:

En el primer capítulo se expone el planteamiento del problema: incluye formulación del problema, los objetivos, la hipótesis, la justificación, los antecedentes y la fundamentación científica. En el segundo capítulo, que contiene el marco metodológico sobre la investigación en la que se desarrolla el trabajo de campo de la variable de estudio, diseño, población y muestra, las técnicas e instrumentos de recolección de datos y los métodos de análisis. En el tercer capítulo corresponde a la interpretación de los resultados. En el cuarto capítulo trata de la discusión del trabajo de estudio. En el quinto capítulo se construye las conclusiones, en el sexto capítulo las recomendaciones y finalmente en el séptimo capítulo están las referencias bibliográficas.

Señores miembros del jurado espero que esta investigación sea evaluada y merezca su aprobación.

ÍNDICE

| | Página. |
|--|--------------------------------------|
| Dedicatoria | III |
| Agradecimiento | III |
| Presentación | IV |
| ÍNDICE | V |
| ÍNDICE DE TABLAS | VIII |
| ÍNDICE DE FIGURAS | IX |
| Resumen..... | X |
| Abstract..... | XI |
| I. INTRODUCCIÓN..... | XII |
| 1.1 Realidad Problemática | ¡Error! Marcador no definido. |
| 1.2 Trabajos previos..... | 7 |
| 1.3 Teorías relacionadas al tema | 15 |
| 1.4 Formulación del problema..... | 35 |
| 1.5 Justificación del estudio..... | 36 |
| 1.6 Hipótesis..... | 38 |
| 1.7 Objetivos | 38 |
| II. MÉTODO..... | 39 |
| 2.1 Diseño de investigación..... | 39 |
| 2.2 Variables, operacionalización..... | 42 |
| 2.3 Población muestra y muestreo | 46 |
| 2.4 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos..... | 49 |
| 2.5 Métodos de análisis de datos | 55 |
| 2.6 Aspectos éticos | 61 |
| III. RESULTADOS | 63 |
| 3.1. Análisis Descriptivo | 64 |
| 3.2. Análisis Inferencial | 67 |
| 3.3. Prueba de Hipótesis | 72 |
| IV. DISCUSIÓN..... | 78 |
| V. CONCLUSIONES | 80 |
| VI. RECOMENDACIONES | 82 |
| VII. REFERENCIAS..... | 85 |
| ANEXOS | |

Página.

| | |
|---|-----|
| Anexo 1: Matriz de consistencia..... | 91 |
| Anexo 3: Instrumento de investigación..... | 93 |
| Anexo 4: Base de Datos experimental | 97 |
| Anexo 5: Resultados de la confiabilidad del instrumento | 98 |
| Anexo 6: Validación de instrumento | 102 |
| Anexo 7: Entrevista | 111 |
| Anexo 8: Carta de Aceptación de la empresa | 112 |
| Anexo 9: Desarrollo de la Metodología..... | 113 |
| Anexo 10: Manual de Usuario de Datamart | 149 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | Página. |
|--|---------|
| Tabla 1: Cuadro de criterios para el desarrollo del DataMart | 27 |
| Tabla 2: Criterios de Selección de Metodología | 28 |
| Tabla 3.Operacionalización de variable | 44 |
| Tabla 4: Indicadores del proceso publicitario | 45 |
| Tabla 5: Recolección de datos | 50 |
| Tabla 6: Validez para el porcentaje de Índice de Efectividad de Ofertas | 52 |
| Tabla 7: Validez para el Porcentaje de descuentos | 53 |
| Tabla 8: Confiabilidad de índice de efectividad de ofertas | 54 |
| Tabla 9: Confiabilidad de Porcentaje de Descuentos | 55 |
| Tabla 10. Análisis Descriptivo antes y después del Datamart – Índice Efectividad de Ofertas | 64 |
| Tabla 11. Análisis Descriptivo antes y después del Datamart - Porcentaje de Descuentos | 66 |
| Tabla 12. Prueba de Normalidad - Índice Efectividad de Ofertas..... | 68 |
| Tabla 13. Prueba de Normalidad - Porcentaje de Descuentos..... | 70 |
| Tabla 14. Prueba T – para Índice Efectividad de Oferta..... | 73 |

ÍNDICE DE FIGURAS

Página.

- Figura 1. Crecimiento Global del Valor de Mercado por Tipo de Producto **¡Error! Marcador no definido.**
- Figura 2. Introducción Productos Premium y PIB PER CÁPITA..... **¡Error! Marcador no definido.**
- Figura 3. Estadística Índice de efectividad de Ofertas.....**¡Error! Marcador no definido.**
- Figura 4. Estadística de Porcentaje de Descuentos.....**¡Error! Marcador no definido.**
- Figura 5. La función comercial en la empresa.....**¡Error! Marcador no definido.**
- Figura 6. Coherencia de los Objetivos de Ventas**¡Error! Marcador no definido.**
- Figura 7. Requisitos de los Objetivos de Ventas. **¡Error! Marcador no definido.**
- Figura 8. Fases en la evaluación.....**¡Error! Marcador no definido.**
- Figura 9. Arquitectura Business Inteligente**¡Error! Marcador no definido.**
- Figura 10. Esquema en estrella para los pedidos**¡Error! Marcador no definido.**
- Figura 11. Esquema en Copo de Nieve para los pedidos ...**¡Error! Marcador no definido.**
- Figura 12. Análisis de Requerimiento.....**¡Error! Marcador no definido.**
- Figura 13. Análisis de los OLTP**¡Error! Marcador no definido.**
- Figura 14. Modelo lógico del DW **¡Error! Marcador no definido.**
- Figura 15. Integración de Datos Actualización **¡Error! Marcador no definido.**
- Figura 16. Diseños de medición de Pre-Experimental. Con Pre test/post test **¡Error! Marcador no definido.**
- Figura 17. Cálculo de la confiabilidad o fiabilidad **¡Error! Marcador no definido.**
- Figura 18. Distribución T-Student..... **¡Error! Marcador no definido.**
- Figura 19. Índice Efectividad de Ofertas antes y después del Datamart ... **¡Error! Marcador no definido.**
- Figura 20. Porcentaje de Descuento antes y después del Datamart..... **¡Error! Marcador no definido.**
- Figura 21. Índice Efectividad de Ofertas antes del Datamart ... **¡Error! Marcador no definido.**
- Figura 22. Índice Efectividad de Ofertas después del Datamart..... **¡Error! Marcador no definido.**
- Figura 23. Porcentaje de Descuentos antes del Datamart ..**¡Error! Marcador no definido.**

Figura 24. Porcentaje de Descuentos después del Datamart .. ¡Error! Marcador no definido.

Figura 25. Índice Efectividad de Oferta – Comparativa General ¡Error! Marcador no definido.

Figura 26. Prueba T-Student para el Índice Efectividad de Oferta ¡Error! Marcador no definido.

Figura 27. Porcentaje de Descuentos – Comparativa General ¡Error! Marcador no definido.

Figura 28. Prueba T-Student – Porcentaje de Descuentos . ¡Error! Marcador no definido.

Resumen

La presente investigación detalla el desarrollo e implementación de un Datamart para la evaluación de ventas de la empresa Flower Import Servis E.I.R.L, cuyo modelo de negocio se centra en la venta de productos para el maquillaje, productos para salones de belleza y cosméticos de origen mexicano, europeo, americano y chino, el cual ha mejorado notoriamente en las ventas realizadas por la empresa y así alcanzado las metas trazadas.

Se planteó como objetivo determinar la influencia de un DataMart en la evaluación de las ventas de la empresa Flower Import Servis E.I.R.L. En este estudio se tomó dos indicadores, índice de efectividad de ofertas y porcentaje de descuentos.

La presente tesis fue desarrollada con la metodología Hefesto y para el desarrollo Visual Studio 2013, base de datos SQL Server 2017, a fin de evaluar las ventas que la empresa obtiene por fechas de campañas. El tipo de investigación realizada fue aplicada, y como diseño de investigación se utilizó el pre-experimental.

La población y muestra: para el indicador eficacia de la información está formada por 2 indicadores de ventas y, para el índice de efectividad de ofertas por 20 tipos de reportes, el instrumento utilizado fue el registro de fichas. Los resultados obtenidos, el índice de efectividad de ofertas en la evaluación de las ventas de la empresa Flower Import Servis E.I.R.L. Aumento con la implementación de un Datamart, debido que el indicador índice de efectividad de ofertas antes de la implementación es de 37,00%, luego de la implementación del Datamart este indicador alcanzo el 51,80%, lo que significa un aumento de 14,80%. Así mismo Porcentaje de Descuentos en la evaluación de las ventas de la empresa Flower Import Servis E.I.R.L. Aumento con la implementación de un Datamart, debido que el indicador índice de efectividad de ofertas antes de la implementación es de 40,55%, luego de la implementación del Datamart este indicador alcanzo el 56.10%, lo que significa un aumento de 15,55%. Por lo tanto, el Datamart mejora la evaluación de las ventas en la empresa Flower Import Servis E.I.R.L.

Palabras claves: Datamart, evaluación, ventas, Hefesto, Información.

Abstract

The present investigation details the development and implementation of a Datamart for the evaluation of sales of the company Flower Import Servis EIRL, whose business model focuses on the sale of products for make-up, products for beauty salons and cosmetics of Mexican origin, European, American and Chinese, which has improved notably in sales made by the company and thus achieved the goals set.

The objective was to determine the influence of a DataMart on the evaluation of the sales of Flower Import Servis E.I.R.L. In this study, two indicators were taken, rate of effectiveness of offers and percentage of discounts.

The present thesis was developed with the Hefesto methodology and for the Visual Studio 2013 development, SQL SERVER 2017 database, in order to evaluate the sales that the company obtains by campaign dates. The type of research carried out was applied, and as a research design the pre-experimental was used.

The population and sample: for the indicator, effectiveness of information is made up of 2 sales indicators and, for the effectiveness of offers index for 20 types of reports, the instrument used was the record of tokens. The results obtained, the rate of effectiveness of offers in the evaluation of sales of Flower Import Servis E.I.R.L. Increase with the implementation of a Datamart, due to the indicator of effectiveness of offers before implementation is 37.00%, after the implementation of the Datamart this indicator reached 51.80%, which means an increase of 14, 80%. Also Percentage of Discounts in the evaluation of the sales of the company Flower Import Servis E.I.R.L. Increase with the implementation of a Datamart, due to the indicator of effectiveness of offers before implementation is 40.55%, after the implementation of the Datamart this indicator reached 56.10%, which means an increase of 15.55 %. Therefore, the Datamart improves the evaluation of sales at Flower Import Servis E.I.R.L.

Keywords: Datamart, evaluation, sales, Hephaestus, Information.

Yo, Dr. ADILIO CHRISTIAN ORDOÑEZ PEREZ, docente de la facultad de Ingeniería y Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la universidad César Vallejo Lima Norte, revisor de la tesis titulada:

DATAMART PARA LA EVALUACIÓN DE LAS VENTAS EN LA EMPRESA FLOWER IMPORT SERVIS E.I.R.L Del estudiante SALVADOR RODRIGUEZ EDITH MARLENE constato que la investigación tiene un índice de similitud del 29% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El suscrito analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecida por la Universidad César Vallejo.

Lima, 07 de julio del 2021



Dr. ADILIO CHRISTIAN ORDOÑEZ PEREZ
Docente Asesor De Tesis
DNI: 20108387