

## Tabla de contenido

1. ANTECEDENTES GENERALES .....	1
1.1. Características de la empresa .....	1
1.1.1. Rubro .....	1
1.1.2. Misión y visión .....	1
1.1.3. Organigrama .....	2
1.1.4. Productos .....	3
1.1.5. Clientes y usuarios.....	4
1.1.6. Actividad realizada por la empresa .....	4
1.1.7. Ventaja competitiva.....	7
1.2. Mercado .....	7
1.3. Desempeño organizacional .....	10
2. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO Y JUSTIFICACIÓN.....	11
2.1. Información del área de la empresa .....	11
2.2. Oportunidad, relevancia, efectos y posibles causas .....	12
2.2.1. Antecedentes.....	12
2.3. Hipótesis y posibles alternativas de solución .....	13
2.4. Propuesta de valor de la solución e impacto del cambio propuesto .....	13
3. OBJETIVOS .....	14
4. MARCO CONCEPTUAL.....	15
4.1. Sistema de control de gestión .....	15
4.1.1. Definiciones.....	15
4.1.2. Control de gestión.....	16
4.1.3. Función del control.....	16
4.1.4. Componentes de control .....	16
4.2. Indicadores de desempeño .....	17
4.3. Tecnologías de información.....	19
4.3.1. Data marts.....	19
4.3.1.1. Tipos de data marts .....	20
4.3.1.2. Estructura de un data mart.....	21
4.3.2. Procesos ETL: Extracción, Transformación y Carga (Load) .....	22
4.3.2.1. Categorías de las herramientas ETL.....	22
4.4. Visualización de datos .....	23
4.5. Innovación y emprendimiento .....	24
4.5.1. Startups .....	25

4.6.	Estado del arte: herramientas de visualización .....	26
4.7.	Conceptos de la empresa.....	27
5.	METODOLOGÍA .....	28
5.1.	Metodología Hefesto para construcción de data marts .....	28
5.1.1.	Análisis de requerimientos .....	30
5.1.1.1.	Preguntas de negocio.....	30
5.1.1.2.	Indicadores y perspectivas .....	30
5.1.1.3.	Modelo conceptual .....	30
5.1.2.	Análisis de las fuentes de información.....	30
5.1.2.1.	Hechos e indicadores.....	31
5.1.2.2.	Mapeo.....	31
5.1.2.3.	Granularidad.....	31
5.1.2.4.	Modelo conceptual ampliado .....	31
5.1.3.	Modelo lógico del data mart.....	31
5.1.3.1.	Tipología .....	32
5.1.3.2.	Tablas de dimensiones .....	32
5.1.3.3.	Tablas de hechos .....	32
5.1.3.4.	Uniones .....	32
5.1.4.	Integración de datos.....	33
5.1.4.1.	Carga inicial .....	33
5.1.4.2.	Actualización.....	33
5.2.	Metodología Siete Etapas para visualizaciones .....	33
5.3.	Fuentes de acceso a la información .....	35
6.	ALCANCES.....	37
7.	DESARROLLO METODOLÓGICO .....	37
7.1.	Ciclo de vida del cliente.....	38
7.1.1.	Conocimiento .....	38
7.1.2.	Adquisición.....	39
7.1.3.	Conversión.....	39
7.1.4.	Crecimiento .....	40
7.1.5.	Retención .....	40
7.1.6.	Reactivación .....	40
7.2.	Construcción de data marts.....	41
7.2.1.	Análisis de requerimientos .....	41
7.2.2.	Construcción de métricas e indicadores .....	43
7.2.3.	Análisis de las fuentes de información.....	50

7.2.4.	Modelo lógico.....	54
7.2.4.1.	Modelo data mart Finanzas .....	54
7.2.4.2.	Modelo data mart Customer Success .....	54
7.2.5.	Integración de daos.....	55
7.3.	Diseño e implementación de visualizaciones .....	58
8.	CONCLUSIONES .....	67
9.	RECOMENDACIONES .....	70
10.	TRABAJO A FUTURO .....	72
11.	BIBLIOGRAFIA .....	73