



FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA DE SISTEMAS E INFORMÁTICA

TESIS

**DISEÑO DE LA BASE DE DATOS CORPORATIVA
PARA UN DATAMART COMO SOPORTE AL
PROCESO DE VENTAS DE CALZADO Y SU
INFLUENCIA EN LA GESTIÓN DE MARKETING
DE LAS TIENDAS PASARELLA S.A.**

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE INGENIERO DE
SISTEMAS E INFORMÁTICA

PRESENTADO POR EL BACHILLER

ROBLES CAYA, GUIDO RUSSELL

ASESOR

VON MASSENBACH, OSCAR LAGRAVÈRE

LIMA – PERÚ

2011

RESUMEN

Actualmente las organizaciones manejan grandes volúmenes de información almacenadas en diferentes fuentes de datos; sin embargo, si no hay consistencia entre ellos, la toma de decisiones se basa en información desactualizada. Por lo tanto, la capacidad para tomar decisiones de negocio rápidas e informadas se ha convertido en una de las principales características de las empresas exitosas.

La Empresa de calzado "Pasarella" contaba con un sistema de información independiente para cada una de sus sucursales; por lo tanto, cada una de ellas manejaba su propia base de datos; asimismo, no se contaba con un reporte gerencial ni una base de datos corporativa. En efecto, el hecho de no contar con la información de todas las sucursales en el momento oportuno, ocasionaba que la toma de decisiones se basara en información desactualizada.

Como respuesta a estas necesidades de información, se construye una herramienta de la inteligencia de negocio denominada Datamart, que nos permita centralizar toda la información requerida, optimizar el proceso de análisis, explotar los datos históricos, optimizar del tiempo de generación de reportes e indicadores de venta, así como también agilizar el proceso de toma de decisiones, mejorar el proceso de ventas, la gestión de marketing y disminuir costos de operación.

PALABRAS CLAVES: Sistemas de Información Gerencial--Diseño y Construcción, Toma de Decisiones, Negocios--Procesamiento de Datos, Bases de Datos—Administración.