

SOLUCIÓN DE BUSINESS INTELLIGENCE:

EMPRESA DATA ENGINEERING & LOGISTICS FOR
TECHNOLOGY RESOURCES AND OPTIMIZATION
NETWORKS (DELTRON) S.A.C

Empresa Data Engineering & Logistics for Technology Resources and Optimization Networks (DELTRON) S.A.C:

En la actualidad, el sector tecnológico es altamente competitivo y dinámico, donde la capacidad de una empresa para tomar decisiones estratégicas basadas en datos puede marcar la diferencia entre el crecimiento y la pérdida de mercado.

Data Engineering & Logistics for Technology Resources and Optimization Networks (DELTRON) S.A.C es una empresa líder en la distribución de componentes de cómputo, consolidándose como uno de los principales fabricantes del país. Su éxito se debe a su compromiso con la calidad y su enfoque en la innovación tecnológica. Sin embargo, enfrenta un desafío significativo: una disminución en sus niveles de ventas debido al crecimiento de la competencia.

Ante esta situación, la empresa necesita responder preguntas clave para mantenerse competitiva:

- ◆ ¿Cómo podemos aumentar nuestros niveles de ventas?
- ◆ ¿Cómo podemos fidelizar a nuestros clientes y evitar que migren a la competencia?
- ◆ ¿Qué estrategias pueden mejorar la eficiencia en nuestras operaciones comerciales?

Para responder a estas preguntas, se requiere una solución que permita analizar de manera efectiva el comportamiento del mercado, identificar patrones de compra y optimizar la toma de decisiones. Aquí es donde entra en juego una solución de Business Intelligence (BI).

PLAN ESTRATÉGICO:

- **Misión:** Liderar el sector informático peruano y buscamos exceder las expectativas de nuestros clientes en los servicios de Comercialización y Post Venta dentro de un ambiente que propicia el trabajo en equipo y la realización de nuestro personal.
- **Visión:** Al 2025, orientar el mercado informático hacia productos de calidad para contribuir al desarrollo de la región con el apoyo de nuestros clientes y proveedores, brindando un servicio de excelencia.
- **Objetivos del Proceso de Negocio (VENTAS):**
 - Incrementar las ventas de nuestros productos
 - Incrementar la captación de nuevos clientes
 - Determinar tendencia de productos vendidos

Análisis FODA y Estrategias:

- FODA:

<div> <div>ANÁLISIS EXTERNO</div> <div>ANÁLISIS INTERNO</div> </div>	FORTALEZAS <ul style="list-style-type: none"> - F1: Variedad del producto - F2: Horarios Atención - F3: Atención Personalizada - F4: Calidad Productos 	DEBILIDADES <ul style="list-style-type: none"> - D1: Sistema de Información Inadecuados - D2: Falta de Experiencia de uso TI en Personal. - D3: Productos Stand By por Antigüedad.
	OPORTUNIDADES <ul style="list-style-type: none"> - O1: Tendencia Favorable En El Mercado - O2: Utilización Nuevos Canales De Ventas 	<ul style="list-style-type: none"> - 1: Captar percepción de los clientes para incrementar el éxito en el mercado (F3, O1) - 2: Ofrecer los nuevos productos a través de nuevas tecnologías (F1, O2) - 3: Publicidad en redes sociales (F1,O1).
	AMENAZAS <ul style="list-style-type: none"> - A1: Competencia - A2: Cambios en la demanda del mercado 	<ul style="list-style-type: none"> - 1: Cumplir las expectativas de calidad de los clientes al comprar un producto (F4, A1) - 2: Implementar nuevos productos que se adapten a posibles cambios dentro del mercado(F1,A2).

- ESTRATEGIAS:

- Generar Promociones En Adquisición De Productos.
- Publicidad en redes sociales (Facebook, Instagram).

Indicadores (Nombre, Medidas, Estado)

OBJ. 1	INDICADORES	MEDIDAS	ESTADOS	
INDICADOR	IND. VENTAS	MONTOS VENDIDOS	>75%	
		VENTA ESPERADA	65 - 75%	
			<65	

Empresa Data Engineering & Logistics for Technology Resources and Optimization Networks (DELTRON) S.A.C:

OBJ. 2	INDICADORES		MEDIDAS		ESTADOS
INDICADOR	IND. CLIENTES		<u>NRO COMPRAS CLIENTES</u>	>65%	
			CLIENTES REGISTRADOS	55 - 65%	
				<55	

OBJ. 3	INDICADORES		MEDIDAS		ESTADOS
INDICADOR	IND. PRODUCTOS		<u>UNIDADES VENDIDAS</u>	>75%	
			UNIDADES META	65 - 75%	
				<65	

ENTREVISTAS CON LOS INTERESADOS:

- **Administrador de Ventas:**
 - **¿Cuáles son los objetivos del área que representa usted?**
 - Incrementar las ventas en un 15% mensuales.
 - Incrementar la captación de clientes en un 10% mensual.
 - Determinar la tendencia % de productos vendidos y no vendidos anuales.
 - **¿Qué hace para alcanzar los objetivos de incrementar las ventas, captar clientes y determinar la tendencia de productos?**
 - Generar Promociones En Adquisición De Productos.
 - Publicidad Redes Sociales (Facebook, Instagram)
 - **¿Como determina el nivel de ventas que tiene la empresa?**
 - Se determina con la fórmula:
Indicador Ventas= MontoVendidos/VentasEsperada
 - **¿Como determina el nivel de productos vendidos y no vendidos de la empresa?**
 - Se determina con la fórmula:
Indicador Productos=UnidadesVendidas/UnidadesMeta

Empresa Data Engineering & Logistics for Technology Resources and Optimization Networks (DELTRON) S.A.C:

De esta manera determinamos el nivel de productos vendidos, y para determinar los productos que no se han vendido, sería el restante que queda sin vender.

- **¿Como determinar el nivel de captación de aquellos nuevos clientes para la empresa?**
 - Se determina de la siguiente manera:
$$\text{Indicador Clientes} = \text{NroComprasClientes} / \text{ClientesRegistrados}$$
- **¿Qué requerimientos desea que se plasmen en los nuevos reportes mediante la solución de BI?**
 - Conocer Los Clientes Naturales Top 3 en compras, por despacho mensualmente.
- **DBA – DELTRON S.A.C:**
 - **¿Cuáles con las tablas donde hay mayor movimiento?**
 - Pedidos, Detapedido.
 - **¿Existen tablas para medir las metas planteadas en los objetivos establecidos para este proyecto?**
 - No hay tablas para medir metas planteadas de objetivos como los KPIs.
 - **¿Hay existencia de datos nulos en las tablas maestras?**
 - No, se trata de mantener todos los campos llenos de las tablas maestras, sobre todo en la tabla de Pedidos y DetaPedido.
- **Requerimientos que serán plasmados mediante Power BI**
 - Conocer el % de clientes según su clasificación (Natural y Jurídico) que compran la marca Samsung en marzo y abril de cada año con forma de pago tarjeta.
 - Conocer el % de tendencia de productos vendidos según la marca de manera anual.
 - Conocer los clientes jurídicos top 3, que realizaron compras mensuales de productos de la familia discos duros.
 - Conocer los despachos con top 5 marcas más vendidas trimestralmente.

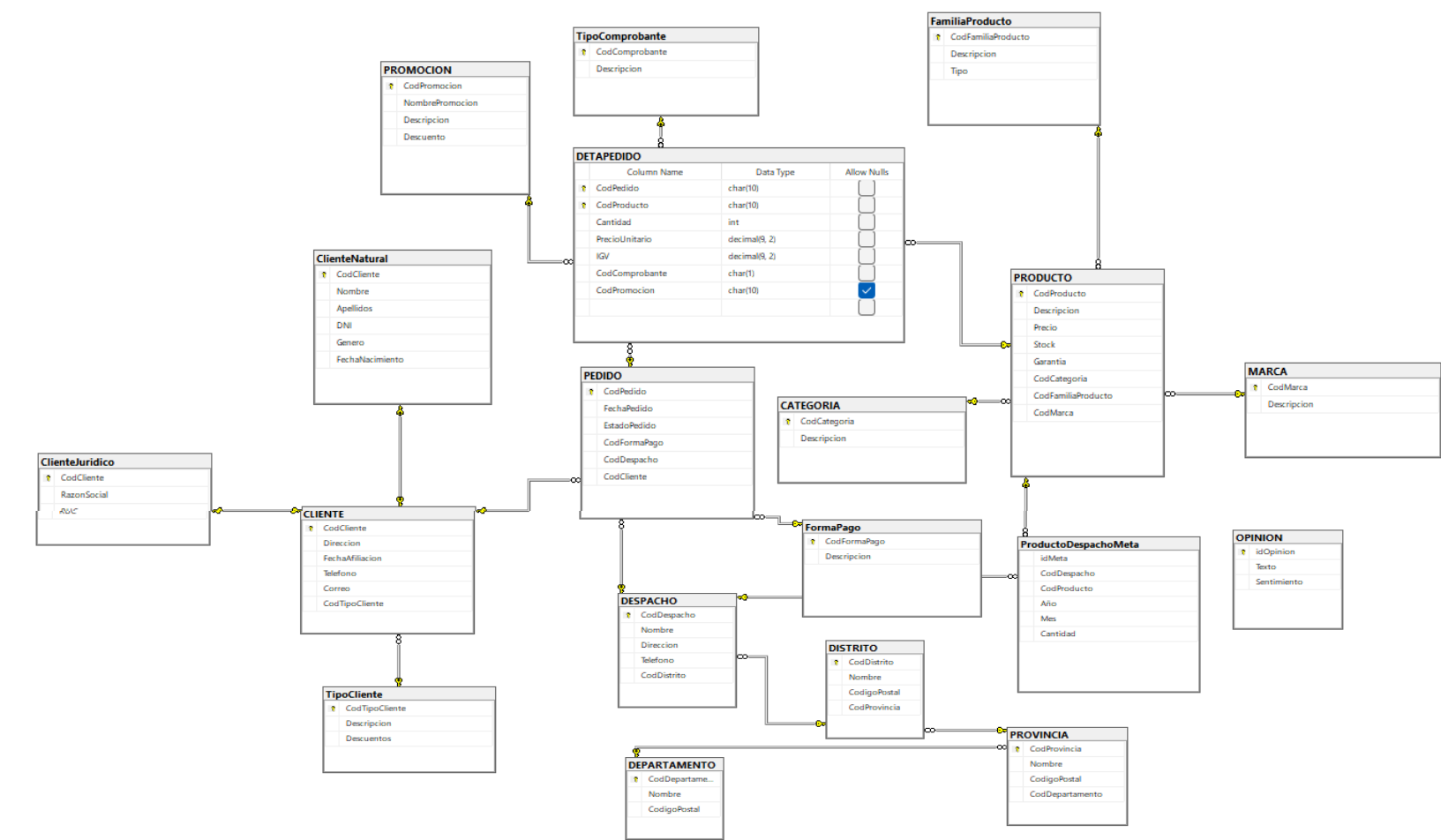
**Empresa Data Engineering & Logistics for Technology Resources and Optimization Networks
(DELTRON) S.A.C:**

**3. Reporte de compras de las familias de productos de la marca ASUS en el 2022 de
manera trimestral, según el tipo de cliente**

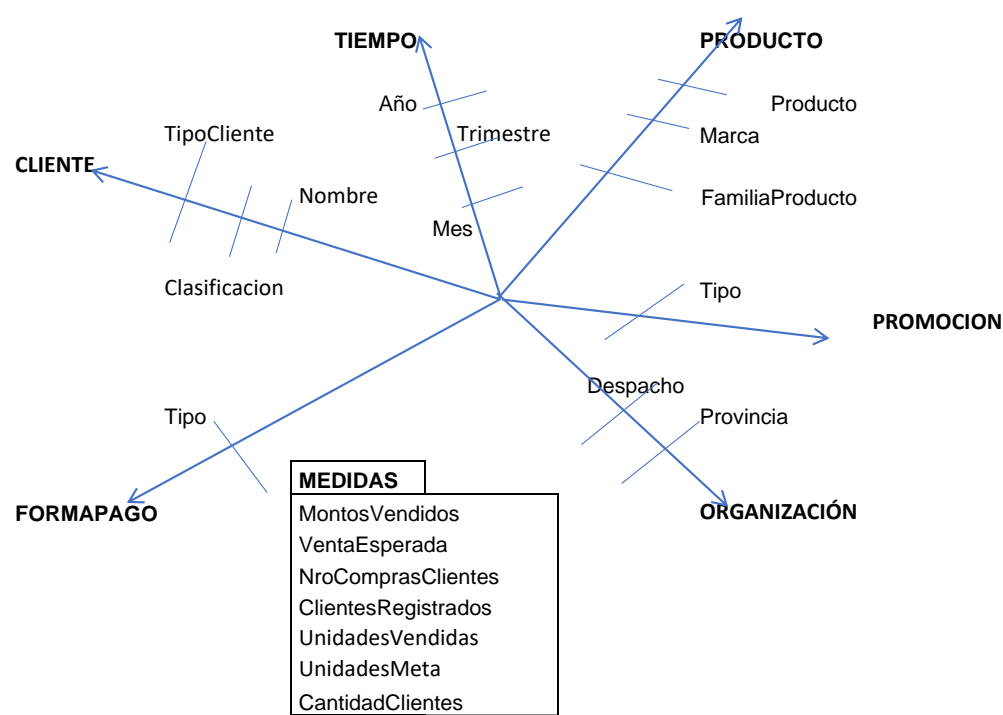
**REPORTE DE COMPRAS DE LAS FAMILIAS DE PRODUCTOS DE LA MARCA ASUS EN EL 2022 DE
MANERA TRIMESTRAL, SEGÚN EL TIPO DE CLIENTE**

TipoCliente	1	2	3	Total
COMERCIANTE	6,249,975.00	939,044.00	0.00	7,189,019.00
CPUS	240,500.00	5,200.00	0.00	245,700.00
DISCOS DUROS	83,325.00	4,620.00	0.00	87,945.00
LAPTOPS	4,748,825.00	882,332.00	0.00	5,631,157.00
MONITORES	129,200.00	19,000.00	0.00	148,200.00
MOTHERBOARDS	295,664.00	10,632.00	0.00	306,296.00
TARJETAS DE VIDEO	568,909.00	9,612.00	0.00	578,521.00
TECLADOS	183,552.00	7,648.00	0.00	191,200.00
EMPRESARIO	5,319,025.00	133,268.00	660.00	5,452,953.00
CPUS	275,600.00	3,250.00	0.00	278,850.00
DISCOS DUROS	76,725.00	495.00	660.00	77,880.00
LAPTOPS	3,796,884.00	114,294.00	0.00	3,911,178.00
MONITORES	95,950.00	4,750.00	0.00	100,700.00
MOTHERBOARDS	311,456.00	2,627.00	0.00	314,083.00
TARJETAS DE VIDEO	558,782.00	6,418.00	0.00	565,200.00
TECLADOS	203,628.00	1,434.00	0.00	205,062.00
NORMAL	2,163,924.00	0.00	0.00	2,163,924.00
CPUS	89,700.00	0.00	0.00	89,700.00
DISCOS DUROS	26,565.00	0.00	0.00	26,565.00
LAPTOPS	1,650,210.00	0.00	0.00	1,650,210.00
MONITORES	47,500.00	0.00	0.00	47,500.00
MOTHERBOARDS	104,886.00	0.00	0.00	104,886.00
TARJETAS DE VIDEO	197,741.00	0.00	0.00	197,741.00
TECLADOS	47,322.00	0.00	0.00	47,322.00
Total	13,732,924.00	1,072,312.00	660.00	14,805,896.00

Modelo Entidad Relación DELTRON S.A.C, después de agregar tabla para medir KPIs y estrategias



Análisis Dimensional Inicial



- TABLA RESUMEN SOBRE DIMENSIONES, TABLAS HECHOS E INDICADORES

Fuente		Medidas/Dimensiones(Niveles)
Tablero	Ind Ventas	MontosVendidos/VentaEsperada
ENTREVISTA 1	Ind Clientes	NroComprasClientes/ ClientesRegistrados
	Ind Productos	UnidadesVendidas / UnidadesMeta
	Medidas	CantidadClientes
	Dimensiones	Cliente (Nombre,Clasificacion, TipoCliente) Producto (Producto,Marca,FamiliaProducto) Organización(Almacen) Tiempo(Mes,Año) FormaPago (Tipo)
	Medidas	NroComprasClientes
Reporte 1	Medidas	Cliente (Nombre,Clasificacion) Producto (Marca) Tiempo(Mes,Año)
	Dimensiones	UnidadesVendidas
Reporte 2	Medidas	Cliente (Clasificacion) Organización(Almacen) Tiempo(Mes,Año)
	Dimensiones	UnidadesVendidas
Reporte 3	Medidas	MontosVendidos Cliente (TipoCliente) Producto(FamiliaProducto,Marca) Tiempo(Trimestre,Año)
	Dimensiones	UnidadesVendidas

- HOJA DE GESTIÓN (TABLERO DE CONTROL KPIs)

Hoja de Gestión

Proceso Ventas

Incrementar las ventas de nuestros productos
 Incrementar captación de clientes
 Determinar tendencia de productos vendidos

Estrategias Generar Promociones En Adquisición De Productos
 Publicidad en redes sociales (Facebook , Instagram)

Sistemas Información Ejecutivos Sistema Soporte Decisiones

	INDICADORES	MEDIDAS	ESTADOS	
Indicador	IND. VENTAS	MONTOS VENDIDOS	>75%	
		VENTA ESPERADA	65 - 75%	
			<65%	
Indicador	IND. CLIENTES	NRO COMPRAS CLIENTES	>65%	
		CLIENTES REGISTRADOS	55 - 65%	
			<55%	
Indicador	IND. CLIENTES	UNIDADES VENDIDAS	>75%	
		UNIDADES META	65 - 75%	
			<65%	

- HOJA DE ANÁLISIS

Hoja de Análisis

Medidas

MontosVendidos
 VentaEsperada
 NroComprasClientes
 ClientesRegistrados
 UnidadesVendidas
 UnidadesMeta
 CantidadClientes

Dimensiones	Formas de Analizar la Dimensión		
	TipoCliente	Clasificacion	NombreCliente
Cliente	TipoCliente	Clasificacion	NombreCliente
Tiempo	Año	Trimestre	Mes
Producto	NombreProducto	Marca	FamiliaProducto
Promocion	Promocion		
Organización	Provincia	Despacho	
FormaPago	FormaPago		

- JEARARQUÍAS Y DIMNESIONES

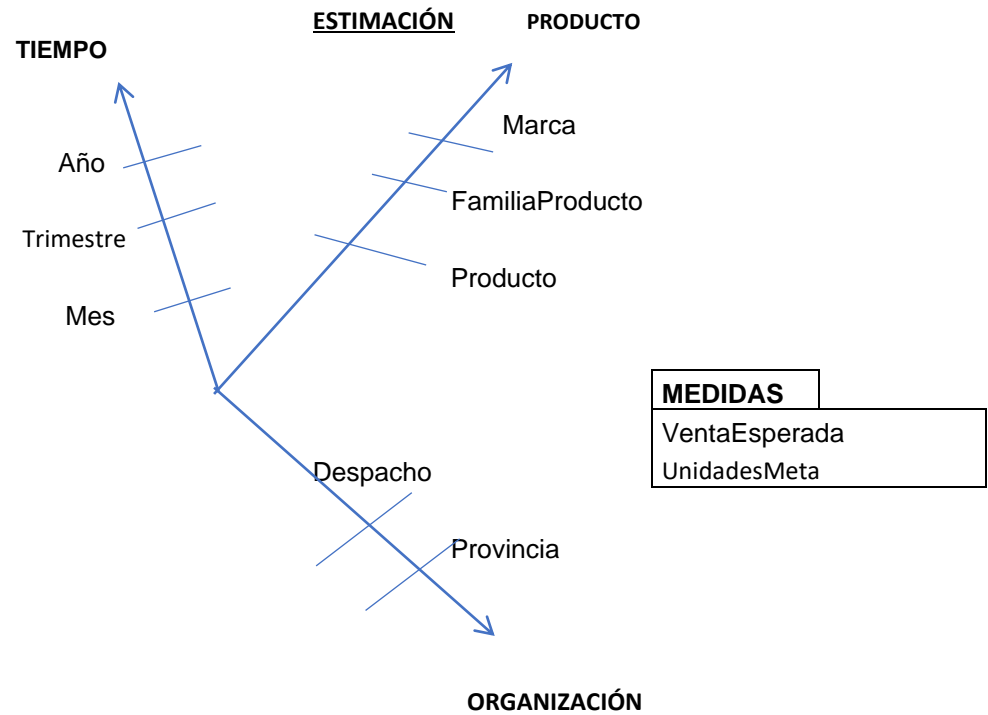
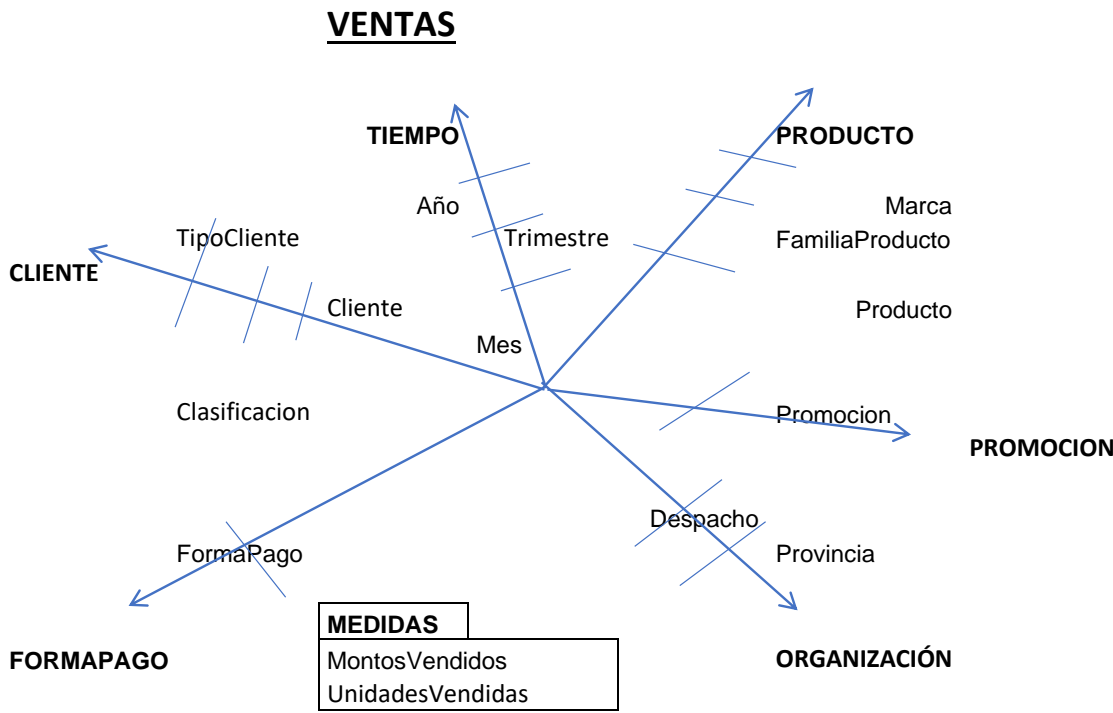
CUADRO DE DIMENSIONES Y JERARQUÍAS

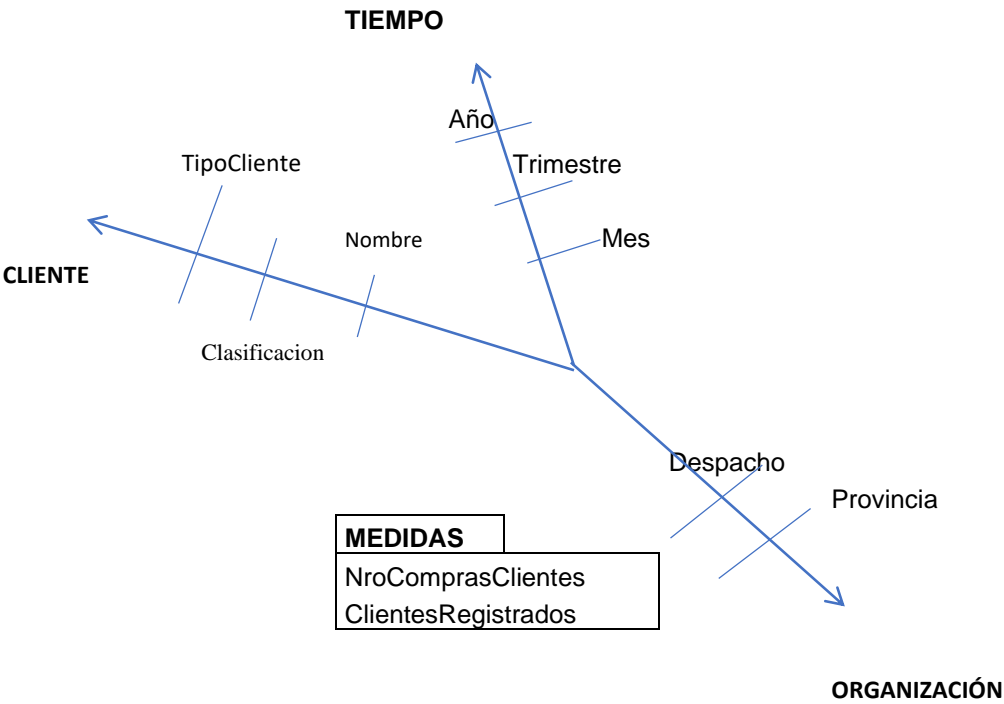
NIVELES					
DIMENSIONES	NIVEL 1	NIVEL 2	NIVEL 3	NIVEL 4	NIVEL 5
Cliente	NombreCliente	Clasificacion	TipoCliente		
Tiempo	Mensual	Trimestral	Anual		
Producto	NombreProducto	FamiliaProducto	Marca		
Promocion	Promocion				
Organización	Despacho	Provincia			
FormaPago	FormaPago				

- MEDIDAS Y DIMENSIONES

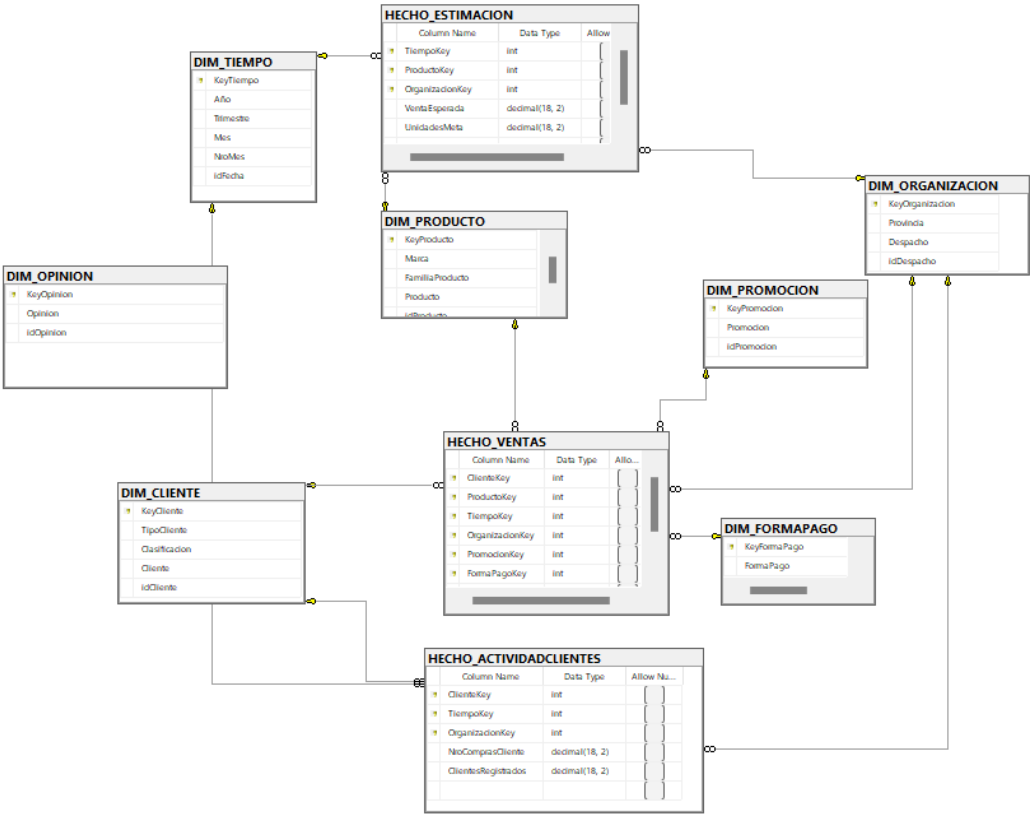
MEDIDAS Y DIMENSIONES							
		CLIENTE	TIEMPO	ORGANIZACIÓN	PRODUCTO	FORMAPAGO	PROMOCION
MontosVendidos							
VentaEsperada							
NroComprasClientes							
ClientesRegistrados							
UnidadesVendidas							
UnidadesMeta							
CantidadClientes							
Omitimos la medida CantidadClientes porque esta medida que es similar a una existente...							
		CLIENTE	TIEMPO	ORGANIZACIÓN	PRODUCTO	FORMAPAGO	PROMOCION
MontosVendidos	X	X	X	X	X	X	X
VentaEsperada	-	X	X	X	X	-	-
NroComprasClientes	X	X	X	X	-	-	-
ClientesRegistrados	X	X	x	x	-	-	-
UnidadesVendidas	X	X	X	X	X	X	X
UnidadesMeta	-	x	x	x	x	-	-

- ANÁLISIS DIMENSIONAL FINAL





- DISEÑO DIMENSIONAL (DATAMART):



Empresa Data Engineering & Logistics for Technology Resources and Optimization Networks (DELTRON) S.A.C:

- PROCESO ETL (EXTRAER – CARGAR - TRANSFORMAR):

• DIMENSIONES:

```
-- LLENADO DIMENSION CLIENTE: SCRIPT
```

```
MERGE [DATAMART_DELTRON_BD].[dbo].[DIM_CLIENTE] AS DIM USING  
(  
SELECT TIPO.Descripcion AS TIPOCLIENTE, dbo.ClasificacionCliente(CLI.CodCliente)  
as CLASIFICACION, dbo.MostrarNombreClienteFuncion(CLI.CodCliente) as  
NOMBRE, CLI.CodCliente AS idCliente  
FROM CLIENTE CLI INNER JOIN TipoCliente TIPO  
ON CLI.CodTipoCliente=TIPO.CodTipoCliente  
) AS OLTP ON DIM.idCliente=OLTP.idCliente  
WHEN NOT MATCHED THEN  
    INSERT(TIPOCLIENTE, CLASIFICACION, CLIENTE, IDCLIENTE) --<-- DATAMART  
    VALUES(TIPOCLIENTE, CLASIFICACION, NOMBRE, IDCLIENTE); --<-- TRANSACCIONAL
```

```
-- LLENADO DIMENSION TIEMPO: SCRIPT
```

```
MERGE [DATAMART_DELTRON_BD].[dbo].[DIM_TIEMPO] AS DIM USING  
(  
SELECT YEAR(FechaPedido) AS AÑO, DATEPART(Q, FechaPedido) AS  
TRIMESTRE, DATENAME(M, FechaPedido) AS MES , MONTH(FechaPedido) as  
NroMes, CAST(FechaPedido AS DATE) IDFECHA  
FROM PEDIDO ) AS OLTP ON DIM.IDFECHA=OLTP.IDFECHA  
WHEN NOT MATCHED THEN  
    INSERT(AÑO, TRIMESTRE, MES, NroMes, IDFECHA) --<-- DATAMART  
    VALUES(AÑO, TRIMESTRE, MES, NroMes, IDFECHA); --<-- TRANSACCIONAL
```

**Empresa Data Engineering & Logistics for Technology Resources and Optimization Networks
(DELTRON) S.A.C:**

```
--LLENADO DIMENSION PRODUCTO: SCRIPT
```

```
MERGE [DATAMART_DELTRON_BD].[dbo].[DIM_PRODUCTO] AS DIM USING  
(  
SELECT MAR.Descripcion AS MARCA,FAM.Tipo AS FAMILIAPRODUCTO,PROD.Descripcion AS  
PRODUCTO,PROD.CodProducto AS IDPRODUCTO  
FROM PRODUCTO PROD INNER JOIN FamiliaProducto FAM  
ON FAM.CodFamiliaProducto=PROD.CodFamiliaProducto  
INNER JOIN MARCA MAR ON MAR.CodMarca=PROD.CodMarca) AS OLTP ON  
DIM.IDPRODUCTO=OLTP.IDPRODUCTO  
WHEN NOT MATCHED THEN  
    INSERT(MARCA,FAMILIAPRODUCTO,PRODUCTO,IDPRODUCTO)--<--DATAMART  
    VALUES(MARCA,FAMILIAPRODUCTO,PRODUCTO,IDPRODUCTO);--<--TRANSACCIONAL
```

```
--LLENADO DIMENSION PROMOCION: SCRIPT
```

```
MERGE [DATAMART_DELTRON_BD].[dbo].[DIM_PROMOCION] AS DIM USING  
(  
SELECT NombrePromocion AS PROMOCION,CodPromocion AS IDPROMOCION  
FROM PROMOCION) AS OLTP ON DIM.IDPROMOCION=OLTP.IDPROMOCION  
WHEN NOT MATCHED THEN  
    INSERT(PROMOCION,IDPROMOCION)--<--DATAMART  
    VALUES(PROMOCION,IDPROMOCION);--<--TRANSACCIONAL
```

```
--LLENADO DIMENSION ORGANIZACION
```

```
MERGE [DATAMART_DELTRON_BD].[dbo].[DIM_ORGANIZACION] AS DIM USING  
(  
SELECT PROV.Nombre AS PROVINCIA,DESP.Nombre AS DESPACHO,DESP.CodDespacho AS  
IDDESPACHO FROM DESPACHO DESP INNER JOIN DISTRITO DIST ON  
DESP.CodDistrito=DIST.CodDistrito  
INNER JOIN PROVINCIA PROV ON PROV.CodProvincia=DIST.CodProvincia  
)AS OLTP ON DIM.IDDESPACHO=OLTP.IDDESPACHO  
WHEN NOT MATCHED THEN  
    INSERT(PROVINCIA,DESPACHO,IDDESPACHO)--<--DATAMART  
    VALUES(PROVINCIA,DESPACHO,IDDESPACHO);--<--TRANSACCIONAL
```

**Empresa Data Engineering & Logistics for Technology Resources and Optimization Networks
(DELTRON) S.A.C:**

```
--LLENADO DIMENSION FORMAPAGO: SCRIPT
```

```
MERGE [DATAMART_DELTRON_BD].[dbo].[DIM_FORMAPAGO] AS DIM USING  
(  
SELECT Descripcion AS FORMAPAGO,CodFormaPago AS IDFORMAPAGO  
FROM FormaPago  
) AS OLTP ON DIM.IDFORMAPAGO=OLTP.FORMAPAGO  
WHEN NOT MATCHED THEN  
    INSERT(FORMAPAGO,IDFORMAPAGO)--<--DATAMART  
    VALUES(FORMAPAGO,IDFORMAPAGO);--<--TRANSACCIONAL
```

```
--LLENADO DIMENSION OPINIONES FACEBOOK: SCRIPT
```

```
MERGE [DATAMART_DELTRON_BD].DBO.DIM_OPINION AS DIM USING(  
SELECT Clasificacion=CASE WHEN CAST(Sentimiento as decimal) between 0.5 and 1  
THEN 'POSITIVA'  
WHEN CAST(Sentimiento as decimal)<=-0.5 then 'NEGATIVA' ELSE 'NEUTRA' END,  
IdOpinion FROM OPINION )AS OLTP ON DIM.idOpinion=OLTP.idOpinion  
WHEN NOT MATCHED THEN  
    INSERT (Opinion,idOpinion)  
    VALUES(Clasificacion,idOpinion);
```


**Empresa Data Engineering & Logistics for Technology Resources and Optimization Networks
(DELTRON) S.A.C:**

- **TABLAS HECHOS**

```
-- TABLA HECHO_VENTAS : SCRIPT

TRUNCATE TABLE [DATAMART_DELTRON_BD].[dbo].[HECHO_VENTAS]

GO

INSERT [DATAMART_DELTRON_BD].[dbo].[HECHO_VENTAS]

(CLIENTEKEY,PRODUCTOKEY,TIEMPOKEY,ORGANIZACIONKEY,PROMOCIONKEY,FORMAPAGOKEY,MONTOSVENDIDOS
,UNIDADES VENDIDAS)

SELECT
DCLI.KeyCliente,DPROD.KeyProducto,DTIEM.KeyTiempo,DORG.KeyOrganizacion,DPRM.KeyPromocion,
DFORM.KeyFormaPago,

SUM(DET.Cantidad*DET.PrecioUnitario) AS MONTOSVENDIDOS,

SUM(DET.Cantidad) AS UNIDADES VENDIDAS

FROM PRODUCTO PROD INNER JOIN DETAPEDIDO DET

ON PROD.CodProducto=DET.CodProducto

INNER JOIN PEDIDO PED ON PED.CodPedido=DET.CodPedido

INNER JOIN [DATAMART_DELTRON_BD].DBO.DIM_PRODUCTO DPROD ON
DPROD.idProducto=PROD.CodProducto

INNER JOIN [DATAMART_DELTRON_BD].DBO.DIM_CLIENTE DCLI ON DCLI.idCliente=PED.CodCliente

INNER JOIN [DATAMART_DELTRON_BD].DBO.DIM_TIEMPO DTIEM ON
DTIEM.idFecha=CAST(PED.FechaPedido AS DATE)

INNER JOIN [DATAMART_DELTRON_BD].DBO.DIM_ORGANIZACION DORG ON
DORG.idDespacho=PED.CodDespacho

INNER JOIN [DATAMART_DELTRON_BD].DBO.DIM_PROMOCION DPROM ON
DPROM.idPromocion=DET.CodPromocion

INNER JOIN [DATAMART_DELTRON_BD].DBO.DIM_FORMAPAGO DFORM ON
DFORM.idFormaPago=PED.CodFormaPago

GROUP BY
DCLI.KeyCliente,DPROD.KeyProducto,DTIEM.KeyTiempo,DORG.KeyOrganizacion,DPRM.KeyPromocion,
DFORM.KeyFormaPago
```

**Empresa Data Engineering & Logistics for Technology Resources and Optimization Networks
(DELTRON) S.A.C:**

```
-- TABLA HECHO_ESTIMACION : SCRIPT
GO

TRUNCATE TABLE [DATAMART_DELTRON_BD].[dbo].[HECHO_ESTIMACION]

go

INSERT [DATAMART_DELTRON_BD].[dbo].[HECHO_ESTIMACION]
(TiempoKey,ProductoKey,OrganizacionKey,VentaEsperada,UnidadesMeta)

SELECT DTIEM.KeyTiempo,DPROD.KeyProducto,DORG.KeyOrganizacion,
SUM(META.CANTIDAD*PROD.PRECIO) AS VENTAESPERADA,
SUM(META.Cantidad)AS UnidadesMeta
FROM ProductoDespachoMeta META
INNER JOIN PRODUCTO PROD ON PROD.CodProducto=meta.CodProducto
INNER JOIN DESPACHO DSP ON DSP.CodDespacho=META.CodDespacho
INNER JOIN DATAMART_DELTRON_BD.DBO.DIM_PRODUCTO DPROD ON DPROD.idProducto=META.CodProducto
INNER JOIN DATAMART_DELTRON_BD.DBO.DIM_ORGANIZACION DORG ON
DORG.idDespacho=META.CodDespacho
INNER JOIN PEDIDO PED ON PED.CodDespacho=DSP.CodDespacho
INNER JOIN DATAMART_DELTRON_BD.DBO.DIM_TIEMPO DTIEM ON DTIEM.idFecha=CAST(PED.FechaPedido
AS DATE)

WHERE YEAR(PED.FechaPedido)=2023 AND DTIEM.Año=2023 AND META.Año=2023 AND
DTIEM.NroMes=META.Mes AND PED.CodDespacho=META.CodDespacho AND
PROD.CodProducto=DPROD.idProducto

GROUP BY DTIEM.KeyTiempo,DPROD.KeyProducto,DORG.KeyOrganizacion
```

```
--LLENADO TABLA HECHOS ACTIVIDADCLIENTE

TRUNCATE TABLE [DATAMART_DELTRON_BD].[dbo].[HECHO_ACTIVIDADCLIENTES]

INSERT [DATAMART_DELTRON_BD].[dbo].[HECHO_ACTIVIDADCLIENTES]
(ClienteKey,TiempoKey,OrganizacionKey,NroComprasCliente,CientesRegistrados)

SELECT DC.KeyCliente,DT.KeyTiempo,DO.KeyOrganizacion, SUM(NroComprasClientes.NroCompras) AS
NROCOMPRASCLIENTE, COUNT(C.CodCliente) AS CientesRegistrados FROM CLIENTE C INNER JOIN
PEDIDO PED ON C.CodCliente = PED.CodCliente INNER JOIN
[DATAMART_DELTRON_BD].[dbo].[DIM_CLIENTE] AS DC ON DC.idCliente = C.CodCliente

INNER JOIN [DATAMART_DELTRON_BD].[dbo].[DIM_TIEMPO] AS DT ON DT.idFecha =
CAST(PED.FechaPedido AS DATE) INNER JOIN [DATAMART_DELTRON_BD].[dbo].[DIM_ORGANIZACION] AS
DO ON DO.idDespacho = PED.CodDespacho LEFT JOIN (SELECT c.CodCliente, COUNT(p.CodPedido) AS
NroCompras FROM Cliente c LEFT JOIN Pedido p ON c.CodCliente = p.CodCliente

GROUP BY c.CodCliente) AS NroComprasClientes ON NroComprasClientes.CodCliente = C.CodCliente

GROUP BY DC.KeyCliente,DT.KeyTiempo,DO.KeyOrganizacion
```