

## EVALUACIÓN CONTINUA I

### Diseñar un modelo de datos en estrella (Star Schema) para un Data Warehouse que permita:

- ✓ **Análisis granular de ventas:** Por producto, línea, familia, país, cliente (identificando corporativos), vendedor, y proceso de producción.
- ✓ **Análisis temporal:** Anual, mensual, semanal, con comparativos entre periodos y acumulado.
- ✓ **Métricas clave:** Ventas en unidades monetarias y físicas, participación porcentual de cada variable en las ventas totales.

#### TAREAS:

- A. **Identificar la Tabla de Hechos:** ¿Cuál de las tablas disponibles contiene las métricas de ventas que se analizarán?
- B. **Identificar las Dimensiones:** ¿Qué tablas describen las características o atributos de las ventas (tiempo, producto, cliente, etc.)?
- C. **Diseñar el Esquema en Estrella:** Crear un diagrama que muestre la tabla de hechos central y las dimensiones conectadas a ella.
- D. **Definir las Claves:** Establecer las claves primarias y foráneas que relacionarán las tablas.
- E. **Considerar las Métricas:** ¿Qué medidas adicionales (además de unidades e importe) se podrían calcular en la tabla de hechos (por ejemplo, márgenes, descuentos)?
- F. **Preguntas a resolver:** para el análisis de ventas puede responder a una amplia gama de preguntas estratégicas y operativas (Elabore 12 preguntas, estratégicas y operativas)

#### EJEMPLO DE PREGUNTAS ESTRATEGICAS

¿Cuáles son los productos más vendidos en términos de unidades y valor en el último año/trimestre/mes?

#### EJEMPLO DE PREGUNTAS OPERATIVAS

¿Cuáles son los productos que han experimentado una disminución en las ventas en el último trimestre?

## **CASO VENTAS**

### **Características:**

- Detalle de ventas en unidades monetarias y físicas
- Análisis de ventas Anual, mensual y semanal
- Evaluación de ventas por Empresa y países
- Niveles de detalle por Familia, línea y producto
- Detalle por cliente, identificando los clientes corporativos
- Detalle por Proceso de Producción
- Análisis de ventas por Vendedor

### **Consideraciones:**

- Comparativo de ventas entre unidades de tiempo
- Análisis de ventas de uno o más años a la vez
- Suma acumulada de ventas
- Participación porcentual de las variables de ventas

