GESTIÓN DE DATOS

<u>Trabajo Práctico - Marketplace</u>

Comisión:

K3671

Profesor:

Marcelo Moscuzza

Alumnos:

Hartwig, Federico (177.570-4) Hygonenq, Federico (203.730-0) Romero Rocha, Sebastian (209.176-8) Szapari Marcos, Marco (209.202-5)



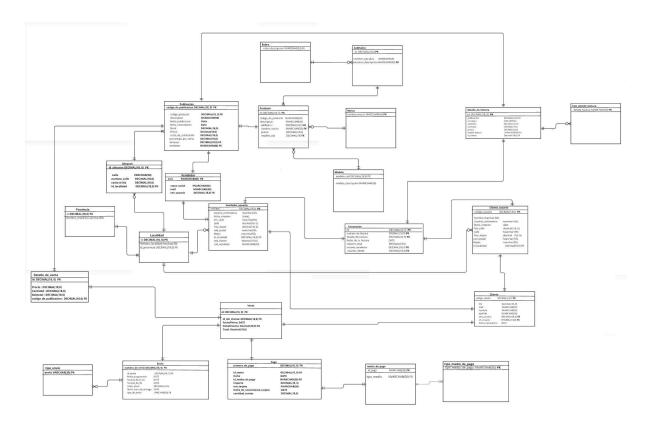
Universidad Tecnológica Nacional (FRBA) - 2024

ÍNDICE

ÍNDICE	1
MODELO RELACIONAL	2
DER	2
Estrategia	2
Justificación del Cambio en la Clave Foránea	2
BUSINESS INTELLIGENCE (BI)	4
DER	4
Estrategia	4
Dimensiones Utilizadas	4
Tablas de Hechos	4
Localidad	5

MODELO RELACIONAL

DER



<u>Estrategia</u>

Justificación del Cambio en la Clave Foránea

Decidimos hacer un ajuste en la referencia de la clave foránea usuario_cliente en nuestra base de datos, y quiero explicar un poco el porqué de esta decisión.

En el diseño original, la referencia estaba un poco al revés y eso nos complicaba a la hora de identificar qué datos pertenecían a cada usuario. Resultaba engorroso y poco intuitivo, lo que hacía que la gestión de la información se volviera más complicada. Al cambiar la referencia hacia usuario_cliente, logramos que la relación entre las tablas sea mucho más clara, facilitando el acceso y la identificación de los datos que nos interesan.

Además, notamos que había varios campos repetidos que, sinceramente, solo generaban ruido y complicaban la normalización de la base de datos. Con la decisión de implementar una clave primaria IDENTITY, no solo eliminamos esta redundancia, sino que también aseguramos que cada registro sea único y fácil de manejar. Esto simplifica enormemente las tareas de mantenimiento y actualización.

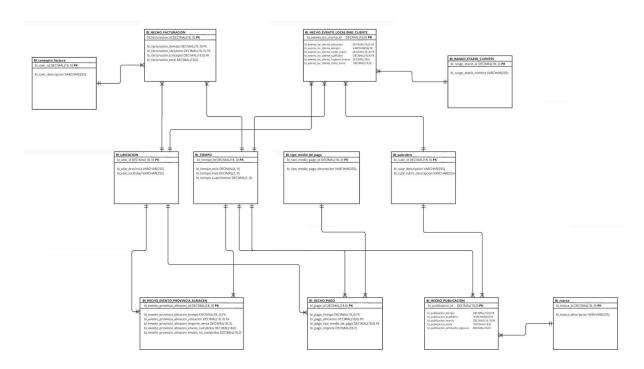
Otro punto importante fue que las tablas de Factura y Detalle_de_factura no estaban relacionadas con ningún usuario, lo que limitaba nuestra capacidad de rastrear a quién

pertenecían las transacciones. Al permitir que estos campos sean NULL, logramos conservar todos los datos necesarios sin perder información valiosa.

En resumen, este cambio no solo mejora la claridad de la base de datos, sino que también nos da una mayor flexibilidad y capacidad para escalar a futuro. Con esta nueva estructura, estamos mejor equipados para manejar la información de manera más eficiente y adaptarnos a las necesidades que surjan.

BUSINESS INTELLIGENCE (BI)

DER



Estrategia

Dimensiones Utilizadas

- 1. **Tiempo**: Permite desglosar análisis por año, cuatrimestre, mes, y rango horario.
- 2. **Ubicación**: Provincia y localidad del cliente o almacén.
- 3. Clientes: Clasificación por rango etario.
- 4. **Productos**: Rubro y subrubro para publicaciones.
- 5. Pagos: Tipos de medio de pago.
- 6. **Envíos**: Tipos y costos de envío.

Tablas de Hechos

Las tablas de hechos (BI_HECHO_EVENTO_LOCALIDAD_CLIENTE, BI_HECHO_VENTAS,) concentran métricas clave como importes, tiempos, cantidades y relaciones con las dimensiones y la combinación de las dimensiones, lo que permite realizar de manera más fácil las vistas, casi siempre acudiendo al Modelo BI solamente. En especifico:

BI_HECHO_PUBLICACION: Almacena información relacionada con las publicaciones, incluyendo tiempo, subrubro, marca, stock y promedio de vigencia.

BI_HECHO_EVENTO_LOCALIDAD_CLIENTE: Contiene detalles de los eventos de ventas por localidad y cliente, incluyendo ventas, costos de envío, ubicaciones y rangos etarios de los clientes.

BI_HECHO_PAGO: Guarda los registros de pagos, con datos sobre el tiempo, ubicación, medio de pago y monto de la transacción.

BI_HECHO_EVENTO_PROVINCIA_ALMACEN: Registra eventos de ventas por provincia y almacén, incluyendo el monto de ventas, envíos cumplidos y no cumplidos.

BI_HECHO_FACTURACION: Contiene datos sobre facturación, con la fecha de emisión, ubicación, concepto y el total facturado.

que son luego utilizado como from desde las views

Localidad y Fecha de Envío

Modificamos nuestro Script para el Modelo BI fue necesario agregar Localidad, pero sin realizar modificaciones en ningún momento sobre las Tablas del Modelo. Por otro lado, pasamos la fecha del envío de DATE a DATETIME para cumplir con un requerimiento en las migraciones.