UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA MATANZA

INTELIGENCIA DE NEGOCIOS

**Modelado Dimensional**

**Ejercicio 1 – Caso DORSA**

DORSA (Dos Ruedas S. A). es una empresa que se dedica a vender accesorios para bicicletas. Tiene dos zonas de venta: Sur y Oeste, y en cada una de ellas tiene un plantel de vendedores. Dichos vendedores tienen con DORSA relaciones de dos tipos: Los vendedores exclusivos venden solamente productos de DORSA, mientras que los no exclusivos dedican sólo parte de su tiempo a la venta de productos de DORSA.

DORSA vende dos clases de productos: los que son para la bicicleta (como el espejo) y los que son para el ciclista (como el casco).

En la actualidad la empresa vende principalmente siete productos: bocinas, espejos, cubre-manubrios y caja de cambios para la bicicleta y cascos, muñequeras y remeras para los ciclistas.

A partir del año 2010 (cuando empiezan a registrar información de ventas) se atienden dos tipos de mercados: el mercado local y la exportación.

El análisis de datos tiene como objetivo usar la información disponible para responder a preguntas tales como:

* ¿Cuántas unidades de cada producto se vendieron en el mercado local y en el de exportación?
* ¿Cómo evolucionaron los precios promedio desde 2010 a 2021?
* ¿Cómo fueron las ventas de cada tipo de producto en cada zona?
* ¿Vendieron más los vendedores exclusivos que los no exclusivos?
* ¿Cómo fue la evolución de las ventas en los últimos doce meses?
* ¿Cómo vendió cada vendedor los productos de cada nivel de precios?

La información de ventas se tiene acumulada por mes y comprende la cantidad vendida y el precio por unidad. La información para el sistema de Soporte a la Decisión proviene de la base de datos de Ventas, que consta fundamentalmente de tres grandes tablas:

* Productos
* Vendedores
* Ventas

Las tablas contienen la siguiente información:

*Productos*

* Código de producto
* Descripción del producto
* Código de Tipo de producto

Otra tabla permite conocer la denominación de cada tipo de producto.

*Vendedores*

* Identificador del vendedor
* Nombre del vendedor
* Código de zona del vendedor
* Código de relación del vendedor con DORSA

Otras tablas permiten conocer el nombre de cada zona y la descripción de cada tipo de relación del vendedor con DORSA (exclusivo o no exclusivo).

*Ventas*

* Identificación del primer día de cada mes (Ej. 01/04/2021)
* Código de producto vendido
* Identificador del vendedor
* Código de mercado
* Cantidad del producto vendida
* Precio unitario

El código de producto y el identificador del vendedor remiten a las tablas de productos y de vendedores respectivamente, mientras que hay una tabla que permite conocer la denominación de cada mercado.

A partir del enunciado anterior, se pide:

1. Liste las posibles dimensiones.
2. Liste las medidas o hechos, indicando cuáles corresponden a medidas básicas y calculadas. ¿En qué proceso de negocio englobaría los hechos detectados?
3. Construya el modelo dimensional conceptual indicando la granularidad del modelo.
4. Identifique atributos para cada dimensión con sus jerarquías.
5. Construya el modelo dimensional lógico.

**Fecha Límite de Entrega:** Opcional (\*)[[1]](#footnote-1)

1. *(\*)*

   *Los TPs Opcionales sirven para afianzar conceptos necesarios para realizar los TPs de Aplicación y serán corregidos en clase y/o mediante Autoevaluación.*

   *Los TPs de Aplicación tienen una Fecha Límite de Entrega que deberá ser cumplida sin excepción y deben entregarse siguiendo lo indicado en el documento: “1325 Inteligencia de Negocios - Circuito Entrega TPs INaaaa”. Serán corregidos en detalle por los docentes.*

   *Para las REENTREGAS: conservar el mismo documento durante las sucesivas correcciones manteniendo los comentarios efectuados por los docentes, agregando y resaltando los cambios solicitados para su posterior validación.*

   *Ver Condiciones de Cursada en MIeL – Sección: “Plazos y condiciones de Entrega Trabajos Prácticos y Casos de Estudio”* [↑](#footnote-ref-1)