UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA MATANZA

INTELIGENCIA DE NEGOCIOS

**Modelado Dimensional**

**Ejercicio Caso Práctico – Supermercados Precios Justos**

Los supermercados Precios Justos empezaron siendo una empresa familiar. Posteriormente, para seguir creciendo, empezaron a otorgar franquicias para utilizar el nombre. En la actualidad tienen 12 sucursales, de las cuales seis son propias y las otras seis son franquicias. Asimismo, tienen cinco proveedores con los cuales trabajan regularmente y que proveen los artículos que se venden y distribuyen a las distintas sucursales.

Los principales rubros que manejan los supermercados de la cadena son: comestibles, bebidas, perfumería, jardinería, bazar y juguetería. Hay otros rubros menores, pero su volumen de venta hace que por el momento no se los tenga en cuenta. En la nomenclatura que utiliza Precios Justos los tipos de artículo son lo que más arriba hemos denominado “rubros”. Cada uno de estos tipos comprende varias familias, y cada una de éstas comprende varios artículos.

El análisis de la información para controlar la marcha del negocio era sencillo cuando sólo había pocas sucursales, pero con la multiplicación y dispersión de las sucursales la tarea amenazaba con volverse inmanejable.

Por eso los dueños de supermercados Precios Justos decidieron adoptar una solución de BI, que les brinde una visión global del negocio, con la posibilidad de llegar a un nivel detallado en caso de ser necesario.

La información de ventas consta de los siguientes datos:

* Fecha de la venta
* Número de artículo
* Número de sucursal
* Cantidad de unidades vendidas
* Precio unitario

La información sobre artículos tiene estos datos:

* Número de artículo
* Denominación del artículo
* Familia
* Precio

La información sobre sucursales contiene:

* Número de sucursal
* Nombre de la sucursal
* Ciudad donde se encuentra
* Condición (propia o franquicia)

El análisis de los datos tiene como objetivo usar la información disponible para responder (o ayudar a responder) preguntas como:

* ¿Venden más las sucursales propias que las franquicias?
* ¿Qué tipos de artículos se venden más en cada sucursal?
* ¿Cuáles son los tipos de artículo que aporta el mayor ingreso de ventas?
* ¿Qué artículos se venden más en las sucursales propias?
* ¿Las sucursales de la Capital Federal venden más que las del conurbano o del interior?
* ¿Cuál fue el proveedor al que más productos se le compraron en los últimos 12 meses?
* Diferencias porcentuales de ventas con respecto a iguales períodos de años anteriores.

A partir del enunciado anterior, se pide:

1. ¿Cuál es el objetivo de negocios a cumplir?
2. Liste las posibles dimensiones.
3. Liste las medidas o hechos, indicando cuáles corresponden a medidas básicas y calculadas. ¿En qué proceso de negocio englobaría los hechos detectados?
4. Construya el modelo dimensional conceptual indicando la granularidad del modelo.
5. Identifique atributos para cada dimensión con sus jerarquías.
6. 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)