

**Modelo estrella de un Data Mart**

**Hugo Alexander Carvajal Gonzalez (Grupo 76)**

**Udeilor Ulises Uscategui Puentes (Grupo 93)**

**Luisa Alejandra Carvajal Mazo (Grupo 94)**

**Valentina Ayala Zapata (Grupo 76)**

**Docente:**

**Victor Hugo Mercado**

**Asignatura:**

**Base de datos II**

**Institución Universitaria Digital de Antioquia e**

**Abril**

**2024**

## **Introducción**

En este trabajo estamos presentando un análisis de la base de datos “jardinería”, nuestro objetivo es diseñar un modelo dimensional estrella que nos permita comprender el comercio y las diferentes relaciones que hay entre las diferentes tablas que se encuentran allí, exploraremos la estructura de la base de datos para identificar las dimensiones y la tabla de hechos, así buscamos una solución que nos facilite una mejor comprensión y un mejor análisis de los datos de la empresa.

## **Objetivos**

Objetivo General:

Conocer la situación histórica de la empresa por años, días, meses o semanas a fin de conocer en qué épocas del año se venden más productos y en qué sucursales se realiza.

Objetivos Específicos:

- Conocer las ventas por un tiempo determinado.
- Conocer las ventas por oficina determinada.
- Conocer cuales son los clientes que más compran, y qué productos son los que más compran a fin de ofrecerles ofertas.

## **Planteamiento del problema**

La jardinería “Flores de Azucena” necesita, conocer los momentos del año en los que los clientes compran mayor cantidad de productos de la jardinería, a fin de optimizar las ventas y conocer así que sucursal es la que más vende por cantidad y por precio de ventas. Para conocer esta situación se pide modelar un Data Mart y tomar acción con decisiones a futuro.

## **Análisis del problema:**

### ***Dimensiones***

#### **Cliente:**

- Id\_DIM\_Cliente
- Nombre\_cliente
- Nombre\_contacto
- Teléfono
- Dirección

#### **Oficina:**

- id\_oficina
- descripción
- ciudad
- dirección
- país
- región
- teléfono

#### **Producto:**

- id\_producto
- código\_Producto
- nombre
- categoría
- dimensiones
- proveedor
- descripción
- cantidad\_en\_estock
- precio\_venta
- precio\_proveedor

#### **Tiempo:**

- id\_tiempo
- día
- semana
- mes
- año

#### **Empleado:**

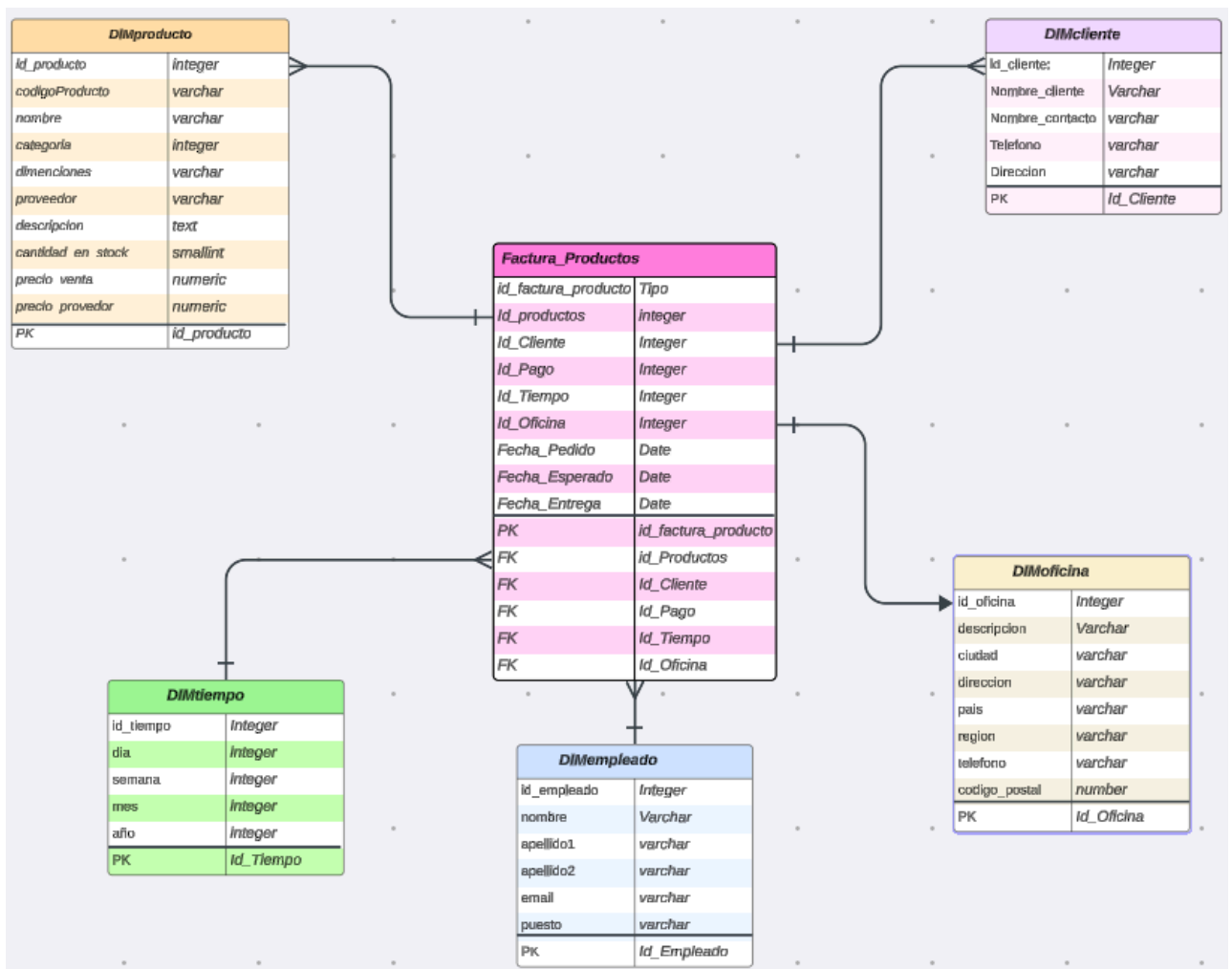
- id\_empleado
- nombre
- apellido1
- apellido2
- email
- puesto

## Hechos

Factura\_pedido:

- id\_pedido
- Id\_cliente
- Id\_producto
- Id\_oficina
- Id\_empleado
- id\_tiempo
- fecha\_pedido
- fecha\_esperada
- fecha\_entrega
- estado

## PROPUESTA DE LA SOLUCIÓN.



## **Conclusiones.**

Mediante el anterior trabajo podemos concluir que:

- Es un modelo óptimo para organizar los datos en el sistema de negocios de manera inteligente.
- Gracias al modelo dimensional podemos tomar decisiones de manera más clara y eficaces, por tanto nos permite encontrar respuestas a todo lo relacionado con el negocio.
- Con este análisis podemos relacionar datos con un objetivo central de forma más rápida.

## Anexos

- [https://lucid.app/lucidspark/6995b3d4-e72e-41d0-9e91-f9403aede029/edit?viewport\\_loc=-821%2C-934%2C3415%2C1623%2C0\\_0&invitationId=inv\\_fa16c5fb-7058-4b40-8359-3f2f113f97f5](https://lucid.app/lucidspark/6995b3d4-e72e-41d0-9e91-f9403aede029/edit?viewport_loc=-821%2C-934%2C3415%2C1623%2C0_0&invitationId=inv_fa16c5fb-7058-4b40-8359-3f2f113f97f5)
- *¿Qué es un data mart? | IBM.* (s. f.).  
<https://www.ibm.com/mx-es/topics/data-mart>
- <https://www.tecon.es/que-es-el-modelo-estrella/>

## Bibliografía.