



## Proyecto - Venta de Retail

IS601 - Bases de datos II

### Integrantes

Nombre	Numero De Cuenta	Correo
Jesé Daniel Aguilar Martínez	20141012902	<a href="mailto:jese.aguilar@unah.hn">jese.aguilar@unah.hn</a>
Demsey Giovany Euceda Sanchez	20161000978	<a href="mailto:demsey.euceda@unah.hn">demsey.euceda@unah.hn</a>
Anibal Alejandro Reyes	20171003445	<a href="mailto:anibalreyes@unah.hn">anibalreyes@unah.hn</a>
Francisca Alejandra Ramirez	20151003826	<a href="mailto:framirez@unah.hn">framirez@unah.hn</a>

### Objetivo del negocio

La idea principal es reconocer el potencial de una empresa de venta de productos de consumo, haciendo uso de los conceptos de ETL, DataMart y Data Warehouse con los cuales se busca definir cuales son esas áreas donde el negocio posee oportunidades de mejora para poder tomar decisiones que cambien el curso del negocio directamente al éxito comercial.

### Información relevante para la inteligencia del negocio

1. Productos que representan un mayor margen de ganancia al mes.
2. Productos más vendidos al mes.
3. Sucursal que más productos vende en un año.
4. Marcas de productos más vendidas en una semana.
5. Categorías de productos que más se compran a los proveedores en un mes.
6. Horas en las que más se realizan ordenes de ventas al día.
7. Municipios donde hay una mayor cantidad de ventas.
8. Tiendas que producen la mayor ganancia al mes.
9. Empleados que producen más ventas en una semana.
10. Sucursal que tenga a los empleados con más productos vendidos al mes.

### Métricas relevantes

1. Empleados que producen más ventas al trimestre.
2. Sucursal que producen la mayor cantidad de ventas al mes.

3. Productos más vendidos al mes.
4. Marcas de productos más vendidas en una semana.
5. Municipios donde hay una mayor cantidad de ventas al año.