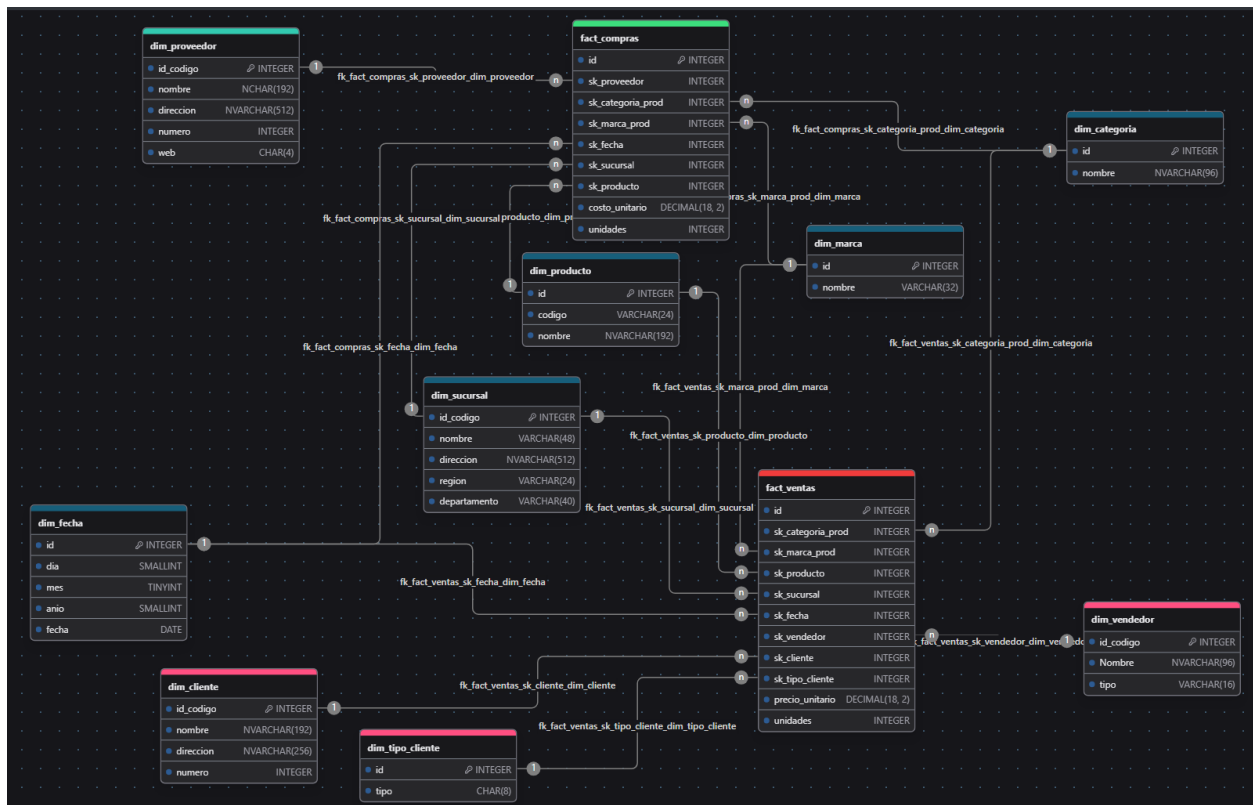


## **Analisis de Ventas y Compras de SGFood**

Con los siguientes análisis se pretende comprender el comportamiento de las ventas y compras desde diferentes puntos de vista a través del tiempo y desde diferentes niveles de detalle. Los resultados presentados en forma visual, en graficas, tablas, componentes interactivos nos permitirán tomar decisiones basadas en la información para dirigir nuestros esfuerzos y tiempo tomando en cuenta aspectos geográficos, temporales, regionales, sociales para descifrar patrones de consumo, gasto y mal gasto como oportunidad de mejora.

# Datamarts

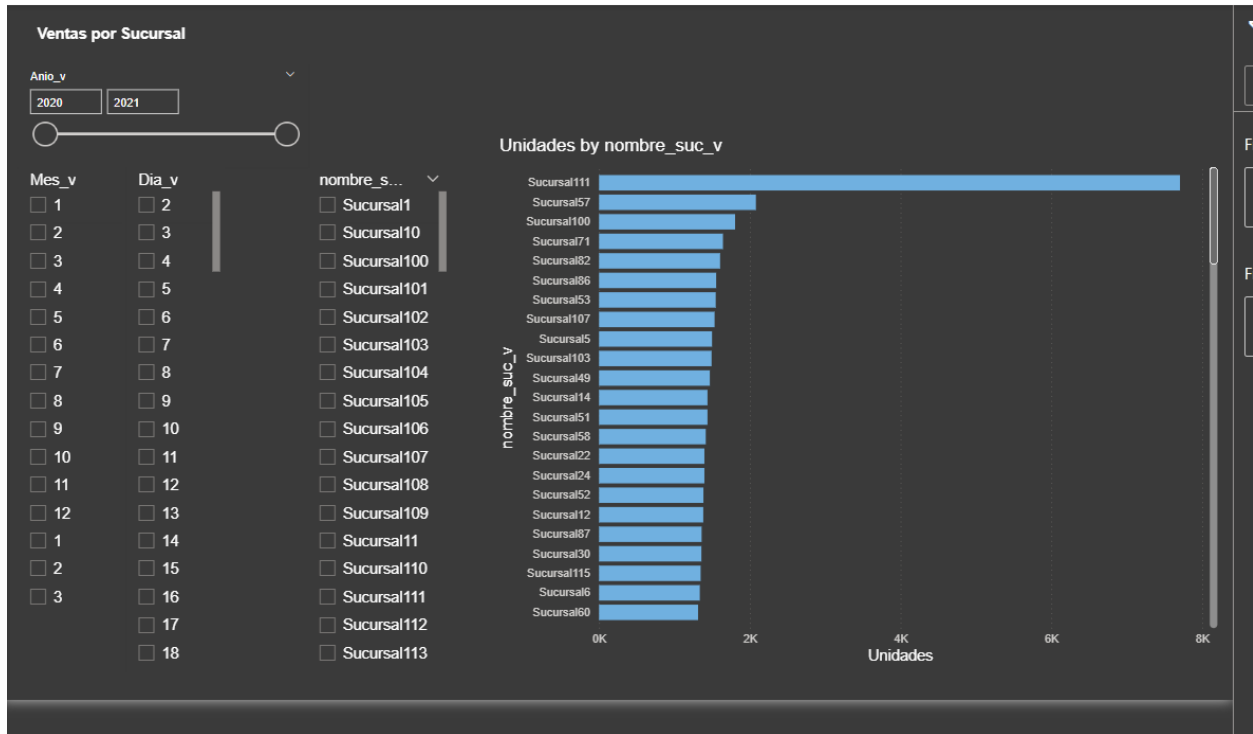
Se crearon dos datamarts, uno de ventas y uno de compras, en conjunto forman el datawarehouse de SGFood. Se pretende agilizar las consultas a nuestros datamarts utilizando el modelo constelación. En el proceso ETL para la creación de nuestros datamarts las dimensiones que se utilizan para describir a nuestros hechos/medidas, compras y ventas, son representadas por llaves surrogadas las cuales tienen un valor entero para agilizar las consultas y optimizar el espacio. La estructura de los datamarts y nuestro datawarehouse se puede observar abajo, nótese que este modelo es físico y no conceptual ni lógico.



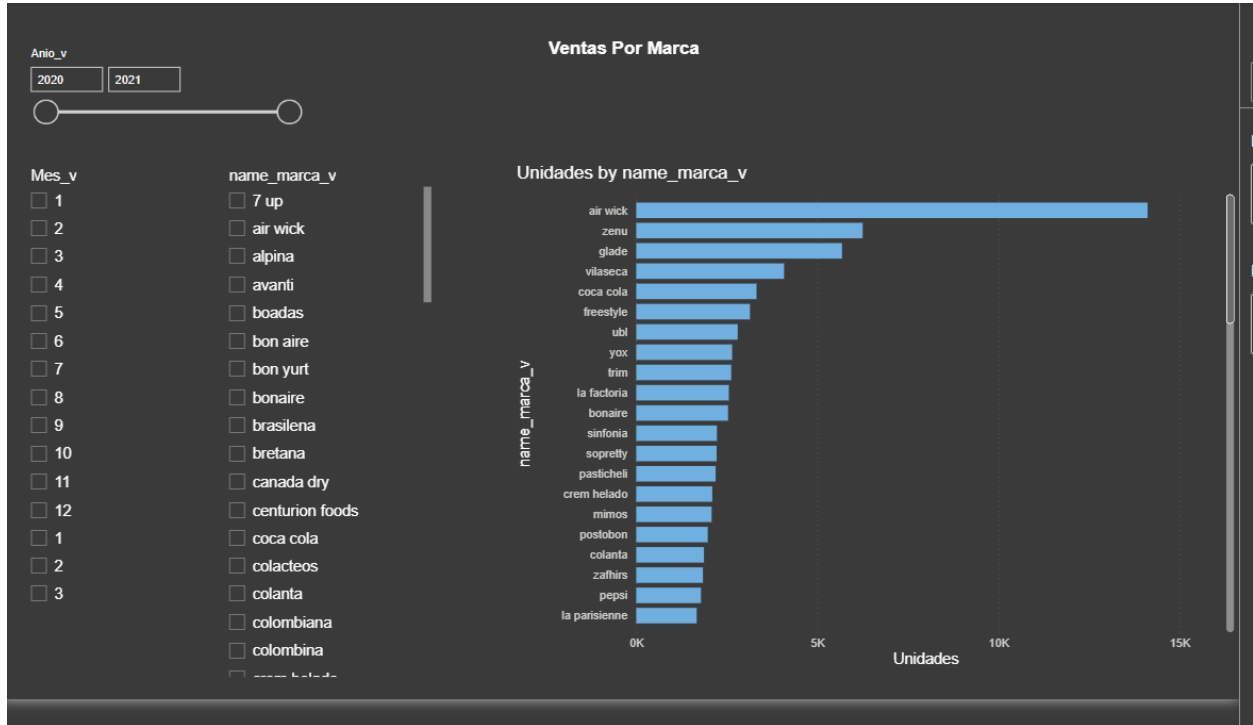
# Reportes

## Ventas

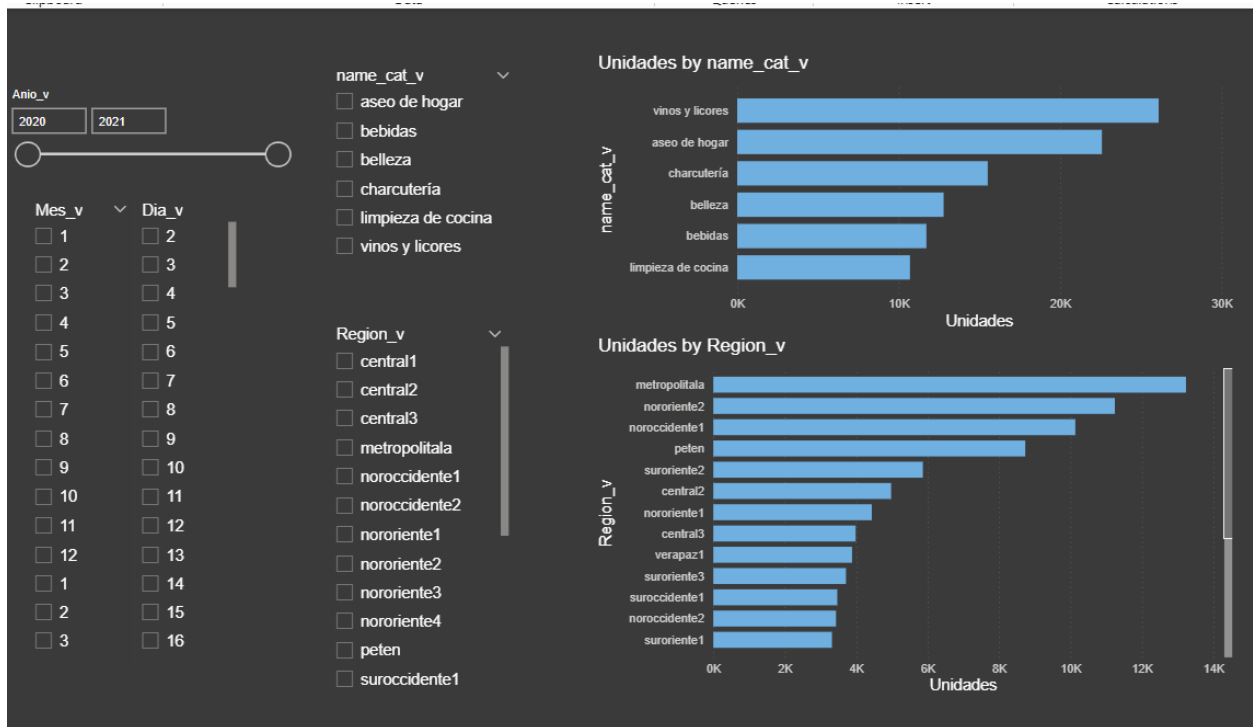
### Por Sucursal



## Ventas por Marca

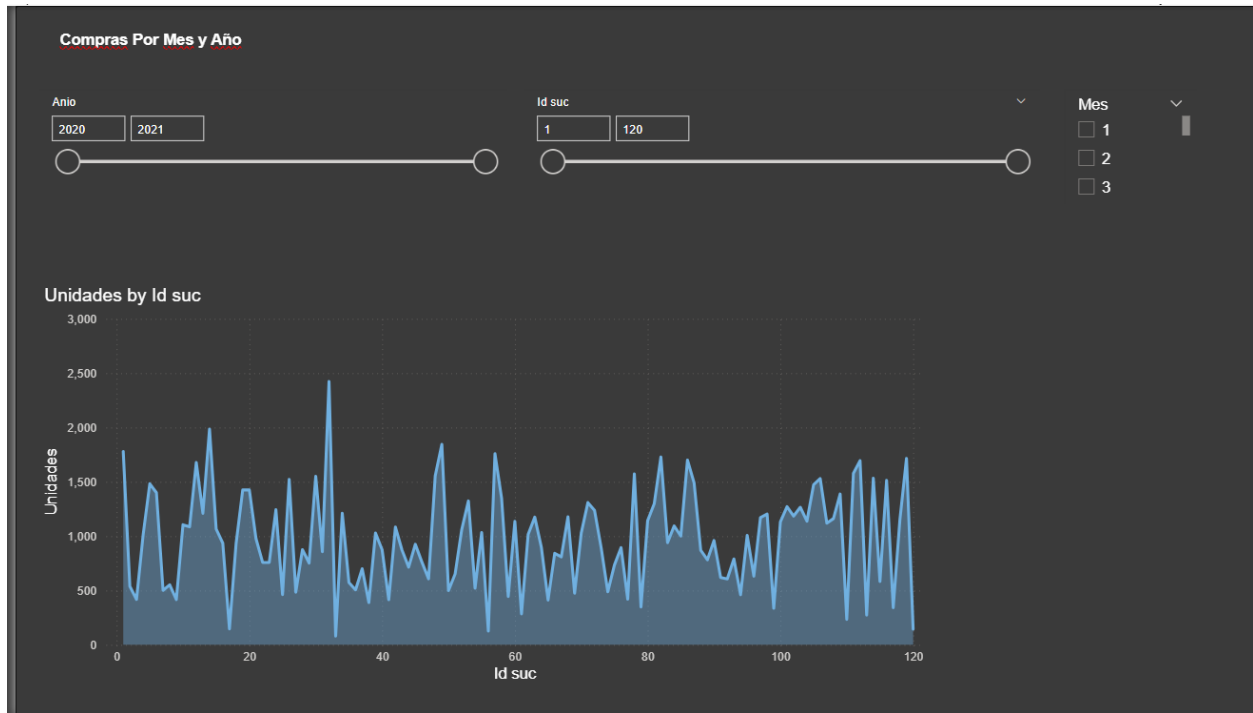


## Ventas por Categoría y por Región

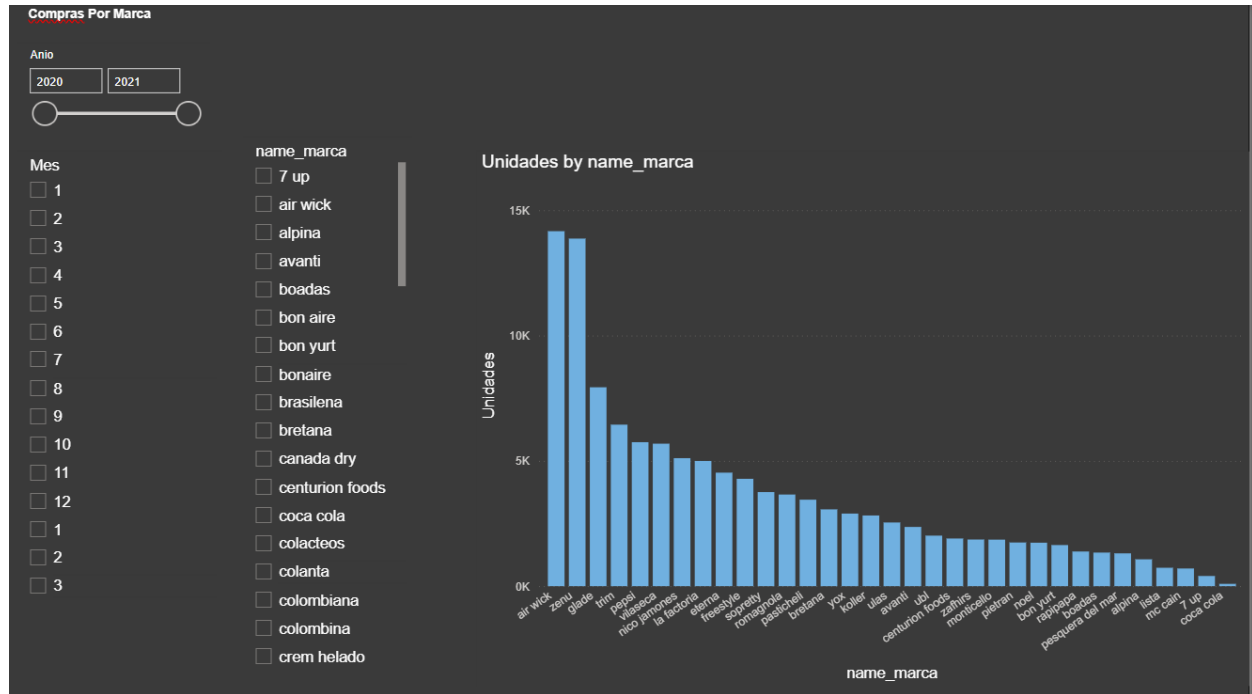


# Compras

Por mes y Año



## Por Marca



## Por Categoría y por Region

