

## Selección kpis para prueba práctica

En el entendido de que el caso de uso es una tienda presente en diversos canales de venta la propuesta de kpis está orientada en el comportamiento de ventas desde el punto de vista monetario (ingresos), el kpi más importante que es el margen de un negocio y el monitoreo de los clientes, así como el seguimiento del comportamiento de ventas por canal.

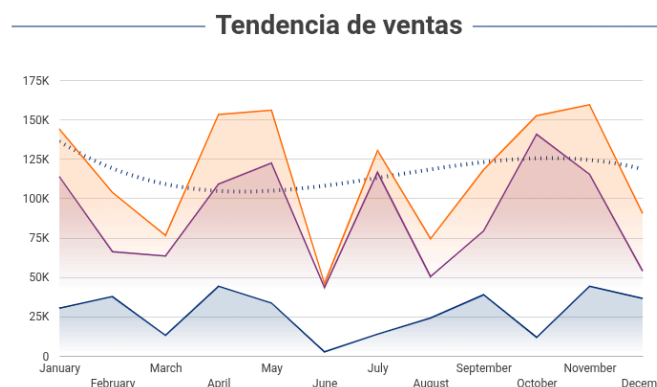
Para el dashboard en looker studio comenzamos mostrando la suma de los 3 hechos de los cuáles disponemos:

- Ingreso
- Costo
- Margen

Así cómo su comparación en términos porcentuales de su crecimiento o disminución en comparación al periodo anterior.



La siguiente gráfica tiene el objetivo de facilitar el análisis del comportamiento de estos 3 hechos y la tendencia de los ingresos representada por una línea punteada.



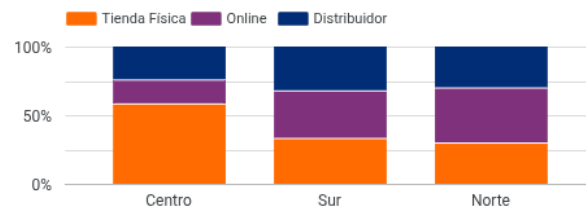
La tabla de top 5 nos muestra en orden los productos que más se venden, dado que sólo existen 5 productos en el dataset se agregó una columna que nos dice el porcentaje de contribución a la venta total de cada producto.

## Mejores productos

	Producto	Ingresos	% de contribución
1.	Producto A	\$349,726	24.92%
2.	Producto E	\$317,585	22.63%
3.	Producto B	\$264,475	18.85%
4.	Producto D	\$256,750	18.29%
5.	Producto C	\$214,866	15.31%

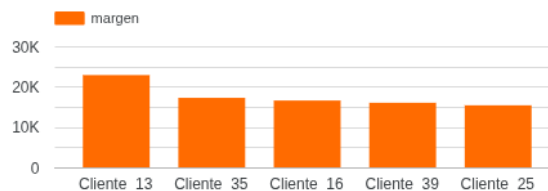
La siguiente gráfica nos permite identificar qué canal tiene un mejor margen en cada región

## Margen por canal y región



El propósito de esta gráfica es darle seguimiento a los clientes, de manera predeterminada los 5 mejores, sin embargo también podemos conocer si bajo ciertas condiciones existen clientes con márgenes negativos.

## Mejores clientes



Dado que es importante conocer el porcentaje de margen de ganancia que tienen los productos a través de las regiones se propone la siguiente matriz como mapa de calor que nos ayuda a identificar aquellos productos y regiones "estrella" y aquellas que representan "puntos de atención".

## Rentabilidad por región

Región	Producto / % de margen				
	Producto D	Producto E	Producto A	Producto B	Producto C
Centro	41.93%	-6.03%	28.65%	29.44%	22.74%
Sur	15.11%	44.23%	15.23%	19.59%	15.23%
Norte	37.4%	35.73%	22.78%	8.83%	1.71%

Por último, para conocer el comportamiento de las ventas por canal a través del tiempo se propone una serie de tiempo en la que podemos ver cuestiones de estacionalidad en las ventas que ayude a una posible toma de decisiones quizá en estrategias publicitarias por temporadas.

## Ventas por canal

