

Proyecto Adidas

Segunda Entrega

GALO STRAPPINI
6 DE ENERO 2025



Índice

- Objetivo e hipótesis
 - Usuario final y nivel de operación
 - Descripción de los datos
 - Modelo entidad-relación
-



Objetivo

Segmentar a los clientes de Adidas en grupos y analizar la demanda de diferentes productos en cada segmento.



Hipótesis

Los diferentes segmentos de clientes de Adidas tienen preferencias de compra distintas, y al identificar estos segmentos y adaptar la oferta de producción a sus necesidades la empresa puede aumentar las ventas y mejorar la satisfacción del cliente.



USUARIO FINAL Y NIVEL DE OPERACIÓN

Este análisis está dirigido a los responsables de gestión de stock y ventas de Adidas, permitiendo predecir en qué regiones se necesita más inventario para satisfacer la demanda. También es útil para marketing y publicidad, proporcionando información sobre los clientes y atrayendo nuevos clientes potenciales. Además, ayuda a evitar el sobrestock y a mover inventario en periodos de baja venta. Por lo tanto, el nivel de aplicación es táctico, mejorando la estrategia global con acciones a corto y mediano plazo.



Descripcion de los datos

Cuenta con 7 tablas

Ventas

Contiene información para el registro de una venta.
(9648 Registros)

Ventas	
Int	Venta_ID
Date	Fecha_facturacion
Int	Minorista_ID
Int	Ciudad_ID
Int	Cat_Producto_ID
Decimal	Precio_unitario
Int	Unidades_vendidas
Decimal	Total_ventas
Decimal	Ganancia
Decimal	Margen
Int	Metodo_venta_ID

Minoristas

Contiene información de cada Minorista. (120 Registros)

Minoristas	
Int	Minorista_ID
Varchar	Minorista
Int	Minorista_Codigo
Int	Ciudad_ID

Ciudades

Contiene información de cada Ciudad. (54 Registros)

Ciudades	
Int	Ciudad_ID
Varchar	Ciudad
Int	Estado_ID
Int	Region_ID

Estados

Contiene información de cada Estado. (50 Registros)

Estados	
Int	Estado_ID
Varchar	Estado



Cuenta con 7 tablas

Regiones

Contiene información de cada Region. (5 Registros)

Regiones	
Int	Regiones_ID
Varchar	Region

Métodos Venta

Contiene información de cada Venta, ya sea Online, In Store o en Outlet . (3 Registros)

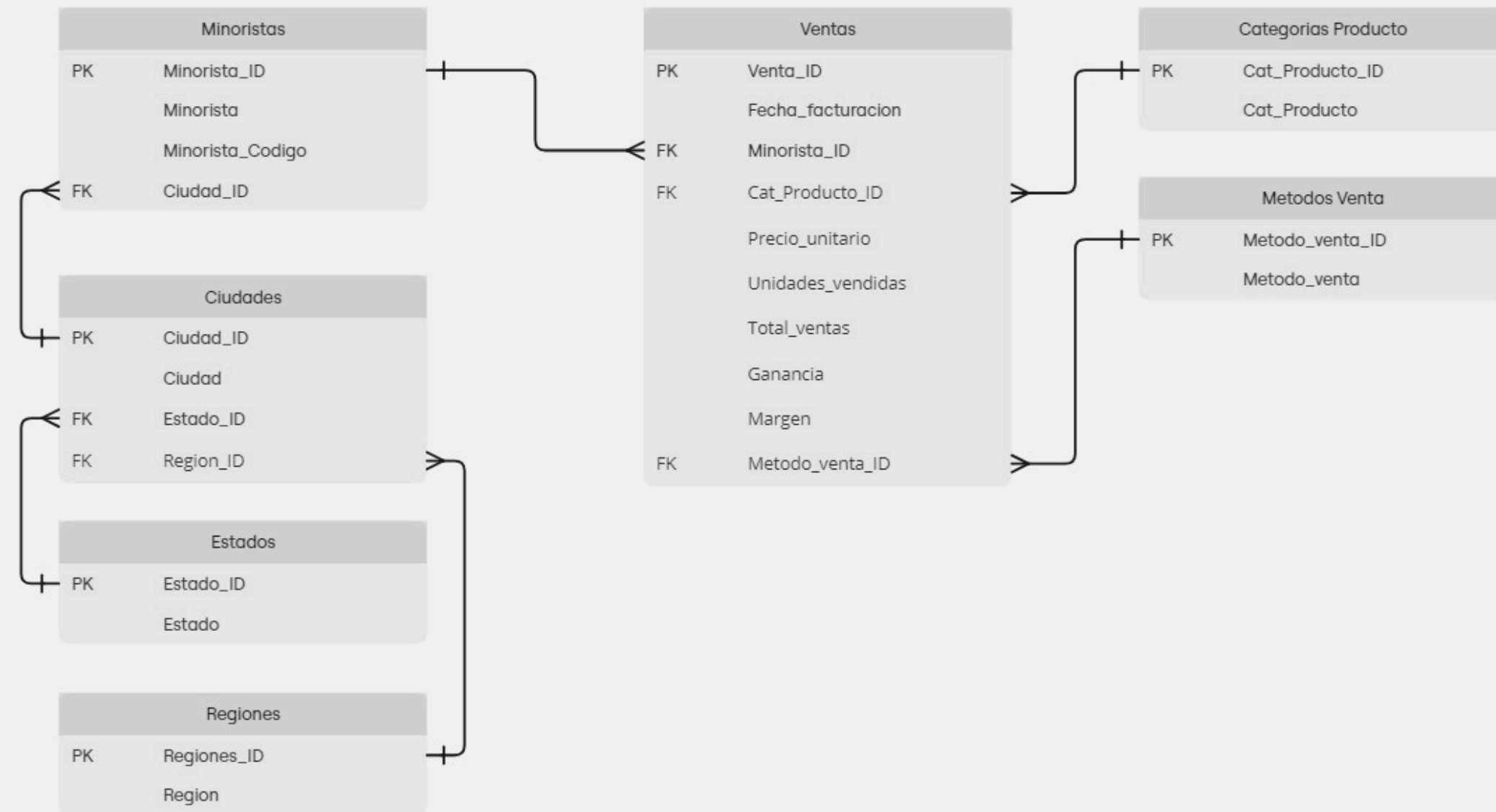
Metodos Venta	
Int	Metodo_venta_ID
Varchar	Metodo_venta

Categoría Producto

Contiene información de la Categoría de los Productos.. (6 Registros)

Categorias Producto	
Int	Cat_Producto_ID
Varchar	Cat_Producto

MODELO ENTIDAD - RELACION



EDITOR AVANZADO

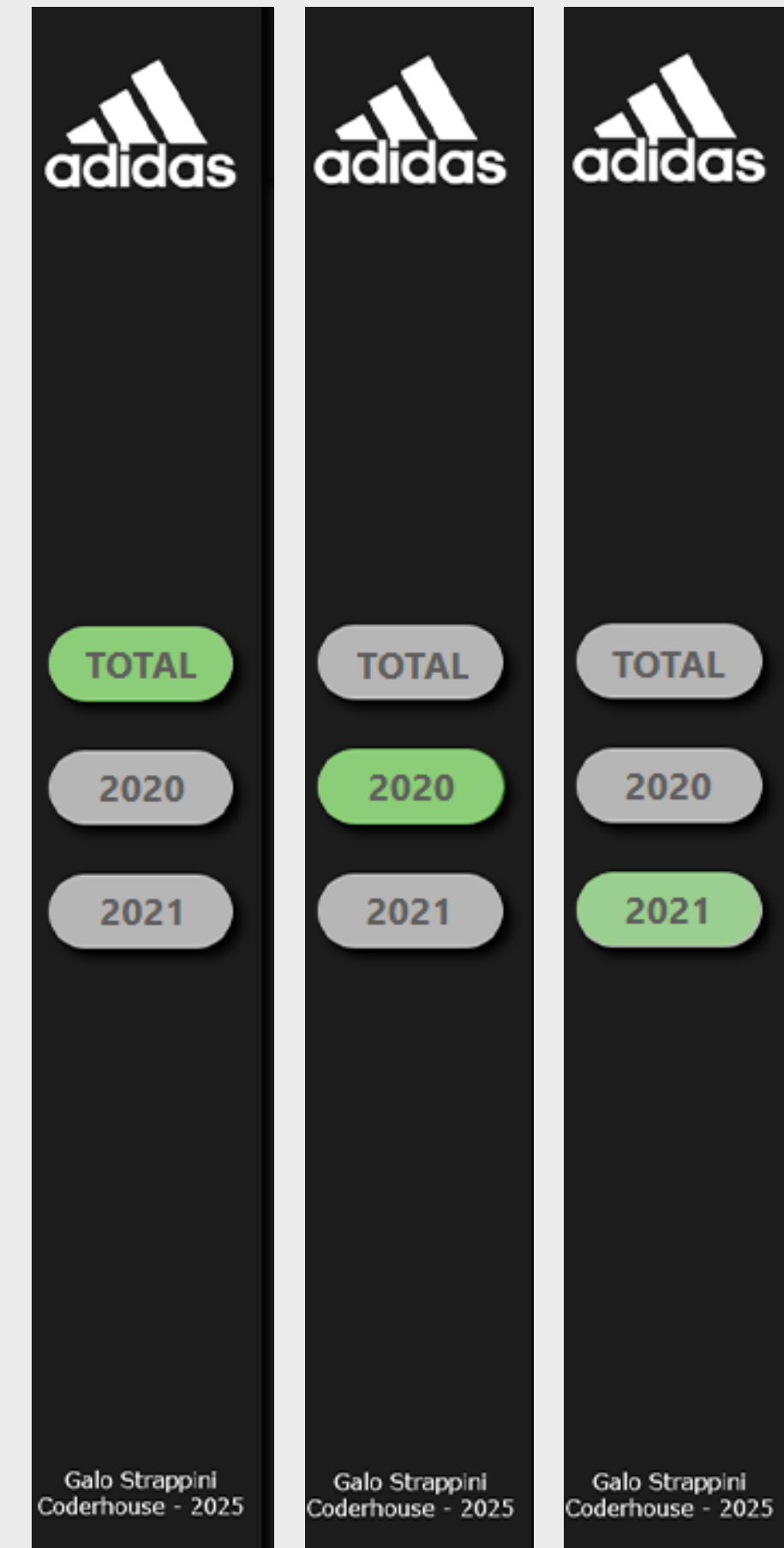
```
let
    Origen = Excel.Workbook(File.Contents("C:\Users\Galo\Desktop\Análisis Datos\Adidas ventas.xlsx"), null, true),
    VENTAS_Sheet = Origen[[Item="VENTAS",Kind="Sheet"]][Data],
    #"Encabezados promovidos" = Table.PromoteHeaders(VENTAS_Sheet, [PromoteAllScalars=true]),
    #"Tipo cambiado" = Table.TransformColumnTypes(#"Encabezados promovidos",{{"Venta_ID", Int64.Type}, {"Fecha_facturacion", Int64.Type},
        {"Minorista_ID", Int64.Type}, {"Ciudad_ID", Int64.Type}, {"Cat_Producto_ID", Int64.Type}, {"Precio_unitario", type number},
        {"Unidades_vendidas", Int64.Type}, {"Total_ventas", type number}, {"Ganancia", type number}, {"Margen", type number},
        {"Metodo_venta_ID", Int64.Type}}),
    #"Errores quitados" = Table.RemoveRowsWithErrors(#"Tipo cambiado", {"Venta_ID"}),
    #"Duplicados quitados" = Table.Distinct(#"Errores quitados", {"Venta_ID"}),
    #"Columnas quitadas" = Table.RemoveColumns(#"Duplicados quitados",{"Ciudad_ID"}),
    #"Filas en blanco eliminadas" = Table.SelectRows(#"Columnas quitadas", each not List.IsEmpty(List.RemoveMatchingItems
        (Record.FieldValues(_), {"", null}))),
    #"Tipo cambiado1" = Table.TransformColumnTypes(#"Filas en blanco eliminadas",{{"Fecha_facturacion", type date}})
in
    #"Tipo cambiado1"
```


NAVEGADOR

Este navegador permitirá la navegación entre las distintas páginas del tablero.

- Muestra el logotipo de la marca analizada.
- Incluye una página "Total", que presenta los datos de todos los años.
- Contiene páginas específicas para los años 2020 y 2021, donde se visualizan los datos correspondientes a cada período.

Finalmente, también se muestra el nombre del autor del dashboard.



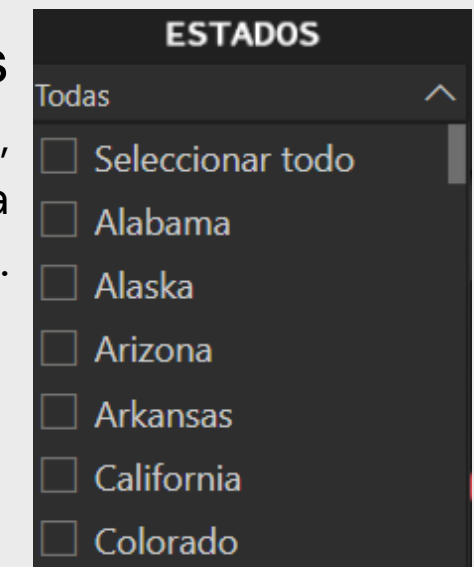
SEGMENTADORES

Un segmentador es un filtro visual que permite seleccionar fácilmente los datos que se quieren ver en el reporte. Por ejemplo, se puede usar para elegir un año, una categoría o una región, y así actualizar la información mostrada de forma rápida e interactiva.

Los segmentadores aplican un filtro según la pagina seleccionada en el tablero de PowerBI.

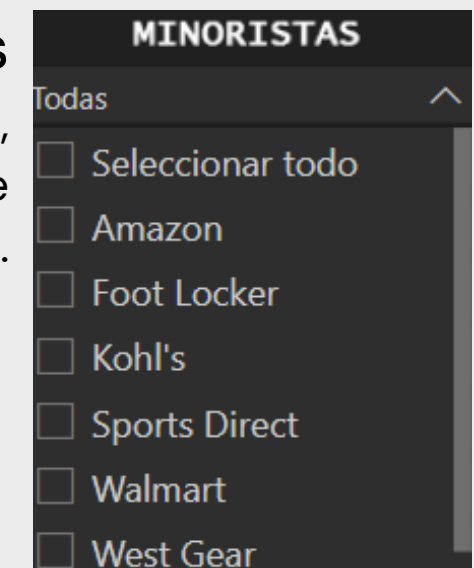
Estados

Segmentador de lista vertical, que permita segmentar la informacion por su ubicacion.



Minoristas

Segmentador de lista vertical, que permita segmentar entre los diferentes vendedores.



QUITAR SEGMENTACIONES

Para simplificar la eliminación de segmentaciones, se ha creado un botón que, al presionarlo, borra automáticamente cualquier segmentación seleccionada.



GRAFICOS

Esta página ofrece una visión general del rendimiento de ventas de Adidas a través de varios indicadores clave.

- Ventas Totales
- Ganancias Totales
- Cantidad de ventas por Métodos.
- Historial de Ventas.
- Navegación.
- Segmentadores.

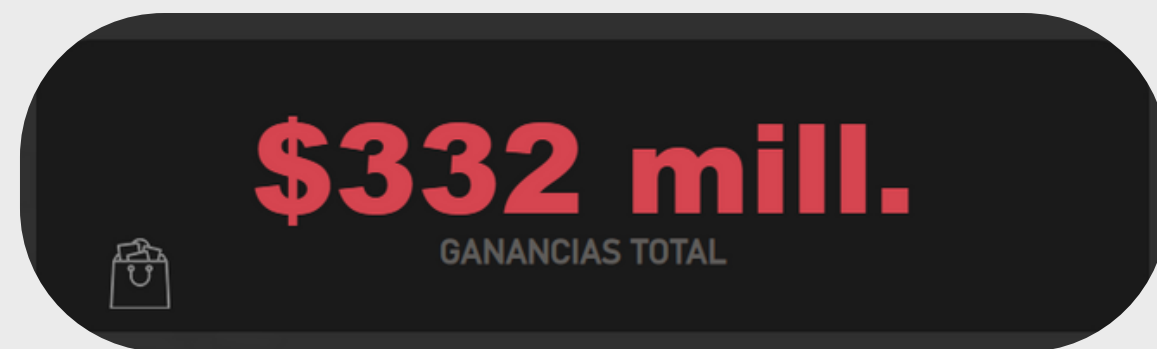


GRAFICOS



VENTAS TOTAL

Este gráfico representa el total acumulado de unidades vendidas por su negocio a lo largo de los años. La cifra mostrada, 9648, refleja la cantidad total de productos o servicios vendidos durante el período analizado



GANANCIAS TOTAL

Este gráfico representa el total de ganancias generadas por las ventas de su negocio a lo largo del tiempo. La cifra mostrada, \$332 millones, indica el valor monetario total obtenido como resultado de las ventas realizadas

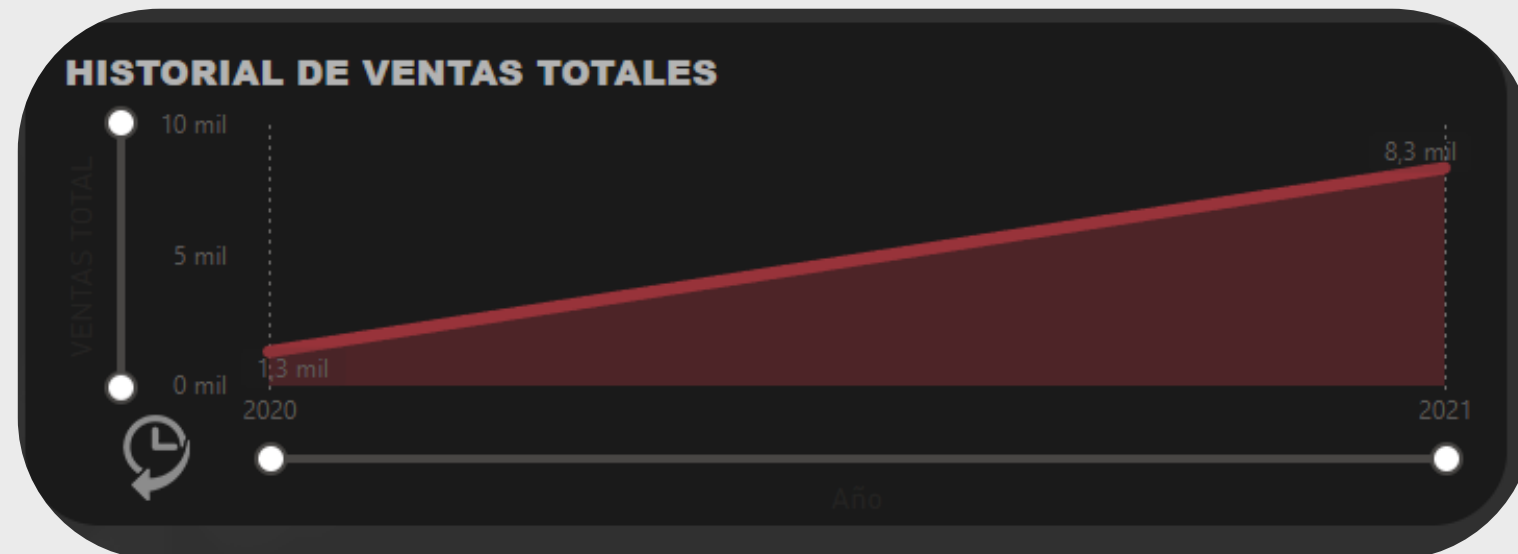


CANTIDAD DE VENTAS POR METODOS

El gráfico muestra la distribución de las ventas totales según tres métodos diferentes:

- Online: Representa las ventas realizadas a través de canales digitales, como sitios web o aplicaciones móviles.
- Outlet: Indica las ventas provenientes de tiendas de descuento o liquidación.
- In-store: Refleja las ventas generadas en tiendas físicas tradicionales.

GRAFICOS



HISTORIAL DE VENTAS TOTALES

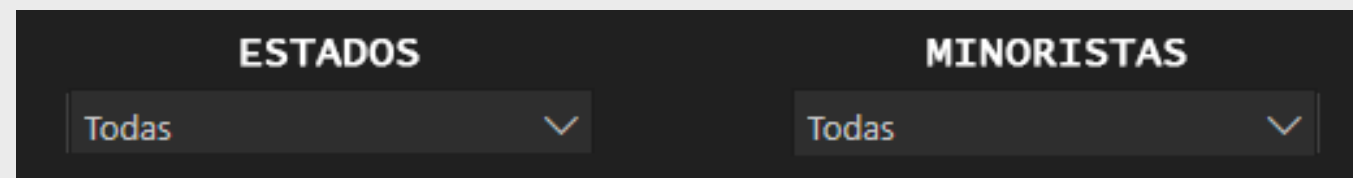
El gráfico muestra el historial de ventas totales de la empresa durante dos años consecutivos, 2020 y 2021. Se observa un aumento significativo en las ventas durante este período.

- 2020: Las ventas comenzaron en 1.3 mil unidades.
- 2021: Las ventas aumentaron a 8.3 mil unidades.

Análisis:

- Crecimiento Exponencial: El gráfico evidencia un crecimiento exponencial en las ventas en un corto período de tiempo. Esto puede indicar una estrategia comercial exitosa, una mayor demanda del producto o servicio, o factores externos favorables.
- Tendencia Positiva: La tendencia claramente ascendente sugiere un futuro prometedor para la empresa, siempre y cuando se mantengan las estrategias y condiciones favorables.

MEDIDAS DAX



La aplicación de estos filtros varía dependiendo de la página de año en la que te encuentres.

En la vista "TOTAL", no aplican filtros.

En la vista "2020", se aplican los siguientes filtros:

```
Minorista en 2020 = VAR Ventas2020 = CALCULATE(COUNT(Ventas[Venta_ID]),YEAR(Ventas[Fecha_facturacion]) = 2020) RETURN IF(Ventas2020 > 0, 1, 0)
ESTADOS 2020 = VAR ESTADOS2020 = CALCULATE(COUNT(Ventas[Venta_ID]), YEAR(Ventas[Fecha_facturacion]) = 2020)RETURN IF(ESTADOS2020 > 0, 1, 0)
```

En la vista "2021", se aplican los siguientes filtros:

```
ESTADOS 2021 = VAR ESTADOS2021 = CALCULATE(COUNT(Ventas[Venta_ID]), YEAR(Ventas[Fecha_facturacion]) = 2021)RETURN IF(ESTADOS2021 > 0, 1, 0)
Minorista 2021 = VAR MINORISTAS2021 = CALCULATE(COUNT(Ventas[Venta_ID]),YEAR(Ventas[Fecha_facturacion]) = 2021) RETURN IF(MINORISTAS2021 > 0, 1, 0)
```

Segmentadores de ESTADOS y MINORISTAS

Estos dos selectores desplegables permiten filtrar los datos mostrados en la página según dos criterios:

- *ESTADOS*: Permite seleccionar uno o varios estados para ver solo la información correspondiente a esas ubicaciones geográficas.
- *MINORISTAS*: Permite seleccionar uno o varios minoristas para ver solo la información correspondiente a esos canales de venta.

MEDIDAS DAX

VENTAS TOTAL = COUNT(VENTAS[Venta_ID])

VENTAS 2020 = CALCULATE(COUNT(Ventas[Venta_ID]),
'Calendario'[Año] = 2020)

VENTAS 2021 = CALCULATE(COUNT(Ventas[Venta_ID]),
'Calendario'[Año] = 2021)

9648



VENTAS TOTAL

GANANCIAS TOTAL = SUM(VENTAS[Ganancia])

GANANCIAS 2020 = CALCULATE(SUM(VENTAS[Ganancia]),
'Calendario'[Año] = 2020)

GANANCIAS 2021 = CALCULATE(SUM(VENTAS[Ganancia]),
'Calendario'[Año] = 2021)

\$332 mill.



GANANCIAS TOTAL

MEDIDAS DAX

Como Valores:

VENTAS TOTAL = COUNT(VENTAS[Venta_ID])

VENTAS 2020 = CALCULATE(COUNT(Ventas[Venta_ID]),
'Calendario'[Año] = 2020)

VENTAS 2021 = CALCULATE(COUNT(Ventas[Venta_ID]),
'Calendario'[Año] = 2021)

Como Leyenda:
Metodo Venta[Metodo_Venta]



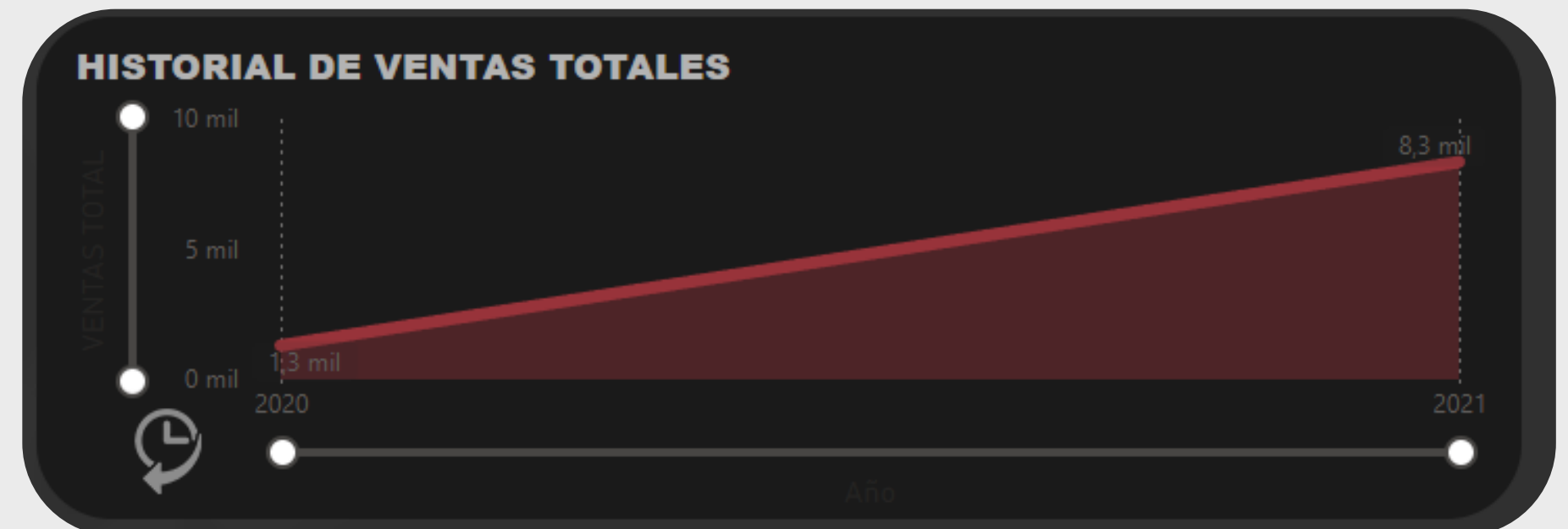
Como Eje Y

VENTAS TOTAL = COUNT(VENTAS[Venta_ID])

VENTAS 2020 = CALCULATE(COUNT(Ventas[Venta_ID]),
'Calendario'[Año] = 2020)

VENTAS 2021 = CALCULATE(COUNT(Ventas[Venta_ID]),
'Calendario'[Año] = 2021)

Como Eje X
Calendario[Date(Año)]



En esta sección, se consideran ciertos aspectos que no fueron incluidos en el presente trabajo, pero que podrían añadirse en el futuro para optimizar el análisis de datos y la toma de decisiones en Adidas.

1 Análisis de Inventario y Logística:

- Incorporar un análisis detallado de los niveles de inventario, tiempos de reabastecimiento y eficiencia en la distribución de productos a minoristas.
- Evaluar los tiempos de entrega y los costos logísticos para optimizar la cadena de suministro y reducir gastos operativos.

2 Evaluación de la Rentabilidad por Categoría de Producto:

- Incluir un tablero que permita visualizar cuáles son las categorías de productos más rentables, considerando no solo las ventas, sino también los márgenes de ganancia y costos asociados.

3 Optimización de Métodos de Venta:

- Analizar en profundidad la efectividad de los distintos métodos de venta (Online, Outlet, In-Store).
- Comparar las tasas de conversión y fidelización de clientes en cada canal para diseñar estrategias de marketing más efectivas.

4 Implementación de Tableros en Dispositivos Móviles:

- Desarrollar dashboards adaptados a plataformas móviles para permitir un monitoreo en tiempo real del desempeño de las ventas, stock disponible y cumplimiento de objetivos estratégicos.