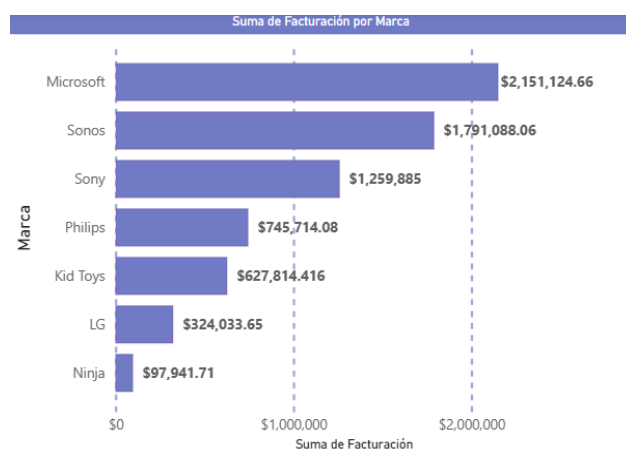


Análisis de Rendimiento

Se trabajó sobre el **objetivo de MEDIR LOS RENDIMIENTOS DE LA EMPRESA**, utilizando datos cargados en **Excel**, sobre las ventas como fuente principal. La limpieza y transformación de los datos se realizaron en **Power Query**, aplicando diferentes pasos para estructurar y preparar la información.

Posteriormente, en **Power BI**, se desarrollaron las visualizaciones, necesarias para analizar los resultados y facilitar la interpretación del rendimiento empresarial.

Conclusiones



A partir del análisis realizado sobre los ingresos de las distintas marcas entre **junio de 2020 y agosto de 2022**, se observó que la marca con **mayor facturación** fue **Microsoft**, con un total de **\$2.151.124,66**, seguida por **Sonos** con **\$1.791.088,06**, y **Sony** con **\$1.259.885,00**.

Por otro lado, las marcas con **menor rendimiento** fueron **LG** con **\$324.033,65** y **Ninja** con **\$97.941,71**,

mostrando una diferencia significativa entre ambas.

Sugerencia: revisar la continuidad de los productos de menor desempeño.

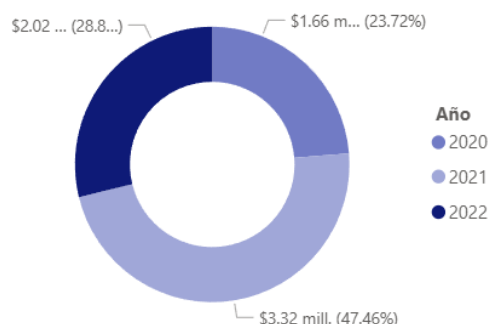


La **facturación total del período analizado** fue de **\$6.997.602,00**.

Además, se identificó que el **producto más vendido** fue la **BlackBox 360**, perteneciente a la **categoría VCD y DVD**, lo que demuestra que, aunque no fue el **marca** que más ingresos generó, sí presentó un **alto volumen de ventas**.

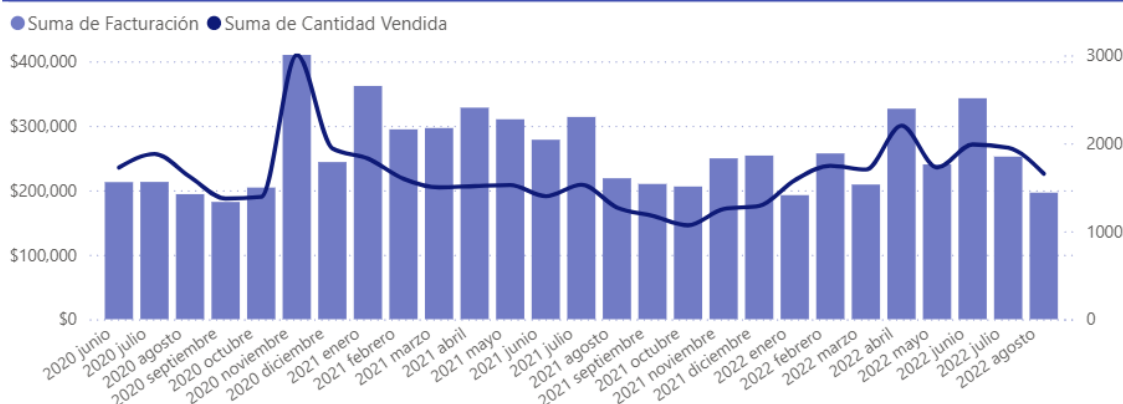
Recuento de Categoría	Suma de Facturación	Producto	Categoría	Marca
2326	\$593,638.2	BlackBox 360	VCD y DVD	Philips
961	\$1,146,565	Lente Leica Vario-APO	Accesorios de cámara	Microsoft
407	\$20,500	USB C Cable 2.5 MTS	Accesorios de cámara	Microsoft
302	\$5,621.04	Juego Mesa women M40 Preto	Juegos de mesa	Philips

Suma de Facturación por Año



Luego mediante un **gráfico de torta**, se visualizó la **facturación total desglosada por año**, lo que permitió identificar **cómo varió el rendimiento de la empresa en cada período**, y observar las **tendencias de crecimiento o disminución de las ventas** a lo largo del tiempo. Donde se destaca que **el año 2021 concentró el 47% del total facturado**, convirtiéndose en el **período de mayor rendimiento económico** de la empresa y a la vez el mas estable como vemos en el siguiente grafico .

Suma de Facturación y Suma de Cantidad Vendida por Año y Mes



Mediante un **gráfico combinado de barras y líneas**, se analizaron los **ingresos mensuales** y la **cantidad de unidades vendidas** durante el período comprendido entre **junio de 2020 y agosto de 2022**.

Se observa que el **pico más alto de facturación** se registró en **noviembre de 2020**, alcanzando un máximo de facturación que supera los **\$400.000** y la **cantidad vendida** también alcanza su punto más alto (aproximadamente 2.800 unidades).

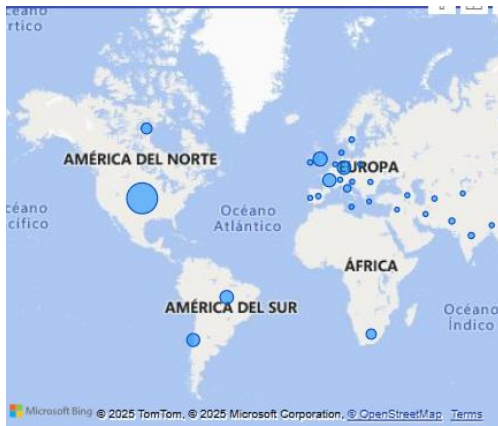
Este mes sobresale en términos de desempeño de la empresa.

En los meses posteriores partir de **enero de 2021**, ambas métricas (**facturación y ventas**) presentan una **tendencia descendente**. Entre **abril y octubre de 2021**, los valores se estabilizan, pero en niveles más bajos (facturación entre \$200.000 y \$250.000)

Pisteramente se pueden ver ligeros repuntes en **abril y junio de 2022** , tanto en ventas como en facturación, aunque sin alcanzar los niveles del año anterior.

Luego, a partir de **julio de 2022**, vuelve a observarse una **baja progresiva**.

Podemos observar en torno a este grafico que a partir de mediados de 2021, se nota que **la facturación se mantiene más estable**, mientras la cantidad vendida presenta **mayor variación**, lo que podría indicar **cambios en los precios o en el tipo de productos vendidos**.



En el mapa de distribución de ventas se observa que Estados Unidos concentra la mayor cantidad de compras, representado por el círculo de mayor tamaño en la visualización. Esto indica que la mayoría de los ingresos provienen del mercado estadounidense, lo cual sugiere una fuerte presencia o demanda de los productos en ese país.

Sugerencia: se evidencia que **Estados Unidos es el principal mercado comprador** por lo que se sugiere diversificar **las ventas hacia otros países** para ampliar el alcance comercial, mediante estrategias comerciales.