Proyecto: Dashboard & Análisis de Datos – Superstore

# 1. Introducción

El objetivo de este proyecto es aplicar técnicas de análisis de datos en un conjunto de ventas reales, realizar un análisis exploratorio y representarlo en un dashboard interactivo. El dataset utilizado es Sample Superstore, un conjunto de datos de transacciones de una tienda minorista.  
  
El propósito es responder a preguntas clave de negocio como:  
- ¿Cuál es el volumen de ventas, beneficio y unidades vendidas?  
- ¿Qué productos y regiones son más rentables?  
- ¿Qué tendencias se observan en el tiempo?

# 2. Transformación y limpieza de los datos

El primer paso fue preparar el dataset para garantizar la calidad de los datos:  
• Eliminación de duplicados  
• Revisión de valores nulos  
• Normalización de nombres de columnas (ej. Sub-Category)  
• Transformación de campos de fecha para análisis temporal  
• Homogeneización de moneda a euros (€)  
  
Resultado: un dataset limpio y listo para análisis dinámico en Excel.

# 3. Análisis descriptivo de los datos

Tras la limpieza, se realizó un análisis descriptivo con KPIs y tablas dinámicas.  
  
KPIs principales:  
- Ventas totales: 810.230,97 €  
- Unidades vendidas: 29.093  
- Beneficio total: 1.595.295,32 €

Insights clave:  
- Categoría más rentable: Tecnología  
- Región con mayor beneficio: West  
- Segmento más importante: Consumer  
- Subcategorías más rentables: Envelopes, Furnishings, Appliances  
- Tendencia mensual: crecimiento estable de las ventas a lo largo del tiempo

# 4. Dashboard

Se desarrolló un dashboard interactivo en Excel con los siguientes elementos:  
- KPI Cards dinámicas (ventas, beneficio, unidades)  
- Tendencia de ventas mensuales  
- Distribución de ventas por categoría  
- Beneficio por región (€)  
- Ventas por segmento de cliente  
- Top 10 subcategorías más rentables  
- Segmentadores interactivos: región, categoría, subcategoría, segmento y fechas  
  
El dashboard permite filtrar en tiempo real y observar cambios dinámicos en todos los indicadores.

# 5. Conclusiones

• La empresa presenta un beneficio positivo alto.  
• La categoría Tecnología concentra gran parte de la rentabilidad.  
• La región West es la más fuerte en términos de beneficio.  
• El segmento Consumer es el principal cliente, lo que puede guiar campañas de marketing.  
• Gracias al dashboard, la gerencia puede explorar resultados por región, categoría y subcategoría de forma inmediata y tomar decisiones informadas.