

PROPUESTA PROYECTO

Informes, Dashboards y Análisis

Crearé un dashboard interactivo en Power BI que permitirá a los stakeholders explorar los insights obtenidos de manera clara y concisa, visualizando resultados clave sobre las ventas, segmentos, productos y escenarios predictivos.

Presentado por:

Marcos Saúl Sánchez Martínez

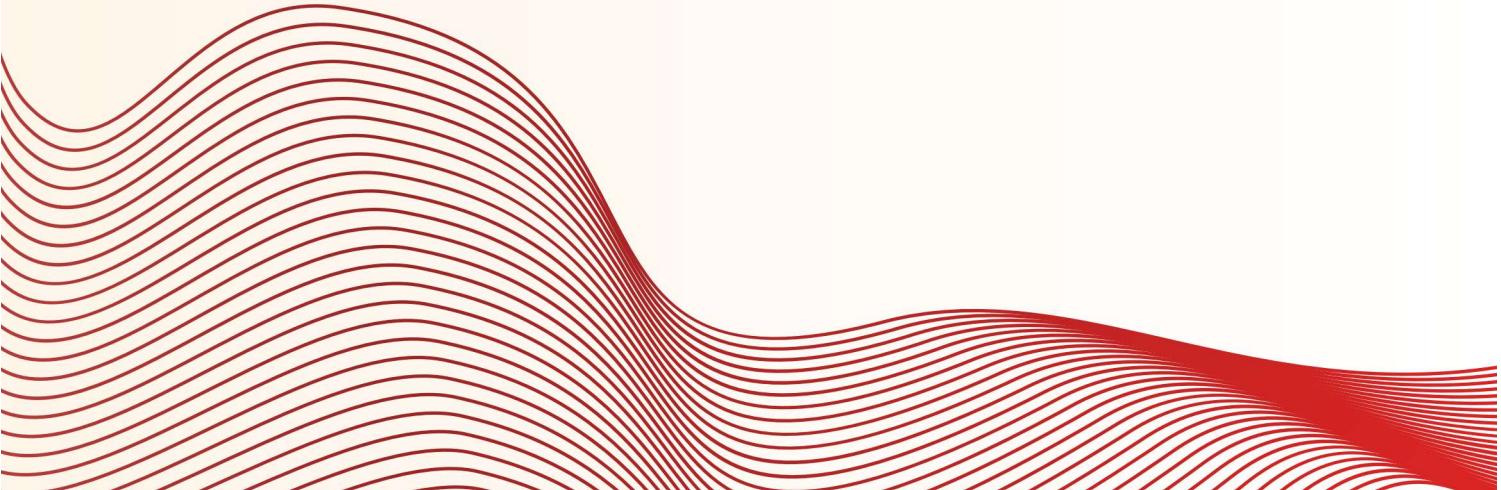
ÍNDICE

CONTENIDO DEL PROYECTO

Núm. pág.

Títulos

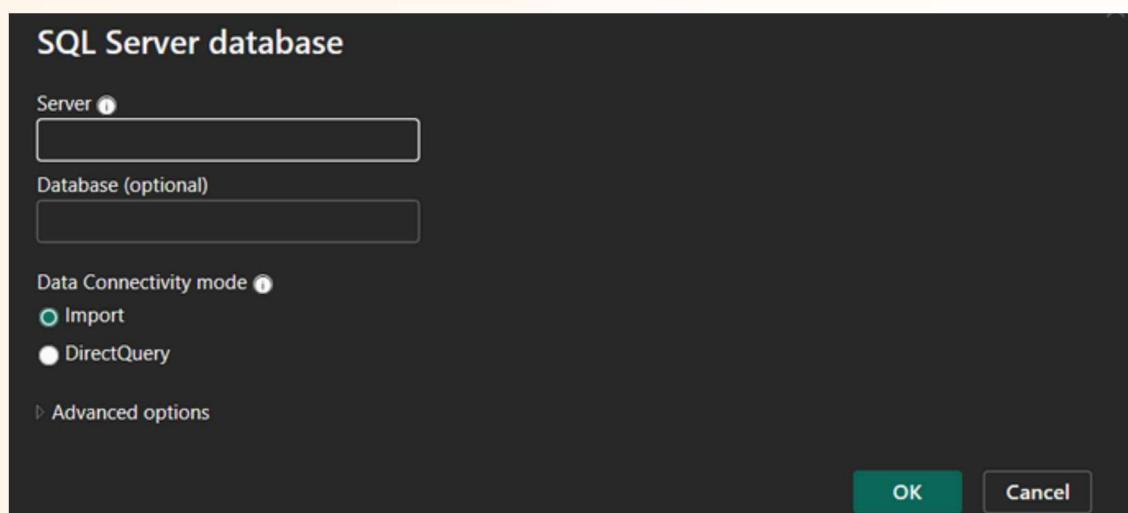
3-4	Carga de datos
5-6	Limpieza y transformación de datos
7	Relación de datos y modelo
8-9	Diseño del dashboard
10-12	Diseño final del Dashboard
13-16	Insigths
14	Contacto



CARGAR DATOS

Ya habíamos cargado en el anterior entregable los datos en SQLite y en SQL Server Manager Studio.
Elegí trabajar en SQL Server Manager Studio.

Para poder trabajar con las tablas de la base de datos primero conseguimos el usuario para ponerlo en esta parte de Power BI:



Solo necesitamos poner el nombre de nuestros servidos de SQL, para esto podemos obtenerlo en una query en SSMS (Sql Server Management Studio) de la siguiente forma:

The screenshot shows the SSMS interface with a query window containing the following code:

```
SELECT @@SERVERNAME AS ServerName;
```

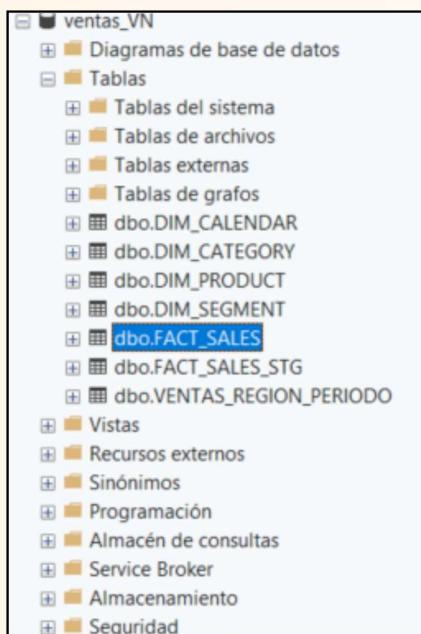
The results pane shows the output:

ServerName
DESKTOP-4NOAJ9AISQLEXPRESS

La consulta nos devuelve el nombre de nuestro servidor y con eso ya podremos elegir que base de datos cargar.
En mi caso ventas_VN

La consulta nos devuelve el nombre de nuestro servidor y con eso ya podremos cargar las bases de datos y elegir cuál cargar.

En mi caso cargamos ventas_VN



Trabajaremos con estas tablas a excepción de
VENTAS_REGION_PERIODO
Esto porque la creamos como extra en una práctica y no forma parte de nuestros datos originales.

LIMPIEZA Y TRANSFORMACIÓN DE DATOS

Repasaremos y haremos énfasis tabla por tabla para analizar que columnas necesitan limpieza, cuáles necesitan alguna transformación o incluso si alguna es irrelevante.

DIM PRODUCT

En esta tabla vamos a quitar los duplicados de **ITEM_CODE** porque tenemos un valor duplicado que es N/A.

Creamos una columna Index y después otra custom para agregar un valor a los duplicados de la siguiente manera:

```
= if [ITEM_CODE] = null  
    then [Index]  
    else [ITEM_CODE]
```

De esta manera ya podemos hacer nuestra relación
1 a muchos

FACT_SALES

*En la columna **ITEM_CODE** tenemos el mismo problema de los sufijos, por eso vamos a removerlos igual que arriba, podemos hacerlo con el siguiente código:*

```
= if Text.Length([ITEM_CODE]) > 13  
    then Text.Start([ITEM_CODE], Text.Length([ITEM_CODE]) - 3)  
    else [ITEM_CODE]
```

Escrito así porque los números que nos interesan son siempre 13 y los caracteres a borrar son 3, si no son mayores a 13 no tenemos la necesidad de borrarlos.

En **REGION** la parte de *TOTAL AUTOS* por nada porque no aportaba nada que así iniciaran todas las regiones, incluso generaba ruido visual.

Por último vamos a cambiar de texto a número las siguientes tablas:

TOTAL_UNIT_SALES | TOTAL_VALUE_SALES | TOTAL_UNIT_AVG

DIM CALENDAR

En esta tabla solo vamos a cambiar el tipo de columna a número entero de las siguientes columnas:

MONTH | WEEK_NUMBER

DIM SEGMENT

Esta tabla no tiene algún problema por lo cual no serán necesario realizar algún cambio.

DIM CATEGORY

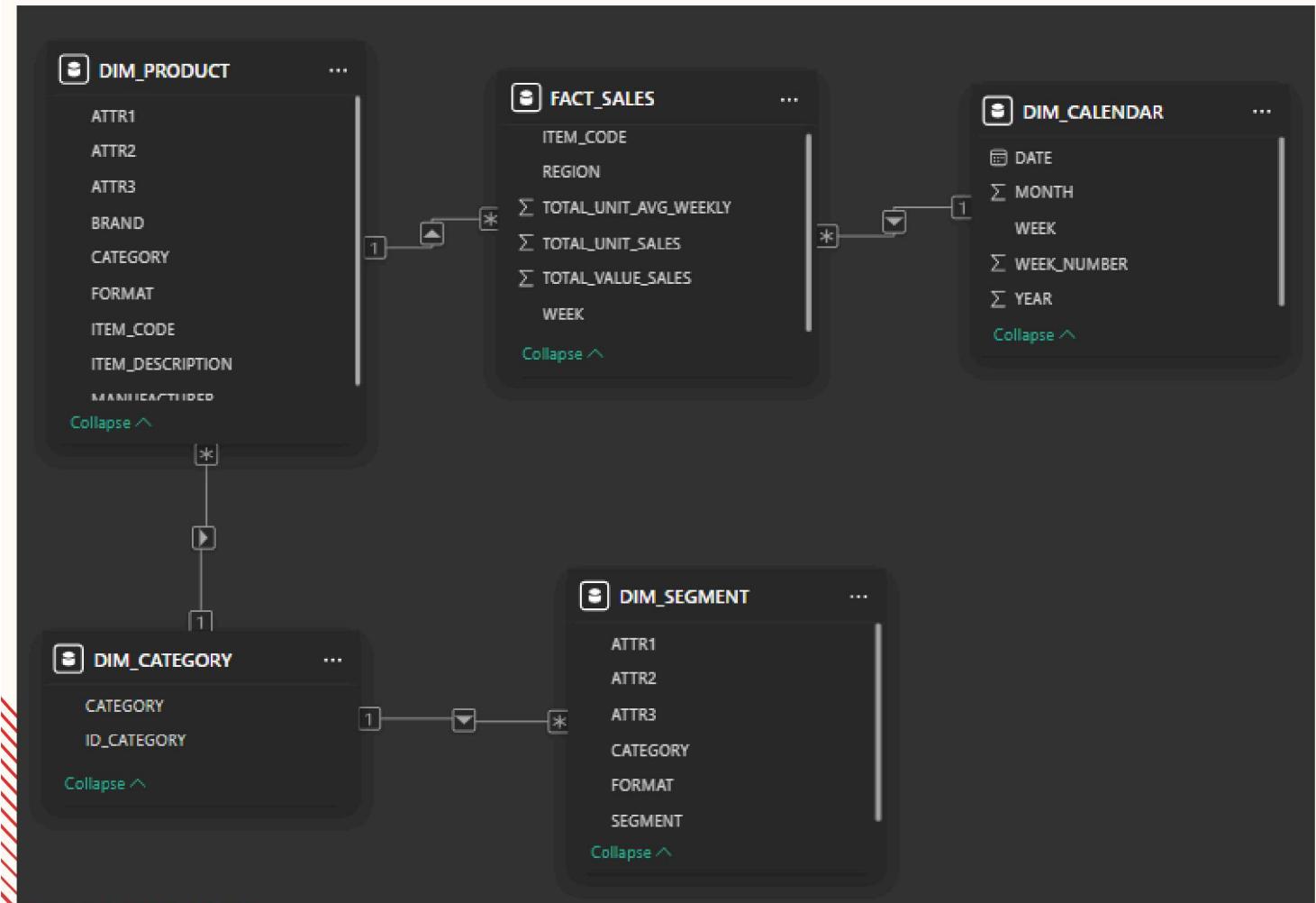
Esta tabla no tiene algún problema por lo cual no serán necesario realizar algún cambio.

RELACIÓN DE DATOS Y MODELO ESTRELLA

Vamos a ocupar el tipo de modelo estrella para hacer las relaciones de datos, de tal manera que la tabla central será: **FACT_SALES**.

Aunque hay dos tablas que no se pueden relacionar directamente con esta, se relacionan con **DIM_PRODUCT** y estas a su vez con **DIM_CATEGORY**.

El modelo queda de la siguiente manera.

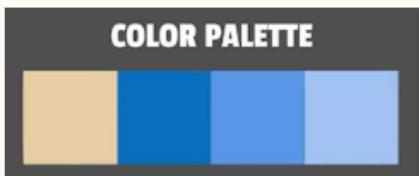


DISEÑO DEL DASHBOARD

Primeramente, haremos algunos cálculos para agregarlos como tabla, que nos servirán para mostrar Insights valiosos además haremos un pequeño boceto de la estructura de nuestro DASHBOARD.

- Tabla DAX con la suma de TOTAL_VALUE_SALES por Región, que también incluya el tiempo, solamente meses y años.
- Tabla DAX con la suma de TOTAL_VALUE_SALES por categoría y otra por el ATTR1, igualmente por mes y por año
- Promedio de ventas por Región, igualmente por año y mes
- Apartado para el mes con Mayor ventas en todos los años y en cada año.
- Drill Trough en la tabla para ver de esa región que producto se vendió más.

DISEÑO DEL DASHBOARD

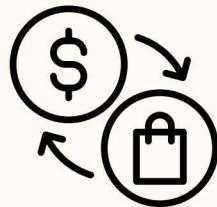


Menú

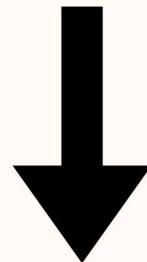


Botón a cada
Dashboard

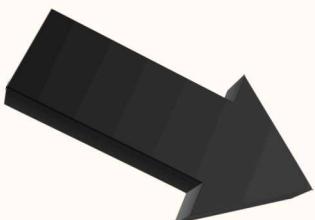
Vista por “gerente” regional



Dashboard de
Ventas generales



Dashboard de
Ventas específicas



Tooltip & Drill
Through

DISEÑO FINAL DASHBOARD



Nuestras ventas van del 01/01/2022 al 08/07/2023

Menú

Análisis Ventas

EBAC



Haz clic en la lupa para ir a esa vista



Haz clic en este ícono para regresar al menú siempre



1.- Ventas generales



2.- Ventas específicas

i Documentación

Fecha:
18 - 12 - 2025

Elaborado por:
Marcos Saúl Sánchez Martínez para proyecto en EBAC

VENTAS GENERALES

YEAR

2022	2023
------	------

SELECCIONA LA REGION

AREA 1	AREA 2	AREA 3
--------	--------	--------

SELECCIONA LA CATEGORÍA

CLORO	PRELAVADOR	SAFE BLEACH	SANITIZANTE
-------	------------	-------------	-------------

EBAC

Ventas Totales por Meses

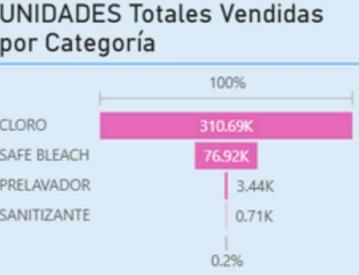


Desliza la barra para hacer zoom a las ventas
Puedes hacer clic en un mes para ver sus estadísticas

REGION UnidadesTotalesVendidas VentasTotales ATTR1 Year Month

REGION	UnidadesTotalesVendidas	VentasTotales	ATTR1	Year	Month
AREA 1	1,140.33	25,918.67	CLORO	2022	January
AREA 1	990.67	23,174.17	CLORO	2022	February
AREA 1	1,016.67	24,275.83	CLORO	2022	March
AREA 1	1,040.59	24,925.97	CLORO	2022	April
AREA 1	1,317.04	31,466.09	CLORO	2022	May
AREA 1	1,207.86	27,758.88	CLORO	2022	June
AREA 1	1,431.79	33,767.55	CLORO	2022	July
AREA 1	1,168.33	27,045.75	CLORO	2022	August
AREA 1	1,217.10	28,592.72	CLORO	2022	September
AREA 1	1,375.10	33,828.12	CLORO	2022	October
AREA 1	1,004.09	24,618.36	CLORO	2022	November
Total	391,760.23	11,042,859.89			

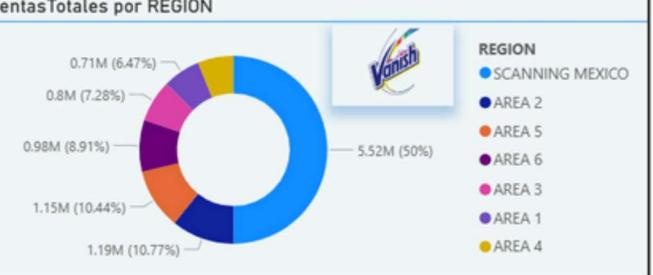
UNIDADES Totales Vendidas por Categoría



VENTAS Totales por Categoría

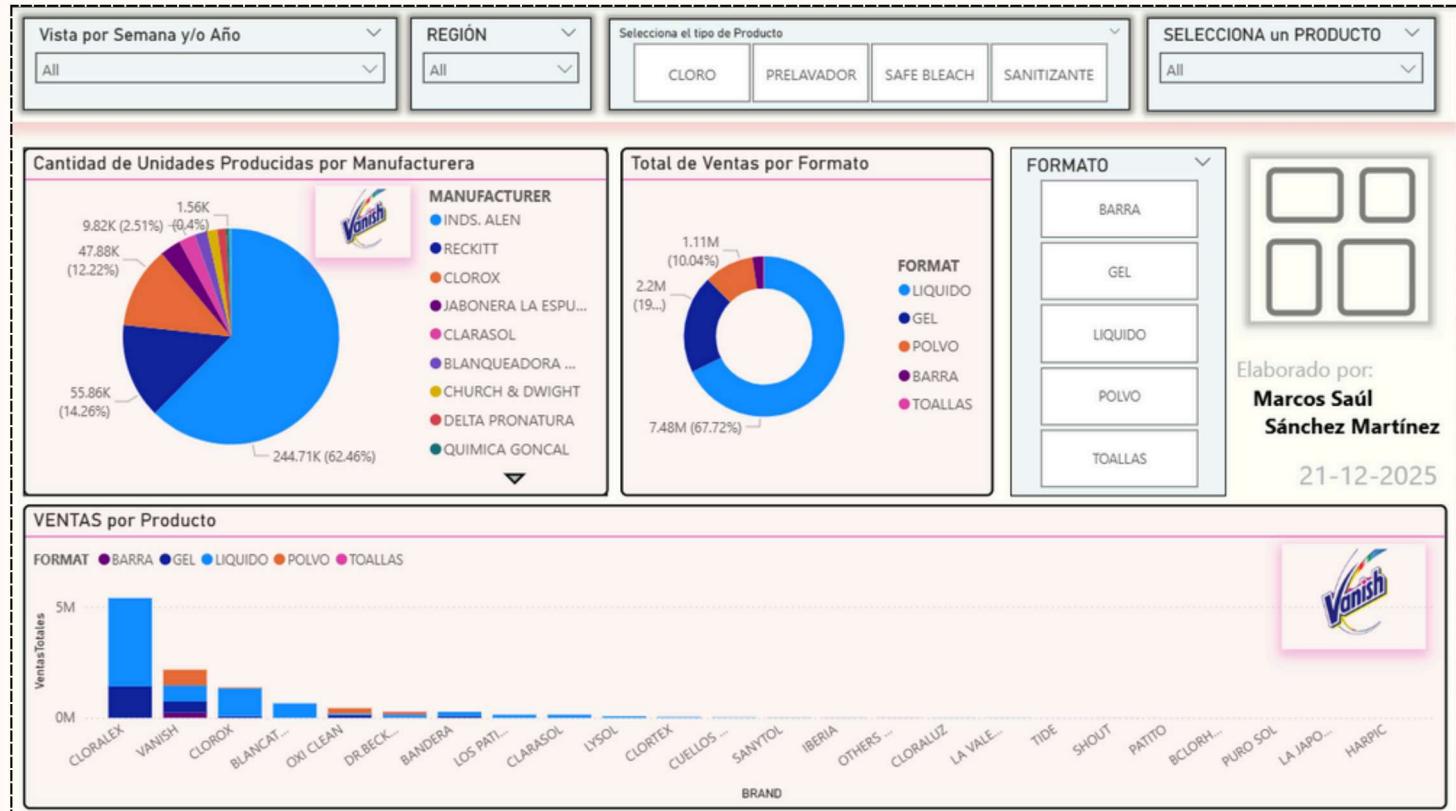


VentasTotales por REGION



REGION	Porcentaje
SCANNING MEXICO	50%
AREA 2	10.44%
AREA 5	7.28%
AREA 6	8.91%
AREA 3	10.77%
AREA 1	6.47%
AREA 4	0.2%

VENTAS ESPECÍFICAS



DRILL TROUGH

MINI GRÁFICO



VISTAS

Manage security roles

Create new security roles and use filters to define row-level security.

Successfully applied role changes.

Roles	Tables
+ New	DIM_CALENDAR
Dueño / Analistas	DIM_CATEGORY
Gerente Región 1	DIM_PRODUCT
Gerente Región 2	DIM_SEGMENT
Gerente Región 3	FACT_SALES
Gerente Región 4	Table
Gerente Región 5	VENTAS_REGI...
Gerente SCANNING ...	

INSIGHTS

VALORES IMPORTES

1.- Obtuvimos la cantidad de ventas que ha producido cada región para la empresa, siendo así las ventas:

- AREA 1: 714,249.98\$
- AREA 2: 1,188,769.15\$
- AREA 3 : 803,655.34\$
- AREA 4 : 677,436.00\$
- AREA 5 : 1,153,335.54\$
- Scanning México : 5,521,429.32\$

REGIÓN CONSOLIDADA EN MÉXICO.

Podemos observar que la región más consolidada es SCANNING MEXICO, suele alcanzar valores agregador de ventas considerablemente mayores a los de cada área individual (por ejemplo, Julio 2023, alcanza ≈ 2 millones de ingresos, mientras las demás ≈ 0.40 millones cada una).

A lo largo de los 2 años estos valores suelen mantenerse similares, el área 2 y 5 destacan debido a su aumento de ganancia con respecto a las demás.

MES Y AÑO CON MEJORES VENTAS

Al analizar el total de ventas agregadas por año y mes (contando todas las regiones), se identificó que Julio de 2022 fue el mes con mayor nivel de ventas, alcanzando aprox. 702 mil unidades monetarias.

De forma similar, en 2023 el mes con mejor desempeño fue Mayo, con un total cercano a 711 mil, siendo el mejor de los 6 meses con ventas de ese año.

CONCLUSIÓN

Esto indica que, dentro del periodo analizado, los picos de ventas no se encuentran en el mismo mes para ambos años, sino que se desplazan de Julio (2022) a Mayo (2023). Esta variación sugiere posibles cambios en la estacionalidad, campañas comerciales o estrategias de venta entre un año y otro.

2.- Ventas por categorías y por producto

VENDEMOS MUCHÍSIMO “CLORO” EL DINERO “EXTRA” LO EMPUJA SAFE BLEACH

- CLORO domina el volumen: 310.69K unidades (~79%), pero en ventas aporta 7.58M (~68.7%) → o sea, mueve caja por volumen, pero es más barato por unidad.
- SAFE BLEACH vende menos unidades (76.92K ~19.6%) pero genera 3.12M (~28.3%) → mejor \$/unidad.
- Si estimamos venta promedio por unidad (Ventas/Unidades):
 - CLORO ≈ \$24.4 por unidad (base)
 - SAFE BLEACH ≈ \$40.6 (1.66× CLORO)
 - PRELAVADOR ≈ \$75.6 (3.10×)
 - SANITIZANTE ≈ \$112.7 (4.62×) pero con volumen mini en ventas

POSIBLES ACCIONES ÚTILES

- a. **La venta** está “cargada” en **CLORO**: si queremos subir ingresos sin depender de vender más piezas, el camino obvio es empujar más hacia SAFE BLEACH (y probar crecimiento controlado en PRELAVADOR/SANITIZANTE, pero en menor medida).

b. **Formato ganador** = LÍQUIDO: 7.48M (67.72%) del total por formato. GEL (~2.2M) y POLVO (1.11M) son secundarios entonces *inventario/capacidad* y *promociones* deberían priorizar líquido.

RIESGO DE CONCENTRACIÓN EN MANUFACTURERA

La manufacturera *INDS. ALEN* produce aprox. 62.46% de unidades (244.71K). Si llegará a cerrar o a tener problemas de producción sería un gran golpe a nuestras ventas, no tendríamos suficiente abasto.

PRODUCTOS MÁS VENDIDOS

1. CLORALEX es el monstruo de ventas: se ve muy arriba del resto (\approx arriba de 5M). Si CLORALEX estornuda, tu revenue se resfría.
 - Además, CLORALEX viene casi todo en formato LÍQUIDO (y un cachito de GEL). Por lo tanto el negocio está “anclado” a líquido + CLORALEX.
2. VANISH es el #2 y destaca porque trae más mezcla de formatos, especialmente POLVO.
 - Esto suele ser señal de ticket promedio más alto (más “especializado”) y es una palanca para subir ventas sin inflar unidades.

POSIBLES ACCIONES ÚTILES

1. **Protege CLORALEX:** stock/abasto, evitar quiebres, y cuidar precio (es el motor del negocio).
2. **Crecimiento inteligente:** empuja VANISH (POLVO) con bundles o promos específicas (no generalizadas) para subir ingreso promedio.

CONTACTO |

272-188-66-88

<https://github.com/SAmark89p13>

marcosrocket89p13@gmail.com

Veracruz, México.

