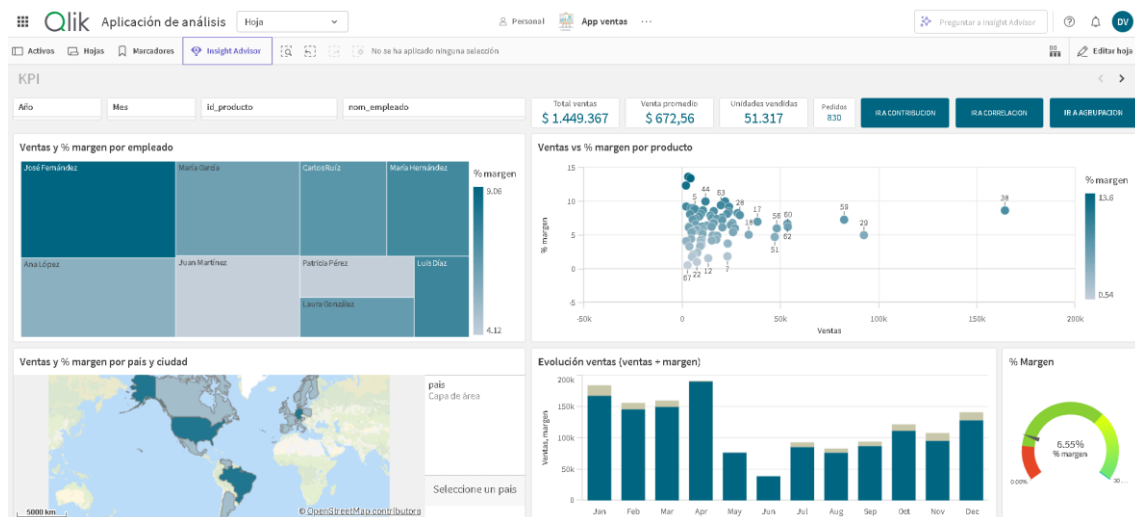


Dashboard Qlik Sense

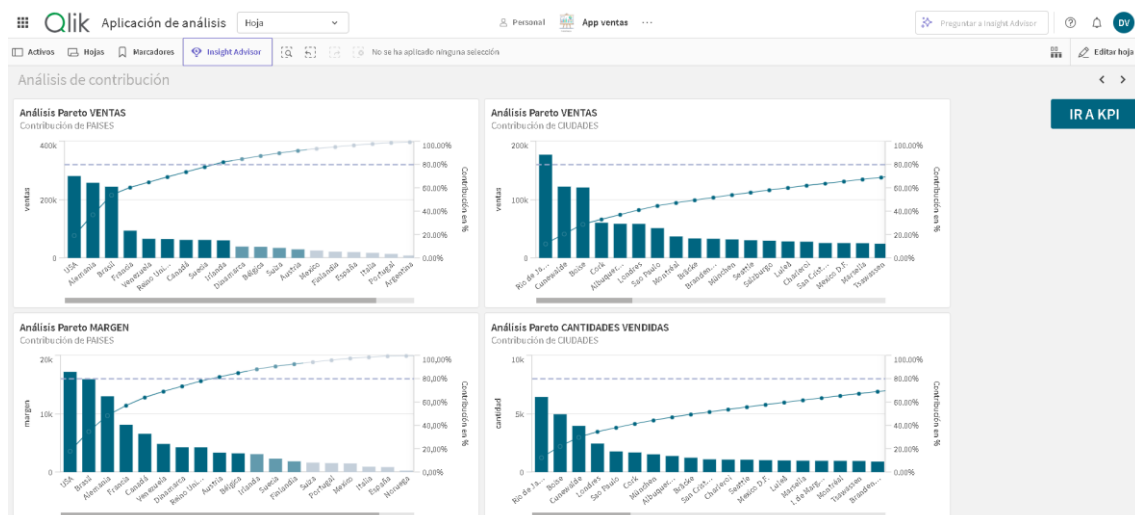
Daniel Villar

- Presentación inicial del cuadro de mando

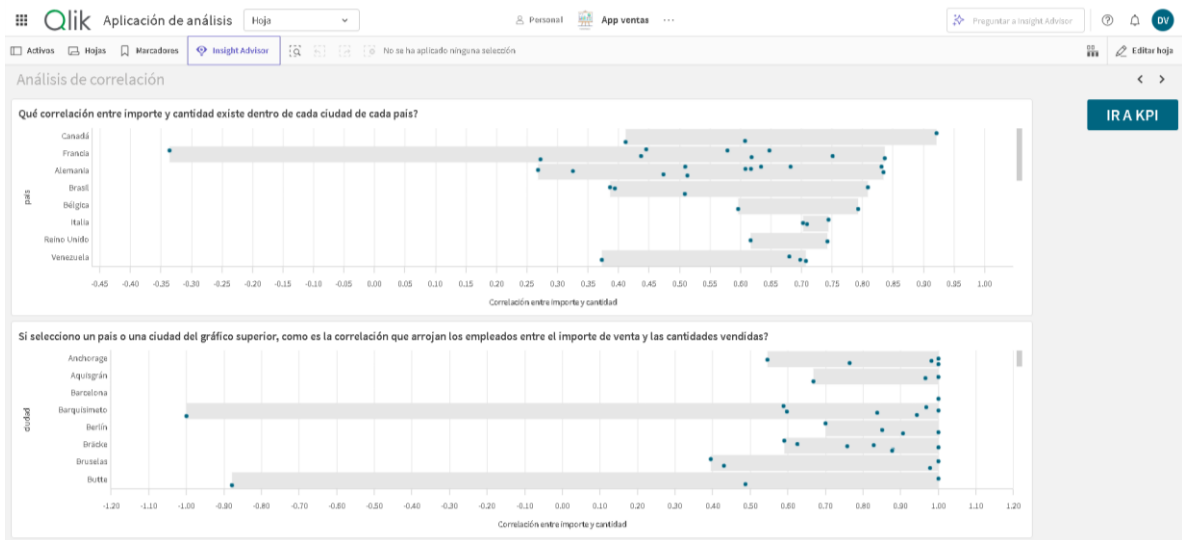
El dashboard está compuesto por una hoja principal (KPI) y tres hojas secundarias (análisis de contribución, análisis de correlación y análisis de agrupación). Está provisto de botones de navegación entre páginas y es totalmente interactivo y filtrando en cualquiera de los paneles de filtrado o en cualquier gráfico todo se recalcula ofreciendo insights de negocio al momento.



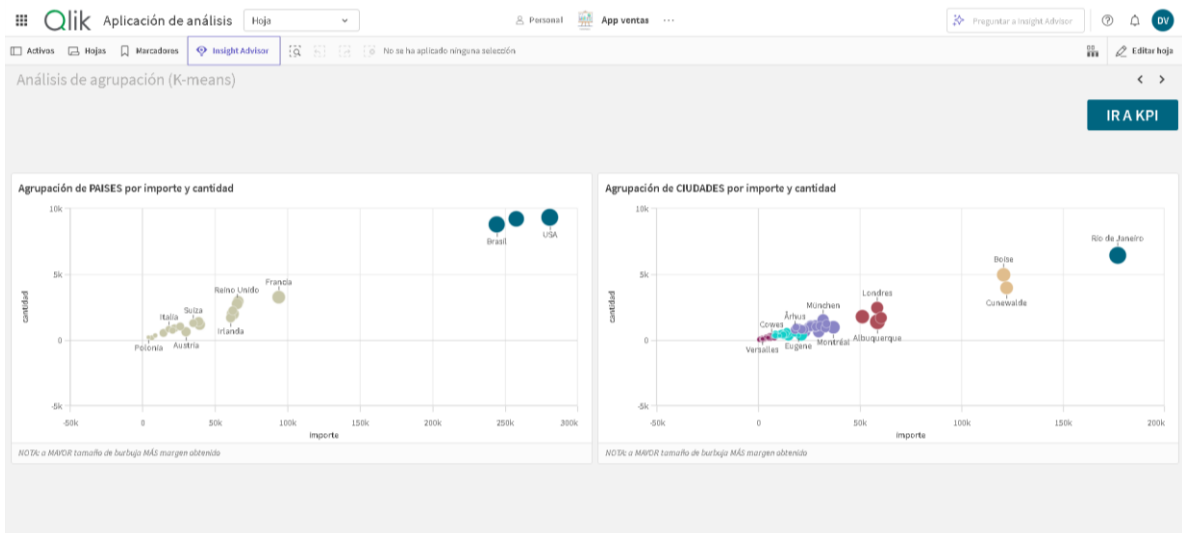
HOJA KPI (Página principal del dashboard)



HOJA ANÁLISIS DE CONTRIBUCION



HOJA ANALISIS DE CORRELACION

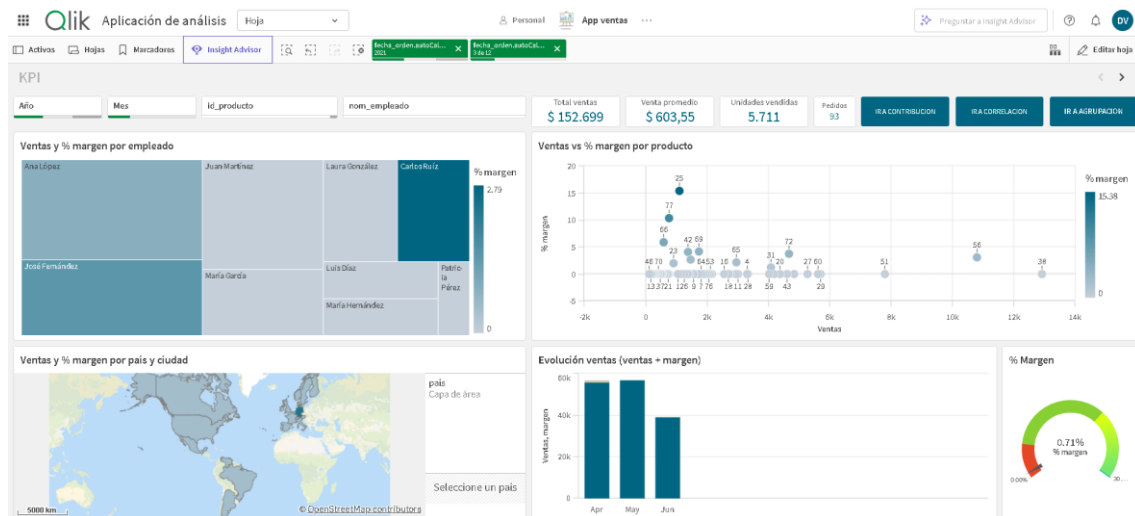


HOJA ANALISIS DE AGRUPACION

- Ejemplo de filtrado

Por año y mes en los paneles de filtrado:

Se va a filtrar todo el resultado seleccionando el año 2021 y los meses de Abril, Mayo y Junio.



Podemos observar los principales KPI tanto de ventas totales, como la venta promedio, unidades vendidas y los pedidos realizados por los clientes en este trimestre.

Además, uno de los insight que se obtiene es que el empleado Carlos Ruiz es el que **mejor margen** ha obtenido por sus ventas realizadas. También vemos que los productos 25 y 77 son a los que más margen se les ha sacado y los productos 38 y 56 son los **más vendidos**, pero claramente **a un menor margen**.

En cuanto al mapa se puede ver que donde más ventas se han realizado es en **Alemania**:

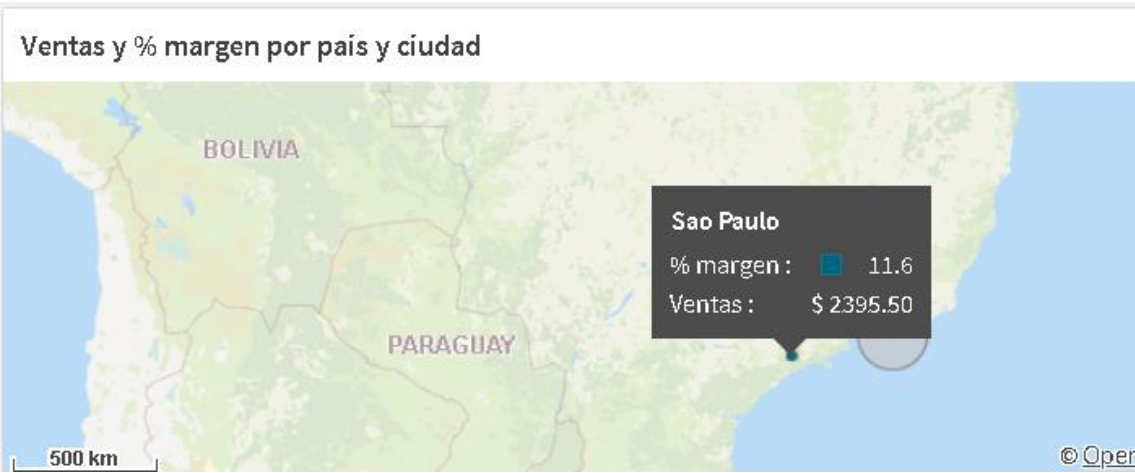
Ventas y % margen por país y ciudad



Si profundizamos en el país, vemos que efectivamente tenemos ventas, pero **NO TENEMOS MARGEN**:

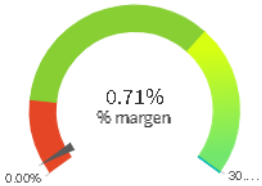


Ahora vamos a ver un ejemplo donde si tenemos margen, por ejemplo, en **Brasil**:

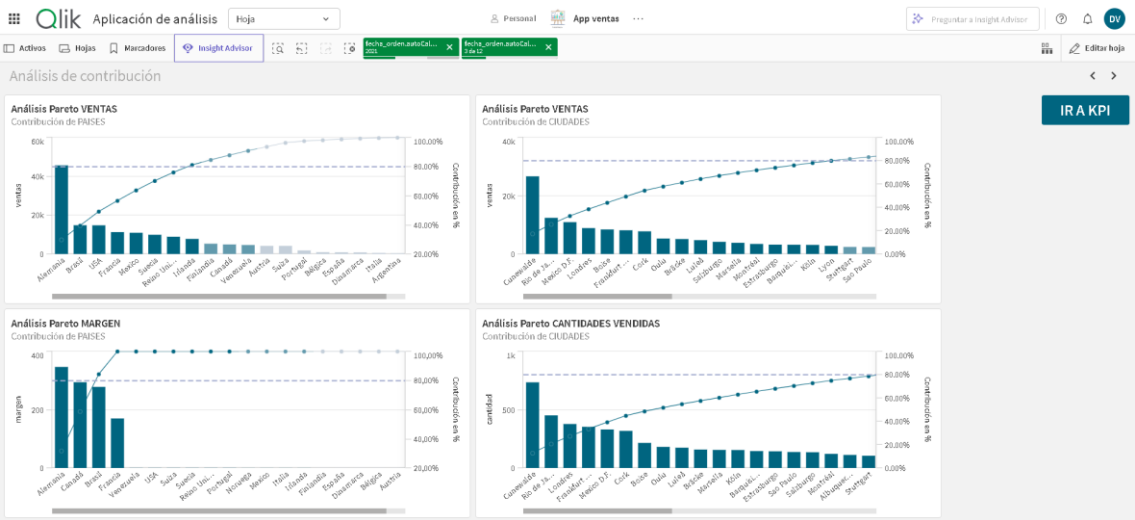


Finalmente, si volvemos al análisis filtrado únicamente por Año 2021 y meses Abril, Mayo y Junio, vemos que el negocio ha obtenido **un margen insignificante del 0,71 %**.

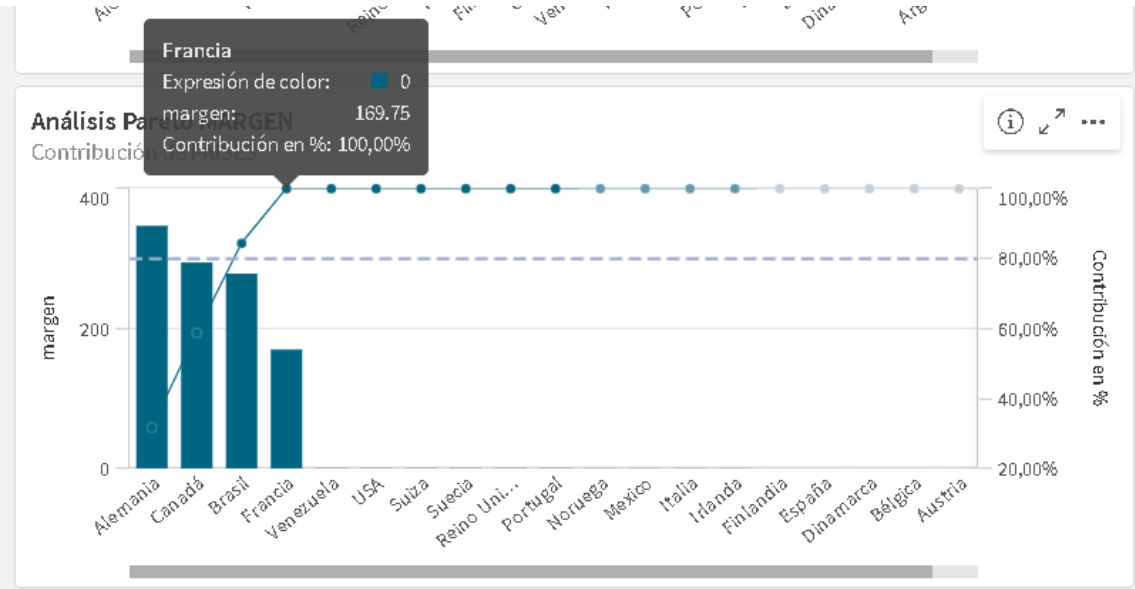
% Margen



Ahora con el filtro seleccionado nos movemos por el botón de navegación a la hoja de contribución para ver las diferentes gráficas de Pareto que arroja nuestro filtrado:



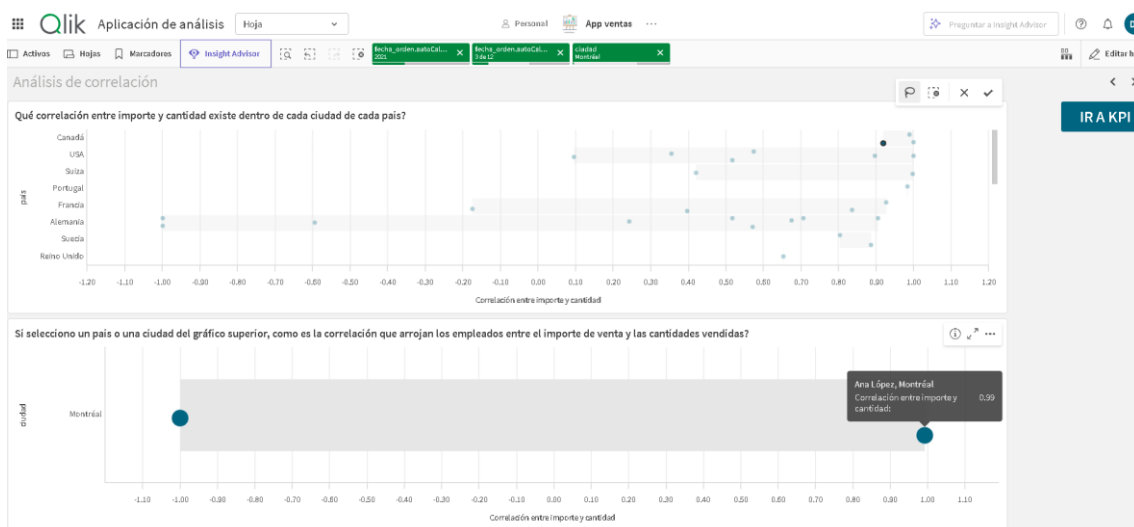
Aquí, el insight más significativo nos indica que el 80% de nuestro margen se obtuvo de **3 países (Alemania, Canadá y Brasil)**; el resto (20 %) se obtuvo de **Francia**:



Ahora avanzamos a la hoja de análisis de correlación y observamos lo siguiente:



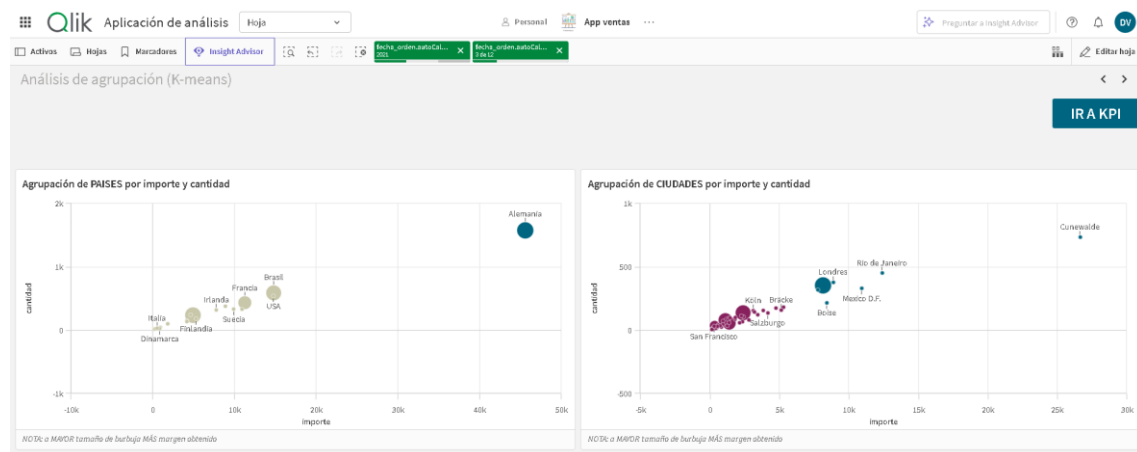
Vemos una altísima correlación positiva (0,92) entre las variables importe de ventas y cantidades vendidas en la ciudad de **Montreal (Canadá)** y exploramos en profundidad:



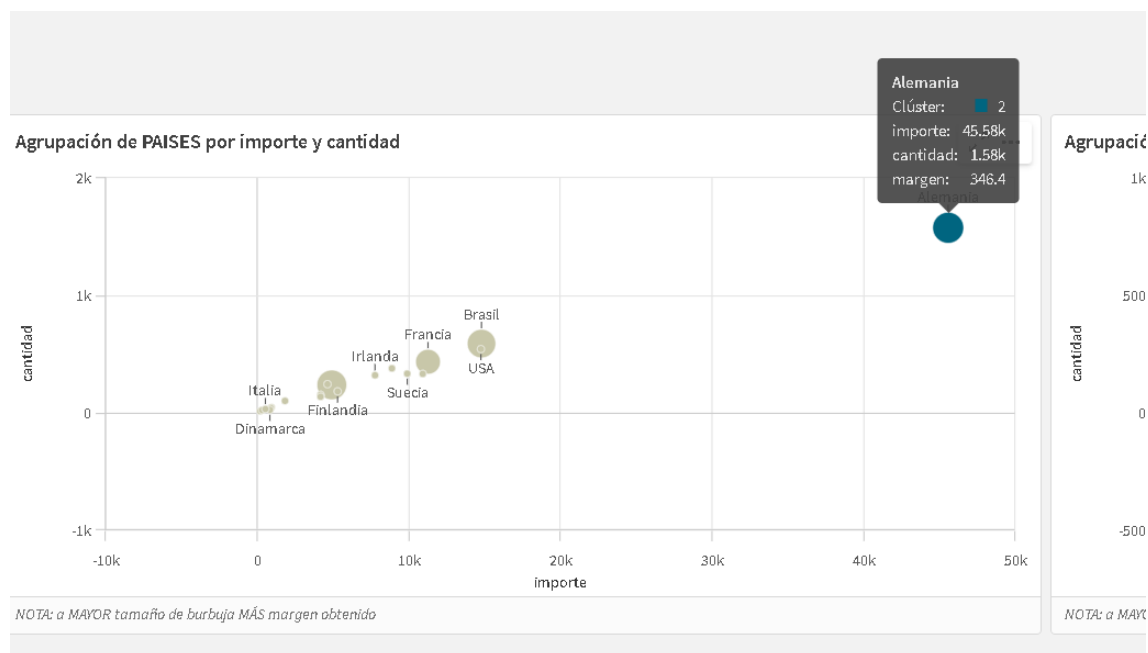
Obtenemos un nuevo insight que nos dice que la empleada Ana López es la que tiene una correlación positiva más fuerte (0,99) vendiendo nuestros productos a clientes de Montreal, es decir que, a más cantidad de productos vendidos, mayor importe de ventas obtiene.

Esto es un tema que hay que tratar en profundidad y tomar en cuenta la causalidad, ya que esta correlación puede deberse a otros factores externos al negocio como la falta de productos en nuestros competidores, es por ello que necesita un estudio detallado por parte del departamento comercial.

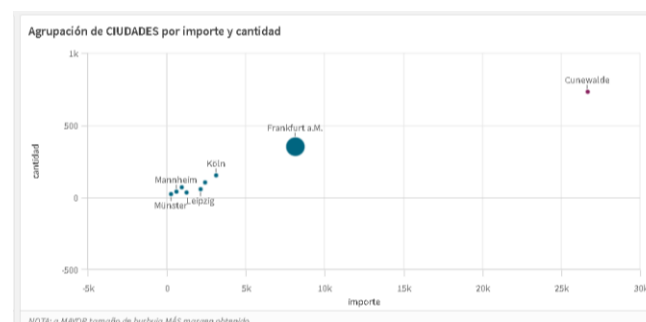
Continuando con nuestro análisis filtrado por el segundo trimestre del 2021, vamos a la hoja de análisis de agrupación de clientes:



Vemos las agrupaciones de los clientes tanto por países como por ciudades; se observa claramente que se agrupa en dos clusters; por un lado, **Alemania** y por otro lado el resto de países; además el tamaño de la burbuja indica el margen obtenido:



Si profundizamos en Alemania vemos la agrupación de clientes por ciudades:



Siendo los **clientes de Frankfurt** los que mejor se comportan en términos de *rentabilidad en Alemania*.

En este análisis se ha usado RStudio para conectar con la BBDD relacional en SQL Server y mediante las librerías DBI, dplyr y sintaxis SQL se han manipulados los datos y luego se han cargado a Qlik Sense Cloud.