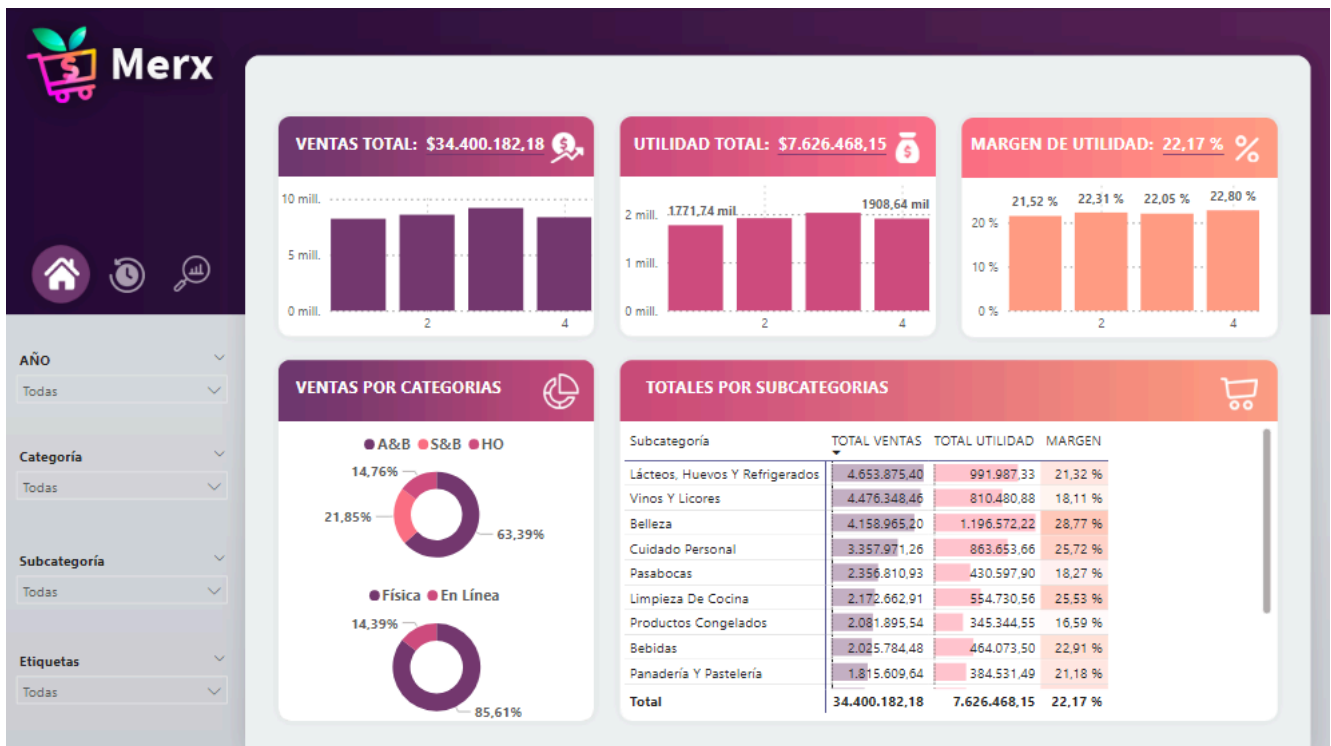


Visualización con PowerBI

En este caso se expone una visualización de un tablero de control desarrollado en Power BI. Se presenta el caso ficticio de un gran distribuidor y ventas de una cadena de supermercados, en el cual distribuye y comercializa diferentes tipos de productos. El presidente de la organización necesita observar la evolución de determinados parámetros de comercialización a fin de poder tomar decisiones, y si es necesario, en qué área realizar ajustes y así lograr prevenir pérdidas y ajustar las posibles ganancias.

Tablero Principal



A la izquierda se incorpora menú desplegable de filtro, donde se puede seleccionar la información a través de tiempo, Categorías, Subcategorías y Etiqueta del producto. Dentro del tablero en la parte superior se observa el valor de las

Ventas totales: Muestra el monto de las ventas totales del negocio en el periodo seleccionado, junto con un gráfico de barras que indica el nivel de ventas durante los trimestres del año seleccionado. Se observa un incremento de ventas en el tercer trimestre.

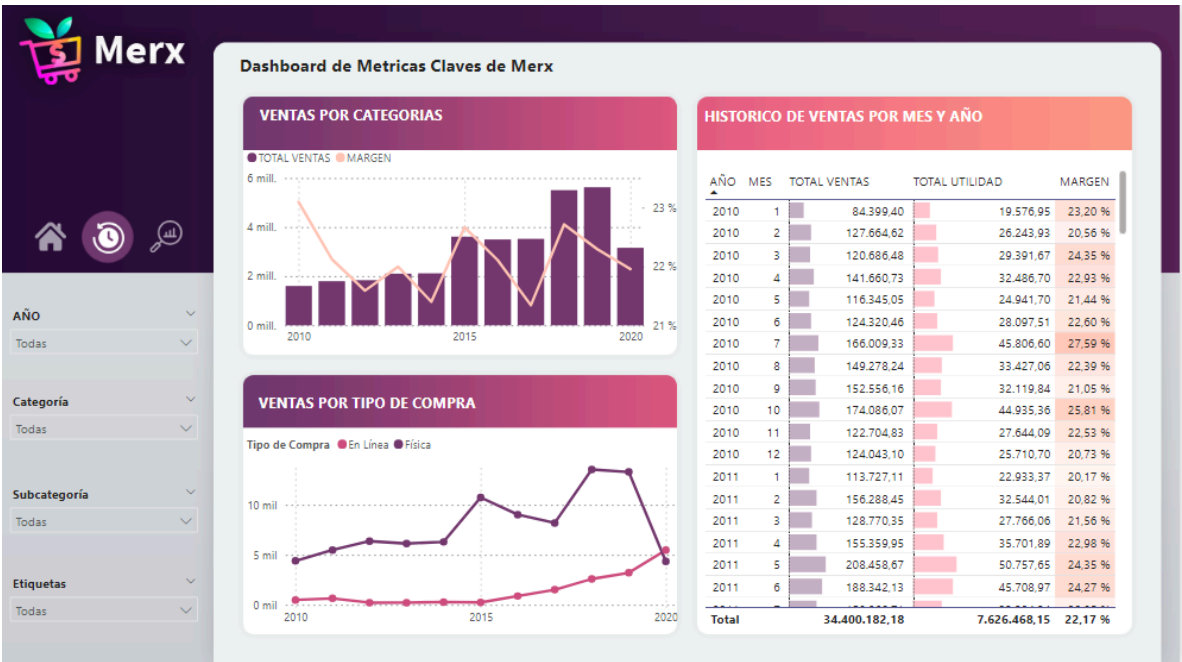
Utilidad total: obtenida en el tiempo seleccionado¹ junto a su respectivo gráfico de barras dividido en trimestres del año seleccionado. Se observa el aumento de utilidades en el tercer trimestre que coincide con el incremento del gráfico de ventas totales.

Margen de utilidad: obtenidas por la diferencia entre ventas totales y los costos totales, con su respectivo gráfico de barras. Se observa que el segundo trimestre es mayor al tercero, aunque las ventas aumentaron en estos trimestres es posible que exista algún factor que afecte a la caída del margen de utilidad en ese periodo.

Ventas y Utilidad por Subcategoría: Esta sección muestra un desglose de las ventas totales y la utilidad marginal por subcategoría de productos, como Lácteos, Vinos y Licores, Pasabocas, entre otros. Destaca la subcategoría de Dulces y Postres con un margen de utilidad del 29,87%, el más alto de la lista.

Ventas por Categorías: Se incluyen en un gráfico de anillos ventas por categorías donde indica la categoría del producto solicitado Alimentos y bebidas 14.76%, Salud y belleza 21.85% y Hogar 68.39% de los artículos en venta, y el tipo de venta o canal donde fue vendido el producto En línea 85.61% y físico o presencial en locales 14.39%.

Dashboard de Métricas Claves



En la segunda sección se incluye una muestra de métricas que podrían ser claves para la toma de decisiones en un comercio de este estilo.

Ventas por categorías: se incluye la visualización en una gráfica de barras el total de ventas anualizadas y en línea de tendencia se visualiza el margen de utilidades anualizado.

Se observa que las ventas realizadas en el año 2010 fueron bajas pero las utilidades generadas en este periodo muy altas. en el cuadro histórico de la derecha confirma que el año 2010 en el mes 7 se registran ventas por \$166009.33 con una utilidad del 27.59%, En los años siguientes las ventas fueron aumentando lentamente, pero las utilidades fueron decreciendo.

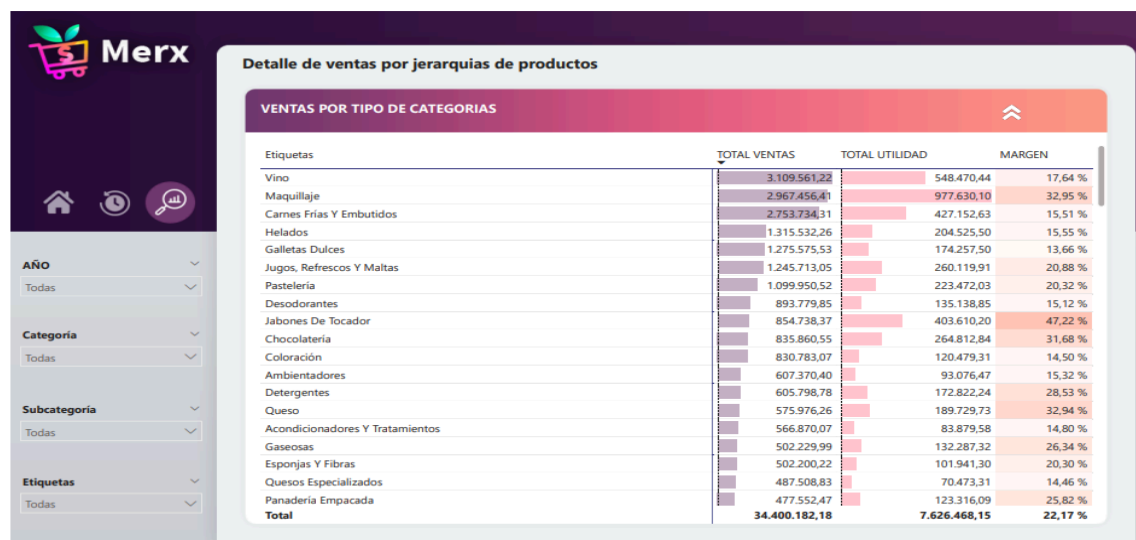
En el año 2015 se observa una aumento en las ventas y un incremento en las utilidades, los niveles de ventas se mantienen hasta el año 2018, pero las utilidades van en decrecimiento.

En el año 2018 da otro salto de ventas pero las utilidades no acompañan este incremento. Por último en el año 2020 las ventas caen junto a las utilidades debido probablemente a los efectos de la pandemia.

Ventas por tipo compra: se observa que este comercio posee dos canales de venta: física y en línea. Se puede observar la caída de ventas en la modalidad Física y una aumento de ventas en la modalidad en línea, esto debido al crecimiento en la tendencia hacia este tipo de compras por parte del público y por otro lado a los efectos de la pandemia durante año 2020 que incentiva este tipo de modalidad de venta.

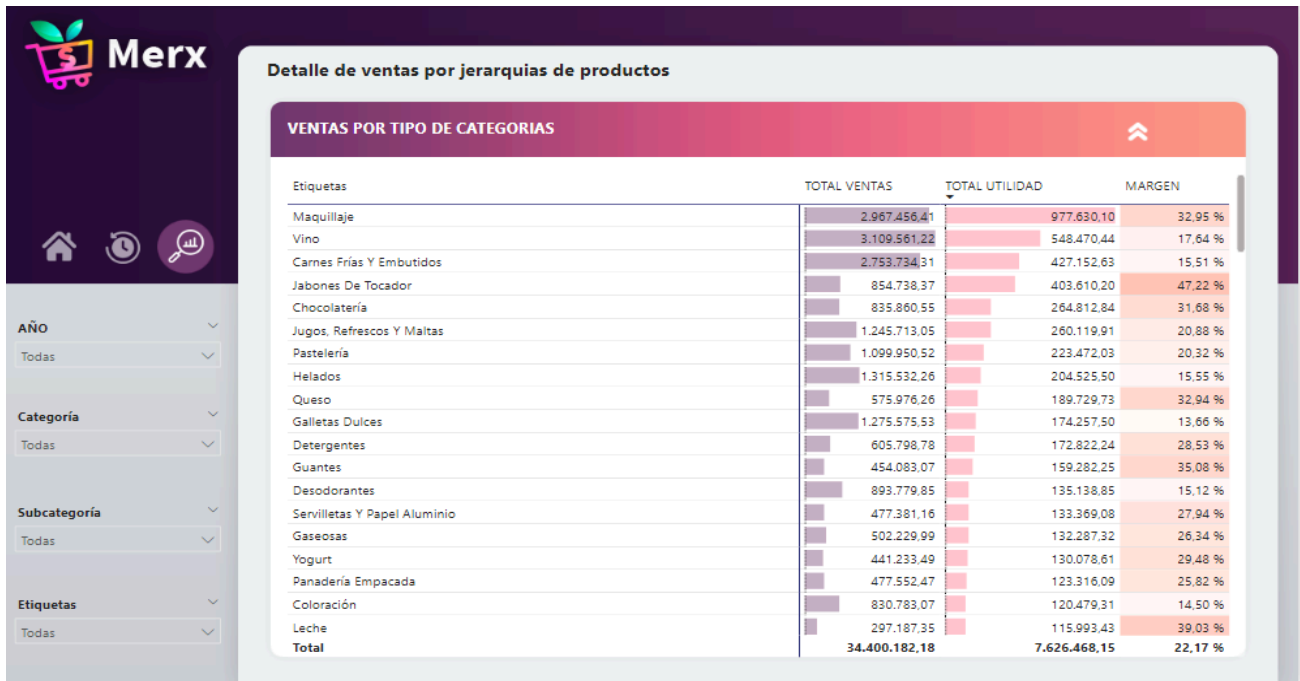
A la derecha se muestra una lista de historicos de ventas totales, utilidades y márgenes en porcentaje, que se puede filtrar por año mes y trimestre, cada fila de datos va acompañada de un indice de color deacuerdo al volumen del mismo.

Detalle de ventas por jerarquías de producto



En esta pantalla se presenta en un cuadro de lista, ordenada por etiquetas y jerarquías de productos donde también se ajusta las columnas de total de ventas total de utilidades y el margen de ganancias. a lo igual que el anterior se observan los volúmenes y los porcentajes.

Se observa que el total de ventas lo lidera los productos: vino con un total de \$3109561.22 en segundo lugar Maquillajes con un total de \$2967456.41 y carnes frias y embutidos con \$2753734.31 en ventas.



Pero las utilidades de estos productos son diferentes liderando la utilidad total los Maquillajes con \$977630.10 seguido por vino con \$548470,44 y carnes frias y embutidos \$427152.63. Ahora observaremos los márgenes de ganancia



Se puede distinguir algo en particular: el margen de ganancia lo obtiene la categoría Jabones de Tocado, seguido de la Mantequilla y avena

En conclusión, se puede observar que los productos que lideran en ventas y utilidad, no son necesariamente los que tienen márgenes de utilidades más altos. En este caso se podría decir que el director del negocio, puede decidir que estos productos deben estar siempre en su comercio disponibles para la venta, ya que con pocas ventas de los mismos, obtiene altos márgenes de utilidades.

Recordar: los datos utilizados y el nombre de la empresa o negocio son ficticios con solo fueron utilizados con fines ilustrativos e informativos.