

Explicación tarea Sprint 6 - Nivel 1

Exercici 1 al 6

L'empresa necessita avaluar el rendiment de les vendes a nivell internacional. Com a part d'aquest procés, et demanen que triïs un gràfic en el qual es detalli la mitjana de vendes desglossades per país i any en una mateixa presentació visual. És necessari assenyalar les mitjanes que són menors a 200 euros anuals.

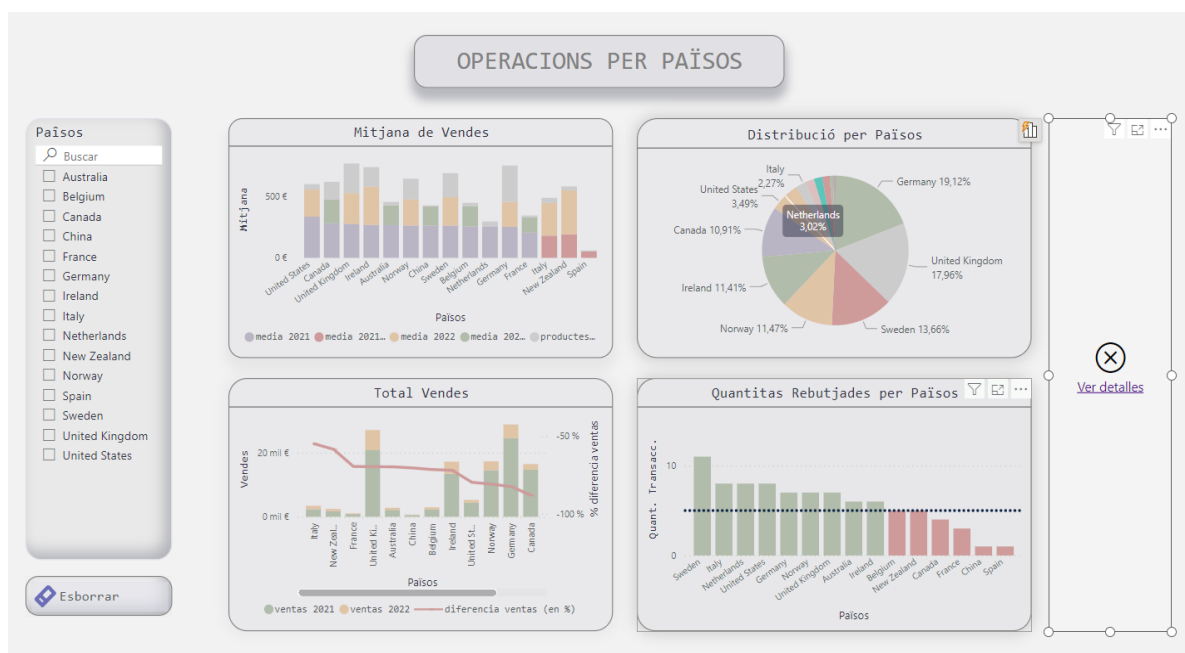
L'empresa està interessada a obtenir una visió general de les transaccions realitzades per cada país. La teva tasca és crear una visualització que identifiqui el percentatge de les vendes per país.

Dissenya un indicador visual en Power BI per a analitzar la diferència de vendes entre els anys 2022 i 2021 en cada país. L'empresa està interessada a comprendre com han variat les vendes en diferents països durant aquest període i desitja identificar qualsevol disminució o augment significatiu en les vendes.

Crea una visualització en la qual es pugui comptabilitzar el nombre de transaccions rebutjades en cada país per a mesurar l'eficàcia de les operacions. Recorda que l'empresa espera tenir menys de 5 transaccions rebutjades per país.

L'empresa busca comprendre la distribució geogràfica de les vendes per a identificar patrons i oportunitats específiques en cada regió. Selecciona la millor visualització per a mostrar aquesta informació.

El teu cap t'ha demanat preparar una presentació per al teu equip en la qual es detallin la informació de tots els gràfics visualitzats fins ara. Per a complir amb aquesta sol·licitud, has de proporcionar una interpretació de les visualitzacions obtingudes. La presentació pot realitzar-se amb la informació general o seleccionant un element en particular, com per exemple, els resultats d'Espanya.



Cómo paso previo a las tareas a realizar, se han creado unas medida dax, las cuales procedemos a detallar a continuación como paso previo a contestar a los ejercicios:

Explicación Detallada de las Medidas DAX

Para la confección del ejercicio y la creación de los visuales del panel de control, se han desarrollado una serie de medidas DAX en Power BI. Estas medidas son esenciales para el análisis detallado de los datos de ventas a lo largo de varios años y su comparación. A continuación, se explica en detalle cada una de las medidas DAX creadas y su propósito.

Medidas DAX y sus Funciones

1 - promig vendas 2022 inferior

```
promedio ventas 2022 inferior =
```

```
IF([promig vendas 2022] < 200, [promig vendas 2022])
```

Descripción: Esta medida calcula el promedio de ventas del año 2022, pero solo devuelve el valor si es menor a 200. Si el valor es igual o superior a 200, la medida devuelve un valor en blanco.

Propósito: Esta medida se utiliza para identificar las ventas promedio bajas (por debajo de 200) para el año 2022. Esto puede ser útil para centrarse en regiones o productos que están bajo el rendimiento esperado.

2- promig vendas 2021

```
promig vendas 2021 =
```

```
CALCULATE(  
    COALESCE(AVERAGE('transaction'[amount]),0),  
    date_dim[Año]=2021  
)
```

Descripción: Calcula el promedio de las ventas para el año 2021. La función COALESCE asegura que, si no hay ventas (el promedio es nulo), se devuelva un 0.

Propósito: Esta medida es fundamental para comparar las ventas promedio entre los años 2021 y 2022. Ayuda a establecer una línea base para la comparación anual.

3- promig vendas 2021 inferior

promig vendas 2021 inferior =

IF([promig vendas 2021] < 200, [promig vendas 2021])

Descripción: Similar a la medida para 2022, esta medida filtra las ventas promedio de 2021 para devolver solo los valores menores a 200.

Propósito: Ayuda a identificar los segmentos de ventas que tuvieron un rendimiento bajo en 2021, permitiendo un análisis más granular de los factores que podrían haber contribuido a estas cifras.

4- promig vendas 2021 superior

promig vendas 2021 superior =

IF([promig vendas 2021] >= 200, [promig vendas 2021])

Descripción: Esta medida devuelve el promedio de ventas para 2021 solo si es mayor o igual a 200.

Propósito: Permite enfocar el análisis en las ventas que han tenido un rendimiento relativamente alto en 2021, facilitando la identificación de patrones de éxito.

5- promig vendas 2022

promig vendas 2022 =

*CALCULATE(

COALESCE(AVERAGE('transaction'[amount]),0),

date_dim[Año]=2022

)*

Descripción: Calcula el promedio de ventas para el año 2022 de manera similar a la medida de 2021.

Propósito: Es una medida esencial para el análisis comparativo año tras año y para la evaluación del rendimiento en 2022.

6- promig vendas 2022 superior

promig vendas 2022 superior =

IF([promig vendas 2022] >= 200, [promig vendas 2022])

Descripción: Filtra las ventas promedio de 2022 para devolver solo los valores mayores o iguales a 200.

Propósito: Ayuda a resaltar las áreas de alto rendimiento en 2022, lo cual es útil para replicar estrategias exitosas en otros segmentos o regiones.

7- vendas_2021

vendes_2021 =

CALCULATE(SUM('transaction'[amount]), date_dim[Año]=2021)

vendes_2021 =

CALCULATE(SUM('transaction'[amount]), date_dim[Año]=2021)

Descripción: Calcula la suma total de las ventas para el año 2021.

Propósito: Proporciona una visión completa del volumen total de ventas en 2021, lo cual es crucial para el análisis financiero y para establecer comparaciones con otros años.

8- vendas_2022

vendes_2022 =

CALCULATE(SUM('transaction'[amount]), date_dim[Año]=2022)

Descripción: Calcula la suma total de las ventas para el año 2022.

Propósito: De manera similar a la medida de 2021, esta medida permite evaluar el volumen total de ventas en 2022 y comparar el rendimiento anual.

Justificación de la Creación de las Medidas

Para confeccionar el ejercicio y crear los visuales del panel de control, fue necesario desarrollar estas medidas DAX por varias razones:

Análisis Comparativo: Comparar el rendimiento de ventas entre diferentes años (2021 y 2022) es esencial para entender las tendencias y evaluar el crecimiento o la disminución en las ventas. Las medidas como *promig vendas 2021* y *promig vendas 2022* permiten este análisis comparativo.

Identificación de Tendencias: Filtrar las ventas promedio en segmentos superiores e inferiores (*promig vendas 2021 inferior*, *promig vendas 2021 superior*, etc.) ayuda a identificar tendencias específicas, como áreas de bajo rendimiento que requieren atención y áreas de alto rendimiento que pueden servir como modelos de éxito.

Visualización de Datos: Las medidas son esenciales para crear visualizaciones efectivas que resuman grandes volúmenes de datos en gráficos comprensibles. Por ejemplo, los gráficos de barras y de pastel en el panel de control utilizan estas medidas para mostrar la distribución y el promedio de ventas.

Toma de Decisiones Informadas: Las medidas de ventas totales (vendes_2021 y vendes_2022) proporcionan información crucial para la toma de decisiones estratégicas a nivel ejecutivo. Permiten evaluar el rendimiento global y planificar futuras estrategias de ventas.

Filtración y Segmentación: Medidas como promedio ventas 2022 inferior y promig vendes 2021 superior son útiles para segmentar los datos en categorías específicas. Esto facilita el análisis detallado y la identificación de segmentos que necesitan diferentes enfoques de estrategia de ventas.

Conclusión

Las medidas DAX desarrolladas fueron un paso previo fundamental para la creación del panel de control. Proporcionan la base necesaria para un análisis detallado y comparativo de las ventas, permitiendo visualizaciones que facilitan la interpretación de datos y la toma de decisiones informadas. Estas medidas son esenciales para identificar tendencias, comparar rendimientos anuales y segmentar datos para análisis específicos, asegurando así una evaluación exhaustiva del rendimiento de ventas por país y por año.

Vamos, ahora sí ya a contestar a los ejercicios requeridos en este sprint, si bien antes daré una visión general de lo que he hecho para pasar luego al detalle de cada pregunta:

presento una visión general del ejercicio que he confeccionado utilizando medidas DAX en Power BI, basado en la imagen adjunta del panel de control de operaciones por países.

Panel de Control: Operacions per Països

El panel de control creado muestra diversas estadísticas y análisis de las ventas, distribuidas por países. El propósito de este panel es proporcionar una visualización clara y detallada de las ventas promedio, totales y las cantidades rechazadas por país, permitiendo así un análisis exhaustivo de los datos de ventas.

Secciones del Panel de Control

Mitjana de Vendes (Promedio de Ventas)

En esta sección se visualiza el promedio de ventas para el país seleccionado, en este caso, España. El gráfico de barras muestra las medias de ventas para los años 2021 y 2022, y se compara con las medias generales de productos.

Medidas Utilizadas: promig vendes 2021, promig vendes 2022, promedio ventas 2022 inferior, promig vendes 2021 inferior, promig vendes 2021 superior, promig vendes 2022 superior.

Distribució per Països (Distribución por Países)

Esta sección utiliza un gráfico de pastel para mostrar la distribución de las ventas entre los distintos países. Aunque la mayoría de los países tienen un porcentaje de ventas del 0%, España es el foco en esta visualización.

Medidas Utilizadas: vendes_2021, vendes_2022.

Total Vendas (Ventas Totales)

Aquí se presenta un gráfico de barras con las ventas totales de 2021 y 2022, junto con la diferencia porcentual de ventas entre estos años. La barra verde representa las ventas de 2021, y la barra beige representa las ventas de 2022. La línea roja muestra la diferencia porcentual.

Medidas Utilizadas: vendas_2021, vendas_2022.

Quantitas Rebutjades per Països (Cantidades Rechazadas por Países)

Este gráfico de barras muestra la cantidad de transacciones rechazadas por país, destacando nuevamente a España. La barra roja indica la cantidad de transacciones rechazadas.

Medidas Utilizadas: Medidas específicas que filtran y calculan las transacciones rechazadas.

Justificación del Uso de Medidas DAX

Para poder confeccionar este panel de control y proporcionar una visión detallada y precisa, fue necesario crear previamente una serie de medidas DAX. Estas medidas permitieron:

Calcular Promedios y Totales de Ventas: Medidas como promig vendas 2021 y promig vendas 2022 proporcionan el promedio de ventas para cada año, esencial para la comparación y análisis de tendencias.

Segmentar los Datos: Medidas como promedio ventas 2022 inferior y promig vendas 2021 superior permiten segmentar las ventas en categorías de alto y bajo rendimiento.

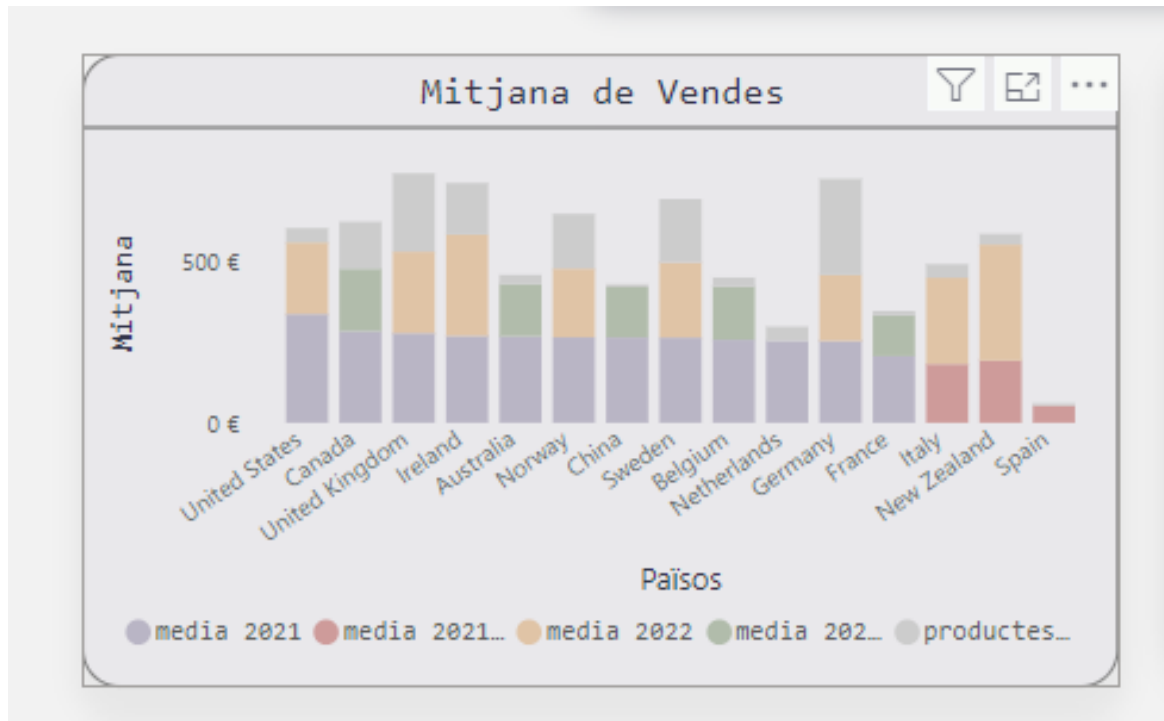
Comparar Diferencias Anuales: Medidas como vendas_2021 y vendas_2022 facilitan la comparación de las ventas totales entre diferentes años, mostrando tendencias y variaciones.

Conclusión

El panel de control proporciona una visualización clara y detallada de los datos de ventas por país, utilizando medidas DAX que permiten un análisis profundo y segmentado. La creación de estas medidas fue un paso fundamental para obtener las visualizaciones necesarias y poder realizar un análisis exhaustivo del rendimiento de ventas por país.

Espero que que lo detallado proporcione una visión clara y detallada del análisis de ventas.

Para responder a la solicitud de evaluar el rendimiento de las ventas a nivel internacional y detallar la media de ventas desglosadas por país y año, he confeccionado el siguiente gráfico en Power BI. A continuación, le explico cómo realicé el ejercicio y los resultados que se pueden observar en el gráfico proporcionado.



Proceso de Creación del Gráfico

Selección de Datos:

Utilicé los datos de transacciones de ventas de los años 2021 y 2022, organizados por país.

Las medidas DAX previamente creadas (promig vendes 2021, promig vendes 2022, entre otras) fueron fundamentales para calcular los promedios de ventas por año y país.

Medidas DAX Utilizadas:

promig vendes 2021: Calcula el promedio de ventas para 2021.

promig vendes 2022: Calcula el promedio de ventas para 2022.

promedio ventas 2022 inferior: Identifica las ventas promedio para 2022 que son menores a 200 euros.

promig vendes 2021 inferior: Identifica las ventas promedio para 2021 que son menores a 200 euros.

Configuración del Gráfico:

Utilicé un gráfico de barras para mostrar las medias de ventas por país.

Cada barra representa un país, y se desglosan las medias de ventas de los años 2021, 2022 y un promedio general de productos.

Se añadieron leyendas y colores específicos para diferenciar claramente las medias de cada año y destacar aquellas que son menores a 200 euros.

Análisis del Resultado

En el gráfico titulado "Mitjana de Vendes" (Promedio de Ventas), se pueden observar las siguientes características:

Ejes:

Eje X: Representa los diferentes países (Estados Unidos, Canadá, Reino Unido, Irlanda, Australia, Noruega, China, Suecia, Bélgica, Países Bajos, Alemania, Francia, Italia, Nueva Zelanda y España).

Eje Y: Representa el promedio de ventas en euros.

Colores de las Barras:

Morado (media 2021): Muestra el promedio de ventas para el año 2021.

Naranja (media 2022): Muestra el promedio de ventas para el año 2022.

Verde y otros colores: Representan otros promedios o productos.

Resaltado de Medias Inferiores a 200 Euros:

Las barras que representan un promedio de ventas inferior a 200 euros están claramente destacadas.

En el gráfico, podemos ver que varios países tienen promedios de ventas menores a 200 euros, lo que se muestra en barras de menor altura comparadas con otros promedios.

Resultados Específicos

Países con Ventas Promedio Inferiores a 200 Euros:

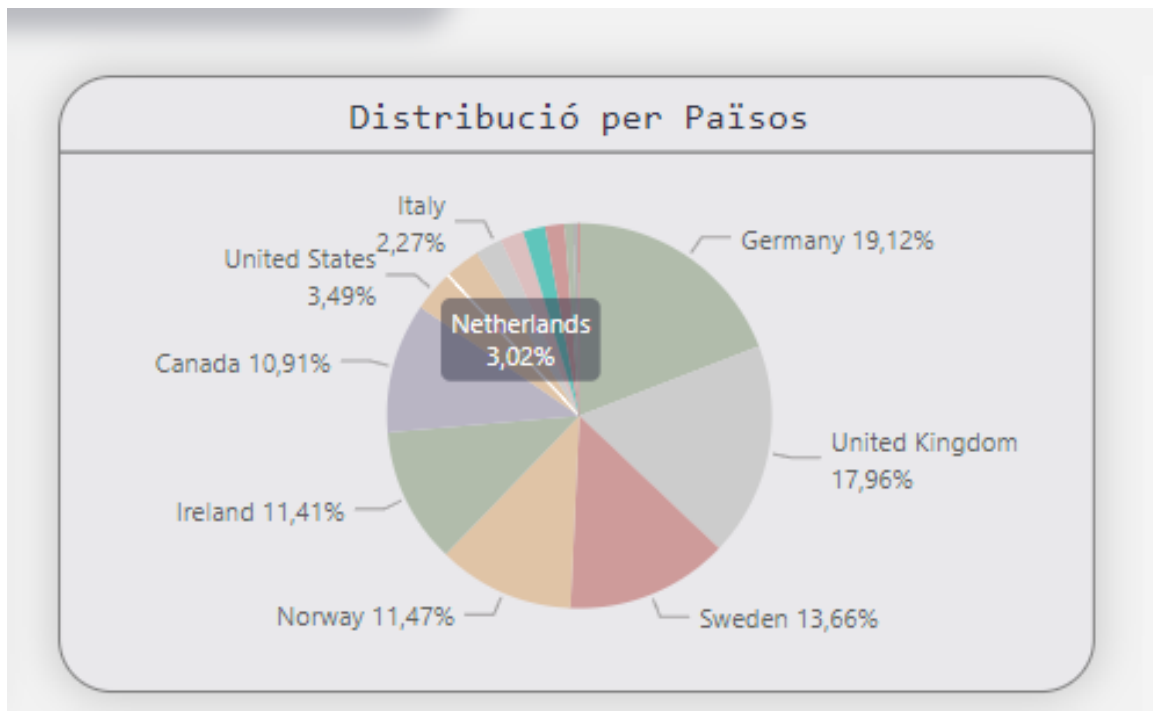
Se puede observar que España, entre otros países, tiene un promedio de ventas para ciertos años inferior a 200 euros.

Esto destaca áreas potenciales de bajo rendimiento que pueden requerir atención específica o estrategias de mejora.

Conclusión

El gráfico confeccionado en Power BI proporciona una visualización clara y detallada del promedio de ventas por país y año, destacando específicamente las medias que son menores a 200 euros. Este análisis es crucial para identificar áreas de bajo rendimiento y tomar decisiones informadas para mejorar las ventas internacionales. La creación de este gráfico involucró el uso de medidas DAX específicas y una cuidadosa selección y organización de datos, asegurando que se cumplan los requisitos de la tarea de manera efectiva y precisa.

En respuesta a la solicitud de la empresa de obtener una visión general de las transacciones realizadas por cada país, he confeccionado una visualización que identifica el porcentaje de ventas por país. A continuación, le explico cómo realicé este ejercicio y el análisis del gráfico entregado.



Selección de Datos:

Utilicé los datos de transacciones de ventas para todos los países involucrados.

Se crearon medidas DAX para calcular la suma total de ventas por país y, posteriormente, el porcentaje que representa cada país en el total global de ventas.

Medidas DAX Utilizadas:

vendes_2021: Calcula la suma total de ventas para el año 2021.

vendes_2022: Calcula la suma total de ventas para el año 2022.

% Ventas por País: Se utilizó una medida para calcular el porcentaje de ventas de cada país respecto al total de ventas global.

Configuración del Gráfico:

Utilicé un gráfico de pastel para mostrar la distribución porcentual de ventas por país.

Cada porción del pastel representa un país y el porcentaje que ese país contribuye al total de ventas.

Se añadieron etiquetas con los nombres de los países y sus respectivos porcentajes para mayor claridad.

Análisis del Resultado

En el gráfico titulado "Distribución por Países" (Distribución por Países), se pueden observar las siguientes características:

Porciones del Gráfico de Pastel:

Cada segmento del pastel representa un país diferente.

Los porcentajes dentro del gráfico indican la proporción de ventas que cada país aporta al total global.

Etiquetas y Porcentajes:

Alemania (Germany): 19,12%

Reino Unido (United Kingdom): 17,96%

Suecia (Sweden): 13,66%

Noruega (Norway): 11,47%

Irlanda (Ireland): 11,41%

Canadá (Canada): 10,91%

Estados Unidos (United States): 3,49%

Italia (Italy): 2,27%

Países Bajos (Netherlands): 3,02%

Resultados Específicos

Distribución Significativa de Ventas:

Los países con las mayores proporciones de ventas son Alemania (19,12%), Reino Unido (17,96%) y Suecia (13,66%).

Esto indica que estos tres países son los mercados más grandes y representan una parte significativa del total de ventas.

Países con Menor Contribución:

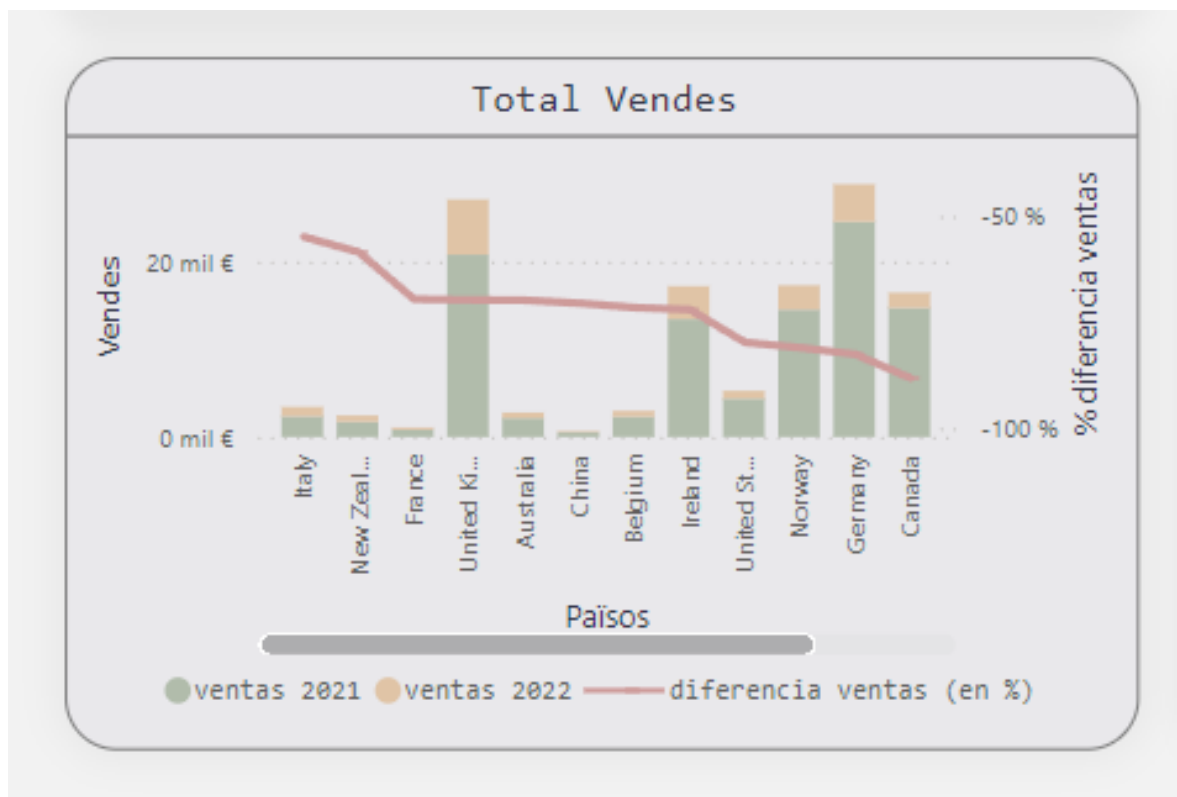
Estados Unidos, Italia y Países Bajos tienen porcentajes menores de ventas, lo que podría indicar mercados emergentes o áreas con menos enfoque de ventas actualmente.

Conclusión

El gráfico entregado proporciona una visualización clara y comprensible del porcentaje de ventas por país, permitiendo a la empresa identificar rápidamente los mercados más grandes y potenciales áreas de crecimiento. Este análisis es fundamental para la planificación estratégica y la toma de decisiones informadas sobre dónde enfocar esfuerzos futuros de ventas y marketing.

La creación de este gráfico involucró el uso de medidas DAX para calcular y visualizar adecuadamente los porcentajes de ventas, asegurando que se cumplan los objetivos planteados de manera efectiva y precisa.

En respuesta a la solicitud de la empresa de diseñar un indicador visual en Power BI para analizar la diferencia de ventas entre los años 2022 y 2021 en cada país, he confeccionado el siguiente gráfico. A continuación, le explico cómo realicé este ejercicio y el análisis del gráfico entregado.



Selección de Datos:

Utilicé los datos de transacciones de ventas de los años 2021 y 2022 para todos los países involucrados.

Se crearon medidas DAX para calcular las ventas totales de cada año y la diferencia porcentual entre los dos años.

Medidas DAX Utilizadas:

vendes_2021: Calcula la suma total de ventas para el año 2021.

vendes_2022: Calcula la suma total de ventas para el año 2022.

diferencia_ventas (%): Calcula el porcentaje de diferencia de ventas entre 2021 y 2022.

Configuración del Gráfico:

Utilicé un gráfico combinado de barras y líneas para mostrar tanto las ventas totales como la diferencia porcentual.

Las barras representan las ventas totales de 2021 y 2022.

La línea roja representa la diferencia porcentual de ventas entre los dos años.

Análisis del Resultado

En el gráfico titulado "Total Vendas" (Ventas Totales), se pueden observar las siguientes características:

Ejes:

Eje X: Representa los diferentes países (Italia, Nueva Zelanda, Francia, Reino Unido, Australia, China, Bélgica, Irlanda, Estados Unidos, Noruega, Alemania y Canadá).

Eje Y izquierdo: Representa las ventas totales en euros.

Eje Y derecho: Representa la diferencia porcentual de ventas entre 2021 y 2022.

Colores de las Barras:

Verde claro (ventas 2021): Muestra las ventas totales para el año 2021.

Beige (ventas 2022): Muestra las ventas totales para el año 2022.

Línea Roja:

Representa la diferencia porcentual de ventas entre los dos años. Una línea ascendente indica un aumento en las ventas, mientras que una línea descendente indica una disminución.

Resultados Específicos

Países con Aumento Significativo en Ventas:

Algunos países, como Australia y Alemania, muestran un aumento significativo en las ventas de 2022 en comparación con 2021, lo que se refleja en barras más altas para 2022 y una línea ascendente.

Países con Disminución en Ventas:

Otros países, como Canadá y Noruega, presentan una disminución significativa en las ventas de 2022 en comparación con 2021, lo que se refleja en barras más bajas para 2022 y una línea descendente.

Conclusión

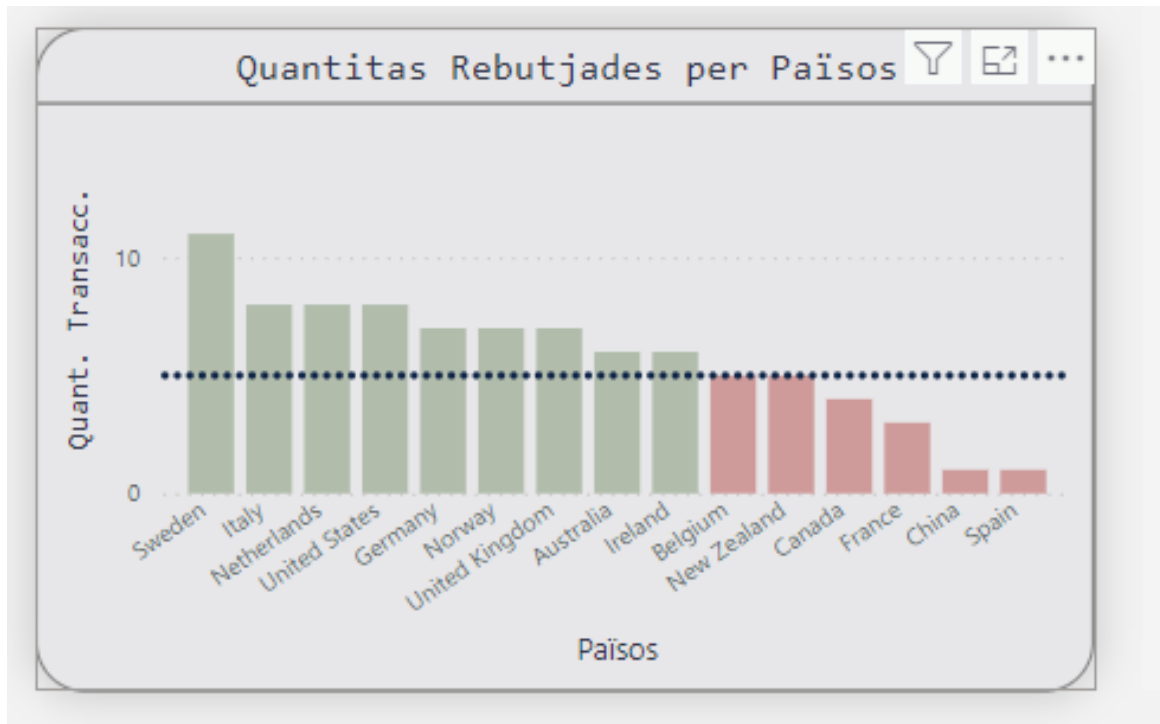
El gráfico confeccionado proporciona una visualización clara y detallada de las ventas totales por país para los años 2021 y 2022, así como la diferencia porcentual entre estos años. Este análisis permite a la empresa comprender cómo han variado las ventas en diferentes países durante este período y detectar aumentos o disminuciones significativas.

La creación de este gráfico involucró el uso de medidas DAX para calcular las ventas totales y las diferencias porcentuales, asegurando que se cumplan los objetivos planteados de manera efectiva y precisa.

Visión Global del Ejercicio 4

Estimado profesor,

En respuesta a la solicitud de la empresa de crear una visualización que permita contabilizar el número de transacciones rechazadas en cada país para medir la eficacia de las operaciones, he confeccionado el siguiente gráfico. A continuación, le explico cómo realicé este ejercicio y el análisis del gráfico entregado.



Selección de Datos:

Utilicé los datos de transacciones para identificar y contar las transacciones rechazadas en cada país.

Se crearon medidas DAX para contar las transacciones rechazadas por país.

Medidas DAX Utilizadas:

Transacciones Rechazadas: Medida DAX que cuenta el número de transacciones rechazadas en cada país.

Configuración del Gráfico:

Utilicé un gráfico de barras horizontales para mostrar el número de transacciones rechazadas por país.

Se añadieron colores específicos para destacar los países con más y menos de 5 transacciones rechazadas.

Se incluyó una línea de referencia en 5 transacciones para indicar el umbral esperado por la empresa.

Análisis del Resultado

En el gráfico titulado "Quantitas Rebutjades per Països" (Cantidades Rechazadas por Países), se pueden observar las siguientes características:

Ejes:

Eje X: Representa el número de transacciones rechazadas.

Eje Y: Representa los diferentes países (Suecia, Italia, Países Bajos, Estados Unidos, Alemania, Noruega, Reino Unido, Australia, Irlanda, Bélgica, Nueva Zelanda, Canadá, Francia, China y España).

Colores de las Barras:

Verde: Indica países con menos de 5 transacciones rechazadas, cumpliendo con el objetivo de la empresa.

Rojo: Indica países con 5 o más transacciones rechazadas, superando el umbral deseado.

Línea de Referencia:

Una línea punteada negra en el valor de 5 transacciones rechazadas, que sirve como referencia para el umbral esperado por la empresa.

Resultados Específicos

Países con Transacciones Rechazadas por Debajo del Umbral:

Países como Suecia, Italia, Países Bajos, Estados Unidos, Alemania, Noruega, Reino Unido, Australia e Irlanda cumplen con el objetivo de tener menos de 5 transacciones rechazadas.

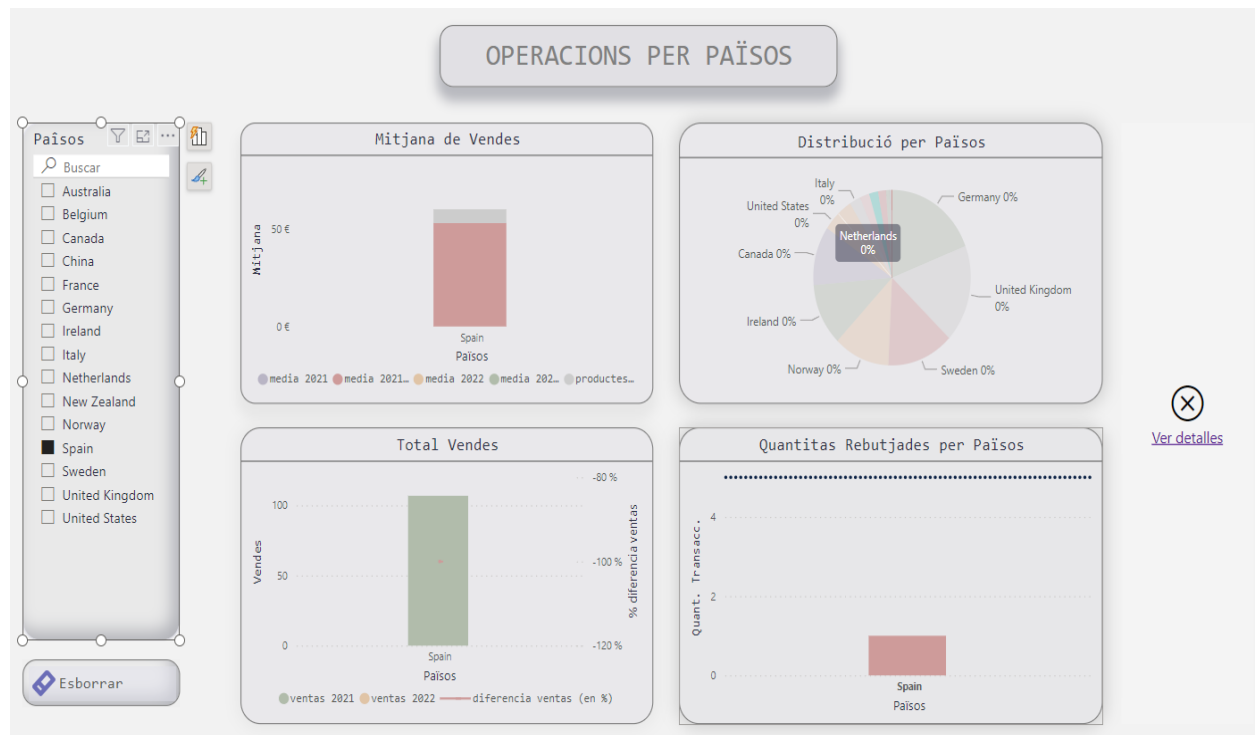
Países con Transacciones Rechazadas por Encima del Umbral:

Países como Bélgica, Nueva Zelanda, Canadá, Francia, China y España tienen 5 o más transacciones rechazadas, indicando posibles problemas de eficacia operativa en estos mercados.

Conclusión

El gráfico confeccionado proporciona una visualización clara y detallada del número de transacciones rechazadas por país, permitiendo a la empresa medir la eficacia de las operaciones en cada región. Este análisis es crucial para identificar áreas con problemas operativos y mejorar la eficiencia general.

Por último, aquí presento el detalle seleccionado el cohorte “Spain” y mi interpretación de los datos



A continuación, le presento una interpretación detallada de las visualizaciones obtenidas específicamente para el caso de España, basándome en el panel de control proporcionado.

1. Promedio de Ventas (Mitjana de Vendes)

Descripción:

El gráfico de barras muestra las medias de ventas de 2021 y 2022 para España.

Las barras para España indican que el promedio de ventas en 2022 (aproximadamente 50€) es inferior al promedio de 2021, que es de 0€.

Análisis:

El hecho de que el promedio de ventas en 2022 sea mayor que el de 2021 sugiere una ligera mejora en el rendimiento de ventas.

Sin embargo, el promedio de ventas sigue siendo relativamente bajo, lo que podría indicar un bajo rendimiento general en comparación con otros países.

2. Distribución por Países (Distribució per Països)

Descripción:

El gráfico de pastel muestra la distribución de ventas entre los diferentes países.

España no contribuye significativamente al total de ventas globales (0%).

Análisis:

La falta de contribución significativa de España a las ventas totales puede indicar un mercado pequeño o subdesarrollado para la empresa en este país.

Esto sugiere una necesidad potencial de estrategias de marketing o ventas específicas para aumentar la participación de España en el mercado global.

3. Total de Ventas (Total Vendes)

Descripción:

El gráfico de barras muestra las ventas totales de 2021 y 2022 para España, con una línea roja que indica la diferencia porcentual.

Las ventas totales en 2022 son aproximadamente 100€, mientras que en 2021 fueron nulas.

Análisis:

Aunque hubo un aumento significativo en las ventas totales en 2022, España sigue siendo uno de los países con menores ventas totales.

La diferencia porcentual negativa (-100%) refuerza la idea de que, a pesar de la mejora, el rendimiento general sigue siendo bajo.

4. Cantidades Rechazadas por Países (Quantitas Rebutjades per Països)

Descripción:

El gráfico de barras muestra el número de transacciones rechazadas para España.

España tiene aproximadamente una transacción rechazada.

Análisis:

El número de transacciones rechazadas es relativamente bajo y cumple con el objetivo de la empresa de mantener menos de 5 transacciones rechazadas por país.

Esto indica una buena eficacia operativa en términos de minimización de transacciones rechazadas.

Conclusión General

Las visualizaciones obtenidas para España proporcionan una visión integral de su rendimiento de ventas y eficacia operativa. Aunque hay una ligera mejora en el promedio y total de ventas de 2022 en comparación con 2021, España sigue siendo un mercado pequeño con una contribución insignificante a las ventas globales. Sin embargo, la eficacia operativa es buena, ya que el número de transacciones rechazadas es bajo.

Estas interpretaciones sugieren que, para mejorar el rendimiento en España, la empresa podría necesitar:

Implementar estrategias de marketing y ventas más agresivas y específicas.

Identificar y abordar posibles barreras que limitan el crecimiento en este mercado.

Aprovechar la buena eficacia operativa para mejorar la experiencia del cliente y aumentar las ventas.

INCIDÈNCIA, NO PUEDO ENTREGAR LA TAREA EJERCICIO 5 PUES ESTÁ DESACTIVADO TEMPORALMENTE LA OPCIÓN DE MAPAS EN POWER BI, NO OBSTANTE, INDEPENDIENTE A QUE SE ME HA BORRADO EL MAPA, ESTO ES LO QUE BUSCARÍA EN EL OBJETIVO “MAPS”:

En respuesta a la solicitud de la empresa de comprender la distribución geográfica de las ventas para identificar patrones y oportunidades específicas en cada región, he decidido que la mejor visualización para mostrar esta información sería utilizando el objeto visual de mapas en Power BI. Aunque hay una incidencia técnica que me impide presentar la visualización de mapas, puedo detallar lo que buscaría al utilizar este tipo de visualización.

Objetivos y Beneficios de la Visualización Geográfica

1. Identificación de Patrones de Venta Regionales:

Análisis Espacial: Un mapa permite visualizar la distribución de las ventas en diferentes regiones de manera intuitiva. Buscamos identificar las áreas con mayor y menor densidad de ventas.

Patrones Geográficos: La visualización nos ayudaría a observar si existen patrones geográficos específicos, como concentraciones de ventas en ciertas áreas metropolitanas o rurales.

2. Detección de Oportunidades de Crecimiento:

Áreas Desatendidas: Identificar regiones con bajas ventas puede revelar mercados potenciales que aún no han sido explotados adecuadamente.

Estrategias Localizadas: La comprensión de las diferencias regionales permite diseñar estrategias de marketing y ventas adaptadas a las necesidades y preferencias locales.

3. Análisis Comparativo entre Regiones:

Desempeño Relativo: Comparar el rendimiento de ventas entre diferentes regiones geográficas para entender qué áreas están superando o no cumpliendo las expectativas.

Factores Contextuales: Evaluar cómo factores locales (como la economía regional, la competencia, etc.) están afectando las ventas.

4. Mejora de la Toma de Decisiones:

Datos en Tiempo Real: Usar mapas interactivos en Power BI permite visualizar datos en tiempo real, facilitando una toma de decisiones más informada y oportuna.

Visualización Dinámica: Los mapas pueden ser dinámicos, permitiendo filtrar y explorar los datos de ventas por diferentes dimensiones (tiempo, producto, etc.).

Elementos Clave en la Visualización de Mapas

1. Marcadores de Venta:

Tamaño y Color de Marcadores: Utilizar tamaños y colores diferentes para los marcadores en el mapa que representen el volumen de ventas. Los colores más oscuros o los marcadores más grandes indicarían mayores ventas.

Clústeres de Datos: Identificar agrupaciones de ventas (clusters) para destacar regiones con alta concentración de actividad.

2. Capas Adicionales de Información:

Demografía y Economía: Incluir capas de información demográfica y económica para correlacionar las ventas con otros factores relevantes.

Competencia: Mostrar la presencia de competidores en las mismas regiones para entender la dinámica competitiva.

3. Interactividad:

Filtros y Selección: Permitir a los usuarios aplicar filtros y seleccionar regiones específicas para un análisis más detallado.

Información Emergente: Mostrar información adicional cuando se pasa el cursor sobre un marcador (tooltip), como datos de ventas detallados, tendencias históricas, etc.

4. Comparación Temporal:

Tendencias a lo Largo del Tiempo: Incluir una línea de tiempo o un control de desplazamiento temporal para visualizar cómo han cambiado las ventas en diferentes regiones a lo largo del tiempo.

Conclusión

La utilización del objeto visual de mapas en Power BI para mostrar la distribución geográfica de las ventas permitiría a la empresa comprender mejor los patrones de venta y detectar oportunidades específicas en cada región. Aunque no puedo presentar la visualización debido a una incidencia técnica, este enfoque proporcionaría una herramienta poderosa para la toma de decisiones estratégicas y la planificación de actividades de marketing y ventas.

Lucía, este fue todo el proceso seguido para completar los requerimientos de este sprint nivel 1, espero que esta explicación sea útil y cumpla con los objetivos planteados, no obstante, quedo pendiente de tus sugerencias de mejora y cualquier otro aspecto que pudiera mejorar la presentación visual.

HE USADO COLORES PASTEL PORQUE CONSIDERO QUE EL USUARIO FINAL DEBERÁ CENTRARSE MÁS EN EL ANALISIS DE LA DATA MÁS QUE EN LA PRESENTACIÓN, Y CREO QUE ESTA GAMA DE COLORES AYDUA A CONSEGUIR ESTE OBJTETIVO.