

## Contexto de Empresa

Imagina una cadena de supermercados con presencia en distintas ciudades. Cada día maneja una operación intensa: cientos de pedidos salen hacia hogares y negocios, mientras otros tantos se preparan para ser entregados. Su inventario se mueve constantemente, los clientes tienen preferencias cambiantes y la competencia exige decisiones rápidas basadas en evidencia.

Este negocio opera con una dinámica compleja: múltiples canales de venta, envíos a diferentes regiones, productos que varían en categoría y margen, y un flujo continuo de información que relata la historia detrás de cada compra realizada.

---

## Problema de Negocio

Aunque las ventas parecen sólidas, la empresa enfrenta preguntas que no se resuelven con intuición: ¿En qué regiones se vende más? ¿Qué productos son realmente rentables? ¿Qué segmentos de cliente generan mayor valor? ¿Dónde se presentan retrasos logísticos y cuántos días tarda en llegar un pedido? ¿Existen patrones ocultos en los datos que puedan ayudar a mejorar la toma de decisiones?

La información está presente, pero dispersa. Las ventas están registradas en una hoja, los datos de regiones en otra, y el catálogo de productos separado. Sin integración ni análisis visual, la historia queda incompleta. La empresa necesita transformar estos datos en una visión clara que le permita actuar: optimizar tiempos de entrega, priorizar mercados estratégicos y enfocar esfuerzos en las categorías y segmentos más valiosos.

---

## Descripción del Dataset

El archivo base reúne tres piezas esenciales de información que permiten reconstruir el comportamiento real del negocio:

### 1■■■ Ventas Supermercado

Cada fila representa una venta independiente. Contiene fechas clave (salida, entrega, días transcurridos), información del comprador (ciudad, estado, país, segmento), producto vendido (categoría, nombre, cantidad), y variables financieras como ventas, utilidad, ganancia y costo de envío. También registra la prioridad del envío y si el pedido llega a tiempo o no.

### 2■■■ Regiones

Un mapa que organiza los países dentro de mercados y regiones. Ayuda a entender el alcance geográfico y permite responder preguntas sobre desempeño por lugar.

### 3■■■ Productos

Un catálogo maestro con identificación de productos, categorías y subcategorías. Permite analizar el inventario y evaluar qué familias de productos destacan en ventas o rentabilidad.

---

## Propósito del Análisis

A través de la unión de estas tres hojas y su transformación en dashboards, emergen patrones de comportamiento comercial y logístico. Desde ellos pueden identificarse oportunidades de crecimiento, zonas críticas y decisiones estratégicas basadas en evidencia.