

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.