

# Análisis de Ventas de Pizza (2015)

Exploración de rendimiento, tendencias y comportamiento de  
clientes con **SQL Server + Power BI Project**

**Kevin Bethancourt**

2025

# Objetivo del Análisis

- Analizar el comportamiento de ventas de pizzas durante el año 2015.
- Identificar tendencias clave, productos estrella y de bajo rendimiento.
- Proveer insights accionables para optimización comercial.

# Metodología del Proyecto

## 1. Consulta y análisis de datos con SQL

- Cálculo de KPIs: ingresos, órdenes, cantidad vendida, promedios.
- Agrupaciones por fecha, categoría y tamaño de pizza.
- Limpieza y validación de datos desde la base.

## 2. Modelado y visualización con Power BI

- Construcción de relaciones entre tablas.
- Dashboard dinámico con filtros y gráficos.
- Aplicación de storytelling visual.

# Resumen Ejecutivo



## *Resumen del Desempeño:*

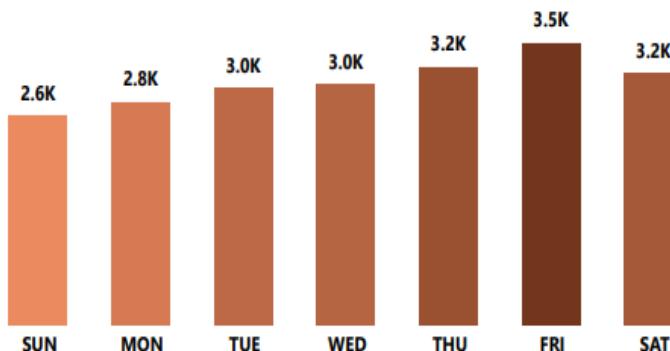
- **Ingresos Totales:** \$817.86K
- **Órdenes Totales:** 21,350
- **Pizzas Vendidas:** 49,574
- **Valor Promedio por Orden:** \$38.31
- **Pizzas por Orden:** 2.32

# Tendencias Temporales

⌚ ¿Cuándo se vende más?

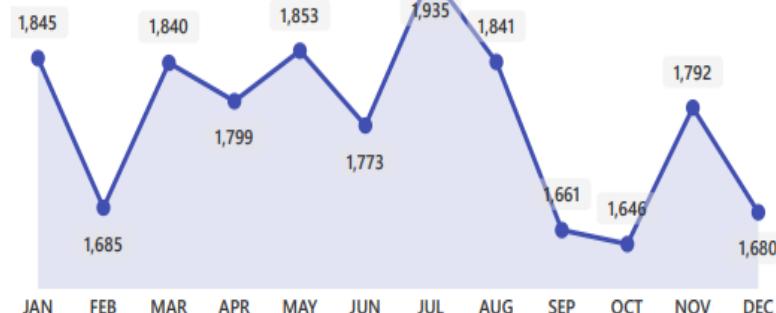
Días:

📅 Tendencia diaria de pedidos totales



Meses:

📅 Tendencia mensual de pedidos totales



# Hallazgos e Implicaciones – Tendencias Temporales

## 🔍 Hallazgo:

- Los días con mayor volumen de ventas son jueves, viernes y sábado.
- Los meses más fuertes son julio y mayo. Octubre tiene el nivel más bajo.

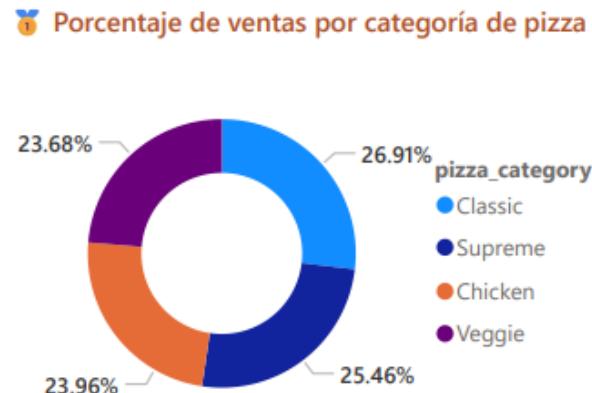
## ❖ Implicación:

- Se deben reforzar las promociones durante los días/meses de menor actividad (especialmente Octubre).
- Invertir en campañas de marketing para potenciar aún más los fines de semana.

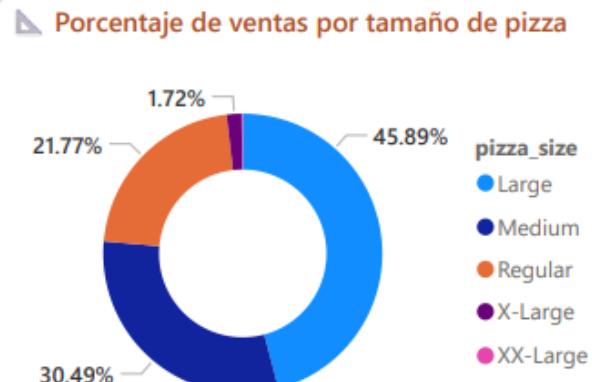
# Preferencias del Cliente

🍕 ¿Qué prefieren los clientes?

Categoría más vendida:



Tamaño más vendido:



# Hallazgos e Implicaciones – Tendencias Temporales

## 🔍 Hallazgos:

- Predominancia de pizzas clásicas y tamaño grande.
- Variedad de categorías preferidas.

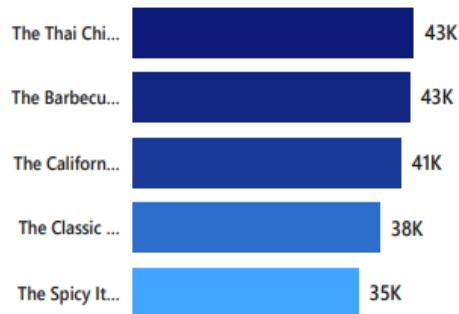
## ❖ Implicaciones:

- Priorizar stock y promociones en pizzas clásicas y grandes.
- Explorar campañas para categorías con buen desempeño.

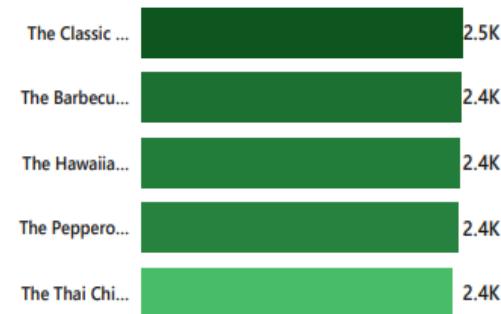
# Mejores Vendedores

## ⭐ Top Pizzas:

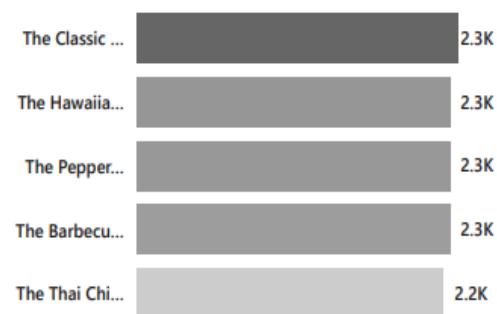
### Top 5 Pizzas por Ingresos



### Top 5 Pizzas por Cantidad Vendida



### Top 5 Pizzas por Total de Pedidos



# Hallazgos e Implicaciones – Mejores Vendedores

## 🔍 Hallazgos:

- Thai Chicken genera altos ingresos sin ser la más vendida.
- Classic Deluxe es la más popular en cantidad y órdenes.

## 🔗 Implicaciones:

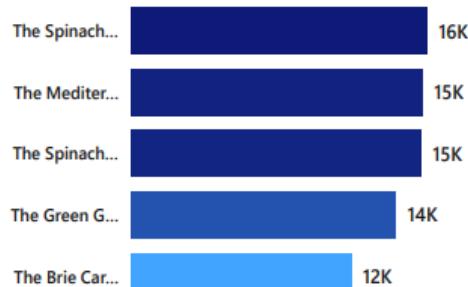
- Revisar estrategias de precio o empaquetado de Thai Chicken.
- Fortalecer la promoción de Classic Deluxe para mantener liderazgo.

# Pizzas con Bajo Rendimiento

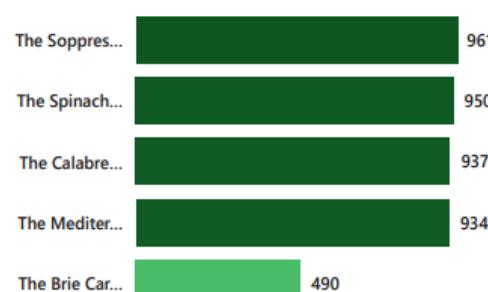


## *Pizzas con menor desempeño:*

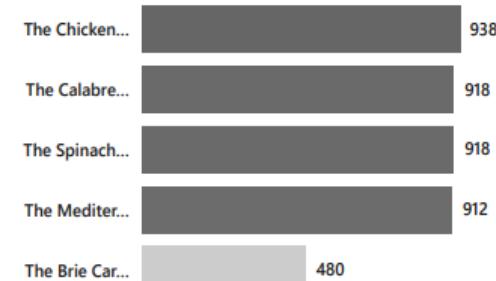
### ✗ Peores 5 Pizzas por Ingresos



### ✗ Peores 5 Pizzas por Cantidad Vendida



### ✗ Peores 5 Pizzas por Total de Pedidos



# Hallazgos e Implicaciones – Mejores Vendedores

## 🔍 Hallazgos:

- Brie Carre tiene bajo desempeño en todas las métricas.

## ❖ Implicaciones:

- Considerar eliminar, rediseñar o promocionar esta pizza para mejorar ventas.

# Discusión

## Hallazgos Clave (Resumen)

🔍 *Resumen de insights:*

- Dominancia de tamaño grande y categoría clásica.
- Estacionalidad marcada.
- Productos con alta y baja performance definidos.

# Recomendaciones

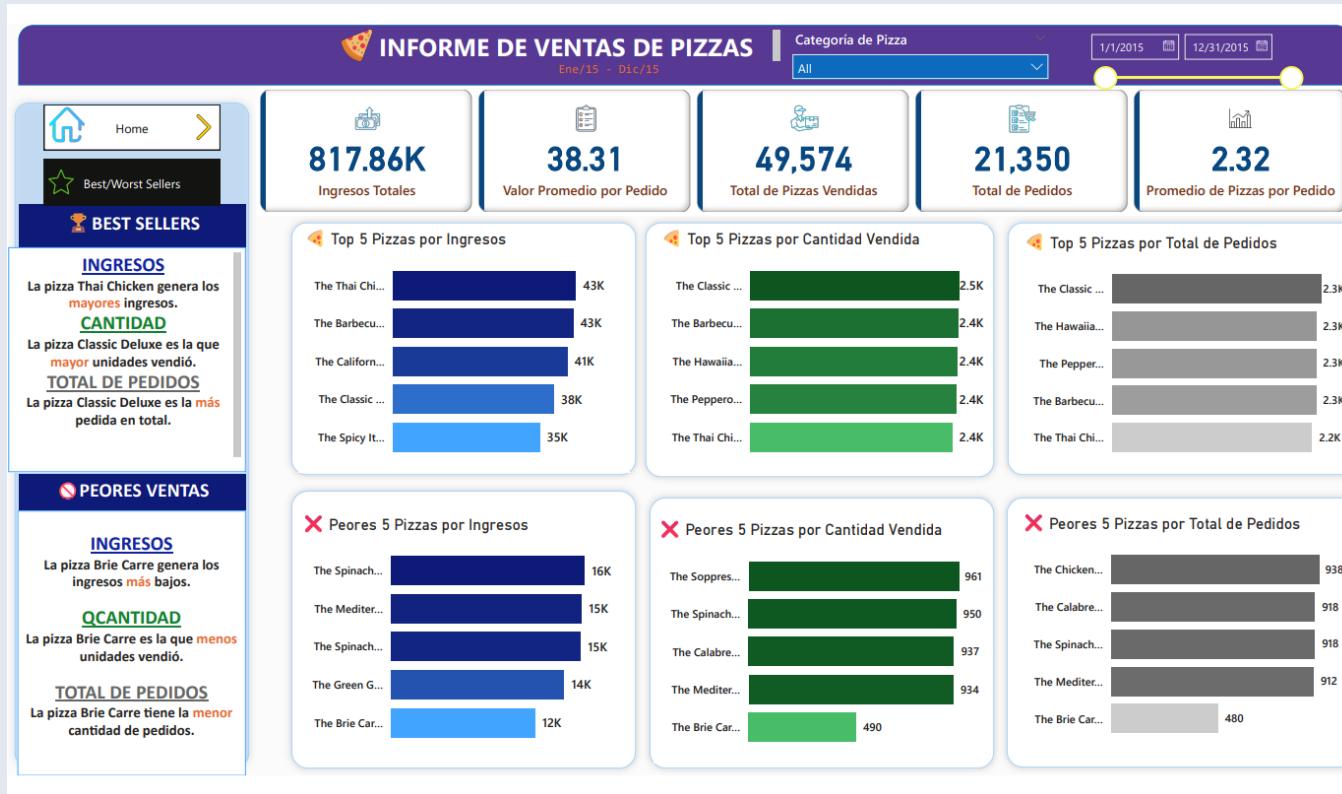
## 💡 *Oportunidades:*

- Promocionar o eliminar productos de bajo rendimiento.
- Aprovechar estacionalidad y días pico con campañas.
- Enfocar en tamaños grandes y categorías fuertes.

# Visualización del Dashboard Página 1



# Visualización del Dashboard Página 2



# Apéndice

Ventas por Horas del Día



## Hallazgos:

- **Inicio (9–11h):** ventas bajas (pocas órdenes en la mañana).
- **Mediodía (12–14h):** suben las ventas (almuerzo).
- **Tarde (15–18h):** bajan un poco.
- **Noche (19–21h):** vuelven a subir fuerte (cena).
- **Fin de jornada (22–23h):** caen de nuevo.

# Gracias

Tienes alguna pregunta?

[kevinmbethancourt49@gmail.com](mailto:kevinmbethancourt49@gmail.com)

+507 6826-3953

GitHub: <https://github.com/kevinbethancourt>

LinkedIn: <http://www.linkedin.com/in/kevin-bethancourt-07a88a142>