**\*Diagrama de conjuntos**

1. Total Proposals: número total de cotizaciones enviadas (enviocotizacion sumatoria de unos)(grande)
2. Leads in Funnel: Número de contactos que son Leads (funnelstatus sumatoria de los ceros)
3. Opportunity Funnel: Número de contactos que son Oportunidades (funnelstaus sumatoria de unos).
4. Number of Sold Projects: Número de proyectos de Vendidos (funnelstatus sumatoria de los dos).

**\*Velocímetro (Primera grafica)**

1. Ventas totales potenciales: (sumatoria del campo montoCotizacion) máximo del gauge.
2. Ventas totales reales: (sumatoria del campo montoOrden) flecha del gauge.
3. Poner el porcentaje (del 0% al 30% es rojo, del 30% al 50% amarillo, del 50% en adelante verde)

**\*Velocímetro (velocímetro GrossMargin)**

1. Gross Margin potencial: Sumatoria de la contribución marginal esperada (montoCotizacion menos COGS). Máximo del gauge es el potencial
2. Gross Margin real: Sumatoria de la contribución marginal real (montoOrden menos COGSReal) este es la flecha del gauge.
3. (si es 0% al 40% debe estar colocado en rojo, del 40% al 90% amarillo y arriba del 90% verde).

**\*Burbuja(colores)**

1. Gross Margin: Sumatoria del campo contribución marginal real (montoOrden menos COGSReal).
2. (si es mayor 10 millones el indicador debe ser verde, si es menor, rojo).

**\*grafica barras verticales(cogs)**

1. COGS potencial: COGS potenciales (por proyecto barras azules) (COGSPotencial).
2. Real cogs: cogs real (por proyecto barras amarillas) (COGSReal).

**\*grafica barras verticales (Grossmargin por cliente) eje x clientes, ejes y grossmargin**

1. Grossmargin esperado: (sumatoria del Grossmargin por numero de cliente igual a ingresos esperados menos el cogs proyectado(totcotpesos-cogs) barras azules).
2. Grossmargin real: (sumatoria del Grossmargin por numero de cliente igual a ingresos reales menos el cogs real (montoOrden-COGSReal) barras amarillas).

**\*grafica barras Horizontales (Grossmargin por salesman) eje x vendedores, ejes y grossmargin**

1. Grossmargin esperado: (sumatoria del Grossmargin por numero vendedor igual a ingresos esperados menos el cogs proyectado (totcotpesos-cogs) barras azules).
2. Grossmargin real: (sumatoria del Grossmargin por numero de vendedor igual a ingresos reales menos el cogs real (montoOrden-COGSReal) barras amarillas).

**\*Termómetro COGS**

1. Máximo limite superior total de los COGS (sumatoria de COGS)

El indicador en la suma del COGS real(COGSReal)

0% al 60% verde, del 60% al 85% amarillo, rojo todo arriba del 85%

**Burbuja**

1. COGS/Gross Sales: COGSReal/ Total Sales. (suma de todos los COGSReal dividido entre la suma de todos los montoOrden multiplicado por 100), (Si es menor al 20%, el indicador debe estar en rojo, si es mayor en verde)

**\*Convertion rate (linear gauge)**

1. **Oportunity to sales:** Convertion Time Opportunities to Sales: la división de ventas entre oportunidades. (funnelStatus (la sumatoria de los números dos dividido entre la sumatoria de los dos y los unos multiplicado por 100). Si es mayor de 50% el indicador debe ser verde, si es menor rojo)
2. Leads to aportunitys: es la división de oportunidades entre leads (la sumatoria de los unos entre la sumatoria de los ceros u unos multiplicado por 100. si es mayor a 80% el indicador debe ser verde, si es menor rojo).

**\*Grafica de pay**

1. Sales per product (pendiente): (pay completo suma de todos los números dos: los componentes son la suma por solución )
2. Sales per company: suma de todos los dos del funnelstauts por compañía.
3. Sales per client: suma de toso los dos del funnelstatus por cliente.
4. Sales per salesman: suma de todos los dos del funnelstatus por vendedor.

**\*Flecha de colores**

1. Lost Opportunities: Número de proyectos no adjudicados, descartados o cancelados. (Si es igual o menor de 30% del total de proyectos el indicador es verde, si es mayor, es rojo)(sumatoria de los ceros y unos entre la sumatoria de todos )

**\*Flecha de colores**

1. Convertion Time Opportunities to Sales: fecha de P.O. (fechaOrden) menos fechaenviocot se hace la sumatoria de todos los vendidos se saca Promedio de días que una oportunidad se convierte en ventas. (Se saca promedio de los días desde el último acercamiento de los proyectos que son Oportunidades y se convirtieron en ventas) Si es igual o menor a 45 días, el indicador debe ser verde, si es mayor, rojo. (promedio de días de todos los proyectos vendidos)funnelstatus 2.
2. Convertion Time Leads to Opportunities: fechaenviocot menos la fecha del primer contacto Promedio de días que un Lead se convierte en Oportunidad. (Se saca promedio de los días desde el último acercamiento de los proyectos que son Leads y se convirtieron en Oportunidades) Si es igual o menor a 30 días, el indicador debe ser verde, si es mayor, rojo.funnelstatus 1.