

TRABAJO DE GRADO

Opción Seminario-Diplomado.

Dashboard empresarial para la toma de decisiones en concesionario Autos Calima

Corporación Universitaria Remington.

Facultad de: Ingenierías

Programa académico:

Ingeniería de Sistemas -Ingeniería industrial

Autores del trabajo de grado:

Raúl Alexis Molano Cruz

Daniel Hernando Ramos Mera

Cesar Luis Muslaco Romero

Docente:

John Eduard Aguirre Cuervo

SEMINARIO DE GRADO - Toma de Decisiones con Analítica Empresarial: Dominando

Excel y Power BI

15 septiembre del 2025

Dedicatoria

Este trabajo de grado va dedicado principalmente a Dios por habernos permitido llegar hasta donde estamos. También lo dedicamos a nosotros mismos; estamos muy orgullosos de las personas en las que nos hemos convertido día a día y más aún durante este proceso. De igual forma, lo dedicamos a nuestra familia en general, a nuestros amigos y a todas las personas que han confiado en nosotros a lo largo de estos años de formación.

Agradecimientos

Agradecemos principalmente a Dios por habernos permitido llegar hasta donde estamos y por ayudarnos a continuar en este proceso, el cual ha sido muy satisfactorio para nosotros.

De igual forma, agradecemos a nuestra familia y amigos por la confianza que nos han brindado durante este camino. A la Corporación Universitaria Remington por inculcarnos una educación de calidad, al ICETEX por ayudarnos a financiar nuestra carrera y a los docentes de la Corporación por tantas enseñanzas. Por último, pero no menos importante, agradecemos a nuestros compañeros, quienes nos hemos apoyado mutuamente en este lindo proceso formativo.

Tabla de Contenidos

Contenido

Tabla de Contenidos.....	3
Resumen.....	6
Marco conceptual y contextual	6
Marco conceptual.....	7
Impacto.....	7
Ventanas de Venta de vehículos en el Perú	7
Desventajas de venta de vehículos en el Perú.....	7
Población que más compra vehículos	8
Factores económicos.....	9
Marco contextual.....	10
Organigrama.....	10
Desarrollo e implementación del aprendizaje	12
Fase 1	13
Ventas Totales.....	13
Porcentaje de participación	13
IVA (Impuesto al Valor Agregado).....	13
Fase 2	14
Tabla de relación Power bi.....	14
Fase 3	22
La tabla tiken ventas se realizó limpieza y actualización	22

Fase 4	23
Tablas Dashboard proyecto.....	23
Conclusiones	28
Referencias.....	29

Resumen

Para iniciar, se busca plasmar la información de una base de datos sobre la compra de vehículos en Perú, con el objetivo de filtrar, analizar e indagar en diferentes variables. Para lograr esto, se ha implementado en Power BI un modelo de esquema de estrella, una de las estructuras más eficientes para el análisis de grandes volúmenes de datos, allí se puede ver reflejado por medio de graficos lo cual permite visualizar información más detallada de la venta de vehículos en Perú.

El modelo estrella es una de las técnicas de modelado de datos que se utiliza para representar la relación entre diferentes factores y un objeto central, (Noelia, 2023). Esta permite representar relaciones complejas entre diferentes factores, de manera sencilla y visual para así facilitar la comprensión de la información. Este modelo es ampliamente utilizado en los Business Intelligence para proporcionar una visión clara y detallada de las relaciones del modelo (Microsoft, 2023).

Adicionalmente, se plasma por medio de un documento escrito, diferentes temas abordados, como: Marco conceptual, contextual, desarrollo e implementación del aprendizaje, graficas, tablas, y demás información que permite visualizar y analizar a profundidad el tema principal a tratar que es la compra de vehículos en Perú.

Palabras claves

Business Intelligence, Power BI, Analítica Empresarial, Concesionarios Automotrices, Dashboard Empresarial

Marco conceptual y contextual

Marco conceptual

Impacto

La economía peruana y el sector automotor han atravesado situaciones complejas e inesperadas en el 2023; haciendo de él, un año particularmente desafiante. Tras el periodo de pandemia del COVID-19, y los años posteriores de recuperación, en el 2023 el país vivió diversas circunstancias -como el aumento de la conflictividad social y el azote de fenómenos climatológicos durante la primera mitad del año, y el deterioro de la demanda interna durante el segundo semestre-, que desencadenaron situaciones más que complejas para los peruanos, (Gestión, 2025). En ese contexto, las actividades económicas en general y en particular el sector automotor, tuvieron que enfrentar un escenario con múltiples retos, (AAP, 2025).

Ventanas de Venta de vehículos en el Perú

Cuenta con la garantía del fabricante.

Al tener piezas nuevas, el costo asociado al mantenimiento preventivo es menor.

No se necesita gastar dinero en revisiones los 3 primeros años.

Se cuenta con la seguridad que el auto se encuentra en perfectas condiciones.

Desventajas de venta de vehículos en el Perú

Al ser un producto nuevo de fábrica, es una alternativa bastante costosa.

Se devalúa nada más salir del concesionario.

Se debe pagar por los 3 primeros años el impuesto vehicular.

Población que más compra vehículos

La tenencia de bienes de transporte por parte de los hogares en el Perú muestra tendencias mixtas durante el segundo trimestre del 2024, así lo señaló la Asociación Automotriz del Perú (AAP) tras revisar cifras oficiales del Instituto Nacional de Estadísticas e Informática – INEI, (De La Cruz, 2024).

Según el informe, el porcentaje de hogares que poseen un auto o camioneta se ha situado en 12%, lo que representa una disminución de 2.9 puntos porcentuales en comparación con el mismo periodo del año anterior. Este retroceso en la tenencia de autos y camionetas es indicativo de las dificultades económicas que han afectado la capacidad de compra de las familias peruanas, afirmó la AAP.

En contraste, la tenencia de motocicletas ha experimentado un crecimiento, alcanzando el 13.9%, lo que equivale a un aumento de 0.8 puntos porcentuales en comparación con el segundo trimestre de 2023. Así mismo, la tenencia de mototaxis se ha incrementado a 7.4%, superior en 0.2 puntos porcentuales al año anterior. “Este aumento se debe, en parte, a las ventajas que ofrecen estos vehículos, tanto en costos de adquisición como en operación, además de su uso como herramientas de trabajo”, explicó el gremio automotor, (AAP, 2025).

Según lo mencionado anteriormente, se evidencia de acuerdo a las estadísticas que la población de Perú presenta un aumento en cuanto a la compra de motocicletas y no de vehículos, lo cual puede deberse a diferentes factores como: aumento de consumo de gasolina, impuestos, pico y placa, congestión vehicular, entre otros.

Factores económicos

El crecimiento del mercado automotor peruano continúa impulsando la economía. El mercado automotor cerró agosto de 2025 con cifras que reflejan un crecimiento sólido y sostenido. Según datos de la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (Sunarp, 2025), la venta de vehículos livianos nuevos aumentó un 26,7 % durante ese mes, lo que demuestra una clara recuperación y dinamismo en la industria, (Sunarp, 2025).

Este resultado no solo responde a factores internos de la economía, sino también a la implementación de estrategias de financiamiento y campañas comerciales atractivas que han estimulado la demanda (Gestión, 2025). La Asociación Automotriz del Perú (AAP, 2025) destacó que el entorno económico actual está favoreciendo la confianza de consumidores y empresas, lo cual se refleja en la compra de vehículos tanto para uso personal como productivo.

Además, Morisaki (2025), gerente de Estudios Económicos y Estadísticas de la AAP, señaló que el sector mantiene una expansión sostenida gracias a una interacción positiva entre políticas macroeconómicas, mayor disponibilidad de inventario y mejores condiciones crediticias, (AAP, 2025).

De enero a agosto de 2025, se han vendido 119.874 vehículos livianos nuevos, lo que representa un aumento acumulado de 20,6 % frente al mismo periodo de 2024 (AAP, 2025). Solo en agosto se colocaron 16.185 unidades, confirmando la tendencia ascendente que vive el sector automotor (Sunarp, 2025).

Este crecimiento, más allá de los números, refleja un cambio en el comportamiento de los consumidores y en la capacidad de respuesta de las concesionarias. A diferencia de años anteriores, las empresas del rubro han ampliado su stock, lanzado ofertas competitivas y facilitado el acceso

a créditos con tasas de interés más bajas (Gestión, 2025). Todo esto ha permitido que más familias y compañías accedan a un vehículo nuevo.

Marco contextual

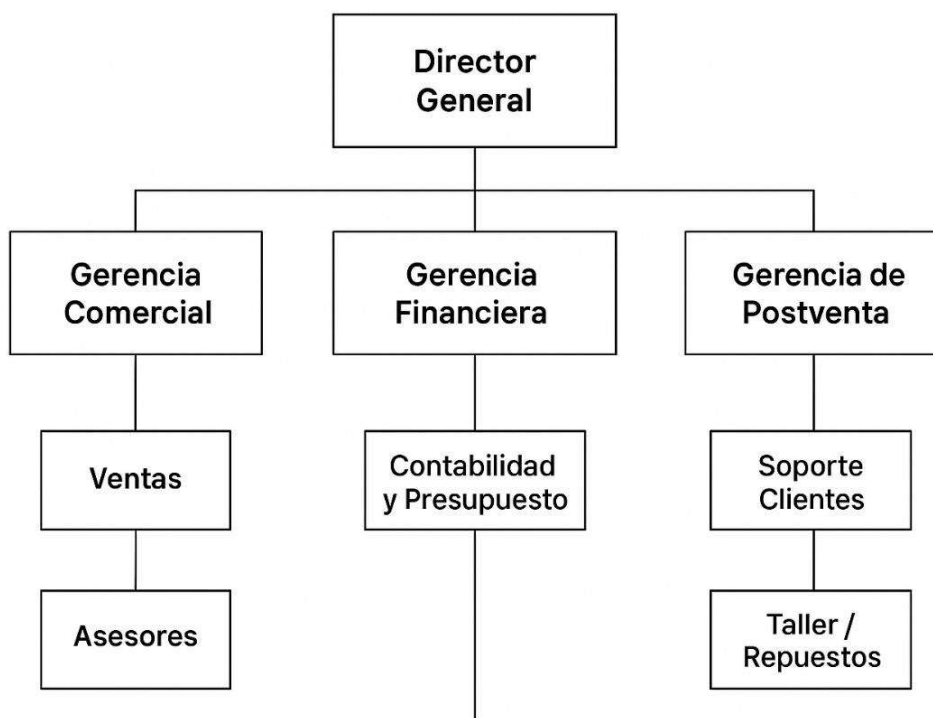
Este proyecto se desarrolla en el contexto del mercado automotor peruano, este se caracteriza por una dinámica en constante cambio, los concesionarios, empresas importadoras y entidades financieras desempeñan un papel clave en la oferta y acceso a vehículos, mientras que los usuarios finales enfrentan decisiones de compra influenciadas por factores como económicos, sociales y ambientales.

En los últimos años, el crecimiento de la demanda se ha visto condicionada por la situación económica nacional del país, los precios de los combustibles, las políticas de movilidad como por ejemplo el pico y placa, así como la preferencia por medios de transporte más accesibles, este panorama exige la adopción de herramientas tecnológicas que permitan a las organizaciones del sector a tomar decisiones basadas en datos confiables y actualizados.

El uso de plataformas de Inteligencia Empresarial, como Power BI, ofrece la posibilidad de integrar y analizar información destacada, agilizando procesos de gestión y facilitando la toma de decisiones estratégicas.



Es decir que, en este sentido, este proyecto se inscribe en un entorno que demanda soluciones innovadoras para comprender el comportamiento del consumidor, evaluar tendencias del mercado y mejorar la competitividad de las empresas dedicadas a la comercialización de vehículos. (AAP,2025)

Organigrama



Desarrollo e implementación del aprendizaje

El primer paso para el desarrollo de este proyecto fue obtener una base de datos de venta de vehículos la cual nos facilitó el tutor encargado del seminario, la cual contienen distintas bases como son clientes, tiken ventas, vehículos, vendedores, presupuesto, canales, sedes, y modelos, las cuales nos brindaron información para el desarrollo de la actividad como es Dashboard.

Nombre	Tipo	Tamaño comprimido	Protegido ...	Tamaño	Relación	Fecha de modific
 CANALES	Hoja de cálculo de Micros...	5 KB	No	6 KB	16%	29/12/1899 7:00 p
 CLIENTES	Hoja de cálculo de Micros...	24 KB	No	36 KB	34%	29/12/1899 7:00 p
 MODELOS IMAGE	Hoja de cálculo de Micros...	6 KB	No	7 KB	13%	29/12/1899 7:00 p
 PRESUPUESTO	Hoja de cálculo de Micros...	7 KB	No	8 KB	12%	29/12/1899 7:00 p
 SEDES	Hoja de cálculo de Micros...	5 KB	No	6 KB	17%	29/12/1899 7:00 p
 TICKETS VENTAS	Hoja de cálculo de Micros...	756 KB	No	791 KB	5%	29/12/1899 7:00 p
 VEHICULOS	Hoja de cálculo de Micros...	11 KB	No	13 KB	14%	29/12/1899 7:00 p
 VENDEDORES	Hoja de cálculo de Micros...	7 KB	No	8 KB	12%	29/12/1899 7:00 p

Unificamos las bases de datos en un solo archivo y se realizaron modificaciones en la base de datos en la tabla tiken ventas, exactamente en las columnas datekey, costo de vehículo y precio venta sin IGV

Fase 1

Formulas utilizadas

Ventas Totales

Ventas Totales =

SUM('tiken ventas'[Total_Venta])

Ventas Totales = SUMX('tiken ventas', 'tiken ventas'[Cantidad] * 'tiken
ventas'[Precio_Unitario])

Porcentaje de participación

Porcentaje Participación =

DIVIDE(

[Ventas Totales],

CALCULATE([Ventas Totales], ALL('tiken ventas'))

)

IVA (Impuesto al Valor Agregado)

IVA Total = SUM('tiken ventas'[IVA])

IVA Total =

SUMX(

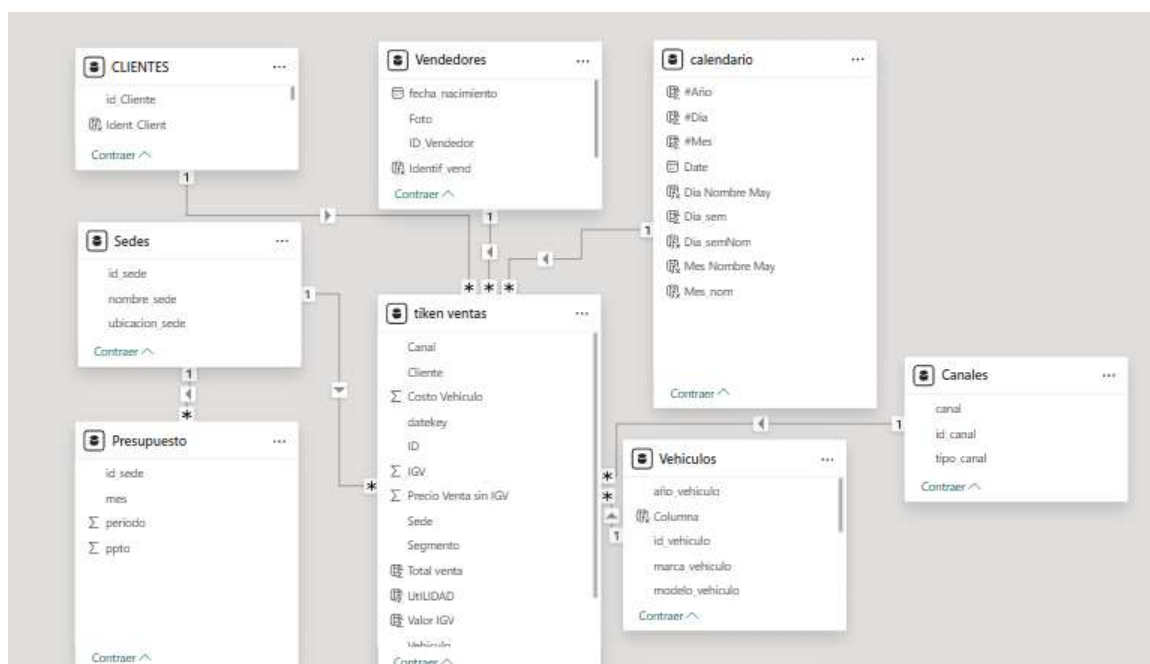
'tiken ventas',

'tiken ventas'[Total_Venta] * 0.18

)

Fase 2

Tabla de relación Power bi



En esta relación se conecta las tablas tiken ventas y clientes.

Editar relación



Permite seleccionar tablas y columnas relacionadas.

Desde la tabla

tiken ventas

Canal	Cliente	datekey	ID	Sede	Segmento	Total vent.
6	967	viernes, 09 de...	29	4	Persona	\$306.29
6	453	jueves, 08 de ...	30	4	Persona	\$293.49
6	942	miércoles, 07 ...	31	4	Persona	\$291.92

Permite eliminar y volver a crear la relación para seleccionar otra tabla y otra columna.

A la tabla

CLIENTES

id_Cliente	Ident_Client	Nombre
1	1 - AGUIRRE ...	AGUIRRE BAL...
2	2 - CAMARG...	CAMARGO G...
3	3 - CUBAS M...	CUBAS MELE...

Cardinality

Varios a uno (*:1)

Dirección de filtro cruzado

Único

Activar esta relación

Aplicar filtro de seguridad en ambas direcciones

Asumir integridad referencial

Guardar

Cancelar

En esta relación se conecta las tablas tiken ventas y vendedores.

Editar relación



Permite seleccionar tablas y columnas relacionadas.

Desde la tabla

tiken ventas

	Sede	Segmento	Total venta	Valor IGV	Vehículo	Vendedor
	4	Persona	\$306.294.537,...	\$46.722.895,5...	144	10
	4	Persona	\$293.497.330,...	\$44.770.779,18	73	10
	4	Persona	\$291.922.873,...	\$44.530.607,88	157	10

A la tabla

Vendedores

fecha_nacimi...	Foto	ID_Vendedor	Identif_vend	Vendedor
jueves, 30 de ...	https://www.f...	1	1 Guillermina ...	Guillermina G...
domingo, 22 ...	https://lhh.pe...	2	2 Adriana Bos...	Adriana Bossio
lunes, 30 de j...	https://encyr...	3	3 Laura Alonso	Laura Alonso

Cardinality

Varios a uno (*:1)

Dirección de filtro cruzado

Único

Activar esta relación

Aplicar filtro de seguridad en ambas direcciones

Asumir integridad referencial

En esta relación se conecta las tablas tiken ventas y calendario.

Editar relación



Permite seleccionar tablas y columnas relacionadas.

Desde la tabla

tiken ventas

Canal	Ciente	datekey	ID	Sede	Segmento	Total vent
6	967	viernes, 09 de...	29	4	Persona	\$306.29
6	453	jueves, 08 de j...	30	4	Persona	\$293.49
6	942	miércoles, 07 ...	31	4	Persona	\$291.92

A la tabla

calendario

#Año	#Día	#Mes	Date	Día Nombre ...	Día_sem	Día_semN
2015	1	1	01/01/2015	Jueves	4	jueves
2015	2	1	02/01/2015	Viernes	5	viernes
2015	3	1	03/01/2015	Sábado	6	sábado

Cardinality

Varios a uno (*:1)

Dirección de filtro cruzado

Único

Activar esta relación

Aplicar filtro de seguridad en ambas direcciones

Asumir integridad referencial

Guardar

Cancelar

En esta relación se conecta las tablas presupuesto y sedes.

Editar relación



Permite seleccionar tablas y columnas relacionadas.

Desde la tabla

Presupuesto

id_sede	mes	periodo
1	enero	2015
2	enero	2015
3	enero	2015

A la tabla

Sedes

id_sede	nombre_sede	ubicacion_sede
1	San Miguel	La Perla San ...
2	Ate	Ate,Lima,Peru
3	La Molina	La Molina,Lim...

Cardinality

Varios a uno (*:1)

Dirección de filtro cruzado

Único



Activar esta relación

En esta relación se conecta las tablas tiken ventas y sedes.

Editar relación



Permite seleccionar tablas y columnas relacionadas.

Desde la tabla

tiken ventas

Canal	Cliente	datekey	ID	Sede	Segmento	Total vent.
6	967	viernes, 09 de...	29	4	Persona	\$306.29
6	453	jueves, 08 de ...	30	4	Persona	\$293.49
6	942	miércoles, 07 ...	31	4	Persona	\$291.92

A la tabla

Sedes

id_sede	nombre_sede	ubicacion_sede
1	San Miguel	La Perla San ...
2	Ate	Ate, Lima, Peru
3	La Molina	La Molina, Lim...

Cardinality

Varios a uno (*:1)

Dirección de filtro cruzado

Único

Activar esta relación

Aplicar filtro de seguridad en ambas direcciones

Asumir integridad referencial

Guardar

Cancelar

En esta relación se conecta las tablas tiken ventas y vehículos.

Editar relación



Permite seleccionar tablas y columnas relacionadas.

Desde la tabla

tiken ventas

	Sede	Segmento	Total venta	Valor IGV	Vehiculo	Vendedor
	4	Persona	\$306.294.537,...	\$46.722.895,5...	144	10
	4	Persona	\$293.497.330,...	\$44.770.779,18	73	10
	4	Persona	\$291.922.873,...	\$44.530.607,88	157	10

A la tabla

Vehiculos

año_vehiculo	Columna	id_vehiculo	marca_vehiculo	modelo_vehic...	stock	tipo_vehic
2014	1HONDAACC...	1	HONDA	ACCORD	77	AUTO
2014	2HONDACIVIC	2	HONDA	CIVIC	81	AUTO
2013	3HONDAODI...	3	HONDA	ODISSEY	77	AUTO

Cardinality

Varios a uno (*:1)

Dirección de filtro cruzado

Único

Activar esta relación

Aplicar filtro de seguridad en ambas direcciones

Asumir integridad referencial

En esta relación se conecta las tablas tiken ventas y canales.

Editar relación



Permite seleccionar tablas y columnas relacionadas.

Desde la tabla

tiken ventas

Canal	Cliente	datekey	ID	Sede	Segmento	Total vent.
6	967	viernes, 09 de...	29	4	Persona	\$306.29
6	453	jueves, 08 de ...	30	4	Persona	\$293.49
6	942	miércoles, 07 ...	31	4	Persona	\$291.92

A la tabla

Canales

canal	id_canal	tipo_canal
Publicidad en...	1	Publicidad
Publicidad en...	2	Publicidad
Newsletter	3	Publicidad

Cardinality

Varios a uno (*:1)

Dirección de filtro cruzado

Único

Activar esta relación

Aplicar filtro de seguridad en ambas direcciones

Asumir integridad referencial

Fase 3

La tabla tiken ventas se realizó limpieza y actualización

ID	datekey	Canal	Cliente	Segmento	Vehiculo	Costo Vehiculo	Precio Venta sin IGV	IGV	Sede	Vendedor
29	20170609	6	967 Persona	144	17190175	259571642	0,18	4	10	
30	20170608	6	453 Persona	73	170360651	248726551	0,18	4	10	
31	20170607	6	942 Persona	157	180578296	247392266	0,18	4	10	
32	20170606	6	1001 Persona	143	176158517	239575583	0,18	4	10	
103	20170327	6	242 Persona	140	172515879	253598342	0,18	4	10	
104	20170326	6	1081 Persona	136	175646927	23887982	0,18	4	10	
105	20170325	6	482 Persona	69	177852776	256107998	0,18	4	10	
106	20170324	6	1027 Persona	152	165941316	25720904	0,18	4	10	
250	20170203	6	242 Persona	14	167850514	251775771	0,18	4	10	
251	20170203	6	1047 Persona	9	17021548	253621066	0,18	4	10	
252	20170203	6	813 Persona	3	169662701	242617663	0,18	4	10	
253	20170203	6	392 Persona	13	172503325	263930088	0,18	4	10	
274	20170202	6	492 Persona	25	174968069	27819923	0,18	4	10	
275	20170202	6	928 Persona	48	170186602	228050047	0,18	4	10	
276	20170202	6	401 Persona	112	174001259	264481914	0,18	4	10	
277	20170202	6	200 Persona	112	174001259	236641713	0,18	4	10	
316	20170130	6	507 Persona	59	180557447	269030597	0,18	4	10	
317	20170130	6	57 Persona	39	17190856	24239107	0,18	4	10	
318	20170130	6	677 Persona	168	174862304	234315488	0,18	4	10	
319	20170130	6	235 Persona	146	170149952	229702435	0,18	4	10	
2493	20161004	6	792 Persona	119	1726689	240009771	0,18	4	10	
2494	20161004	6	750 Persona	93	16751329	246244536	0,18	4	10	

En la cual se modificó en la columna datekey con un formato diferente para que Power bi reconociera las fechas, en las columnas costo vehículo y precio venta sin IGV se modificó los valores porque los valores no eran coherentes.

ID	datekey	Canal	Cliente	Segmento	Vehiculo	Costo Vel	Precio Venta sin IGV	IGV	Sede	Vendedor
29	9/06/2017	6	967 Persona	144	171901750	259571642	0,18	4	10	
30	8/06/2017	6	453 Persona	73	170360651	248726551	0,18	4	10	
31	7/06/2017	6	942 Persona	157	180578296	247392266	0,18	4	10	
32	6/06/2017	6	1001 Persona	143	176158517	239575583	0,18	4	10	
103	27/03/2017	6	242 Persona	140	172515879	253598342	0,18	4	10	
104	26/03/2017	6	1081 Persona	136	175646927	238879820	0,18	4	10	
105	25/03/2017	6	482 Persona	69	177852776	256107998	0,18	4	10	
106	24/03/2017	6	1027 Persona	152	165941316	257209040	0,18	4	10	
250	3/02/2017	6	242 Persona	14	167850514	251775771	0,18	4	10	
251	3/02/2017	6	1047 Persona	9	170215480	253621066	0,18	4	10	
252	3/02/2017	6	813 Persona	3	169662701	242617663	0,18	4	10	
253	3/02/2017	6	392 Persona	13	172503325	263930088	0,18	4	10	
274	2/02/2017	6	492 Persona	25	174968069	278199230	0,18	4	10	
275	2/02/2017	6	928 Persona	48	170186602	228050047	0,18	4	10	
276	2/02/2017	6	401 Persona	112	174001259	264481914	0,18	4	10	
277	2/02/2017	6	200 Persona	112	174001259	236641713	0,18	4	10	
316	30/01/2017	6	507 Persona	59	180557447	269030597	0,18	4	10	
317	30/01/2017	6	57 Persona	39	171908560	242391070	0,18	4	10	
318	30/01/2017	6	677 Persona	168	174862304	234315488	0,18	4	10	
319	30/01/2017	6	235 Persona	146	170149952	229702435	0,18	4	10	
2493	4/10/2016	6	792 Persona	119	172668900	240009771	0,18	4	10	

Fase 4

Tablas Dashboard proyecto

Dashboard principal nos muestra ventas totales de \$3.6 mil millones, margen neto de \$1.12 mil millones, 72.28% de cumplimiento y ticket promedio de \$253.17 millones. Incluye gráficos de tendencias de ventas vs presupuesto, ventas por sede (Lima liderando), ventas por marca (Toyota dominante), unidades vendidas por modelo y ranking de vendedores.



Análisis Financiero Canales y segmentos representa un gráfico circular del total de ventas por canal mostrando la distribución de \$3.6 mil millones. Incluye análisis por segmento (Persona vs Empresa) y métricas financieras como costo total, margen e IGV.

SEGMENTADOR: AÑO/MES			CONSULTAS				INSERTAR		LA CIUDAD		TABLA FINANCIERA	
2015	2016	2017	enero	febrero	marzo	abril	Ate	La Molina	AUTOS CALIMA LIMA, PERÚ			
			mayo	junio	julio	agosto	San Miguel	Santiago de Su...				
			septiembre	octubre	noviembre	diciembre						
Total Ventas por canal							\$3,6 bill. Total Ventas IGV No Incl.		\$ 2,48 bill. Total Costo IGV No Incl.			
							\$ 1,12 bill. Margen Neto		45,12 % Margen %			
							72,28 Cumplimiento %		\$ 3,55 bill. Dif. Presupuesto IGV No Incl.			
Total Ventas por Segmento							\$647,24 mil M Total IGV 18% de venta					
							\$4,24 bill. Total de venta Imp, Incluido					

Top y Diferencial Rankings detallado nos muestra los vendedores por canal, top 3 marcas por unidades Volvo, Hyundai, Mazda, top 3 por volumen de ventas Toyota, Suzuki, Volvo, top 5 vendedores por rentabilidad y top 20 clientes con sus respectivos montos de compra.

Datos			Consultas				Insertar		Cálculos		Confidencialidad																																																																											
SEGMENTADOR: AÑO/MES			enero	febrero	marzo	abril	Ate	La Molina	TOP Y DIFERENCIAL																																																																													
2015	2016	2017	mayo	junio	julio	agosto	San Miguel	Santiago de Su...	AUTOS CALIMA																																																																													
			septiembre	octubre	noviembre	diciembre			LIMA, PERÚ																																																																													
Vendedores		canal	\$3,6 bill. Total Ventas IGV No Incl.				\$ 3,55 bill. Dif. Presupuesto IGV No Incl.																																																																															
1 Guillermina Gonzá...		CRM	Top 3 - Marcas con más unidades vendidas				72,28 Cumplimiento %		Ventas x Segmento																																																																													
10 Norma Dominguez		Desconocido	<table border="1"> <tr><td>Marcas</td><td>VOLVO</td><td>1994</td></tr> <tr><td></td><td>HYUNDAI</td><td>1454</td></tr> <tr><td></td><td>MAZDA</td><td>1021</td></tr> </table>						Marcas	VOLVO	1994		HYUNDAI	1454		MAZDA	1021	<table border="1"> <thead> <tr><th>Segmento</th><th>Cant.</th><th>Total Ventas</th></tr> </thead> <tbody> <tr><td>Persona</td><td>12357</td><td>\$3.128.848.630.585</td></tr> <tr><td>Empresa</td><td>1846</td><td>\$466.907.938.656</td></tr> <tr><td>Total</td><td>14203</td><td>\$3.595.756.569.241</td></tr> </tbody> </table>			Segmento	Cant.	Total Ventas	Persona	12357	\$3.128.848.630.585	Empresa	1846	\$466.907.938.656	Total	14203	\$3.595.756.569.241																																																						
Marcas	VOLVO	1994																																																																																				
	HYUNDAI	1454																																																																																				
	MAZDA	1021																																																																																				
Segmento	Cant.	Total Ventas																																																																																				
Persona	12357	\$3.128.848.630.585																																																																																				
Empresa	1846	\$466.907.938.656																																																																																				
Total	14203	\$3.595.756.569.241																																																																																				
11 Julio Zapatero		Email en frío	Top 3 - Marcas con mayor volumen de ventas				Top 20 - Clientes																																																																															
12 Matias Pozo		Llamado en frío	<table border="1"> <tr><td>Marcas</td><td>TOYOTA</td><td>\$1,06 bill.</td></tr> <tr><td></td><td>SUZUKI</td><td>\$0,86 bill.</td></tr> <tr><td></td><td>HONDA</td><td>\$0,55 bill.</td></tr> </table>				Marcas	TOYOTA	\$1,06 bill.		SUZUKI	\$0,86 bill.		HONDA	\$0,55 bill.	<table border="1"> <thead> <tr><th>Nombre del Cliente</th><th>Cant.</th><th>Total Ventas</th></tr> </thead> <tbody> <tr><td>329 - CUAYLA ESCOBAR RENY EDUARDO</td><td>24</td><td>\$6.087.750.906</td></tr> <tr><td>416 - CASTAÑEDA RAMIREZ DE GARCIA GRACIELA ELENA</td><td>24</td><td>\$6.026.073.877</td></tr> <tr><td>950 - CAMACHO HUAMANÍ JOSE LUIS</td><td>22</td><td>\$5.737.726.233</td></tr> <tr><td>472 - AVENDA O CHAPA PATRICIA ISABEL</td><td>21</td><td>\$5.585.714.234</td></tr> <tr><td>885 - CORDOVA YATACO ADELICIA</td><td>22</td><td>\$5.450.525.752</td></tr> <tr><td>567 - DIAZ AYALA JONATHAN WILLIAMS</td><td>22</td><td>\$5.439.772.380</td></tr> <tr><td>557 - AVILA TORRES EDWAR JESUS</td><td>21</td><td>\$5.430.700.988</td></tr> <tr><td>240 - CABALLERO VEGA JHON</td><td>21</td><td>\$5.396.484.527</td></tr> <tr><td>285 - DE LA CRUZ GISBET JUDITH CLAUDIA</td><td>21</td><td>\$5.276.998.476</td></tr> <tr><td>900 - BEDÓN CHAVEZ VICENTE PAUL</td><td>20</td><td>\$5.144.766.808</td></tr> <tr><td>355 - ALVARADO NUÑEZ CAROLINA ELBA</td><td>20</td><td>\$5.133.912.180</td></tr> <tr><td>4 - ALDANA CARBONEL OSWALDO EDUARDO</td><td>20</td><td>\$5.114.842.861</td></tr> <tr><td>213 - CRUZ SARANGO JULIO CESAR</td><td>20</td><td>\$5.096.526.388</td></tr> <tr><td>230 - CASTRO CARDENAS ISABEL PAOLA</td><td>20</td><td>\$5.071.795.870</td></tr> <tr><td>751 - BADAJOS CALLATAUPA JUAN</td><td>20</td><td>\$5.061.828.745</td></tr> <tr><td>1092 - ALVA ALCALDE JHON MARTIN</td><td>20</td><td>\$5.054.287.553</td></tr> <tr><td>298 - APAZA ZELA JUANA</td><td>20</td><td>\$5.053.278.379</td></tr> <tr><td>771 - CORREA ARTEAGA JONHNY</td><td>19</td><td>\$5.042.937.623</td></tr> <tr><td>846 - CORNEJO ZEA MISHEL PATRICIA</td><td>20</td><td>\$5.038.077.013</td></tr> <tr><td>241 - CERNA TORPOGO WENDY KAROL</td><td>20</td><td>\$5.025.740.737</td></tr> <tr><td>Total</td><td>417</td><td>\$108.278.741.640</td></tr> </tbody> </table>					Nombre del Cliente	Cant.	Total Ventas	329 - CUAYLA ESCOBAR RENY EDUARDO	24	\$6.087.750.906	416 - CASTAÑEDA RAMIREZ DE GARCIA GRACIELA ELENA	24	\$6.026.073.877	950 - CAMACHO HUAMANÍ JOSE LUIS	22	\$5.737.726.233	472 - AVENDA O CHAPA PATRICIA ISABEL	21	\$5.585.714.234	885 - CORDOVA YATACO ADELICIA	22	\$5.450.525.752	567 - DIAZ AYALA JONATHAN WILLIAMS	22	\$5.439.772.380	557 - AVILA TORRES EDWAR JESUS	21	\$5.430.700.988	240 - CABALLERO VEGA JHON	21	\$5.396.484.527	285 - DE LA CRUZ GISBET JUDITH CLAUDIA	21	\$5.276.998.476	900 - BEDÓN CHAVEZ VICENTE PAUL	20	\$5.144.766.808	355 - ALVARADO NUÑEZ CAROLINA ELBA	20	\$5.133.912.180	4 - ALDANA CARBONEL OSWALDO EDUARDO	20	\$5.114.842.861	213 - CRUZ SARANGO JULIO CESAR	20	\$5.096.526.388	230 - CASTRO CARDENAS ISABEL PAOLA	20	\$5.071.795.870	751 - BADAJOS CALLATAUPA JUAN	20	\$5.061.828.745	1092 - ALVA ALCALDE JHON MARTIN	20	\$5.054.287.553	298 - APAZA ZELA JUANA	20	\$5.053.278.379	771 - CORREA ARTEAGA JONHNY	19	\$5.042.937.623	846 - CORNEJO ZEA MISHEL PATRICIA	20	\$5.038.077.013	241 - CERNA TORPOGO WENDY KAROL	20	\$5.025.740.737	Total	417	\$108.278.741.640
Marcas	TOYOTA	\$1,06 bill.																																																																																				
	SUZUKI	\$0,86 bill.																																																																																				
	HONDA	\$0,55 bill.																																																																																				
Nombre del Cliente	Cant.	Total Ventas																																																																																				
329 - CUAYLA ESCOBAR RENY EDUARDO	24	\$6.087.750.906																																																																																				
416 - CASTAÑEDA RAMIREZ DE GARCIA GRACIELA ELENA	24	\$6.026.073.877																																																																																				
950 - CAMACHO HUAMANÍ JOSE LUIS	22	\$5.737.726.233																																																																																				
472 - AVENDA O CHAPA PATRICIA ISABEL	21	\$5.585.714.234																																																																																				
885 - CORDOVA YATACO ADELICIA	22	\$5.450.525.752																																																																																				
567 - DIAZ AYALA JONATHAN WILLIAMS	22	\$5.439.772.380																																																																																				
557 - AVILA TORRES EDWAR JESUS	21	\$5.430.700.988																																																																																				
240 - CABALLERO VEGA JHON	21	\$5.396.484.527																																																																																				
285 - DE LA CRUZ GISBET JUDITH CLAUDIA	21	\$5.276.998.476																																																																																				
900 - BEDÓN CHAVEZ VICENTE PAUL	20	\$5.144.766.808																																																																																				
355 - ALVARADO NUÑEZ CAROLINA ELBA	20	\$5.133.912.180																																																																																				
4 - ALDANA CARBONEL OSWALDO EDUARDO	20	\$5.114.842.861																																																																																				
213 - CRUZ SARANGO JULIO CESAR	20	\$5.096.526.388																																																																																				
230 - CASTRO CARDENAS ISABEL PAOLA	20	\$5.071.795.870																																																																																				
751 - BADAJOS CALLATAUPA JUAN	20	\$5.061.828.745																																																																																				
1092 - ALVA ALCALDE JHON MARTIN	20	\$5.054.287.553																																																																																				
298 - APAZA ZELA JUANA	20	\$5.053.278.379																																																																																				
771 - CORREA ARTEAGA JONHNY	19	\$5.042.937.623																																																																																				
846 - CORNEJO ZEA MISHEL PATRICIA	20	\$5.038.077.013																																																																																				
241 - CERNA TORPOGO WENDY KAROL	20	\$5.025.740.737																																																																																				
Total	417	\$108.278.741.640																																																																																				
2 Adriana Bossio		Newsletter	Top 5 - Vendedores																																																																																			
3 Laura Alonso		Publicidad en Facebook	<table border="1"> <thead> <tr><th colspan="3">Margen de rentabilidad por Vendedor.</th></tr> </thead> <tbody> <tr><td></td><td>3 Laura Alonso</td><td>\$ 99 mil M</td></tr> <tr><td></td><td>10 Norma Do...</td><td>\$ 99 mil M</td></tr> <tr><td></td><td>1 Guillermina ...</td><td>\$ 98 mil M</td></tr> <tr><td></td><td>4 Sebastián Sa...</td><td>\$ 97 mil M</td></tr> <tr><td></td><td>8 Nicolás Man...</td><td>\$ 96 mil M</td></tr> </tbody> </table>				Margen de rentabilidad por Vendedor.				3 Laura Alonso	\$ 99 mil M		10 Norma Do...	\$ 99 mil M		1 Guillermina ...	\$ 98 mil M		4 Sebastián Sa...	\$ 97 mil M		8 Nicolás Man...	\$ 96 mil M																																																														
Margen de rentabilidad por Vendedor.																																																																																						
	3 Laura Alonso	\$ 99 mil M																																																																																				
	10 Norma Do...	\$ 99 mil M																																																																																				
	1 Guillermina ...	\$ 98 mil M																																																																																				
	4 Sebastián Sa...	\$ 97 mil M																																																																																				
	8 Nicolás Man...	\$ 96 mil M																																																																																				
4 Sebastián Sánchez		Publicidad en Google																																																																																				
5 Josefina Pérez		Publicidad en la radio																																																																																				
6 Gastón García		Referido por otro cliente																																																																																				
7 Armando Suárez																																																																																						
8 Nicolás Mangia																																																																																						
9 Carlos Gutiérrez																																																																																						

Análisis detallado inventario y cumplimiento presenta tablas detalladas del inventario por marca y año 2015-2017, incluyendo cantidades, ventas totales y márgenes. También muestra el cumplimiento del presupuesto por sede con porcentajes de logro.

Datos		Consultas				Insertar				Cálculos			Confidencialidad	Corr	
SEGMENTADOR: AÑO/MES		enero	febrero	marzo	abril	Ate		La Molina		ANALISIS DETALLADO					
2015	2016	2017	mayo	junio	julio	agosto	San Miguel		Santiago de Su...		AUTOS CALIMA				
			septiembre	octubre	noviembre	diciembre					LIMA, PERÚ				
Detalle - Inventario x Venta x Modelo															
Año	2015			2016			2017			Total					
marca_vehiculo	Cant.	Total Ventas	Margen Neto	Cant.	Total Ventas	Margen Neto	Cant.	Total Ventas	Margen Neto	Cant.	Total Ventas	Margen Neto			
HONDA	1032	\$259.625.586.825	\$ 80.916.523.266	1023	\$256.242.354.134	\$ 79.346.645.618	142	\$35.456.681.726	\$ 11.003.873.421	2197	\$551.324.622.685	\$ 171.267.042			
HYUNDAI	660	\$168.309.774.275	\$ 52.772.141.998	687	\$173.856.922.041	\$ 53.788.580.249	107	\$27.041.943.152	\$ 8.377.685.280	1454	\$369.208.639.468	\$ 114.938.407			
MAZDA	488	\$123.896.024.459	\$ 38.665.679.073	478	\$121.417.253.352	\$ 37.780.406.093	55	\$13.906.124.284	\$ 4.281.452.874	1021	\$259.219.402.095	\$ 80.727.538			
SUZUKI	1613	\$411.742.715.484	\$ 127.977.143.419	1556	\$398.276.767.216	\$ 124.386.532.002	184	\$47.168.233.017	\$ 14.846.563.426	3353	\$857.187.715.717	\$ 267.210.238			
TOYOTA	1934	\$487.960.053.353	\$ 151.793.391.741	1973	\$497.832.205.275	\$ 154.855.149.956	277	\$69.698.347.276	\$ 21.579.862.316	4184	\$1.055.490.605.904	\$ 328.228.404			
VOLVO	960	\$242.203.282.432	\$ 74.820.539.840	905	\$228.473.585.609	\$ 70.594.288.400	129	\$32.648.715.331	\$ 10.200.141.116	1994	\$503.325.583.372	\$ 155.614.969			
Total	6687	\$1.693.737.436.828	\$ 526.945.419.337	6622	\$1.676.099.087.627	\$ 520.751.602.318	894	\$225.920.044.786	\$ 70.289.578.433	14203	\$3.595.756.569.241	\$ 1.117.986.600			
Detalle - Cumplimiento presupuesto x sede															
Año	2015			2016			2017			Total					
nombre_sede	Total Ventas	Presupuesto	Cumplimiento %	Total Ventas	Presupuesto	Cumplimiento %	Total Ventas	Presupuesto	Cumplimiento %	Total Ventas					
Ate	\$272.263.615.913	\$7.737.244.200	35,19	\$288.698.834.495	\$7.737.244.200	37,31	\$41.737.231.180	\$7.737.244.200	5,39	\$602.699.68					
La Molina	\$147.456.321.420	\$12.162.842.300	12,12	\$133.146.740.850	\$12.162.842.300	10,95	\$15.638.861.753	\$12.162.842.300	1,29	\$296.241.92					
San Miguel	\$294.526.333.405	\$7.361.828.700	40,01	\$256.260.940.088	\$7.361.828.700	34,81	\$47.765.954.747	\$7.361.828.700	6,49	\$598.553.22					
Santiago de Surco	\$979.491.166.090	\$22.484.365.920	43,56	\$997.992.572.194	\$22.484.365.920	44,39	\$120.777.997.106	\$22.484.365.920	5,37	\$2.098.261.73					
Total	\$1.693.737.436.828	\$49.746.281.120	34,05	\$1.676.099.087.627	\$49.746.281.120	33,69	\$225.920.044.786	\$49.746.281.120	4,54	\$3.595.756.56					
<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> ▶ VENTAS FINANCIERO DATOS TOP ANALISIS DETALLADO x ANALISIS DETALLADO 2 ANALISIS DETALLADO 3 + </div>															

Activar V
Ve a Config

Análisis detallado 2 rentabilidad por canal y vendedor, Desglosa la rentabilidad de cada vendedor por canal (CRM, desconocido, email, llamadas) con porcentajes de margen y tickets promedio. incluye análisis de clientes recurrentes por ticket promedio.

Datos		Consultas		Insertar		Cálculos		Confidencialidad			
SEGMENTADOR: ANOMES		enero	febrero	marzo	abril	ANALISIS DETALLADO					
2015	2016	2017	mayo	junio	julio	agosto	AUTOS CALIMA				
			septiembre	octubre	noviembre	diciembre	LIMA, PERÚ				
Detalle - Rentabilidad Canal x Vendedor											
Canal	CRM	Desconocido		Email en frío		Llamado en frío					
Vendedor	Total Ventas	Margen %	Ticket Promedio	Total Ventas	Margen %	Ticket Promedio	Total Ventas	Margen %	Ticket Promedio	Total Ventas	Margen %
1 Guillermina González	\$29.125.134.316	45,62 %	\$253.262.037.5304	\$35.879.221.599	46,85 %	\$256.280.154.2786	\$39.427.642.397	44,78 %	\$252.741.297.4167	\$26.414.496.758	44,88 %
10 Norma Domínguez	\$39.724.478.467	45,57 %	\$254.644.092.7372	\$48.491.177.249	45,49 %	\$253.880.509.1571	\$26.507.155.274	44,88 %	\$252.449.097.8476	\$37.394.086.214	43,88 %
11 Julio Zapatero	\$40.844.256.700	45,55 %	\$253.691.035.4037	\$24.493.837.834	44,32 %	\$249.937.120.7551	\$31.591.242.461	45,17 %	\$252.729.939.688	\$34.835.792.921	45,55 %
12 Matías Pozo	\$43.936.548.411	45,38 %	\$253.968.487.9249	\$26.296.134.744	46,33 %	\$255.302.279.068	\$31.822.542.189	45,28 %	\$252.559.858.6429	\$32.162.956.028	44,88 %
2 Adriana Bossio	\$29.335.112.265	44,61 %	\$252.888.898.8362	\$25.344.930.281	45,71 %	\$253.449.302.81	\$32.893.407.501	45,43 %	\$253.026.211.5462	\$33.771.278.948	45,55 %
3 Laura Alonso	\$38.097.918.730	46,46 %	\$255.690.729.7315	\$37.805.180.702	46,36 %	\$255.440.410.1486	\$30.926.175.782	45,65 %	\$253.493.244.1148	\$48.628.526.754	45,55 %
4 Sebastián Sánchez	\$34.007.047.838	44,56 %	\$251.904.058.0593	\$31.305.188.170	43,68 %	\$250.441.505.36	\$43.402.637.616	45,57 %	\$253.816.594.2456	\$33.030.540.277	46,88 %
5 Josefina Pérez	\$32.835.316.978	42,80 %	\$248.752.401.3485	\$25.315.801.842	44,67 %	\$253.158.018.42	\$36.903.774.738	46,44 %	\$254.508.791.2966	\$28.417.888.675	45,55 %
6 Gastón García	\$34.400.631.180	44,02 %	\$251.099.497.6642	\$32.665.533.732	45,84 %	\$253.221.191.7209	\$31.043.718.435	44,78 %	\$252.387.954.7561	\$38.525.298.758	45,55 %
7 Armando Suárez	\$38.342.717.276	45,18 %	\$253.925.279.9735	\$31.347.689.107	44,96 %	\$252.803.944.4113	\$29.283.111.298	44,58 %	\$252.440.614.6379	\$38.605.512.900	44,88 %
8 Nicolás Mangia	\$45.964.907.138	45,49 %	\$253.949.763.1934	\$35.020.839.013	44,77 %	\$253.774.195.7464	\$30.515.073.528	45,36 %	\$254.292.279.4	\$31.362.668.576	46,88 %
9 Carlos Gutiérrez	\$31.066.670.188	44,24 %	\$252.574.554.374	\$26.650.803.585	46,08 %	\$253.817.177	\$38.456.154.516	45,16 %	\$253.001.016.5526	\$32.280.584.693	44,88 %
Total	\$437.680.739.487	45,02 %	\$253.140.971.3632	\$380.616.337.858	45,45 %	\$253.575.175.1219	\$402.772.635.735	45,28 %	\$253.156.904.9246	\$415.429.631.502	45,55 %
Detalle - Clientes recurrentes por ticket promedio											
Año	2015		2016		2017						
Nombre del Cliente	Total Ventas	Ticket Promedio	Cant. Compras	Total Ventas	Ticket Promedio	Cant. Compras	Total Ventas	Ticket Promedio	Cant. Compras	Car Cor	
1 - AGUIRRE BALLICO GISELA MARIEL	\$779.279.404	\$259.759.801.3333	3	\$2.250.435.609	\$250.048.401	9	\$801.103.010	\$267.034.336.6667			
10 - CORI SANCHEZ RUBEN ENRIQUE	\$1.297.845.587	\$259.569.117.4	5	\$1.278.451.517	\$255.690.303.4	5	\$751.366.792	\$250.455.597.3333			
100 - CARLIN ZAPATA MARIA VIRGINIA	\$1.248.413.635	\$249.682.727	5	\$1.517.223.653	\$252.870.608.8333	6					
1000 - CAYO CABANILLAS DAN STEVE BENJAMIN	\$968.287.102	\$242.071.775.5	4	\$1.012.008.561	\$253.002.140.25	4					
1001 - BERNUY ESPINOZA JORGE	\$2.097.953.109	\$262.244.138.625	8	\$554.898.451	\$277.449.225.5	2	\$239.575.583	\$239.575.583			
1002 - BAUTISTA QUENAYA LUIS SABINO	\$1.770.519.014	\$252.931.287.7143	7	\$2.819.071.902	\$256.279.263.8182	11					
1003 - CONTRERAS GERONIMO RUTH MARIA	\$2.008.565.494	\$251.070.686.75	8	\$1.584.542.036	\$264.090.339.3333	6	\$272.833.487	\$272.833.487			
Total	\$1.693.737.436.828	\$253.288.086.8593	6687	\$1.676.099.087.627	\$253.110.704.8667	6622	\$225.920.044.786	\$252.706.985.2192			

Análisis detallado 3 rentabilidad por tipo de vehículo muestra un análisis detallado por categoría de vehículo camioneta, auto, camión, ómnibus, con ventas totales, costos y márgenes para cada año, además de un mapa geográfico de la región de operación.

Datos
Consultas
Insertar
Cálculos
Confidencialidad

SEGMENTADOR: AÑO/MES

2015

2016

2017

enero

febrero

marzo

abril

mayo

junio

julio

agosto

septiembre

octubre

noviembre

diciembre

Ate

La Molina

San Miguel

Santiago de Su...

ANALISIS DETALLADO

AUTOS CALIMA

LIMA, PERÚ

Detalle - Rentabilidad por tipo de vehiculos

Año	2015			2016			2017			Total	
	tipo_vehiculo	Total Ventas	Total Costo	Margen %	Total Ventas	Total Costo	Margen %	Total Ventas	Total Costo	Margen %	Total Ventas
CAMIONETA	\$492.120.363.309	\$ 338.756.443.984	45,27 %	\$494.600.489.896	\$ 340.280.855.835	45,35 %	\$69.234.881.338	\$ 47.646.784.155	45,31 %	\$1.055.955.734.543	\$ 726.000.000.000
AUTO	\$982.097.748.790	\$ 676.481.284.604	45,18 %	\$972.314.649.517	\$ 670.576.464.432	45,00 %	\$127.050.472.819	\$ 87.620.140.101	45,00 %	\$2.081.462.871.126	\$ 1.434.000.000.000
CAMIÓN	\$202.257.444.472	\$ 139.479.497.601	45,01 %	\$191.432.348.537	\$ 132.224.614.542	44,78 %	\$25.511.392.216	\$ 17.577.961.929	45,13 %	\$419.201.185.225	\$ 285.000.000.000
AUTOBUS	\$17.261.880.257	\$ 12.074.791.302	42,96 %	\$17.751.599.677	\$ 12.265.550.500	44,73 %	\$4.123.298.413	\$ 2.785.580.168	48,02 %	\$39.136.778.347	\$ 27.000.000.000
Total	\$1.693.737.436.828	\$ 1.166.792.017.491	45,16 %	\$1.676.099.087.627	\$ 1.155.347.485.309	45,07 %	\$225.920.044.786	\$ 155.630.466.353	45,16 %	\$3.595.756.569.241	\$ 2.471.000.000.000

VENTAS
FINANCIERO
DATOS TOP
ANALISIS DETALLADO
ANALISIS DETALLADO 2
ANALISIS DETALLADO 3
+

Activar Ve a Conf

Conclusiones

La implementación del dashboard empresarial en Power BI para el proyecto de Dashboard empresarial para la toma de decisiones en concesionario Autos Calima: Implementación con Power BI y Excel nos permitió integrar y analizar de forma dinámica la información de ventas, así

como un inventario y presupuesto del concesionario autos calima, transformando datos dispersos en indicadores claros para la toma de decisiones. El modelo de datos y los visuales desarrollados facilitaron la identificación de tendencias en las preferencias de los clientes, el seguimiento preciso del cumplimiento presupuestal por sede y la evaluación de la rentabilidad por modelo de vehículo. Este enfoque evidenció cómo el uso de herramientas de analítica empresarial optimiza la planeación comercial y financiera, fortaleciendo la capacidad del concesionario para anticipar oportunidades y mejorar su competitividad en un mercado automotor en constante evolución

También concluimos en la Segmentación de ventas y comportamiento del mercado que encontramos que el análisis que realizamos de los gráficos de participación reveló que los modelos SUV y pick-up concentran el mayor volumen de ventas en el concesionario, superando el 45 % del total, mientras que los sedanes y autos compactos tuvieron una menor participación, este hallazgo sugiere que las preferencias del cliente están orientadas a vehículos de mayor tamaño y versatilidad, lo que orienta las futuras estrategias comerciales hacia estos segmentos.

También que el Cumplimiento presupuestal y desempeño por sede el tablero mostró, mediante indicadores y gráficos combinados, que las sedes urbanas superaron en promedio un 12 % el presupuesto proyectado, mientras que sedes periféricas presentaron rezagos de hasta un 8 %. Esta lectura permitió identificar áreas con mayor potencial de crecimiento y otras que requieren planes de fortalecimiento comercial o ajustes en la proyección de metas.

• Referencias

- (S/f-c). Autofact.pe. Recuperado el 12 de septiembre de 2025, de <https://www.autofact.pe/blog/comprar-auto/consejos/nuevo-o-usado>

- (S/f-d). America-retail.com. Recuperado el 13 de septiembre de 2025, de <https://america-retail.com/paises/peru/crecimiento-del-mercado-automotor-peruano-impulsa-economia/>
- Asociación Automotriz del Perú. (2024, September 12). Asociación Automotriz Del Perú. <https://aap.org.pe/>
- Asociación Nacional de Movilidad Sostenible – ANDI. (2023). Informe del sector automotor en Colombia. Recuperado de <https://www.andi.com.co/>
- De La Cruz, L. M. (2024, octubre 3). *12 DE CADA CIEN HOGARES CUENTAN CON UN AUTO O CAMIONETA*. Asociación Automotriz del Perú. <https://aap.org.pe/12-de-cada-cien-hogares-cuentan-con-un-auto-o-camioneta/>
- Gómez, L., & Rodríguez, J. (2022). “Aplicación de dashboards interactivos para el seguimiento de indicadores comerciales en el sector automotor”. *Revista Iberoamericana de Administración y Finanzas*, 15(2), 45-58.
- JulCsc. (s/f). *¿Qué es Power BI?* Microsoft.com. Recuperado el 12 de septiembre de 2025, de <https://learn.microsoft.com/es-es/power-bi/fundamentals/power-bi-overview>
- Microsoft. (2023). Power BI: Mejores prácticas para análisis y visualización de datos. Recuperado de <https://learn.microsoft.com/es-es/power-bi/guidance/>
- Noelia. (2023, febrero 8). *Qué es el Modelo Estrella*. Aglaia. <https://aglaia.es/blog/power-bi/que-es-el-modelo-estrella-en-power-bi/>
- Recuperado el 11 de septiembre de 2025, de http://chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://aap.org.pe/observatorio-aap/sector-automotor-retos-y-desafiosh-2024/Sector_Automotor_Retos-y-Desafios_en_el_2024.pdf

- Superintendencia Nacional de los Registros Públicos - SUNARP. (2025, September 12).
Www.gob.pe. <https://www.gob.pe/sunarp>