



700 Fruve Access. Fase II. Analítica Básica I: Productos, Clientes y Comerciales. Funciones Básicas de Agregación, Conteo, Lógicas y condicionales, de información y de iteración.

Jose Ignacio González Gómez

Departamento de Economía, Contabilidad y Finanzas - Universidad de La Laguna

www.jggomez.eu

V.2.4

Ejercicio Basado: [David Asurmendi](#)

Proyecto de analítica de datos **Coordinador técnico: J. Ignacio Glez**

Contenido

| | | |
|-------|--|----|
| 1 | Presentación y objetivos | 3 |
| 2 | Fase II. Se pide | 3 |
| 2.1 | Analítica de Productos I..... | 3 |
| 2.1.1 | Demanda de productos por número de pedido | 3 |
| 2.1.2 | Demanda de productos por países | 3 |
| 2.2 | Analítica de Clientes I..... | 4 |
| 2.2.1 | Clientes: Nº de Pedidos y Promedio de Kg según periodo seleccionado..... | 4 |
| 2.2.2 | Clientes: Nº de Pedidos y tipos de productos comprados | 4 |
| 2.2.3 | Matriz Cliente-Producto. Número de pedidos únicos..... | 5 |
| 2.2.4 | Matriz Cliente-Producto. Perfil demanda según categoría de producto | 6 |
| 2.3 | Analítica de Comerciales I | 6 |
| 2.3.1 | Comerciales Actividad: número de pedidos y toneladas | 6 |
| 2.3.2 | Comerciales Resultados: Ingresos y márgenes generados | 7 |
| 3 | Orientación y notas | 8 |
| 3.1 | Sobre configuraciones generales y formatos..... | 8 |
| 3.1.1 | Evitar autoajustes en las tablas dinámicas..... | 8 |
| 3.1.2 | Aplicar formato a los valores numéricos en la medida de los posible | 8 |
| 3.1.3 | Personalización de nombre de los objetos. | 8 |
| 3.1.4 | Insertando segmentadores y configurar conexiones al informe | 9 |
| 3.2 | Analítica de Productos I: Demanda de productos por número de pedido y país | 9 |
| 3.2.1 | Sobre la propuesta de cuadros de mandos y medidas | 9 |
| 3.2.2 | Funciones aplicadas..... | 10 |
| 3.2.3 | Trabajo autónomo..... | 10 |
| 3.3 | Analítica de Clientes I | 12 |

| | | |
|-------|---|----|
| 3.3.1 | Sobre la propuesta de cuadros de mandos y medidas | 12 |
| 3.3.2 | Funciones aplicadas..... | 12 |
| 3.3.3 | Trabajo autónomo..... | 12 |
| 3.4 | Analítica de Comerciales I | 13 |
| 3.4.1 | Sobre la propuesta de cuadros de mandos y medidas | 13 |
| 3.4.2 | Funciones aplicadas..... | 14 |
| 3.4.3 | Trabajo autónomo..... | 14 |
| 4 | Bibliografía y glosario de funciones DAX..... | 16 |
| 4.1 | Bibliografía | 16 |
| 4.2 | Glosario de funciones..... | 16 |

1 Presentación y objetivos

Diseñado el modelo de datos en la Fase I estamos en condiciones de comenzar una primera aproximación a la analítica de datos bajo una triple dimensión, Productos – Clientes – Comerciales y para lo cual diseñaremos una serie de cuadros de mando básicos como primera aproximación a la analítica interna de la empresa y que nos permita tener una visión general de estas tres perspectivas.

Así partiendo de la información contenida en el fichero base del ERP de FRUVE (Access) y del modelo de datos desarrollado crearemos nuestras primeras medidas explícitas aplicando funciones básicas de DAX

En concreto los cuadros de mando propuestos son los que presentamos a continuación.

2 Fase II. Se pide

Elaborar los siguientes informes y cuadros de mando basado en un modelo de datos con medidas basicas.

2.1 Analítica de Productos I

2.1.1 Demanda de productos por número de pedido

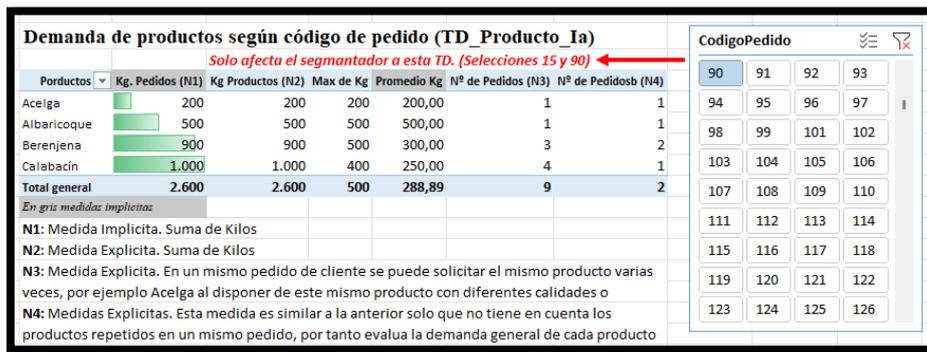


Ilustración 1

2.1.2 Demanda de productos por países

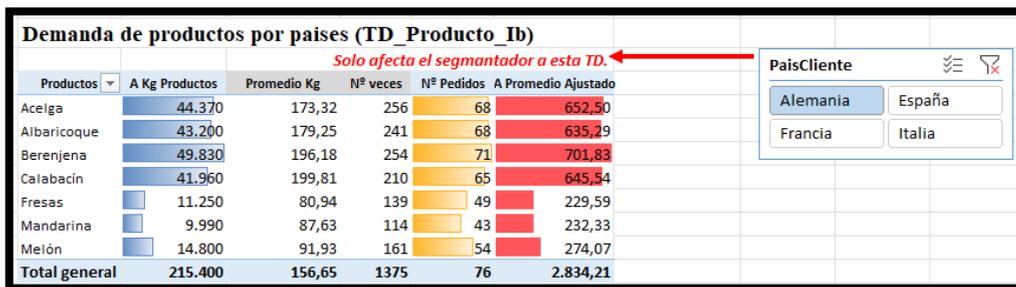


Ilustración 2

2.2 Analítica de Clientes I

2.2.1 Clientes: Nº de Pedidos y Promedio de Kg según periodo seleccionado

| Clientes: Nº de Pedidos y Promedio de Kg (TD_ClientesIa) | | | | |
|--|---------------------|-----------------|----------------|---------------------|
| <i>En gris medidas implícitas</i> | | | | |
| Clientes | A Kg Productos | Promedio Kg | A Nº Pedidosv2 | A Promedio Ajustado |
| Frutas Santiago S.L. | 173.220 kg | 154,0 kg | 62 | 2.794 kg |
| Frutas Sol S.L. | 92.600 kg | 132,9 kg | 30 | 3.087 kg |
| Frutas Sur S.L. | 102.230 kg | 177,8 kg | 42 | 2.434 kg |
| Grupo Carrerf | 188.220 kg | 154,3 kg | 64 | 2.941 kg |
| Obstladen Fruit | 87.120 kg | 158,4 kg | 29 | 3.004 kg |
| Obstladen Park | 24.930 kg | 179,4 kg | 9 | 2.770 kg |
| Super Market France S.A. | 194.790 kg | 170,0 kg | 74 | 2.632 kg |
| Supermercados Centro | 313.120 kg | 189,2 kg | 100 | 3.131 kg |
| Via Fruta | 47.300 kg | 198,7 kg | 16 | 2.956 kg |
| Total general | 1.223.530 kg | 166,6 kg | 426 | 2.872 kg |

FechaInicioPedido

2T 2022 - 1T 2023 TRIMESTRES

2022 2023

1T 2T 3T 4T 1T 2T 3T 4T

Ilustración 3

2.2.2 Clientes: Nº de Pedidos y tipos de productos comprados

| Clientes: Nº de Pedidos y Nº de Productos (TD ClientesIb). <i>No muestra vacios o no comprados</i> | | |
|--|----------------|--------------------|
| Clientes - Productos | A Nº Pedidosv2 | B Nº Prod.Dif (N1) |
| Frutas Santiago S.L. | | |
| Acelga | 8 | 1 |
| Albaricoque | 8 | 1 |
| Berenjena | 6 | 1 |
| Calabacín | 6 | 1 |
| Fresas | 2 | 1 |
| Mandarina | 2 | 1 |
| Melón | 2 | 1 |
| Frutas Sur S.L. | | |
| Acelga | 6 | 1 |
| Berenjena | 6 | 1 |
| Grupo Carrerf | 5 | 4 |
| Super Market France S.A. | 11 | 7 |
| Supermercados Centro | 8 | 4 |
| Frutas Sol S.L. | 4 | 7 |
| Obstladen Fruit | 6 | 7 |
| Via Fruta | | |
| Acelga | 1 | 1 |
| Total general | 49 | 7 |

FechaInicioPedido

may 2022 MESES

2022

MAR ABR MAY JUN JUL AGO SEP

N1: Nº de productos diferentes, no se muestra los productos vacios

Ilustración 4

En la ilustración anterior observamos que solo aparecen los clientes que durante el periodo han comprado y aquellos productos que han pedido, pero no aparecen los clientes que no han solicitado ningún pedido en el periodo ni aquellos productos que no han demandado y para solucionarlo se propone el siguiente cuadro de mando perfeccionado.

| Clientes: N° de Pedidos y N° de Productos (TD ClientesIc). Muestra vacios o no pedidos | | |
|---|----------------|-------------------------|
| Clientes - Productos | A N° Pedidosv2 | B N° Prod.Dif. vac (N1) |
| Frutas Santiago S.L. | | |
| Acelga | 8 | 1 |
| Albaricoque | 8 | 1 |
| Berenjena | 6 | 1 |
| Calabacín | 6 | 1 |
| Fresas | 2 | 1 |
| Mandarina | 2 | 1 |
| Melón | 2 | 1 |
| Obstladen Park | | |
| Frutas Sur S.L. | | |
| Acelga | 6 | 1 |
| Albaricoque | | 0 |
| Berenjena | 6 | 1 |
| Calabacín | | 0 |
| Fresas | | 0 |
| Mandarina | | 0 |
| Melón | | 0 |
| Grupo Carrerf | | |
| Super Market France S.A. | | |
| Supermercados Centro | | |
| Frutas Sol S.L. | | |
| Obstladen Fruit | | |
| Via Fruta | | |
| Acelga | 1 | 1 |
| Albaricoque | | 0 |
| Berenjena | | 0 |
| Calabacín | | 0 |
| Fresas | | 0 |
| Mandarina | | 0 |
| Melón | | 0 |
| Total general | 49 | 7 |

N1: N° de productos diferentes, se muestra los productos vacios

Ilustración 5

Comparando las dos ilustraciones anteriores, vemos como en este ultimo caso nos muestra tambien aquellos clientes que no han pedido ningún producto en el periodo (Obstladen Park) asi como aquellos productos no solicitados por los clientes (con valor 0)

2.2.3 Matriz Cliente-Producto. Número de pedidos únicos

| Matriz Cliente-Producto (TD_ClientesId). N° de pedidos únicos. Muestra vacios o no comprados con 0 | | | | | | | | |
|--|-----------|-------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|---------------|
| Clientes con pedidos Porduc | Acelga | Albaricoque | Berenjena | Calabacín | Fresas | Mandarina | Melón | Total general |
| Frutas Santiago S.L. | 8 | 8 | 6 | 6 | 2 | 2 | 2 | 8 |
| Frutas Sol S.L. | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| Frutas Sur S.L. | 6 | 0 | 6 | 0 | 0 | 0 | 0 | 6 |
| Grupo Carrerf | 4 | 3 | 4 | 5 | 0 | 0 | 0 | 5 |
| Obstladen Fruit | 6 | 6 | 6 | 5 | 3 | 3 | 3 | 6 |
| Obstladen Park | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Super Market France S.A. | 8 | 10 | 11 | 11 | 2 | 2 | 2 | 11 |
| Supermercados Centro | 7 | 8 | 7 | 8 | 0 | 0 | 0 | 8 |
| Via Fruta | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| Total general | 44 | 39 | 44 | 39 | 10 | 10 | 10 | 49 |

Ilustración 6

Este cuadro de mando nos permite analizar las preferencias de los clientes según producto, destacando aquellos no demandados para analizar las causas.

Vemos no solo lo que han pedido cada cliente sino el perfil de demanda según productos.

2.2.4 Matriz Cliente-Producto. Perfil demanda según categoría de producto

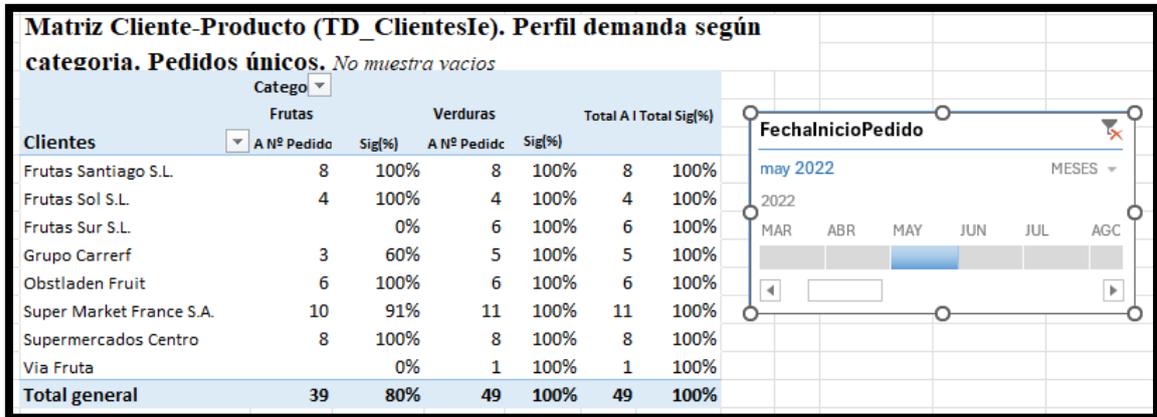


Ilustración 7

Esta propuesta es complementaria a la anterior y nos define el perfil de la demanda de cada cliente según categoría de producto, por ejemplo, podemos detectar como el cliente “Grupo Carrefer” del total de pedidos realizados en el periodo de mayo el 60% contenía fruta y todos llevaban verduras.

2.3 Analítica de Comerciales I

2.3.1 Comerciales Actividad: número de pedidos y toneladas

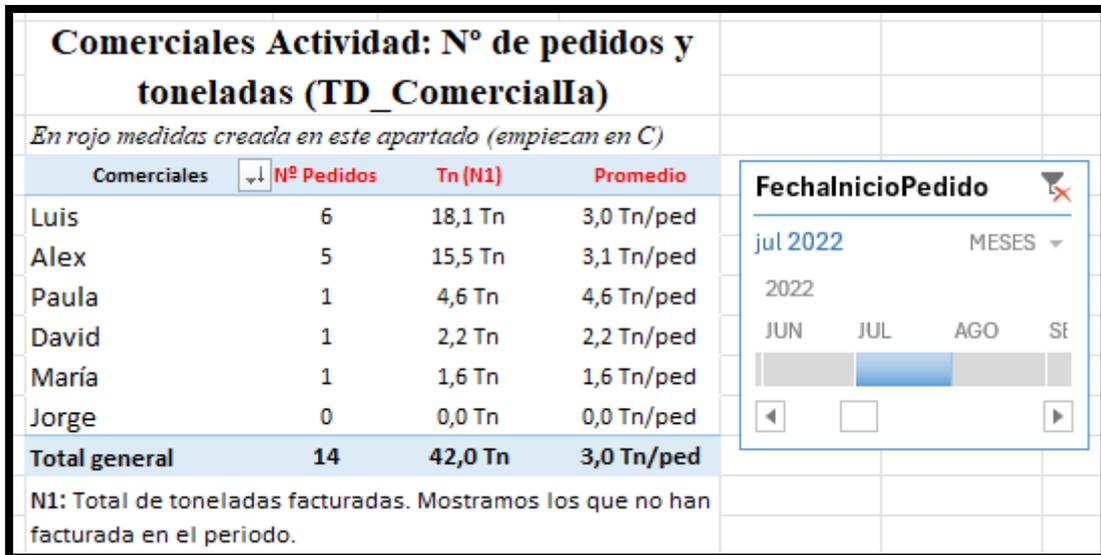


Ilustración 8

2.3.2 Comerciales Resultados: Ingresos y márgenes generados

| Comerciales Resultados : Ingresos y márgenes generados | | | | | |
|--|------------|--------------------|-------------------|------------------|--------------|
| (TD_ComercialIb) | | | | | |
| <i>En rojo medidas creadas en este apartado (empiezan en C)</i> | | | | | |
| Comerciales | Nº Pedidos | Ingresos Net. (N1) | Coste Producto | Benef. Generado | Margen (N2) |
| Luis | 6 | 16.546 € | 16.617,0 € | -71,4 € | -0,4 % |
| Alex | 5 | 16.246 € | 11.906,0 € | 4.340,3 € | 36,5 % |
| David | 1 | 2.449 € | 1.921,0 € | 528,0 € | 27,5 % |
| Paula | 1 | 2.144 € | 3.690,0 € | -1.546,0 € | -41,9 % |
| María | 1 | 1.331 € | 1.322,0 € | 9,0 € | 0,7 % |
| Jorge | 0 | | | | |
| Total general | 14 | 38.716 € | 35.456,0 € | 3.259,8 € | 9,2 % |
| N1: Ingresos Netos, ingresos brutos - descuento comercial | | | | | |
| N2: Margen Generado, Beneficio/Coste del Producto | | | | | |

FechaInicioPedido

jul 2022 MESES ▾

2022

JUN JUL AGO SE

◀ ▶

Ilustración 9

3 Orientación y notas

3.1 Sobre configuraciones generales y formatos

3.1.1 Evitar autoajustes en las tablas dinámicas

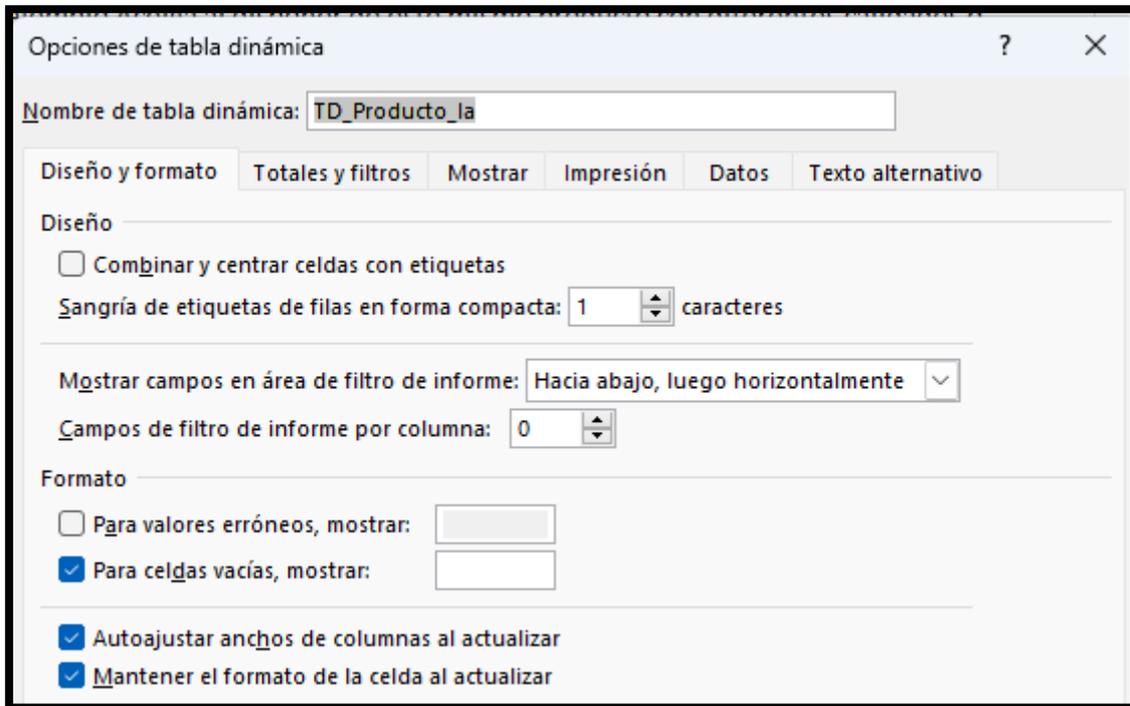


Ilustración 10

3.1.2 Aplicar formato a los valores numéricos en la medida de los posible

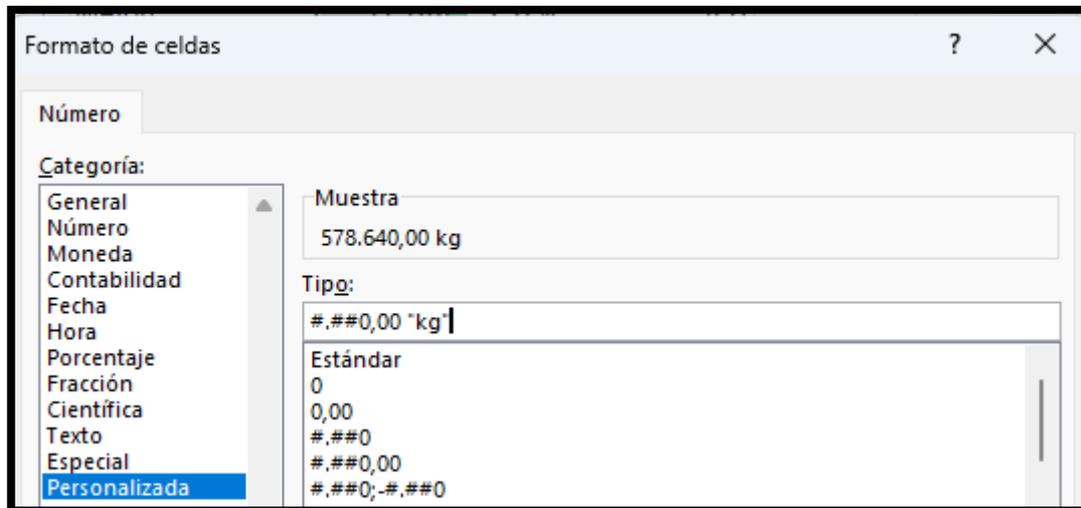


Ilustración 11

3.1.3 Personalización de nombre de los objetos.

Personalizar el nombre o identificador de los objetos visuales, tanto las tablas y gráficos dinámicos como segmentadores, estos nos facilitará mucho nuestra labor como analista de datos.

3.1.4 Insertando segmentadores y configurar conexiones al informe

Es importante no solo el disponer de segmentadores que nos permite filtrar y analizar la información bajo diferentes perspectivas o dimensiones, sino que además configurar estos correctamente para determinar a que objetos (tablas o gráficos dinámicos) afectara y para ello disponemos de las opciones basicas de configuración mostradas en la Ilustración 12

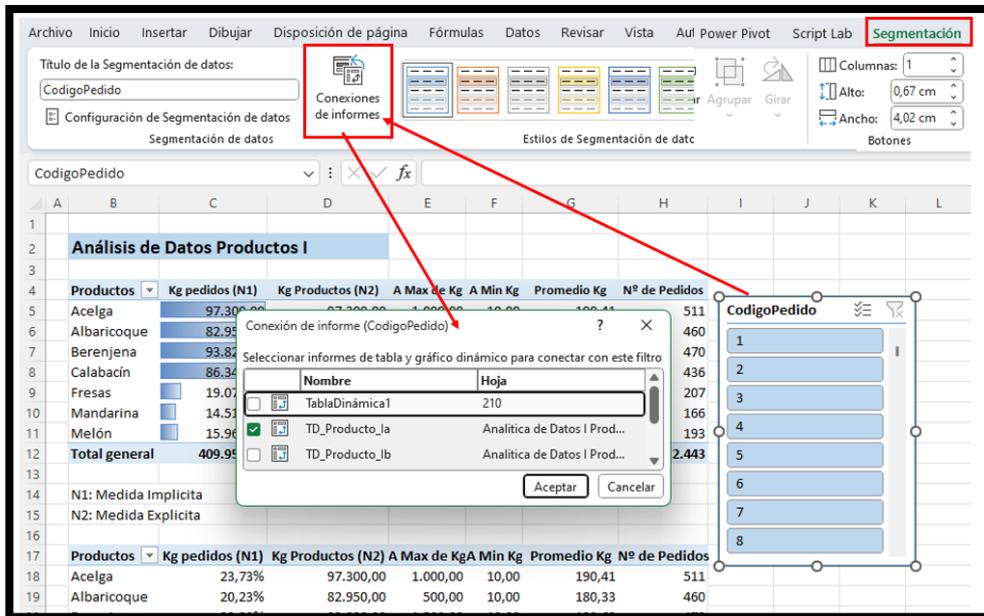


Ilustración 12 Configuración de los segmentadores

3.2 Analítica de Productos I: Demanda de productos por número de pedido y país

3.2.1 Sobre la propuesta de cuadros de mandos y medidas

En este caso aprovechamos para trabajar con medias implícitas y explícitas y mostrar las diferencias en los cálculos.

Recomendamos que las medidas explícitas específicas para el diseño de los cuadros de mando **comiencen por A**. Las medidas propuestas en este caso son:

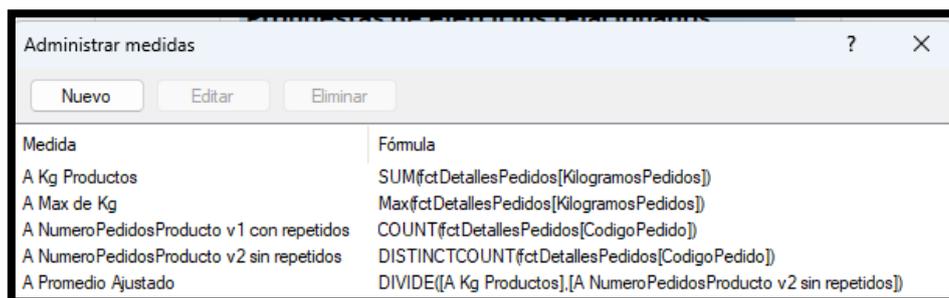


Ilustración 13

Cada cuadro de mando propuesto lleva asociado un segmentador que solo afecta a cada tabla de analisis y que permite dimensionar el analisis por numero de pedido o país.

Es conveniente personalizar los nombres de los cuadros de mando o tablas dinámicas para facilitar su identificación y en especial las conexiones de los segmentadores con cada uno de los elementos visuales.

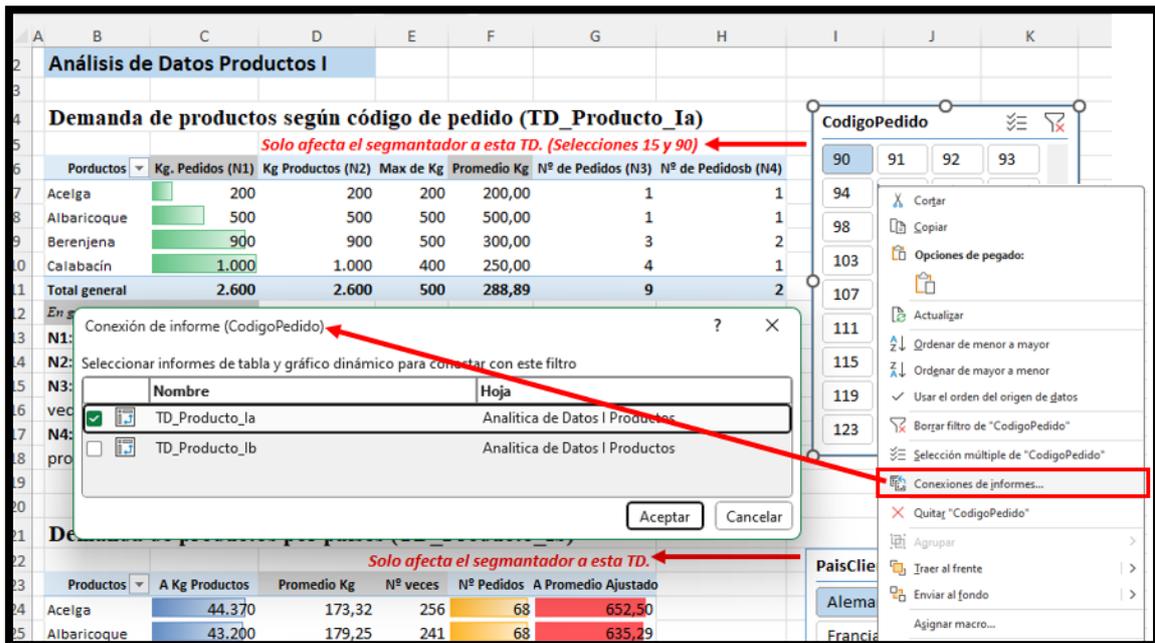


Ilustración 14

3.2.2 Funciones aplicadas

- *Funciones de Agregación (SUM, AVERAGE, MAX, MIN, ...)*
- *Funciones de Conteo (COUNT, COUNTA, COUNTROWS, DISTINCTCOUNT,...)*
- *Funciones matemáticas y trigonométricas (DIVIDE, ROUNDDOWN, ROUNDUP, ...)*

3.2.3 Trabajo autónomo

En base a los desarrollado en este apartado se propone construir diferentes cuadros de mando inspirados en las medidas propuestas y configurando diferentes filtros y formatos de tablas condicionales como el propuesto a continuación.

| Propuestas de ejercicios relacionados | | | |
|---------------------------------------|---------------------|----------------|---------------|
| Productos | A Kg | % Kg | Nº de pedidos |
| Acelga | 578.640 kg | 23,70% | 802 |
| Albaricoque | 492.770 kg | 20,18% | 754 |
| Berenjena | 559.670 kg | 22,92% | 806 |
| Calabacín | 514.300 kg | 21,06% | 756 |
| Fresas | 114.150 kg | 4,67% | 495 |
| Mandarina | 86.680 kg | 3,55% | 454 |
| Melón | 95.520 kg | 3,91% | 497 |
| Total general | 2.441.730 kg | 100,00% | 858 |
| Productos | A Kg | % Kg | Nº de pedidos |
| ⊕ Alemania | 215.400 kg | 8,82% | 76 |
| ⊖ España | | | |
| Acelga | 347.400 kg | 25,39% | 450 |
| Albaricoque | 266.590 kg | 19,49% | 415 |
| Berenjena | 311.890 kg | 22,80% | 447 |
| Calabacín | 286.330 kg | 20,93% | 418 |
| Fresas | 60.600 kg | 4,43% | 268 |
| Mandarina | 47.130 kg | 3,44% | 253 |
| Melón | 48.230 kg | 3,53% | 270 |
| ⊖ Francia | | | |
| Acelga | 166.030 kg | 21,53% | 253 |
| Albaricoque | 162.660 kg | 21,09% | 247 |
| Berenjena | 176.930 kg | 22,94% | 262 |
| Calabacín | 168.030 kg | 21,79% | 248 |
| Fresas | 39.370 kg | 5,10% | 163 |
| Mandarina | 27.110 kg | 3,52% | 143 |
| Melón | 31.090 kg | 4,03% | 156 |
| ⊕ Italia | 86.940 kg | 3,56% | 32 |
| Total general | 2.441.730 kg | 100,00% | 858 |

Date ✕

Todos los periodos AÑOS ▾

2022 2023 2024

Ilustración 15

3.3 Analítica de Clientes I

3.3.1 Sobre la propuesta de cuadros de mandos y medidas

En este caso recomendamos que las medidas específicas para el diseño de los cuadros de mando **comiencen por B**.

Respecto al primer cuadro de mando de clientes **Nº de Pedidos y Promedio de Kg según periodo seleccionado** (Ilustración 3) no ha requerido el desarrollo de ninguna medida explícita.

Sin embargo, para los informes de demanda de clientes en términos de número de pedidos y tipos de productos, hemos tenido que diseñar dos medidas explícitas:

- B Nº Productos Diferentes
=DISTINCTCOUNT(fctDetallesPedidos[CodigoProducto])
- B Nº Productos Diferentes con vacíos
=IF(ISBLANK([B Nº Productos Diferentes]);0;[B Nº Productos Diferentes])

La primera medida no muestra los valores vacíos, es decir los clientes que no han realizado pedidos en el periodo y/o aquellos productos no solicitados. Para forzar que sean mostrados se ha diseñado la segunda medida, compárese la Ilustración 4 e Ilustración 5.

En el caso de la Ilustración Matriz hemos tenido que crear una media basada para reflejar los valores vacíos.

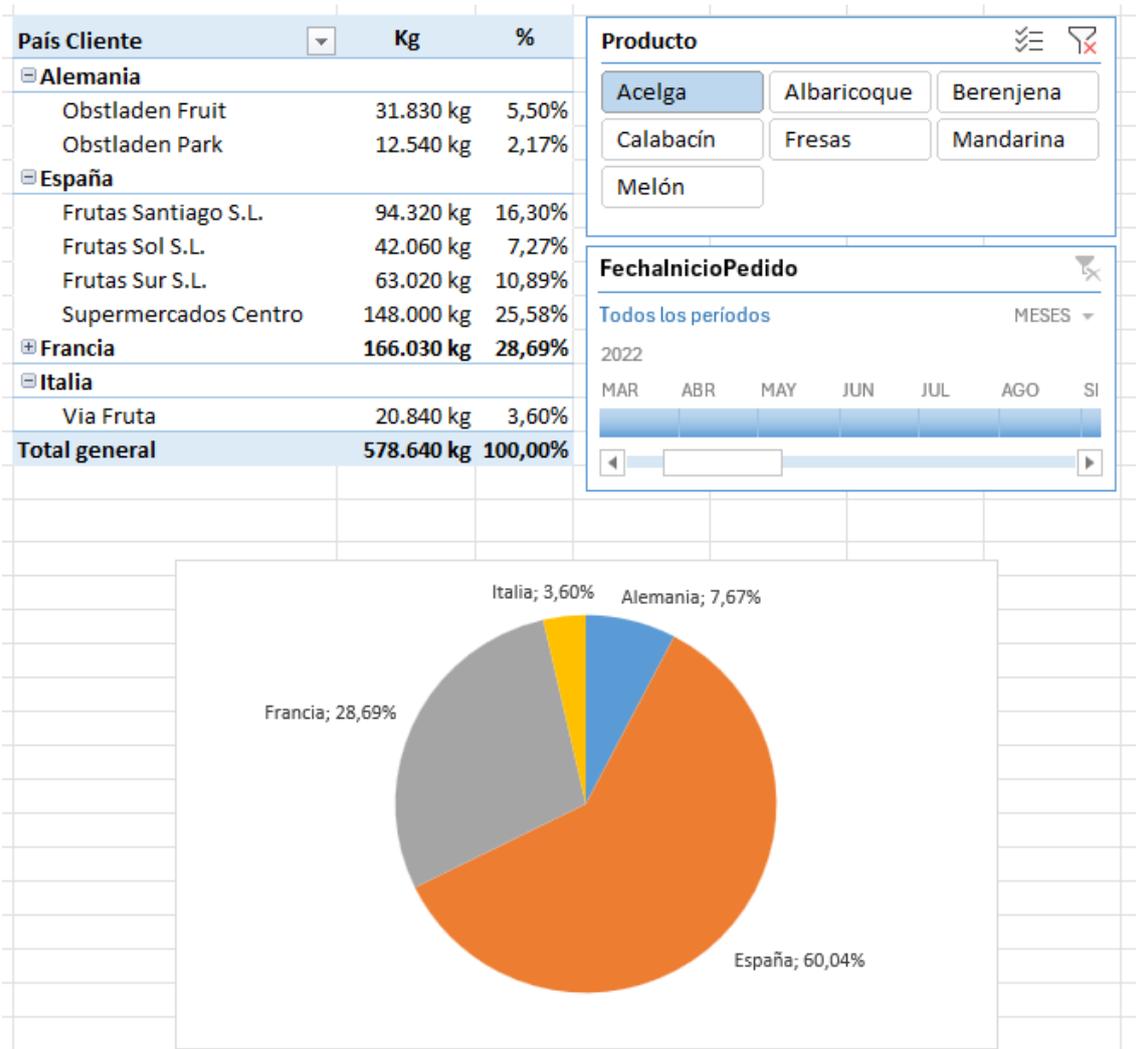
- B Clientes con pedidos a 0 de productos
=IF(ISBLANK([A NumeroPedidosProducto v2 sin repetidos]);0;[A NumeroPedidosProducto v2 sin repetidos])

3.3.2 Funciones aplicadas

- *Funciones de Conteo (COUNT, COUNTA, COUNTROWS, **DISTINCTCOUNT**,...)*
- *Funciones Lógicas y Condicionales (**IS**, IF, SWITCH...)*
- *Funciones de Información (**ISBLANK**, HASONEVALUE,...)*

3.3.3 Trabajo autónomo

En base a los desarrollados en este apartado se propone construir diferentes cuadros de mando inspirados en las medidas propuestas y configurando diferentes filtros y formatos de tablas condicionales como el propuesto a continuación.



3.4 Analítica de Comerciales I

3.4.1 Sobre la propuesta de cuadros de mandos y medidas

Para la elaboración de los cuadros de mando propuestos, Ilustración 8 e Ilustración 9 se proponen unas medidas concretas que **comienzan por C** y que hemos resaltado en color rojo. En concreto tenemos para el cuadro de mando “Comerciales Actividad: número de pedidos y toneladas” (Ilustración 8) tres medidas:

- C Nº Pedidos y Vacíos

=IF(ISBLANK([A NumeroPedidosProducto v2 sin repetidos]);0;[A NumeroPedidosProducto v2 sin repetidos])

Esta medida nos muestra el numero de pedidos alcanzado por cada comercial asi como aquellos comerciales que no han logrado firmar ningún pedido. Para ello nos basamos en una medida ya creada con anterioridad *A NumeroPedidosProducto v2 sin repetidos*.

- C Tn Total

=IF(ISBLANK([A Kg Productos]);0;DIVIDE([A Kg Productos];1000;0))

Esta medida lo que nos permite es convertir los kilos en toneladas para facilitar la lectura e interpretacion de los datos.

- C Promedio Tn/pedido

=DIVIDE([C Tn Total];[A NumeroPedidosProducto v2 sin repetidos];0)

Obtenemos el promedio de tn por pedido

Respecto al cuadro de mando “Comerciales Resultados: Ingresos y márgenes generados” (Ilustración 9) las medidas diseñadas son las siguientes:

- C Ingresos Netos

=SUMX(fctDetallesPedidos;(fctDetallesPedidos[KilogramosPedidos]*fctDetallesPedidos[PrecioVenta])*(1-fctDetallesPedidos[PorcentajeDescuento]))

Con esta medida obtenemos el total de ingresos netos teniendo en cuenta el descuento aplicable tal y como se interpreta en la fórmula. Destacar que en este caso estamos aplicando la función de iteración SUMX

- C Coste Producto

=SUMX(fctDetallesPedidos;fctDetallesPedidos[KilogramosPedidos]*fctDetallesPedidos[PrecioCoste])

Determinamos el coste del producto aplicando igualmente la función de iteración

- C Beneficio Generado

=[C Ingresos Netos]-[C CosteProducto]

Resultado de la operación con las dos medidas anteriores

- C Margen Bº/Coste

=DIVIDE([C Beneficio Generado];[C CosteProducto];0)

3.4.2 Funciones aplicadas

- *Funciones de Iteración (SUMX, AVERAGEX, MAXX, MINX, RANKX,...)*
- *Funciones Lógicas y Condicionales (IS, IF, SWITCH...)*
- *Funciones de Información (ISBLANK, HASONEVALUE,...)*
- *Funciones Matemáticas y Trigonométricas (DIVIDE, ROUNDDOWN, ROUNDUP,...)*

Respecto al primer cuadro de mando de clientes **Nº de Pedidos y Promedio de Kg según periodo seleccionado** (Ilustración 3) no ha requerido el desarrollo de ninguna medida explícita.

Sin embargo, para los informes de demanda de clientes en términos de número de pedidos y tipos de productos, hemos tenido que diseñar dos medidas explícitas:

- B Nº Productos Diferentes

=DISTINCTCOUNT(fctDetallesPedidos[CodigoProducto])

- B Nº Productos Diferentes con vacíos

=IF(ISBLANK([B Nº Productos Diferentes]);0;[B Nº Productos Diferentes])

La primera medida no muestra los valores vacíos, es decir los clientes que no han realizado pedidos en el periodo y/o aquellos productos no solicitados. Para forzar que sean mostrados se ha diseñado la segunda medida, compárese la Ilustración 4 e Ilustración 5.

3.4.3 Trabajo autónomo

En base a los desarrollados en este apartado se propone construir diferentes cuadros de mando inspirados en las medidas propuestas y configurando diferentes filtros y formatos de tablas condicionales como el propuesto a continuación.

| Comer-Prod. | Nº Pedi. | % Nº Pedid. | Tn Total | % Tn | Beneficio | % Benef | Margen |
|----------------------|-----------|----------------|----------------|----------------|-----------------|----------------|---------------|
| Alex | 8 | 25,00% | 24,6 Tn | 25,86% | 3.753 € | 17,57% | 18,2 % |
| David | 5 | 15,63% | 16,3 Tn | 17,09% | 4.666 € | 21,84% | 38,2 % |
| Jorge | 5 | 15,63% | 15,3 Tn | 16,01% | 3.557 € | 16,65% | 33,0 % |
| Luis | 4 | 12,50% | 10,6 Tn | 11,16% | 3.551 € | 16,62% | 44,0 % |
| María | 4 | 12,50% | 8,6 Tn | 9,00% | 824 € | 3,86% | 12,2 % |
| Paula | 6 | 18,75% | 19,9 Tn | 20,88% | 5.015 € | 23,47% | 34,6 % |
| Total general | 32 | 100,00% | 95,3 Tn | 100,00% | 21.366 € | 100,00% | 29,3 % |

NombreComun

Acelga Albaricoque

Berenjena Calabacín

Fresas Mandarina

Melón

FechaInicioPedido

ago 2023

2023

JUN JUL AGO SEP OCT NOV DIC

MESES

Ilustración 16

4 Bibliografía y glosario de funciones DAX

4.1 Bibliografía

[Funciones DAX | Interactive Chaos](#)

[Formatos personalizados de fecha y hora](#)

[Personalizar Formatos de Fecha y Hora Con La Función FORMAT \(DAX\)](#)

[Jggomez "sobre la tabla calendario"](#)

4.2 Glosario de funciones

- *Funciones de Agregación (**SUM**, **AVERAGE**, **MAX**, **MIN**, ...)*
- *Funciones de Conteo (**COUNT**, **COUNTA**, **COUNTROWS**, **DISTINCTCOUNT**,...)*
- *Funciones de Información (**ISBLANK**, **HASONEVALUE**,...)*
- *Funciones de Iteración (**SUMX**, **AVERAGEX**, **MAXX**, **MINX**, **RANKX**,...)*
- *Funciones Lógicas y Condicionales (**IS**, **IF**, **SWITCH**...)*
- *Funciones Matemáticas y Trigonómicas (**DIVIDE**, **ROUND**, **ROUNDDOWN**, **ROUNDUP**,...)*