



700 Fruve Access. Fase III. Analítica Básica II: Productos II, Clientes II y Comerciales II. Aplicando funciones de filtro y lógicas. Creacion de variables

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 de la FASE III.....	3
2	Fase III. Se pide.....	3
2.1	Analítica de Productos II.....	3
2.1.1	Productos vendidos (kg) por debajo del coste, al coste y por encima del coste ..	3
2.1.2	Número de pedidos de productos por debajo del coste, al coste y por encima del coste	4
2.2	Analítica de Clientes II.....	5
2.2.1	Clientes. Pedidos sin cerrar y riesgo clientes. Pedidos cerrados (en 7 días, en 14 días o menos y en más de 15 días).....	5
2.2.2	Clientes. Análisis beneficio generado por cliente-periodo-producto	5
2.3	Analítica de Comerciales II	6
2.3.1	Comerciales: Calificación de los Comerciales - Aporta, negativo o neutro.....	6
2.3.2	Comerciales: Perfil de Mercado Nacional o Internacional.....	6
3	Orientación y notas	7
3.1	Analítica de Productos II.....	7
3.1.1	Sobre la propuesta de cuadros de mandos y medidas	7
3.1.2	Funciones aplicadas.....	9
3.1.3	Trabajo autónomo.....	9
3.2	Analítica de Clientes II	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 Comerciales II	11
3.3.1	Sobre la propuesta de cuadros de mandos y medidas	11
3.3.2	Funciones aplicadas.....	12

3.3.3	Trabajo autónomo.....	12
4	Bibliografía y Glosario de Funciones DAX	13
4.1	Bibliografía	13
4.2	Glosario de funciones.....	13

1 Presentación y objetivos de la FASE III

Una vez superada la dos primeras fases del proyecto de analítica de datos para la empresa FRUVE con total éxito en su desarrollo e implantación y plazo de entrega, afrontamos la tercera fase siguiendo el plan de desarrollo aprobado

1. Fase I Desarrollo de las bases del modelo. Proceso ETL y el diseño del modelo de datos
2. Fase II Analítica Básica I: Productos, Clientes y Comerciales. Funciones Básicas
- 3. Fase III Analítica Básica II: Productos, Clientes y Comerciales. Funciones de Filtro**
4. Fase IV Analítica de Tiempos. Cumplimiento de pedidos y análisis temporal. Funciones de fecha y hora y funciones de inteligencia de tiempo

2 Fase III. Se pide

Elaborar los siguientes informes y cuadros de mando basado en un modelo de datos con medidas basicas basadas en funciones de filtro, CALCULATE y FILTER.

En esta nueva fase como podremos observar profundizaremos en el analisis de la perspectiva de productos, clientes y comerciales.

2.1 Analítica de Productos II

2.1.1 Productos vendidos (kg) por debajo del coste, al coste y por encima del coste

Productos vendidos (kg) por debajo del coste, al coste y por encima del coste (TD Producto IIa)						
Productos	A Kg Productos	D Kg bajo Coste	D Kg al Coste	Kg por encima Cos	D % de Kg/ Coste (N1)	D Pérdida (N2)
Acelga	45.960 kg	19.390 kg	130 kg	26.440 kg	57,5 %	-9.317,42 €
Albaricoque	40.420 kg	19.000 kg	170 kg	21.250 kg	52,6 %	-10.374,38 €
Berenjena	43.460 kg	15.880 kg	130 kg	27.450 kg	63,2 %	-7.703,59 €
Calabacín	40.540 kg	16.700 kg	320 kg	23.520 kg	58,0 %	-8.589,84 €
Fresas	7.470 kg	2.340 kg	130 kg	5.000 kg	66,9 %	-1.017,35 €
Mandarina	5.130 kg	2.380 kg	450 kg	2.300 kg	44,8 %	-1.130,28 €
Melón	7.330 kg	2.200 kg	100 kg	5.030 kg	68,6 %	-1.070,77 €
Total general	190.310 kg	77.890 kg	1.430 kg	110.990 kg	58,3 %	-39.203,63 €

N1: % de kilos vendidos por encima del coste
 N2: Pérdida generada por los productos vendidos por debajo del coste

FechaInicioPedido

3T 2022 TRIMESTRES ▾

2022 2023

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

◀ ▶

Ilustración 1

Este nuevo cuadro de mando muestra el total de Kg de producto vendido en un periodo definido por un segmentador de tiempo con 5 medidas propuestas destacadas en color rojo en la ilustración anterior.

2.1.2 Número de pedidos de productos por debajo del coste, al coste y por encima del coste

Número de pedidos de productos por debajo del coste, al coste y por encima del coste (TD_Producto_IIB)						
Productos	D Nº de Pedidos	Debajo de coste	Al Coste	Encima del coste	% Pedidos Positivos	
Acelga	1	0	0	1	100,0 %	
Albaricoque	1	0	0	1	100,0 %	
Berenjena	2	0	0	2	100,0 %	
Calabacín	1	1	0	1	50,0 %	
Fresas	0	0	0	0		
Mandarina	0	0	0	0		
Melón	0	0	0	0		
Total general	2	1	0	2	66,7 %	

CodigoPedido															
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32
33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48
49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	65	66
67	68	69	70	72	73	74	75	77	78	80	81	82	83	84	85
86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99

Ilustración 2

En esta propuesta de cuadro de mando se profundiza en el analisis de los pedidos por productos atendiendo aquellos pedidos que se han vendido por debajo, al coste y por encima del coste bruto, condicionado al segmentador CodigoPedido que nos sirve para auditar el analisis.

Destacar en la Ilustración 2 el caso del Calabacín que nos indica que el número de pedidos son solo 1 ((Nº de Pedidos valores únicos sin repetir), es decir que los códigos 15 y 90 solo hay un pedido de productos pero con distintos precios, un pedido por debajo del coste y otro por encima, de esta forma para calcular el Nº de pedidos Positivos debemos tener en cuenta esta circunstancia.

2.2 Analítica de Clientes II

2.2.1 Clientes. Pedidos sin cerrar y riesgo clientes. Pedidos cerrados (en 7 días, en 14 días o menos y en más de 15 días)

Clientes. Pedidos sin cerrar y riesgo clientes. Pedidos cerrados (en 7 días, en 14 días o menos y en más de 15 días) (TD_ClientesIIa)						
Ciudad	Total Pedidos	Pedidos <= 7 días	Pedidos 8 y 14 días	Pedidos >=15 días	Pedidos sin cerrar	Riesgo clientes
Frutas Santiago S.L.	19	3	3	10	3	10.309 €
Frutas Sol S.L.	9		2	7		
Frutas Sur S.L.	13		1	10	2	8.352 €
Grupo Carrerf	20	2	2	10	6	15.123 €
Obstladen Fruit	7	2	1	3	1	2.791 €
Obstladen Park	2			2		
Super Market France S.A.	19	1	1	12	5	15.008 €
Supermercados Centro	33	5	4	21	3	7.514 €
Via Fruta	5		1	4		
Total general	127	13	15	79	20	59.097 €

FechaInicioPedido

3T 2022 TRIMESTRES

2022 2023

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

◀ ▶

Ilustración 3

En este cuadro de mando evaluamos para un periodo y para cada cliente el nº total de pedidos y los plazos de tiempo de cumplimiento en tres intervalos, menores o iguales a 7 días, entre 8 y 14 días y en más de 15 días así como los pedidos pendientes de servir, además se calcula el riesgo de clientes, es decir el importe de los pedidos pendientes de cobro. En rojo las medidas a crear.

2.2.2 Clientes. Análisis beneficio generado por cliente-periodo-producto

Clientes. Análisis beneficio generado por cliente-periodo-producto (TD_ClientesIIb)			
<i>Resaltados los tres valores superiores de cada columna en verde</i>			
Ciudad	Beneficio Total	% Benef.Gener.	Margen Bº/Coste
Frutas Santiago S.L.	81.622 €	16,62%	28,1 %
Frutas Sol S.L.	37.440 €	7,62%	24,5 %
Frutas Sur S.L.	43.430 €	8,84%	25,2 %
Grupo Carrerf	64.270 €	13,09%	22,5 %
Obstladen Fruit	33.490 €	6,82%	26,0 %
Obstladen Park	8.155 €	1,66%	19,5 %
Super Market France S.A.	91.992 €	18,73%	28,4 %
Supermercados Centro	114.856 €	23,39%	24,6 %
Via Fruta			
2022	5.105 €	1,04%	18,4 %
2023	10.745 €	2,19%	24,6 %
Total general	491.104 €	100,00%	25,4 %

Productos

Acelga Albaricoque Berenjena

Calabacín Fresas Mandarina

Melón

Ilustración 4

2.3 Analítica de Comerciales II

2.3.1 Comerciales: Calificación de los Comerciales - Aporta, negativo o neutro

Comerciales: Calificación de los Comerciales - Aporta, negativo o neutro (TD_ComercialIIa)				
Comerciales	C Ingr.Netos	C Beneficio	C Margen Bº/Coste	F Calificacion
Alex	10.735 €	240,8 €	2,3 %	Negativo
David	15.940 €	4.235,4 €	36,2 %	Aporta
Jorge	9.999 €	2.549,9 €	34,2 %	Aporta
Luis	4.410 €	632,2 €	16,7 %	Neutro
María	2.141 €	939,8 €	78,2 %	Aporta
Paula	6.551 €	570,3 €	9,5 %	Negativo
Total general	49.776 €	9.168,4 €	22,6 %	Neutro

Ejercicio: 2022, 2023, 2024

Mes: enero, febrero, marzo, abril, mayo, junio, julio, agosto, septie..., octubre, novie..., diciem...

Criterios sobre el valor del margen Bº / Coste:

- Si Margen >= 25% el comercial "Aporta"
- Si Margen <= 15% el comercial "Negativo"
- En caso contrario "Neutro"

Ilustración 5

2.3.2 Comerciales: Perfil de Mercado Nacional o Internacional

Comerciales: Perfil de Mercado Nacional o Internacional (TD_ComercialIIb)				
Comerciales	C Ingr.Netos	F Ingr.Nacional	F Ingr.internacional	F Perfil Mercado
Alex	10.735 €	9.388 €	1.346 €	Nacional
David	15.940 €	8.736 €	7.205 €	Nacional
Jorge	9.999 €	1.940 €	8.059 €	Internacional
Luis	4.410 €		4.410 €	Internacional
María	2.141 €	2.141 €		Nacional
Paula	6.551 €	2.397 €	4.155 €	Internacional
Total general	49.776 €	24.601 €	25.175 €	Internacional

Ejercicio: 2022, 2023, 2024

Mes: enero, febrero, marzo, abril, mayo, junio, julio, agosto, septie..., octubre, novie..., diciem...

Criterios sobre el perfil de mercado de los comerciales:

- Si Ingreso Nacional > Ingreso Internacional- Perfil Nacional
- Si Ingreso Nacional < Ingreso Internacional- Perfil Internacional
- En caso contrario "Neutro"

Ilustración 6

3 Orientación y notas

3.1 Analítica de Productos II

3.1.1 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 D**. Las medidas propuestas en este caso son:

- D Kg bajo Coste


```
=CALCULATE([A Kg Productos];filter(fctDetallesPedidos;
//creamos las variables para facilitar la lectura de las formulas
VAR PrecioNeto=fctDetallesPedidos[PrecioVenta]*(1-fctDetallesPedidos[PorcentajeDescuento])
VAR PrecioCosto=fctDetallesPedidos[PrecioCoste]
RETURN
    PrecioNeto<PrecioCosto
    )
    )
```
- D Kg al Coste


```
=CALCULATE([A Kg Productos];filter(fctDetallesPedidos;
//creamos las variables para facilitar la lectura de las formulas
VAR PrecioNeto=fctDetallesPedidos[PrecioVenta]*(1-fctDetallesPedidos[PorcentajeDescuento])
VAR PrecioCosto=fctDetallesPedidos[PrecioCoste]
RETURN
    PrecioNeto=PrecioCosto
    )
    )
```
- D Kg por encima del Coste


```
=CALCULATE([A Kg Productos];filter(fctDetallesPedidos;
//creamos las variables para facilitar la lectura de las formulas
VAR PrecioNeto=fctDetallesPedidos[PrecioVenta]*(1-fctDetallesPedidos[PorcentajeDescuento])
VAR PrecioCosto=fctDetallesPedidos[PrecioCoste]
RETURN
    PrecioNeto>PrecioCosto
    )
    )
```
- D % de Kilos sobre el Coste


```
=DIVIDE([D Kg por encima del Coste];[A Kg Productos];0)
```
- D N° de Pedidos - D N° de Pedidos de Productos sin repetidos con vacíos

Calcula el número de medidos de productos sin repetidos y muestra los vacíos

```
=IF(ISBLANK([A NumeroPedidosProducto v2 sin repetidos]);0;[A NumeroPedidosProducto v2 sin repetidos])
```
- Debajo de coste - D Pedidos por debajo de coste

Nº de pedidos de productos con perdidas

```
=CALCULATE([D N° de Pedidos de Productos sin repetidos con vacios];filter(fctDetallesPedidos;
```

//creamos las variables para facilitar la lectura de las formulas

VAR PrecioNeto=fctDetallesPedidos[PrecioVenta]*(1-fctDetallesPedidos[PorcentajeDescuento])

VAR PrecioCosto=fctDetallesPedidos[PrecioCoste]

RETURN

PrecioNeto<PrecioCosto

)

)

- Al Coste - D Pedidos al Coste

Numero de Pedidos al Coste del Producto

=CALCULATE([D Nº de Pedidos de Productos sin repetidos con vacios];filter(fctDetallesPedidos;

//creamos las variables para facilitar la lectura de las formulas

VAR PrecioNeto=fctDetallesPedidos[PrecioVenta]*(1-fctDetallesPedidos[PorcentajeDescuento])

VAR PrecioCosto=fctDetallesPedidos[PrecioCoste]

RETURN

PrecioNeto=PrecioCosto

)

)

- Encima del coste - D Pedidos por encima del coste

Nº de pedidos de productos con beneficio bruto, por encima del coste

=CALCULATE([D Nº de Pedidos de Productos sin repetidos con vacios];filter(fctDetallesPedidos;

//creamos las variables para facilitar la lectura de las formulas

VAR PrecioNeto=fctDetallesPedidos[PrecioVenta]*(1-fctDetallesPedidos[PorcentajeDescuento])

VAR PrecioCosto=fctDetallesPedidos[PrecioCoste]

RETURN

PrecioNeto>PrecioCosto

)

)

- % Pedidos Positivos -D % de Pedidos Positivos

Como hemos comentado esta medida tiene que tener en cuenta que en un solo pedido y para un producto pueden existir precios diferentes, por ejemplo, para el calabacín puede haber una partida en condiciones y por tanto su precio esta por encima del coste y en ese mismo pedido tener una partida sensiblemente dañada y con el fin de dar salida al pedido se pacta un precio distinto, por tanto aunque en ese pedido tengamos 1 sola venta de calabacines nos podemos encontrar con precios por debajo del coste y por encima del coste, esta cuestión condiciona la fórmula propuesta.

=DIVIDE([D Pedidos por encima del coste];[D Pedidos al Coste]+[D Pedidos por debajo de coste]+[D Pedidos por encima del coste])

- D Pérdida - D Perdida Generada productos bajo al coste

Pérdidas generadas por productos vendidos por debajo del coste.

=CALCULATE([C Beneficio Generado];filter(fctDetallesPedidos;

//creamos las variables para facilitar la lectura de las formulas

VAR PrecioNeto=fctDetallesPedidos[PrecioVenta]*(1-fctDetallesPedidos[PorcentajeDescuento])

VAR PrecioCosto=fctDetallesPedidos[PrecioCoste]

RETURN

PrecioNeto<PrecioCosto

)

)

3.1.2 Funciones aplicadas

- *Funciones de Filtro (ALL, ALLEXCEPT, CALCULATE, FILTER,...)*
- *Funciones de Información (ISBLANK, HASONEVALUE,...)*
- *Funciones Matemáticas y Trigonométricas (DIVIDE, ROUND, ROUNDDOWN, ROUNDUP,...)*
- *Funciones Lógicas y Condicionales (AND, IF, SWITCH...)*

3.1.3 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.

Productos vendidos-resultados				Ejercicio
Ejercicio	Total Kg	Resultado	Rtdo por Kg	
Acelga				2022
2022	291.900 kg	60.365,0 €	0,2068 €	
2023	286.740 kg	58.646,2 €	0,2045 €	
Albaricoque				2023
2022	248.850 kg	30.773,7 €	0,1237 €	
2023	243.920 kg	29.831,3 €	0,1223 €	
Berenjena				2024
2022	281.460 kg	63.588,9 €	0,2259 €	
2023	278.210 kg	63.709,0 €	0,2290 €	
Calabacín				
2022	259.020 kg	59.059,9 €	0,2280 €	
2023	255.280 kg	59.189,6 €	0,2319 €	
Fresas				
2022	57.210 kg	10.484,4 €	0,1833 €	
2023	56.940 kg	10.492,3 €	0,1843 €	
Mandarina				
2022	43.530 kg	8.296,9 €	0,1906 €	
2023	43.150 kg	8.125,0 €	0,1883 €	
Melón				
2022	47.880 kg	14.306,1 €	0,2988 €	
2023	47.640 kg	14.235,8 €	0,2988 €	
Total general	2.441.730 kg	491.104,1 €	0,2011 €	
Formato de las que estan por encima del promedio				

Ilustración 7

3.2 Analítica de Clientes II

3.2.1 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 E**.

Las medidas explícitas que hemos tenido que diseñar en los cuadros de mandos propuestos son:

- Pedidos <= 7días - E 1Nº Pedidos <= 7días

Pedidos servidos en una semana o menos

=COUNTROWS(FILTER(fctPedidos;

// Deseamos establecer dos filtros para limitar el conteo en la tabla Pedidos

//primero aplicamos el filtro para no contar las que no se han cerrado, es decir vacias

fctPedidos[FechaCierrePedido]<>BLANK())

// y ademas que el resto de las fechas den como resultado

&&fctPedidos[FechaCierrePedido]-fctPedidos[FechaInicioPedido]<=7))

- Pedidos 8 y 14 días - E 2 N° de Pedidos entre 8 y 14 días

Determina el número de pedidos que tardan entre 8 y 14 días

=COUNTROWS(FILTER(fctPedidos;

// Deseamos establecer dos filtros para limitar el conteo en la tabla Pedidos

//primero aplicamos el filtro para no contar las que no se han cerrado, es decir vacias

fctPedidos[FechaCierrePedido]<>BLANK()

// y ademas condicion 1 que sea mayor o igual a 8 días

&&fctPedidos[FechaCierrePedido]-fctPedidos[FechaInicioPedido]>=8

// y que condicion 2 sea igual o menor a 14 días

&&fctPedidos[FechaCierrePedido]-fctPedidos[FechaInicioPedido]<=14))

- Pedidos >=15 días - E 3 N° de Pedidos >=15 días

=COUNTROWS(FILTER(fctPedidos;

// Deseamos establecer dos filtros para limitar el conteo en la tabla Pedidos

//primero aplicamos el filtro para no contar las que no se han cerrado, es decir vacias

fctPedidos[FechaCierrePedido]<>BLANK()

// y ademas que el resto de las fechas den como resultado

&&fctPedidos[FechaCierrePedido]-fctPedidos[FechaInicioPedido]>=15))

- Pedidos sin cerrar - E 4 N° Pedidos sin cerrar

Pedidos pendientes de servir

=COUNTBLANK(fctPedidos[FechaCierrePedido])

- Riesgo clientes - E Ingresos Netos Pdtes

Calcula los ingresos netos pendientes basados en los pedidos no cerrados

=CALCULATE([C Ingresos Netos];ISBLANK(fctPedidos[FechaCierrePedido]))

3.2.2 Funciones aplicadas

- *Funciones de Conteo* (COUNT, DISTINCTCOUNT, COUNTA, COUNTROWS,...)
- *Funciones de Filtro* (ALL, ALLEXCEPT, CALCULATE, FILTER,...)
- *Funciones de información* (ISBLANK, HASONEVALUE,...)
- *Otras funciones* (BLANK, ERROR...)

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.

Riesgo de clientes por comercial. Pedidos sin cerrar deuda pendiente por cliente			
Cientes	Pedidos sin cerrar	Pendiente de cobrar	% Total deuda
Frutas Santiago S.L.	10	30.349,48 €	20,10%
Frutas Sur S.L.	8	20.870,83 €	13,83%
Grupo Carrerf	21	44.124,82 €	29,23%
Obstladen Fruit	2	3.335,79 €	2,21%
Super Market France S.A.	15	34.164,30 €	22,63%
Supermercados Centro	7	18.115,23 €	12,00%
Total general	63	150.960,45 €	100,00%

Comerciales

Alex David Paula

Jorge Luis María

Ilustración 8

3.3 Analítica de Comerciales II

3.3.1 Sobre la propuesta de cuadros de mandos y medidas

Para la elaboración de los cuadros de mando propuestos, Ilustración 5 e se proponen unas medidas concretas que comienzan por F y que hemos resaltado en color rojo. En concreto las medidas explícitas creadas son las siguientes:

- F Calificación - F Calificación Comerciales

Clasifica a los comerciales en tres categorías según el valor de la medida del margen aportado por cada comercial sobre el beneficio bruto ("C Margen Bº/Coste") y aplicando la siguiente escala:

- Si Margen \geq 25% el comercial "Aporta"
- Si Margen \leq 15% el comercial "Negativo"
- En caso contrario "Neutro"

```
=SWITCH(TRUE();
[C Margen Bº/Coste]>=0,25;"Aporta";
[C Margen Bº/Coste]<=0,15;"Negativo";
"Neutro")
```

- F Ingr.Nacional - F Ingresos Mercado Nacional

Calcula los ingresos netos generados en el mercado nacional

```
=CALCULATE([C Ingresos Netos];dimClientes[PaisCliente]="España")
```

- F Ingr.internacional - F Ingresos Mercado Internacional

Calcula los ingresos netos generados en el mercado internacional

```
=CALCULATE([C Ingresos Netos];dimClientes[PaisCliente]<>"España")
```

- F Perfil Mercado - F PerfilDeMercado

Establece el perfil de mercado de cada comercial atendiendo a los siguientes criterios:

- Si Ingreso Nacional > Ingreso Internacional- Perfil Nacional
- Si Ingreso Nacional < Ingreso Internacional- Perfil Internacional
- En caso contrario "Neutro"

```
=SWITCH(True();
[F Ingresos Mercado Nacional]>[F Ingresos Mercado Internacional];"Nacional";
[F Ingresos Mercado Nacional]<[F Ingresos Mercado Internacional];"Internacional";
"Neutro")
```

3.3.2 Funciones aplicadas

- *Funciones de Filtro (ALL, ALLEXCEPT, CALCULATE, FILTER,...)*
- *Funciones Lógicas y Condicionales (AND, IF, SWITCH...)*

3.3.3 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 que nos permite obtener una radiografía de los comerciales por periodo y productos.

Radiografía de los Comerciales - Periodos y Productos					
Comerciales	Nº pedidos únicos	Margen Aportado	Calificación	Perfil Mercado	
Alex	107	27,6 %	Aporta	Nacional	
David	88	35,7 %	Aporta	Nacional	
Jorge	47	39,5 %	Aporta	Nacional	
Luis	50	5,3 %	Negativo	Nacional	
María	34	56,5 %	Aporta	Nacional	
Paula	78	12,4 %	Negativo	Nacional	
Total general	404	26,8 %	Aporta	Nacional	

Formatos: En verde los tres mejores margenes aportados. En rojo los calificados como negativos

Año	Producto
2022	<div style="display: flex; justify-content: space-between; padding: 2px;"> Acelga Albaricoque Berenjena </div>
2023	<div style="display: flex; justify-content: space-between; padding: 2px;"> Calabacín Fresas Mandarina </div>
2024	<div style="padding: 2px;"> Melón </div>

Ilustración 9

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"](#)

[Funciones de filtro \(DAX\) - DAX | Microsoft Learn](#)

4.2 Glosario de funciones

- *Funciones de Conteo (COUNT, DISTINCTCOUNT, COUNTA, **COUNTROWS**,...)*
- *Funciones de Filtro (ALL, ALLEXCEPT, **CALCULATE**, **FILTER**,...)*
- *Funciones de información (**ISBLANK**, HASONEVALUE,...)*
- *Funciones Lógicas y Condicionales (AND, **IF**, SWITCH...)*
- *Funciones Matemáticas y Trigonométricas (**DIVIDE**, ROUNDDOWN, ROUNDUP, ...)*
- *Otras funciones (**BLANK**, ERROR...)*