

Informes y Métricas

Ventas, productos, promociones, tendencias, operaciones, alertas y logs por pedido.

- [Informes y Métricas: cuál usar](#)
- [Filtros, fechas y favoritos](#)
- [Informe de ventas](#)
- [Informe de ventas por producto](#)
- [Informe de promociones](#)
- [Ventas por tendencia](#)
- [Informe de operaciones](#)
- [Alertas operativas](#)
- [Logs y líneas temporales de pedidos](#)
- [Exportar datos](#)

Informes y Métricas: cuál usar

“ **Dirigido a:** dirección y analistas que leen datos de rendimiento, y personal de operaciones que investiga un pedido concreto. **Necesitas:** *Informes de ventas* para Informes, *Métricas* para Métricas. Son permisos distintos.

La consola tiene dos áreas de datos, y elegir la correcta ahorra mucho tiempo.

	Informes	Métricas
Responden a	"¿Cómo nos ha ido?"	"¿Qué le pasó a este pedido?"
Forma	Agregada: totales, desgloses, tendencias	Por pedido: logs, líneas temporales
Periodo	Una fecha de negocio o un rango	Actividad reciente
Lector típico	Dirección, analistas, responsables de área	Soporte, operaciones, quien investiga

Si buscas números, quieres Informes. Si buscas el histórico de un pedido, quieres Métricas.

Qué hay en Informes

Informe	Responde a
Ventas	Facturación del periodo
Ventas por producto	Qué artículos se vendieron, agrupados por familia
Promociones	Cuánto se usó cada promoción
Ventas por tendencia	El patrón de lunes a domingo, por categoría
Operaciones	Foto operativa: estados de pedidos, personal en turno, carga del día, pedidos concretos
Alertas operativas	Tiendas que ahora mismo están fuera de un umbral que tú fijas

Qué hay en Métricas

Vista	Responde a
Logs de pedidos	Qué pedidos tuvieron actividad y qué se hizo con ellos
Línea temporal del pedido	La secuencia completa de acciones sobre un pedido
Alarmas archivadas	Alarmas ya atendidas

Permisos

Para esto	Necesitas
Abrir cualquier informe	<i>Informes de ventas</i>
Abrir logs y líneas temporales	<i>Métricas</i>
Exportar desde Métricas	<i>Métricas — exportar</i> , un permiso aparte y superior
Ver alarmas archivadas	<i>Alarmas archivadas</i>

`report_viewer` es el rol pensado para esto: informes, métricas y visibilidad de tiendas, nada más. Combina bien con un rol operativo — ver [Combinaciones habituales de roles](#).

Todo está delimitado por scope

Cada cifra se filtra a tu scope antes de que la veas. Dos compañeros ejecutando el mismo informe el mismo día pueden obtener totales distintos, porque ven tiendas o marcas distintas.

Es el "el informe está mal" más frecuente, y normalmente no lo está. Ver [Cómo funciona el scope en la práctica](#) antes de investigar más.

Las páginas de este capítulo

Tema	Página
Filtros, fechas y el panel	Filtros, fechas y favoritos
Facturación	Informe de ventas

Tema	Página
Artículos vendidos	Informe de ventas por producto
Uso de promociones	Informe de promociones
Patrones semanales	Ventas por tendencia
La pantalla de operaciones	Informe de operaciones
Alertas de tienda por umbral	Alertas operativas
El histórico de un pedido	Logs y líneas temporales de pedidos
Sacar datos	Exportar datos

Filtros, fechas y favoritos

“ Necesitas: Informes de ventas.

Todos los informes se gobiernan con el mismo conjunto de filtros. Entenderlo una vez sirve para todo el capítulo.

Los filtros

Filtro	¿Obligatorio?	Notas
Marca	Sí, en casi todos	Los informes se construyen por marca. Con una sola marca puede venir preseleccionada
Tiendas	No	Vacío significa todas las tiendas dentro de tu scope
Fuentes	No	Web, app, agregadores. Solo aplica donde el filtro de fuentes está activo
Fecha de negocio	Sí	El día que cubre el informe
Fecha de fin	Solo en modo rango	Convierte un día en un periodo
Franja horaria	No	Acota a una parte del día

Los valores disponibles se cargan desde tu propio scope, así que el listado de tiendas es lo que puedes ver, no todo lo que existe.

Modo día frente a modo rango

- **Día** — una fecha de negocio. Lo habitual para preguntas operativas.
- **Rango** — fecha de inicio y de fin, para una semana, un mes, una comparación.

Cambiar de modo altera lo que significan algunos informes. Un gráfico de 15 días en modo rango se ancla en la fecha **final**, no en la inicial.

La fecha de negocio no es la fecha natural

Esta es la que más despista.

Una fecha de negocio cubre una jornada comercial que, con servicio nocturno, se prolonga pasada la medianoche. Un pedido hecho a la 01:30 del sábado pertenece normalmente a la fecha de negocio del **viernes**.

Así que "las ventas de ayer" significa la *fecha de negocio* de ayer, no el día natural. Cuando un total parece que le falta la última franja de la noche, comprueba en qué fecha cayeron los pedidos nocturnos.

“ Que dos informes difieran en aproximadamente el importe de una noche es casi siempre esto, no un fallo.

La franja horaria

La hora de inicio y de fin acotan el informe a una parte del día: el servicio de comidas, el pico de la noche.

La franja aplica **dentro** de cada fecha de negocio del rango. Poner 19:00–23:00 sobre una semana te da siete noches, no un tramo continuo.

Favoritos y el panel

El panel carga sus widgets en un único lote, así que aparece como una vista completa en lugar de pieza a pieza.

Úsalo para las cifras que miras a diario. Para cualquier cosa que necesites segmentar, ve al informe: el panel es un resumen, no una vista filtrada.

Conseguir un informe fiable

1. **Fija primero la marca.** Casi todos la necesitan, y cambiarla después reinicia otras elecciones.
2. **Confirma el modo**, día o rango.
3. **Fija la fecha de negocio**, recordando que no es la fecha natural.
4. **Añade tiendas y fuentes solo si quieres acotar.** Vacío significa "todo lo que puedo ver", que suele ser lo que quieres.
5. **Comprueba el número de tiendas** frente a lo que esperas. Menos tiendas de las previstas es una cuestión de scope — ver [Cómo funciona el scope en la práctica](#).

Páginas relacionadas

- [Informes y Métricas: cuál usar](#) — elegir el área correcta
- [Informe de operaciones](#) — la pantalla más sensible a los filtros
- [Exportar datos](#) — sacar cifras de la consola

Informe de ventas

“ **Necesitas:** *Informes de ventas.*

El informe de ventas da la facturación del periodo que selecciones, filtrada por tu scope.

Cómo leerlo

Fija la marca, el modo y la fecha de negocio — ver [Filtros, fechas y favoritos](#) — y el informe cubre exactamente ese periodo para las tiendas que puedes ver.

En modo día responde a "cómo fue ayer". En modo rango responde a "cómo fue el mes pasado", y es la forma adecuada para comparar periodos.

Antes de comparar dos periodos

Las comparaciones fallan por motivos mundanos más a menudo que por motivos interesantes:

Comprobación	Por qué
¿El mismo conjunto de tiendas?	Abrir o cerrar una tienda cambia el total sin cambiar el rendimiento
¿Las mismas fuentes?	Un agregador activado a mitad de periodo mueve volumen sin crearlo
¿Días comparables?	Cuatro fines de semana frente a cinco es ya un 20 % de diferencia
¿La misma franja horaria?	Una franja aplicada a un periodo y no al otro no es una comparación

Cuando el total parece incorrecto

1. **Fecha de negocio, no fecha natural.** El servicio nocturno cae en la fecha de negocio anterior. Explica casi todos los "falta una noche" — ver [Filtros, fechas y favoritos](#).
2. **Tu scope.** Ves tus tiendas, no todas. El total distinto de un compañero puede ser correcto para ambos — ver [Cómo funciona el scope en la práctica](#).
3. **Cancelaciones.** Una tasa alta de cancelación hunde la facturación mientras el número de pedidos se mantiene — revisa [Alertas operativas](#).

Páginas relacionadas

- [Informe de ventas por producto](#) — el mismo periodo desglosado por artículo
- [Informe de promociones](#) — cuánto se regaló en ese periodo
- [Ventas por tendencia](#) — el patrón semanal detrás del total

Informe de ventas por producto

“ **Necesitas:** *Informes de ventas.*

Ventas por producto muestra qué se vendió realmente, por artículo, agrupado en familias.

Para qué sirve

El total de ventas te dice la facturación. Esto te dice qué la produjo: qué artículos se movieron y qué familias sostienen el periodo.

Preguntas típicas que responde:

- ¿Qué artículos merece la pena mantener en carta?
- ¿Ha entrado bien un producto nuevo, o está parado?
- ¿Ha cambiado el mix de familias respecto al mes pasado?

Leer la agrupación

Los artículos se agrupan en familias, así que puedes leerlo a dos niveles: la vista de familia para la forma de la carta, la de artículo para decisiones concretas.

Una familia que parece plana puede esconder un artículo creciendo y otro cayendo. Abre la familia antes de concluir que no ha cambiado nada.

Combinarlo con otros informes

Pregunta	Mira también
¿Estas ventas las movió el descuento?	Informe de promociones

Pregunta	Mira también
¿Es un producto de diario o de fin de semana?	Ventas por tendencia
¿La facturación llegó de verdad?	Informe de ventas

Un artículo que solo se vende acompañado de mucha promoción es un caso de negocio distinto de uno que se vende a precio completo. Los dos informes juntos dicen cuál tienes.

El scope también aplica aquí

Las cifras cubren las tiendas dentro de tu scope para el periodo elegido. Un producto que parece ausente puede simplemente no venderse en las tiendas que ves — ver [Cómo funciona el scope en la práctica](#).

Informe de promociones

“ Necesitas: Informes de ventas.

El informe de promociones muestra el uso agrupado por código de promoción: cuántas veces se aplicó cada uno en el periodo.

Para qué sirve

Responde a lo que marketing realmente necesita: **qué promociones se están usando** y, por tanto, cuáles merece la pena repetir.

Leído junto a [Informe de ventas](#) e [Informe de ventas por producto](#), responde además a la pregunta difícil: si la promoción trajo negocio o descontó negocio que ya venía.

Cómo leerlo

El uso se agrupa por código, así que una campaña aparece como el código que introdujeron los clientes. Si lanzaste varios códigos para una misma campaña, los verás por separado; agrúpalos tú, o lanza las próximas como una campaña con varios cupones para que se mantengan juntos — ver [Códigos promocionales](#).

Preguntas que merece la pena hacerle

Patrón	Qué suele significar
Mucho uso, ventas planas	Estás descontando negocio que ya tenías
Poco uso, amplia distribución	El código no llega a la gente, o no resulta atractivo
Uso concentrado en pocas tiendas	Conocimiento local, o la oferta solo aplica ahí

Patrón	Qué suele significar
El uso se corta de golpe a mitad de periodo	La campaña llegó a su fecha de fin, o se caducó — revisa Códigos promocionales

Uso cero es un hallazgo

Una promoción sin uso merece investigarse antes de repetirla. Las causas habituales tienen arreglo: la campaña no estaba vigente para esas tiendas, las fechas u horas válidas excluían el periodo de servicio, o los códigos nunca se distribuyeron.

La página [Códigos promocionales](#) lista las comprobaciones en orden.

Páginas relacionadas

- [Códigos promocionales](#) — crear, caducar y diagnosticar campañas
- [Promociones personales](#) — ofertas concedidas a clientes concretos
- [Informe de ventas](#) — si la facturación se movió

Ventas por tendencia

“ **Necesitas:** *Informes de ventas.*

Ventas por tendencia presenta el periodo como una matriz de lunes a domingo, desglosada por categoría.

Para qué sirve

Los totales esconden la forma de una semana. Este informe la muestra: qué días sostienen el negocio, cuáles están tranquilos y si eso cambia según la categoría.

Es el informe para decisiones **sobre la semana** más que sobre el total: personal, horarios de apertura, cuándo lanzar una promoción.

Leer la matriz

Las filas son categorías y las columnas días de la semana. La lectura útil es a lo largo de una fila: una categoría plana toda la semana se comporta de forma distinta a otra que se dispara el fin de semana.

En un rango de varias semanas, cada día agrega todas sus apariciones, así que un rango de cuatro semanas te da cuatro lunes combinados. Eso es lo que hace el patrón legible en lugar de ruidoso.

Cuidado con la longitud del rango

Un rango desigual distorsiona la matriz. Treinta días contienen cinco de unos días de la semana y cuatro de otros, así que esas columnas no son comparables.

“ Usa semanas completas cuando quieras comparar días. Usa el rango que quieras cuando solo busques el total de cada día.

Qué hacer con ello

Patrón	A considerar
Un día entre semana siempre flojo	Una promoción dirigida a ese día, o menos personal
Peso de fin de semana en una sola categoría	Carta o precios específicos para esos días
Un día que ha cambiado de forma hace poco	Compara con un rango anterior antes de dar por hecha una tendencia

Páginas relacionadas

- [Informe de ventas](#) — el total detrás del patrón
- [Informe de ventas por producto](#) — qué artículos mueven cada categoría
- [Informe de operaciones](#) — la forma de un solo día, hora a hora

Informe de operaciones

“ **Necesitas:** *Informes de ventas.*

El informe de operaciones es la pantalla más amplia del capítulo. Responde a "qué está pasando operativamente", mientras que el resto responde a "cuánto hemos facturado".

Estado de pedidos y desglose

Contadores de en qué punto están los pedidos, más un desglose completo por tipo de pedido —domicilio, recogida, para llevar y en sala— cada uno dividido en franjas de tiempo.

Las franjas son lo valioso. Un total alto te dice que hay volumen; las franjas te dicen si los pedidos avanzan o se acumulan en el tramo lento.

Personal en turno

Quién está activo ahora mismo, agrupado por puesto, junto al estado de todas las tiendas abiertas.

Un empleado cuenta como **activo** cuando ha fichado la entrada del turno y todavía no ha fichado la salida. Es decir, es una vista en vivo de quién está realmente, no de quién estaba planificado.

Léelo junto a los contadores de pedidos: mucho volumen con poco personal es la situación sobre la que actuar, y ninguna de las dos cifras lo dice por sí sola.

“ Requiere marca. Las tiendas son opcionales, y vacío significa todas las de tu scope.

El gráfico de 15 días

Una serie temporal del total de pedidos en franjas fijas de 15 minutos, para la fecha de referencia y los 14 días de negocio anteriores.

La fecha de referencia es la fecha de negocio en modo día, y la fecha **final** en modo rango: conviene saberlo antes de concluir que el gráfico muestra el periodo equivocado.

Catorce días de histórico son lo que hace legible el día de hoy. Una hora floja solo significa algo frente a cómo suele ser esa hora.

Listado, recuento y detalle de pedidos

Tres vistas del mismo conjunto:

Vista	Úsala para
Recuento	Cuántos pedidos cumplen los filtros, sin cargarlos
Listado	Los pedidos en sí
Detalle	El detalle línea a línea de un pedido

Haz primero el recuento cuando no tengas claro cómo de amplios son tus filtros: es mucho más rápido que cargar un listado que vas a descartar.

El detalle está delimitado por pedido, así que solo puedes abrir pedidos de tiendas, marcas y fuentes dentro de tu scope.

Histórico de cambios de configuración

El cambio de configuración más reciente por tienda.

Es el informe que responde a "¿ha cambiado algo?" cuando el comportamiento de una tienda se mueve. Antes de investigar una tienda que ha empezado a incumplir sus horas prometidas, comprueba si se tocaron sus ajustes — ver [Ajustes de reparto de la tienda](#).

Páginas relacionadas

- [Alertas operativas](#) — la versión por umbrales de esta pantalla

- [Filtros, fechas y favoritos](#) — fecha de negocio, modos y franjas horarias
- [El tablero de pedidos](#) — la vista en vivo del Hub, para actuar en lugar de leer

Alertas operativas

“ Necesitas: Informes de ventas.

Tres informes que devuelven solo las tiendas que ahora mismo están fuera de un umbral que tú fijas. Donde el informe de operaciones lo muestra todo, estos muestran únicamente lo que requiere atención.

Los tres

Alerta	Marca una tienda cuando	Umbral por defecto
Carga de reparto	Los pedidos pendientes por repartidor activo superan el umbral	2
Cancelaciones	El porcentaje de pedidos válidos cae por debajo del umbral	90 %
Puntualidad	El porcentaje de puntualidad está por debajo del umbral y el tiempo medio de entrega supera el máximo	80 % y 60 min

Cada umbral es un parámetro que pasas al ejecutar el informe, no un ajuste guardado. Cámbialo y vuelve a ejecutar para ampliar o estrechar lo que devuelve.

La alerta de puntualidad exige las dos condiciones

Es la que peor se lee. Una tienda solo se marca cuando está **a la vez** por debajo del porcentaje de puntualidad **y** por encima del límite de tiempo medio.

Es deliberado. Una tienda que incumple su objetivo por poco pero entrega rápido es un problema distinto de una lenta en todo, y solo la segunda merece interrumpir a alguien.

Si quieres la vista más laxa, sube el valor de minutos máximos en lugar de bajar el porcentaje.

Estas no son las alarmas del Hub

Fáciles de confundir, realmente distintas:

	Alertas operativas	Alarmas de tienda
Dónde	Informes	Hub
Umbral	Se pasa en cada ejecución, por ti	Configurado para toda la cadena
Ciclo de vida	Se recalcula cada vez que ejecutas	Se levanta y luego se archiva
Uso	Revisar un periodo	Actuar durante el servicio

Usa estas para revisar; usa [Alarmas de tienda](#) para llevar el turno.

Una forma de trabajar que funciona

1. Ejecuta las tres con sus valores por defecto para ayer.
2. Para cada tienda que aparezca, abre el [Informe de operaciones](#) filtrado a ella.
3. Revisa el **histórico de cambios de configuración**: ¿cambió algo?
4. Si aparecen varias tiendas a la vez, sospecha de una causa común antes de ir una por una.
5. Si la misma tienda aparece todos los días, el umbral está describiendo lo normal en esa tienda. O arreglas la tienda o lo aceptas: una tienda permanentemente marcada es ruido.

Páginas relacionadas

- [Informe de operaciones](#) — la foto completa detrás de una alerta
- [Alarmas de tienda](#) — el equivalente en vivo, para toda la cadena
- [Configuración de alarmas](#) — dónde se configuran los umbrales del Hub
- [Ajustes de reparto de la tienda](#) — las tolerancias contra las que se mide una tienda

Logs y líneas temporales de pedidos

“ Necesitas: Métricas.

Los logs de pedidos responden a "qué le pasó a este pedido", la pregunta que los Informes no pueden responder porque agregan.

El listado paginado

Pedidos con actividad registrada, filtrados por tienda, marca y fuente dentro de tu scope. Úsalo para localizar el pedido que te interesa y abrir después su línea temporal.

La línea temporal

La secuencia completa de acciones registradas sobre un pedido, en orden.

Un pedido se identifica por tienda, número de ticket y origen en conjunto: el número de ticket por sí solo no es único entre tiendas. Ver [El tablero de pedidos](#) para el porqué.

La línea temporal es lo que responde a:

Pregunta	Qué buscar
¿Quién lo gestionó y cuándo?	La secuencia de acciones y sus marcas de tiempo
¿Se reasignó?	Los cambios de asignación, y si los hizo una persona o el dispatcher
¿Por qué llegó tarde?	Dónde está realmente el hueco: cocina, recogida o ruta
¿Alguien lo forzó o lo canceló?	Esas acciones aparecen aquí, con quién las hizo

Usarla en una investigación

1. **Consigue los identificadores.** Tienda, número de ticket, origen.
2. **Abre la línea temporal.** Léela de principio a fin antes de formar una teoría: el evento interesante suele estar antes de lo esperado.
3. **Busca el hueco.** Fíjate en la pausa larga, no en el último evento.
4. **Cruza con el dispatcher** si el hueco está en la asignación: un Request ID de ese momento lo ata a una ejecución concreta. Ver [Reportar una incidencia del dispatcher](#).

Métricas frente al Hub

Ambos muestran pedidos, con propósitos distintos:

	Métricas	Hub
Marco temporal	Lo que ya pasó	Lo que está pasando
Propósito	Explicar	Actuar
¿Puedes cambiar algo?	No	Sí

Si el pedido sigue vivo y necesita intervención, trabaja en el Hub — ver [El tablero de pedidos](#). Si ya terminó y hay que explicarlo, trabaja aquí.

Páginas relacionadas

- [Exportar datos](#) — sacar esto de la consola
- [Alarmas archivadas](#) — el histórico del lado de alarmas
- [El tablero de pedidos](#) — el equivalente en vivo

Exportar datos

“ **Necesitas:** *Métricas* — *exportar*. Es un permiso **aparte y superior** a *Métricas*, y normalmente lo tiene `admin` y no todo el que puede leer métricas.

Se pueden exportar dos cosas: **logs de acciones de pedidos** y **alarmas archivadas**. Ambas salen como ficheros de datos para analizar fuera de la consola.

Por qué exportar es un permiso aparte

Leer dentro de la consola está delimitado. Cada pantalla filtra a las tiendas, marcas y fuentes que tienes permitidas, cada vez que la abres.

Un fichero exportado es una instantánea sin esa protección. Una vez es un fichero en el portátil de alguien, se puede abrir, reenviar y combinar por cualquiera, con independencia de lo que pudiera ver en la consola. El scope se aplicó al exportar; no viaja con el fichero.

Por eso la exportación está detrás de su propio permiso, y por eso conviene pensarlo antes de usarla.

Antes de exportar

Pregúntate	Porque
¿Necesito las filas en bruto o una respuesta?	Una conclusión compartida en un mensaje es más segura y normalmente más útil que una hoja de cálculo
¿Puede responderlo el informe?	Informes y Métricas: cuál usar — los informes agregados a menudo responden sin datos en bruto
¿Quién acabará teniendo este fichero?	Da por hecho que todo el entorno de quien lo recibe
¿Hace falta que lleve datos de cliente?	Estrecha los filtros antes de exportar, no después

Exportar

1. Filtra hasta lo que realmente necesitas: la exportación respeta tus filtros y tu scope.
2. Exporta.
3. Guárdalo donde corresponda y bórralo cuando termine el análisis.

Unos filtros estrechos son el principal control que tienes. Una exportación de una tienda y un día es un objeto muy distinto de una de toda la cadena y un mes.

Qué obtienes

La exportación refleja exactamente lo que podías ver al ejecutarla. No es un dato vivo: reabrir el fichero una semana después muestra el estado del momento de exportar, no el actual.

Para cualquier cosa recurrente, vuelve a exportar en lugar de reutilizar un fichero antiguo, y saca la respuesta de la consola siempre que puedas.

Páginas relacionadas

- [Logs y líneas temporales de pedidos](#) — lo que se está exportando
- [Alarmas archivadas](#) — el otro histórico exportable
- [Cómo funciona el scope en la práctica](#) — qué hace el scope y qué deja de hacer al exportar