

# Informe: Análisis de Ventas y Comportamiento

## Grupo 6

Integrantes: Matias Marino, Martin Piampiani

[Github](#)

## Introducción:

En este informe se presentan análisis detallados sobre el comportamiento de las ventas en un determinado periodo, así como su relación con la publicidad, patrones horarios, distribución geográfica, productos más vendidos, tendencias de compra y el impacto de eventos especiales en las ventas.

## 1. Comportamiento de Ventas:

Las Figuras 1 y 2 ilustran el comportamiento de las ventas a lo largo del año. Durante los primeros cuatro meses, se evidencia un aumento progresivo en las ventas. Sin embargo, a partir de mayo hasta octubre, se observa una disminución en las ventas, alcanzando su punto más bajo en este último mes. A partir de octubre, las ventas comienzan a aumentar nuevamente, alcanzando su punto máximo en diciembre, destacando este mes por su significativo aumento en las ventas.

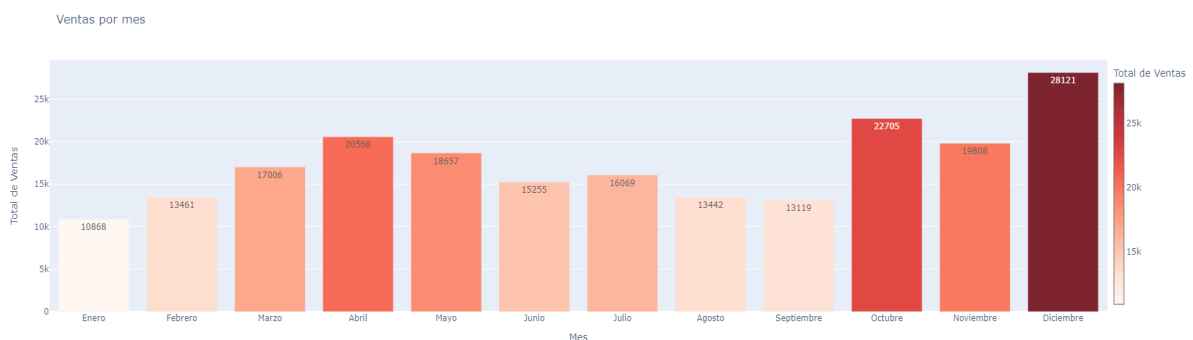


Figura 1

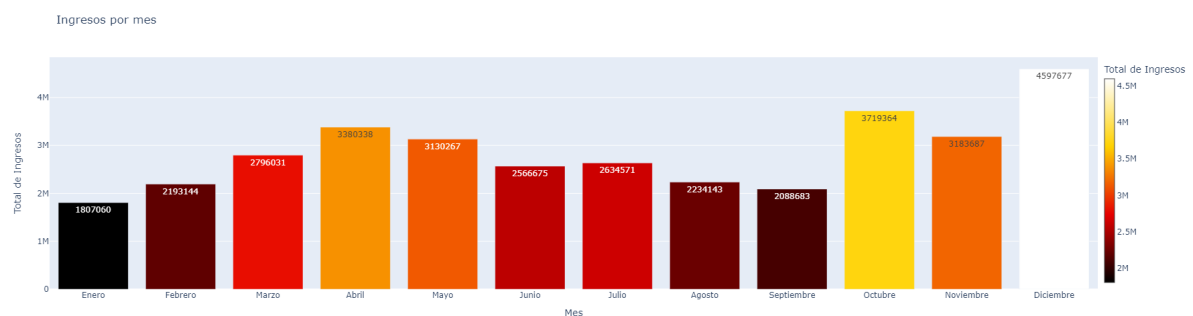


Figura 2

## 2. Optimización de la Publicidad y Patrón de Ventas por Hora

Considerando los gráficos proporcionados en la figura 3,4 y5 , se identifica que el momento más propicio para la presentación de publicidad sería por la mañana, con el fin de potenciar aún más las ventas que alcanzan su punto máximo al mediodía. Además, se destaca la franja horaria de 15 a 17 como otra oportunidad efectiva para promover ventas.

La observación detallada revela un incremento en las ventas a partir de las 6 de la mañana, alcanzando su punto más alto alrededor de las 12, seguido de una disminución que llega a su punto más bajo alrededor de las 17. Posteriormente, las ventas vuelven a aumentar, alcanzando otro pico a las 20, para luego disminuir hasta el día siguiente.

Es importante resaltar que no se evidencian variaciones significativas en las horas de mayor actividad a lo largo de los distintos meses analizados.

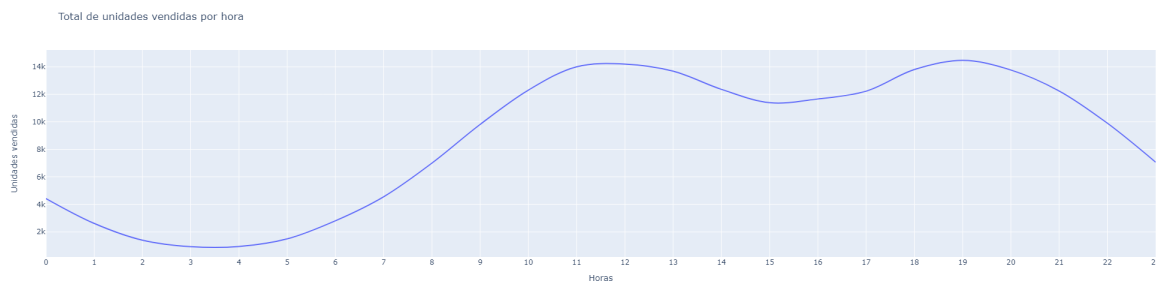


Figura 3

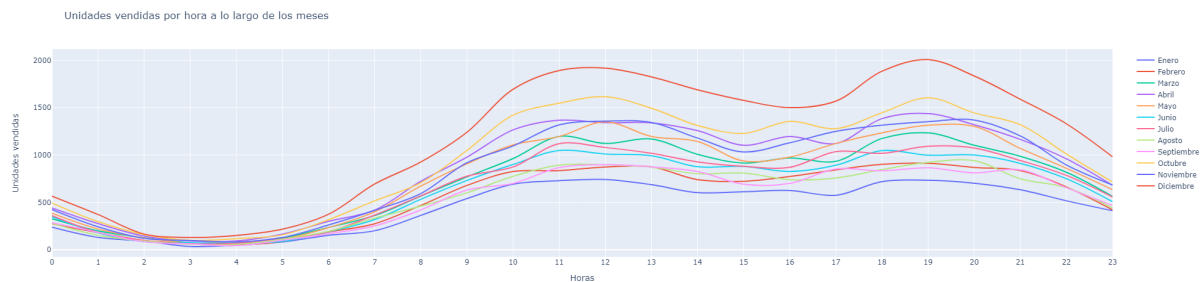


Figura 4



Figura 5

## 3. Distribución de ventas por ubicación:

En las figuras 6, 7 y 8 se observa que California es el estado con mayor cantidad de ventas. Además, los meses de abril, octubre y diciembre registran las mayores ventas en este estado. Aunque no hay una diferencia abismal en la variación de ventas en otros estados, es crucial considerar el volumen de ventas en California, ya que sigue el mismo patrón pero a mayor escala.

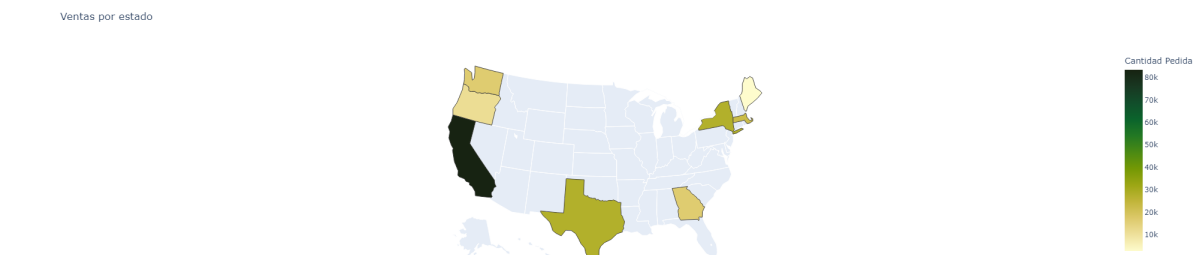


Figura 6

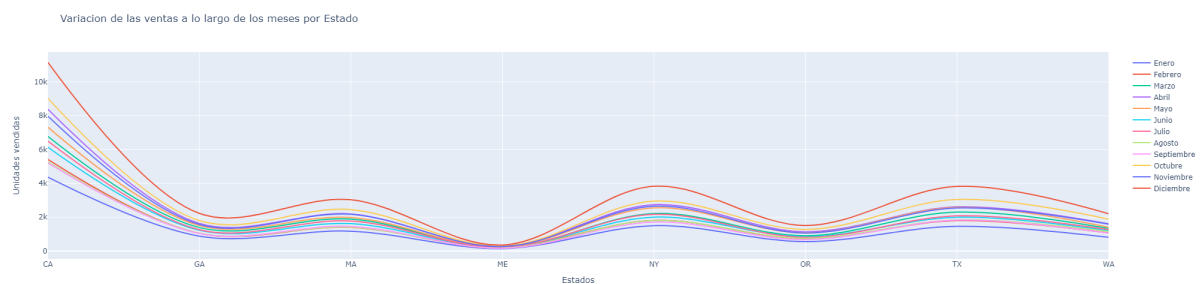


Figura 7

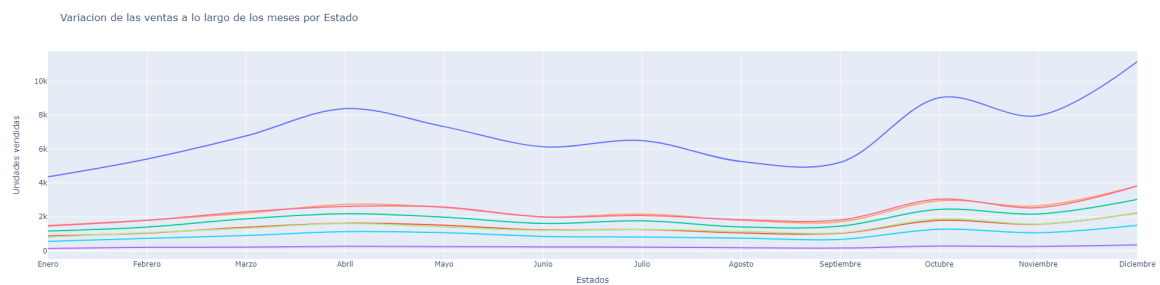


Figura 8

#### 4. Análisis del Producto más Vendido:

Las figuras 9 y 10 indican que el producto más vendido, tanto en términos generales como mensuales, son las pilas 3A en packs de 4 unidades. Este elevado nivel de demanda se atribuye a su bajo costo.

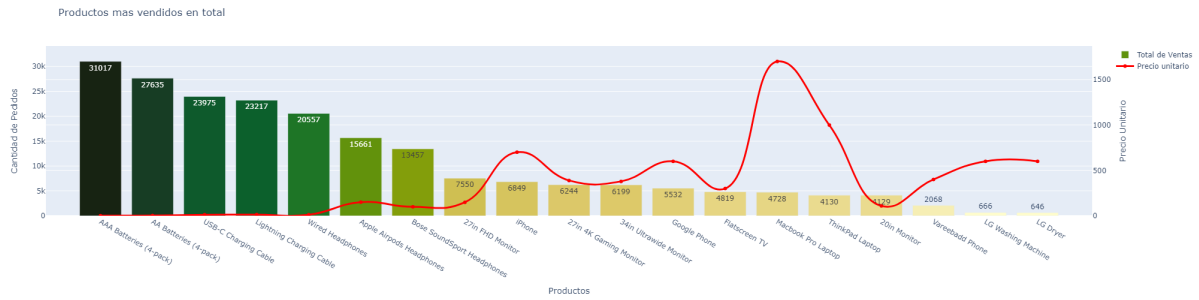


Figura 9

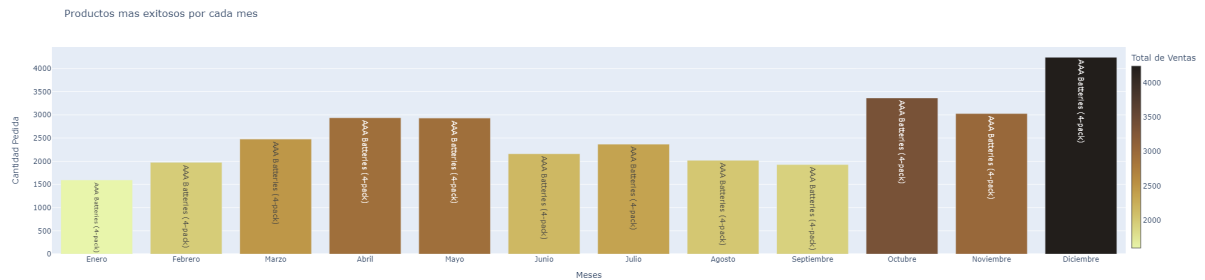


Figura 10

## 5. Tendencia de ventas:

Al analizar con detenimiento las figuras 11 y 12, se evidencia una tendencia en el comportamiento de las ventas. Se observa un patrón claro donde la cantidad de compras disminuye significativamente en el tercer día. En detalle, las ventas muestran una mayor fortaleza durante los dos primeros días, seguidas de una marcada disminución en el tercer día. Posteriormente, las ventas se mantienen estables hasta el fin de semana. Este ciclo se repite de manera constante, revelando una pauta predecible en el comportamiento de las ventas a lo largo de la semana.

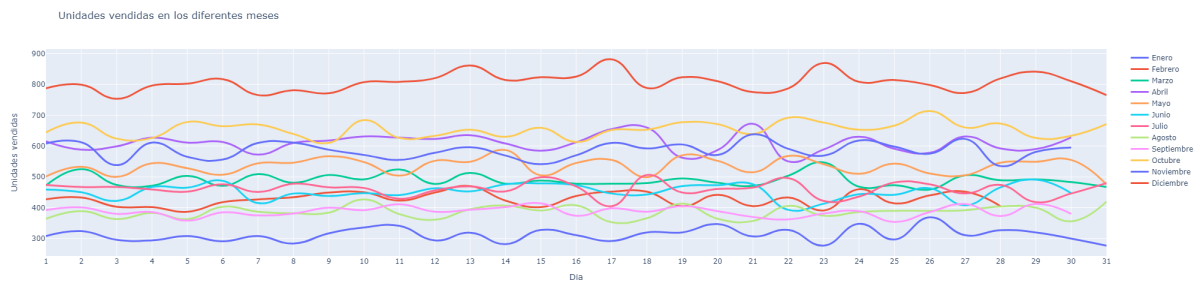


Figura 11

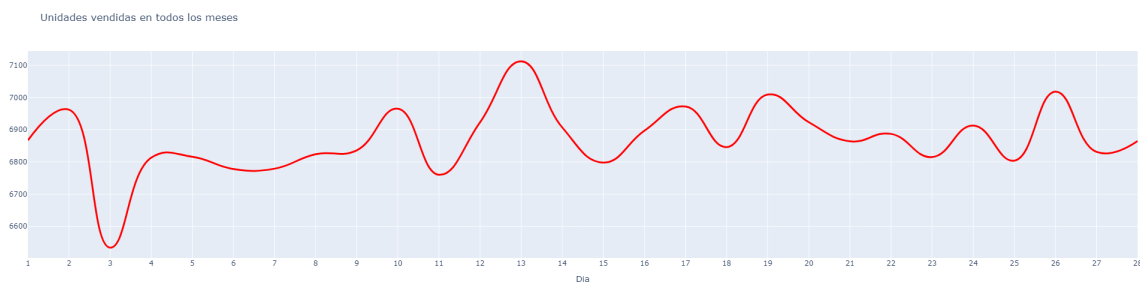


Figura 12

## 6. Impacto de eventos especiales en las ventas:

Se ha observado en la figura 13 que en los días previos a festividades, hay un notable incremento en las ventas. Sin embargo, este aumento es seguido por una disminución en los días posteriores al día festivo. Este patrón sugiere que los consumidores tienden a realizar compras anticipadas en preparación para celebraciones.

Es importante señalar que el Día de la Independencia representa una excepción a esta tendencia. En este caso, se registra un impacto negativo en las ventas durante este día, alcanzando su punto más bajo en comparación con los días habituales. Sin embargo, el día siguiente a esta festividad, las ventas experimentan un fuerte repunte, alcanzando su pico más alto. Este fenómeno indica que los consumidores posponen sus compras hasta después de esta festividad.

Asimismo, se destaca que eventos específicos como Navidad y Año Nuevo generan un aumento sustancial en las ventas, siendo momentos de alta actividad comercial. Estos eventos tienen un impacto positivo en las ventas, ya que los consumidores tienden a realizar compras adicionales para celebrar estas festividades.

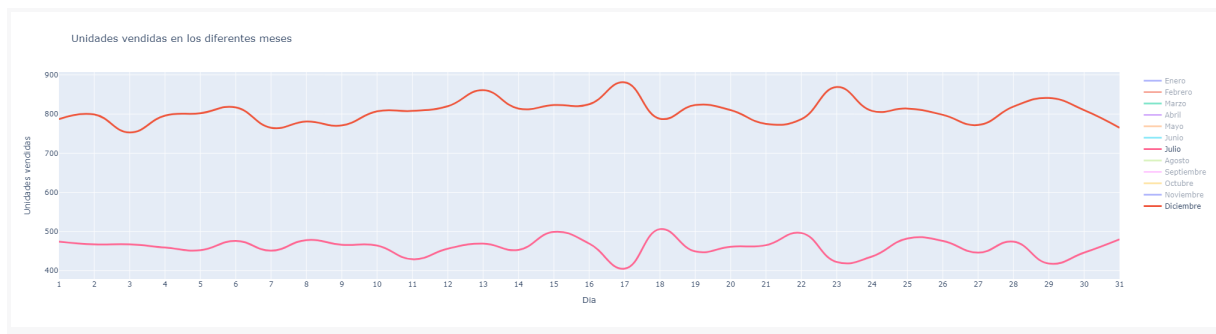


Figura 13