Base de datos:

Registro de ventas de los últimos 8 años, de un almacén de insumos para confección ubicado en Cali.

Problemática:

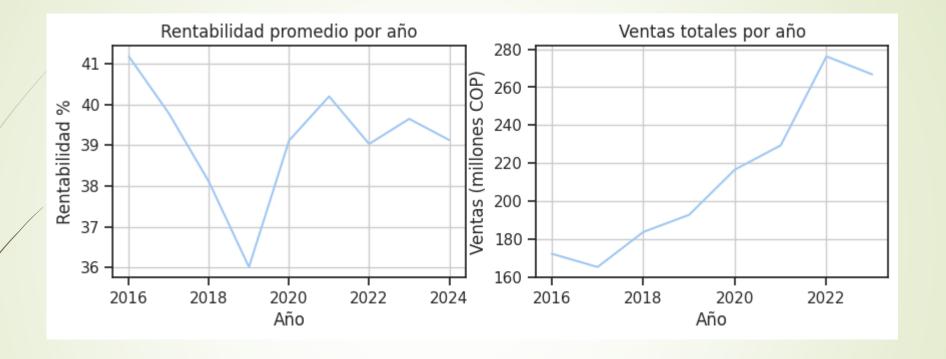
Identificar qué se debe mejorar o cambiar para aumentar rentabilidad

Identificar algún sector (categoría) que deba mejorar la oferta. I

Insight que permitan generar más valor.

Limpieza de datos Convertir tipo de dato Rentabilidad negativa de object a float. (31 registros eliminados) Quitar datos nulos V. Numéricas: 3 Rentabilidad muy alta 1. Cantidad vendida Encontrar outliers y (26 registros datos inconsistentes 2. Valor de la venta eliminados) 159.971 datos 3. Rentabilidad iniciales Fechas inconsistentes Se realizaron filtros de 159.816 Datos (3 registros fecha eliminados) finales 99.91% conservación **6 Columnas** Se eliminó la columna unidad, no aporta Corregir asignación de información útil para el V. Categóricas: 3 sectores análisis 1. Unidad de medida 2. Descripción del producto Validar correcta 3. Sector (categoría) Corrección de datos asignación de productos en categoría

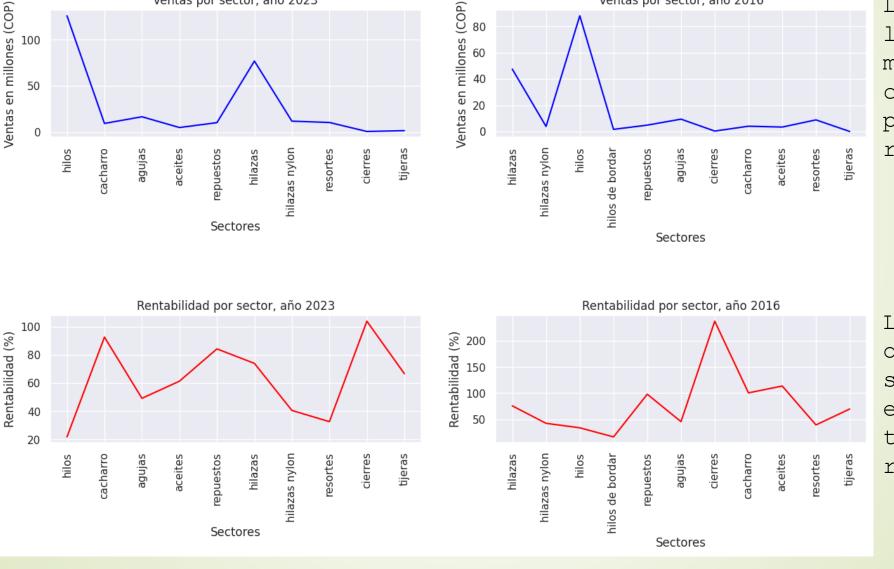
Hallazgos:



- Año más rentable: 2016.
- Entre el 2019 y el 2021 de observa una caída y repunte de la rentabilidad que probablemente este asociado a la pandemia.
- Crecimiento constante en ventas, oportunidad para implementar mejoras.

Insight a tener en cuenta Comparación 2016 vs. 2023

Ventas por sector, año 2023

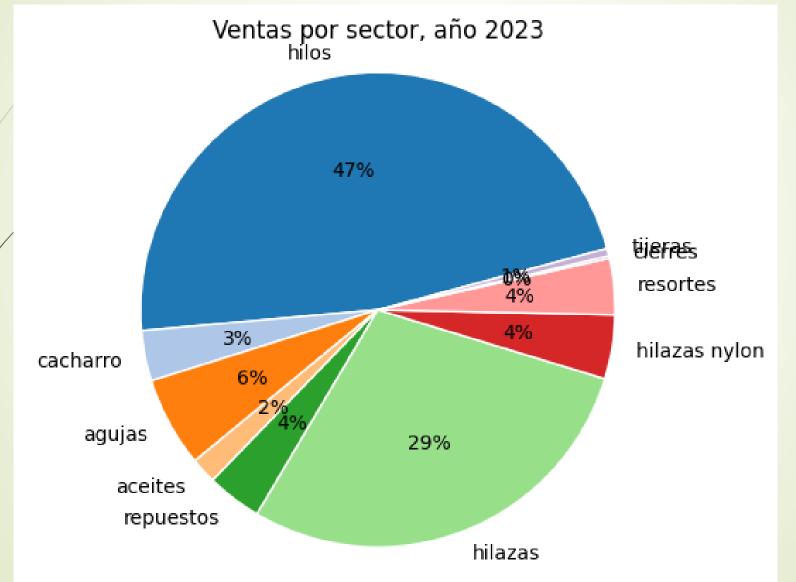


Ventas por sector, año 2016

Los hilos son los que generan más flujo de caja generan, pero tiene baja rentabilidad.

Las hilazas
ocupan el
segundo puesto
en ventas y
tienen buena
rentabilidad

Distribución flujo de caja



Los hilos, las hilazas y

las agujas concentran

82% del flujo de caja

Conclusiones

- Los productos complementarios se deben potenciar para mejorar la rentabilidad de la empresa.
- Las hilazas son el producto estrella, se sugiere invertir más ese sector.

Las ventas presentan crecimiento sostenido anual, desde 2017, lo cual es deseable y un incentivo para implementar mejoras que aporten a sostener este crecimiento.

Generación de valor:

Gloria Judith Trujillo, administradora almacén:

"Dada la realidad de los datos, vale la pena aumentar la oferta de los productos

complementarios, en lugar de seguir aumentando solo el portafolio de hilos"