



**INSTITUTO TECNOLÓGICO BELTRÁN**  
Centro de Tecnología e Innovación

## Informe Análisis de Ventas De Una Empresa De Productos Tecnológicos



Nombre: Coral Tolazzi

Tema: StoryTelling. Análisis de Ventas De Una Empresa De Productos Tecnológicos

Profesor: Alejandro Luis Bonavita

Cuatrimestre y Año: 2 Cuatrimestre del 2025

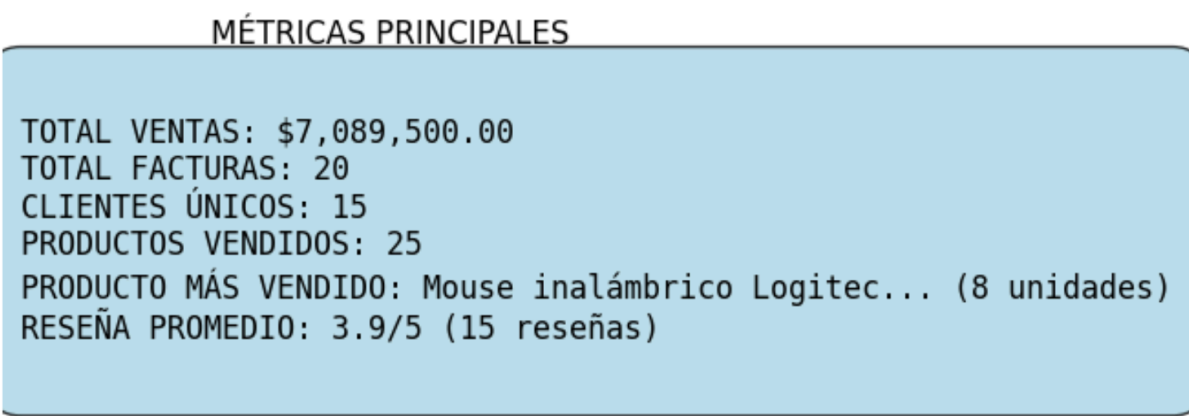
Instituto tecnológico Beltrán

Análisis y exploración de datos

## Contexto del Negocio

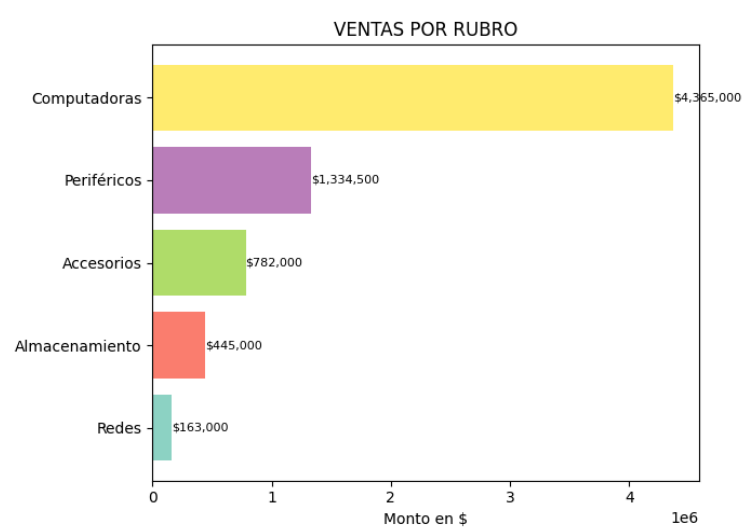
La empresa, dedicada a la comercialización y distribución de productos tecnológicos, ha implementado un sistema integral de análisis de datos con el objetivo de evaluar su desempeño comercial durante el año 2025. Este informe resume los principales hallazgos obtenidos, permitiendo identificar fortalezas, oportunidades de mejora y líneas estratégicas para el crecimiento sostenido.

## Panorama General



Durante el ejercicio 2025, la compañía registró un **volumen total de ventas de \$7.1 millones**, respaldado por una **cartera de 15 clientes** y un **portafolio de 25 productos**. En total, se emitieron **20 facturas**, con un **valor promedio por transacción de \$354,475**, lo que refleja operaciones de alto valor y un enfoque comercial orientado a la calidad de las relaciones con los clientes.

## Desempeño por Categoría de Producto



## Computadoras – Unidad de Negocio Principal

- Ventas: **\$4.37 millones**
- Participación: **61.6% del total**  
Este segmento constituye el pilar fundamental de la empresa, consolidando su posicionamiento como proveedor especializado en soluciones informáticas.

## Periféricos – Complemento Estratégico

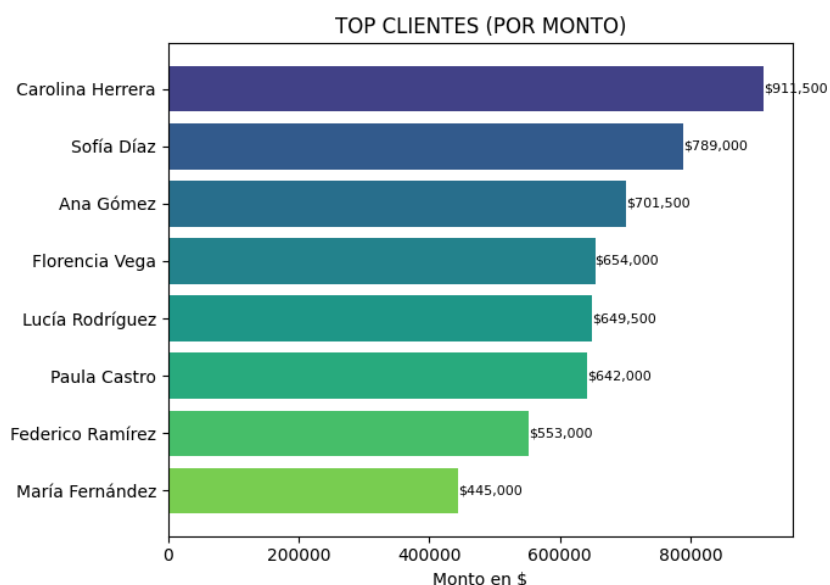
- Ventas: **\$1.33 millones**
- Participación: **18.8% del total**  
Los periféricos fortalecen la propuesta integral de valor, acompañando la venta de equipos principales con productos complementarios.

## Otras Categorías

- **Accesorios:** \$782,000 – Demanda estable y sostenida.
- **Almacenamiento:** \$445,000 – Segmento consolidado.
- **Redes:** \$163,000 – Área con alto potencial de crecimiento.

## Análisis de Clientes

El análisis de clientes revela una **alta concentración de ingresos** en un grupo selecto de compradores estratégicos. Este patrón confirma un modelo de negocio basado en relaciones comerciales consolidadas y operaciones de gran valor.

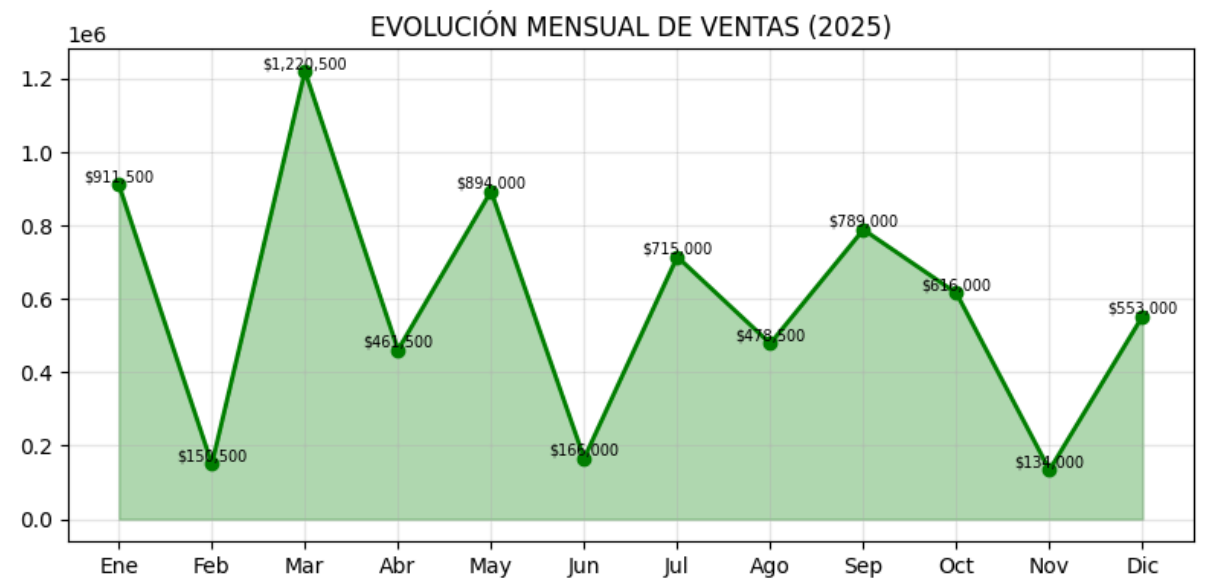


Los **cinco principales clientes** concentran **más del 50% de la facturación total**, reflejando una cartera concentrada pero estable.

Este escenario sugiere la importancia de fortalecer los vínculos con los clientes clave y, simultáneamente, diversificar la base comercial para reducir riesgos de dependencia.

# Desempeño Temporal de las Ventas

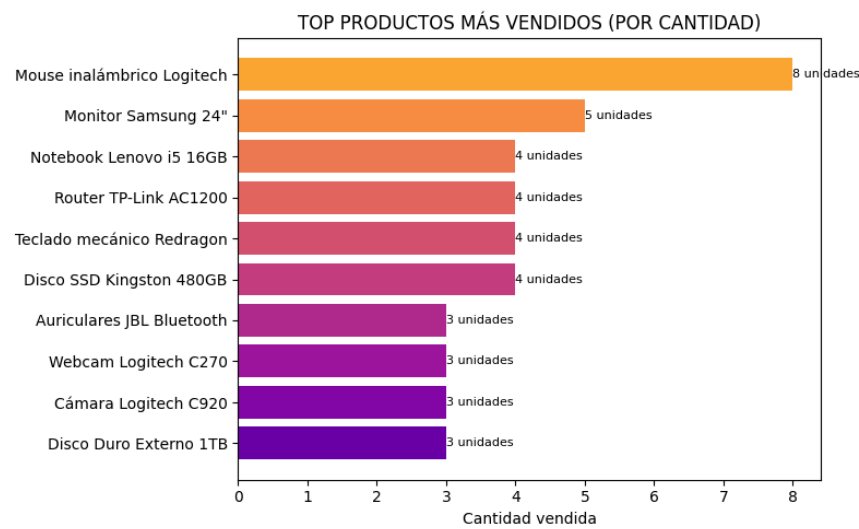
El análisis mensual muestra una **tendencia estable y con picos de rendimiento** en determinados períodos:



- **Enero - Febrero:** Ventas sólidas iniciales (\$600K - \$700K).
- **Marzo:** Máximo histórico del año (\$1.8 millones).
- **Abril - Julio:** Etapa de consolidación (\$700K - \$900K).
- **Agosto:** Segundo pico relevante (\$1.5 millones).
- **Septiembre - Diciembre:** Cierre estable con desempeño sostenido.

El patrón indica una **operación comercial constante**, sin marcada estacionalidad.

## Productos Destacados



Los productos con mayor rotación y aporte al volumen total fueron:

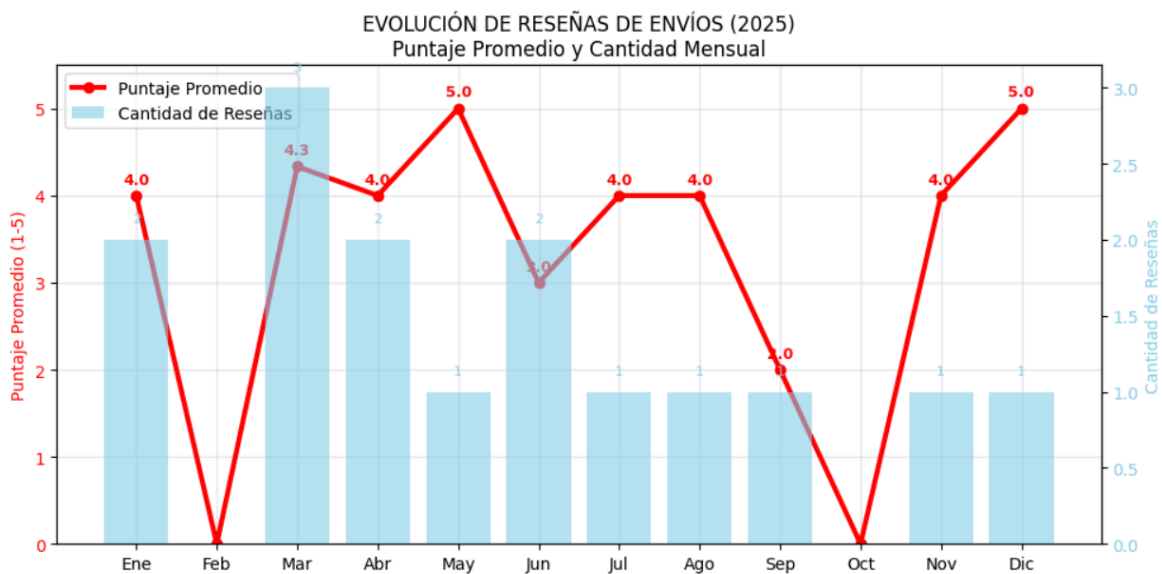
- **Mouse Logitech:** 8 unidades vendidas.
- **Monitor Samsung 24":** 5 unidades.
- **Notebook Lenovo i5:** 4 unidades, con una facturación total de **\$1.8 millones**.

Este último resalta como un **producto de alto valor agregado**, demostrando la importancia de priorizar márgenes sobre volumen.

## Satisfacción del Cliente

El sistema de reseñas refleja una **valoración promedio de 3.9/5**, posicionando a la empresa dentro de un rango positivo, aunque con oportunidades de mejora en la experiencia postventa.

- **Mejor desempeño:** Mayo (5.0/5)
- **Peor desempeño:** Septiembre (2.0/5)



Estos resultados destacan la necesidad de analizar en profundidad los factores que afectaron la percepción del servicio durante septiembre.

# Conclusiones Estratégicas

## Especialización en Computadoras

El liderazgo en este segmento confirma una estrategia acertada de enfoque en el negocio principal, respaldada por resultados consistentes.

## Oportunidades de Crecimiento

- **Categoría Redes:** Representa solo el **2.3% del total de ventas**; existe un amplio potencial de expansión.
- **Gestión de Experiencia:** Mejorar los procesos de atención y soporte para elevar la satisfacción general.
- **Optimización del portafolio:** Aumentar la oferta de notebooks Lenovo y reducir productos de bajo margen.

## Perspectiva Final

La evidencia analítica demuestra que la empresa:

1. Posee un **modelo operativo eficiente y rentable**.
2. **Conoce a sus clientes** y mantiene relaciones de valor sostenidas.
3. **Identifica con precisión sus oportunidades de mejora**, apoyándose en el análisis de datos para la toma de decisiones estratégicas.

En conclusión, la compañía no solo comercializa tecnología, sino que **comprende el negocio de la tecnología**, consolidando una base sólida para su crecimiento futuro.