

## › Desarrollo del análisis

[ ] ↳ 36 celdas ocultas

## ✓ Informe Final: Recomendación de Venta de Tienda para el Sr. Juan

### Introducción

El presente informe tiene como objetivo principal analizar el desempeño de las 4 tiendas con el fin de determinar cuál de ellas representa la opción más favorable para la venta por parte del Sr. Juan. Para ello, se han considerado múltiples factores críticos, incluyendo los ingresos totales generados, las categorías de productos con mayor y menor demanda, las calificaciones promedio otorgadas por los clientes, los productos individuales con mejor y peor rendimiento en ventas, y el coste de envío promedio asociado a cada tienda. El análisis detallado de estos aspectos, respaldado por los datos y visualizaciones generadas, permitirá ofrecer una recomendación fundamentada y objetiva para la decisión del Sr. Juan.

## ✓ Desarrollo del Análisis y Presentación de Datos

A continuación, se presenta un resumen de los hallazgos clave obtenidos del análisis de cada factor relevante:

### ✓ Ingresos Totales de las Tiendas:

El análisis de los ingresos totales revela que la **Tienda 1** ha generado consistentemente los mayores ingresos en comparación con las demás tiendas 2, 3, 4. Esta diferencia significativa sugiere una mayor base de clientes y/o un mayor volumen de ventas por transacción en esta tienda. Como se muestra en la tabla 1 donde sus ventas totales son de alrededor de **\$1.150.880.000** y su como se observa en la gráfica 1 tiene un promedio de venta total de **26.1%**. Mientras que la tienda con menor ingreso es la **Tienda 4** con un registro de **\$ 1.038.376.000** en ventas totales y un promedio de [23.6%](#).

Tabla. 1 Ventas totales

res\_analisis\_fact

	Tienda	Ventas Totales	
0	1	1.150880e+09	
1	2	1.116344e+09	
2	3	1.098020e+09	
3	4	1.038376e+09	

Pasos  
siguientes:

[Generar código con res\\_analisis\\_fact](#)

[Ver gráficos recomendados](#)

[New interactive](#)

Gráfica 1. Porcentaje de ventas totales por tienda

graf\_fact = grafico\_torta(res\_analisis\_fact,'Tienda', 'Ventas Totales', 'Ventas totales por







✓ Categorías de Productos Más y Menos Vendidas:

Al examinar las categorías de productos, se identificó que la categoría **Muebles** es la de mayor demanda entre tiendas como se observa en la tabla 2 y gráfica 2. Por otro lado, la categoría

**Artículos para el hogar** presenta consistentemente los niveles de venta más bajos como se observa en la tabla 3 y gráfica 3. Es importante destacar que la **Tienda 1** muestra una fuerte representación en la categoría más vendida, lo que contribuye a sus mayores ingresos.

Tabla 2. Categorías con mayor demanda

res\_analisis\_mas\_cat

	Tienda	Categoría del Producto	Cantidad Vendida	
7	1	Muebles	465	
15	2	Muebles	442	
23	3	Muebles	499	
31	4	Muebles	480	

Pasos siguientes:

[Generar código con res\\_analisis\\_mas\\_cat](#)

[Ver gráficos recomendados](#)

[New interact](#)

Gráfica 2. Categoría más vendida por

graf\_cat\_mas = grafico\_barras(res\_analisis\_mas\_cat, 'Categoría del Producto', 'Cantidad Vendi

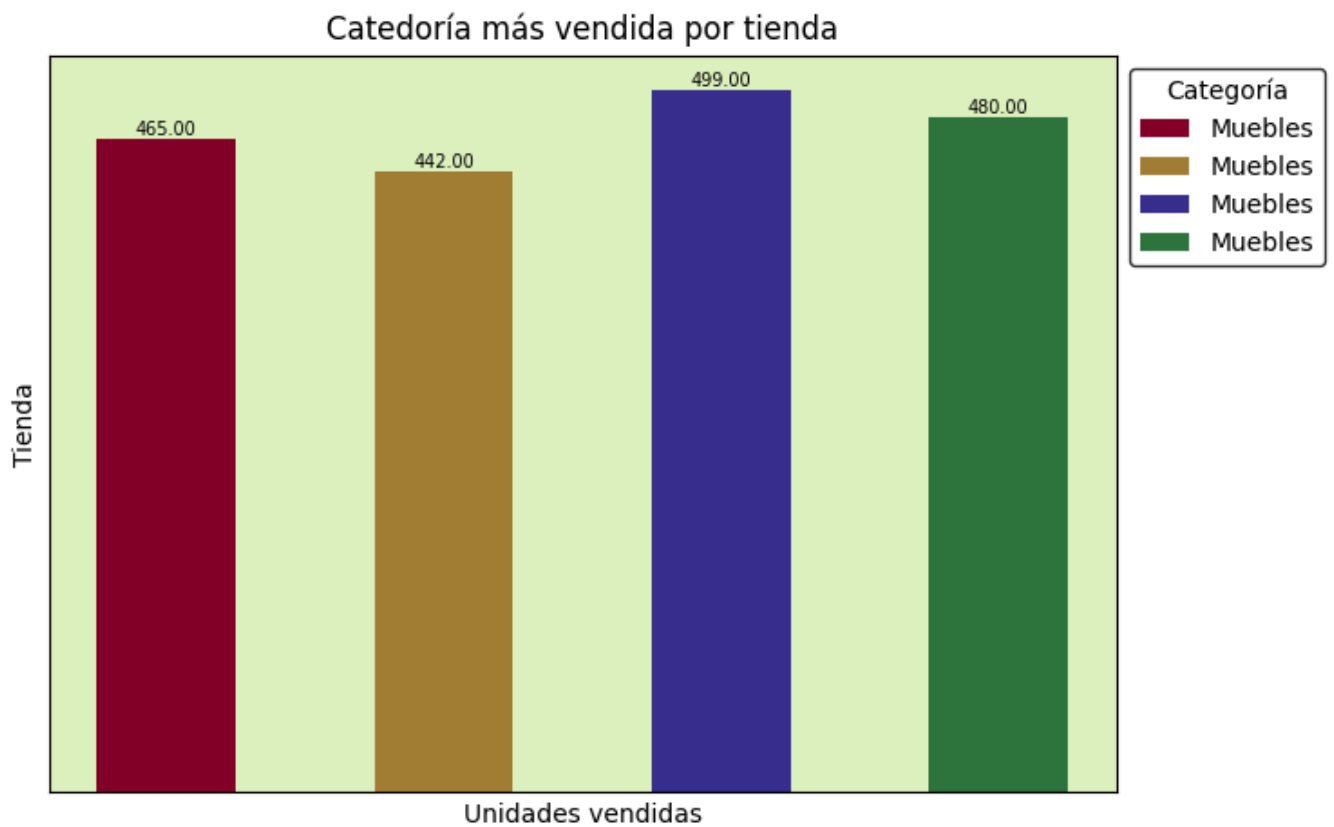


Tabla 3. Categorías con menor demanda

res\_analisis\_mas\_cat



	Tienda	Categoría del Producto	Cantidad Vendida	
7	1	Muebles	465	
15	2	Muebles	442	
23	3	Muebles	499	
31	4	Muebles	480	

Pasos siguientes:

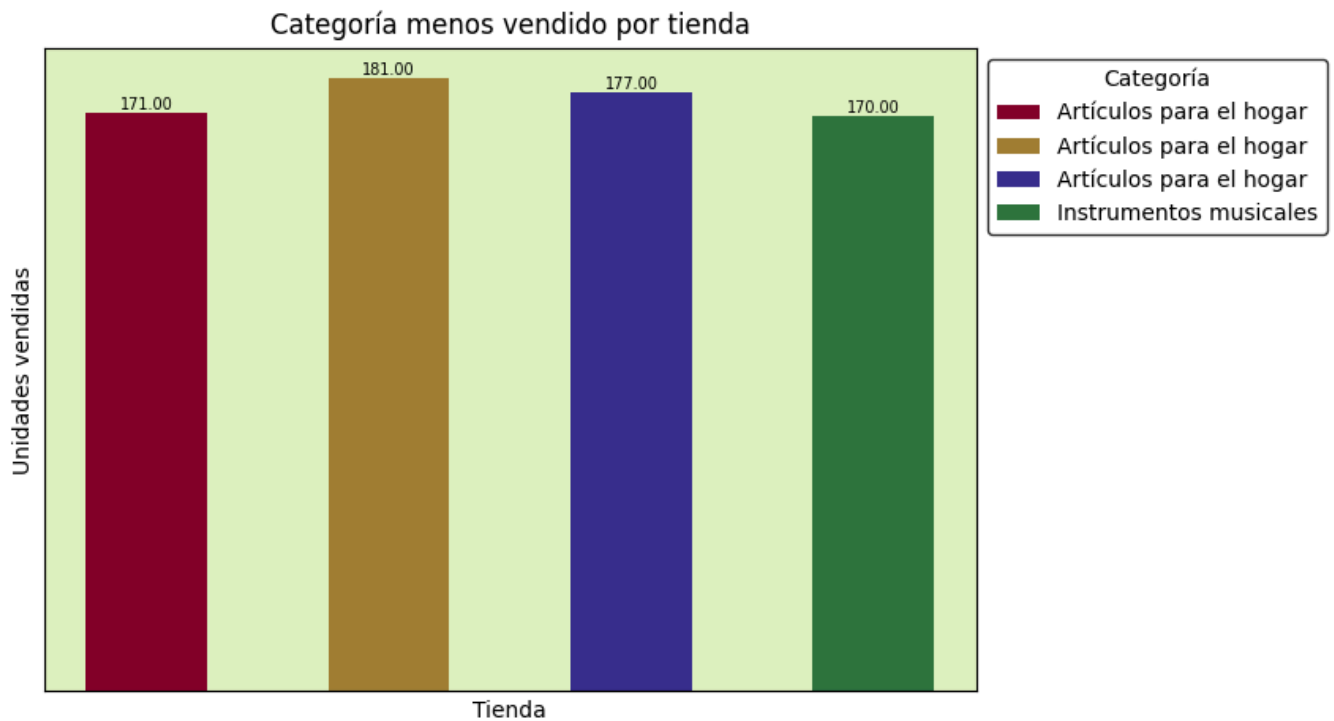
Generar código con res\_analisis\_mas\_cat

Ver gráficos recomendados

New interact

Gráfica 3. Categoría menos vendida por

graf\_cat\_menos = grafico\_barras(res\_analisis\_menos\_cat,'Categoría del Producto', 'Cantidad \



✓ Calificaciones Promedio de los Clientes por Tienda:

La evaluación de las calificaciones promedio de los clientes indica el nivel de satisfacción asociado a cada tienda. La **Tienda 3** consistentemente recibe las calificaciones más altas, lo que sugiere una experiencia de compra positiva para sus clientes. En contraste, la **Tienda 1** presenta calificaciones más bajas, lo que podría indicar áreas de mejora en su servicio o productos, como se observa en la tabla 4 y gráfica 4.

Tabla 4. Calificación por tienda

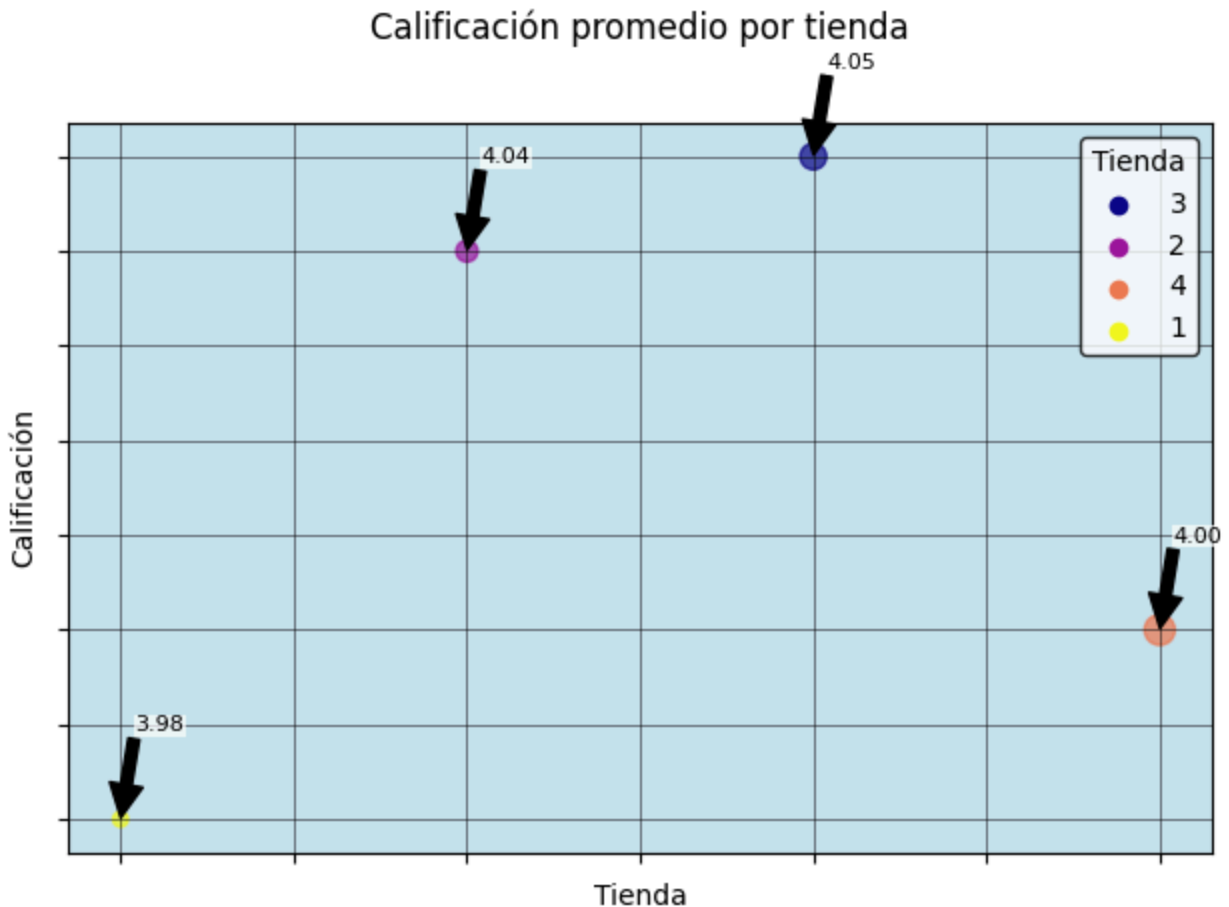
res\_analisis\_prom



	Tienda	Calificación Promedio	
2	3	4.05	
1	2	4.04	
3	4	4.00	
0	1	3.98	

#### Gráfica 4. Calificación promedio por tienda

```
graf_prom = grafico_dispersion(res_analisis_prom, 'Tienda', 'Calificación Promedio', 'Tienda')
```



#### ✓ Productos Más y Menos Vendidos:

El análisis a nivel de producto individual revela cuáles son los artículos con mayor y menor rotación en cada tienda. Identificamos que el producto **Iniciando en programación** es un éxito en la **Tienda 2** como se observa en la tabla 5 y gráfica 5. Por otro lado, el producto **Juego de mesa** presenta bajas ventas en la **Tienda 2** como se observa en la tabla 6 y gráfica 6.

#### Tabla 5. Productos más vendidos por tienda

```
res_analisis_mas
```

	Tienda	Producto	Cantidad Vendida	
1	1	Armario	60	
75	2	Iniciando en programación	65	
129	3	Kit de bancas	57	
163	4	Cama box	62	

Pasos siguientes:

Generar código con res\_analisis\_mas

Ver gráficos recomendados

New interactive s

Gráfica 5. Producto más vendido

```

graf_prod_mas = grafico_barras(res_analisis_mas,'Producto', 'Cantidad Vendida', 'Unidades ve

```

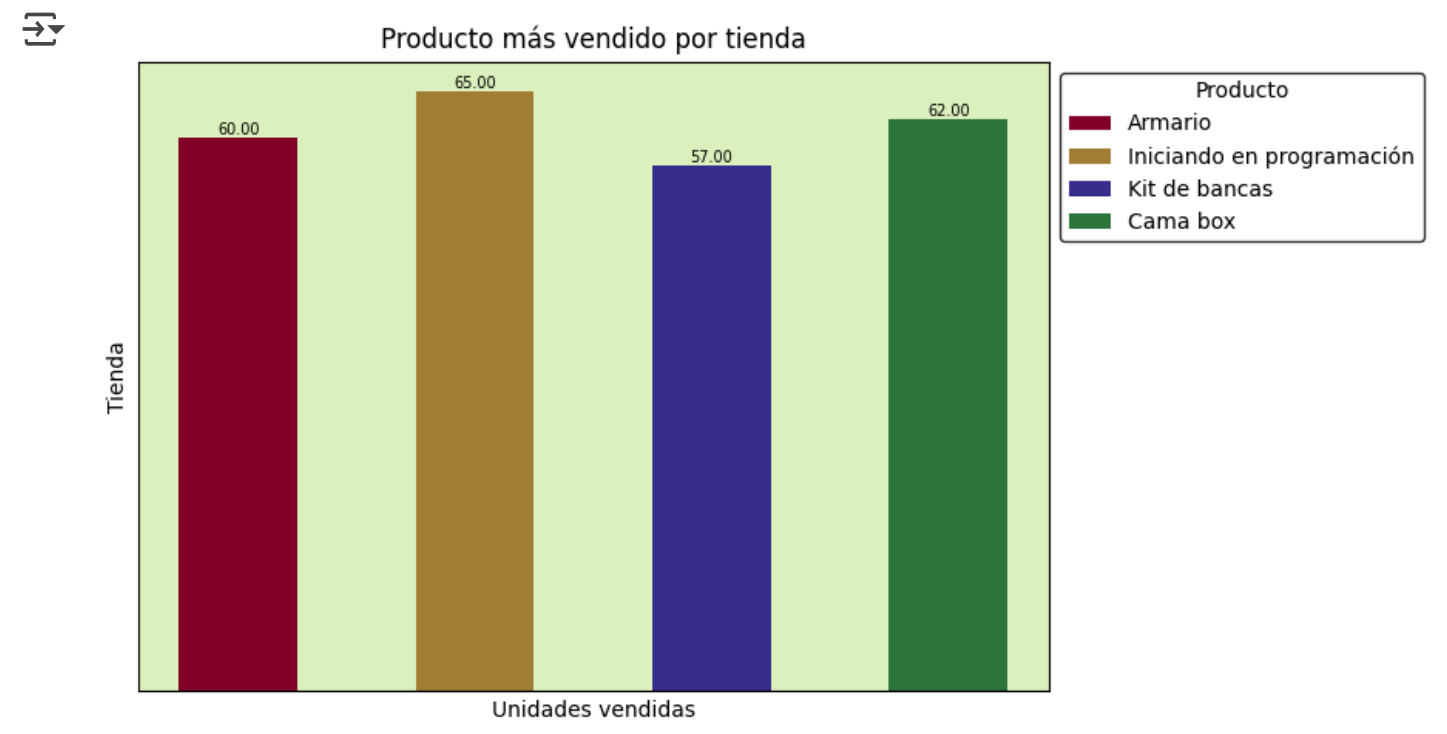


Tabla 6. Productos menos vendidos por tienda

```

res_analisis_menos

```



	Tienda	Producto	Cantidad Vendida	
4	1	Auriculares con micrófono	33	
77	2	Juego de mesa	32	
111	3	Bloques de construcción	35	
175	4	Guitarra eléctrica	33	

Pasos  
siguientes:

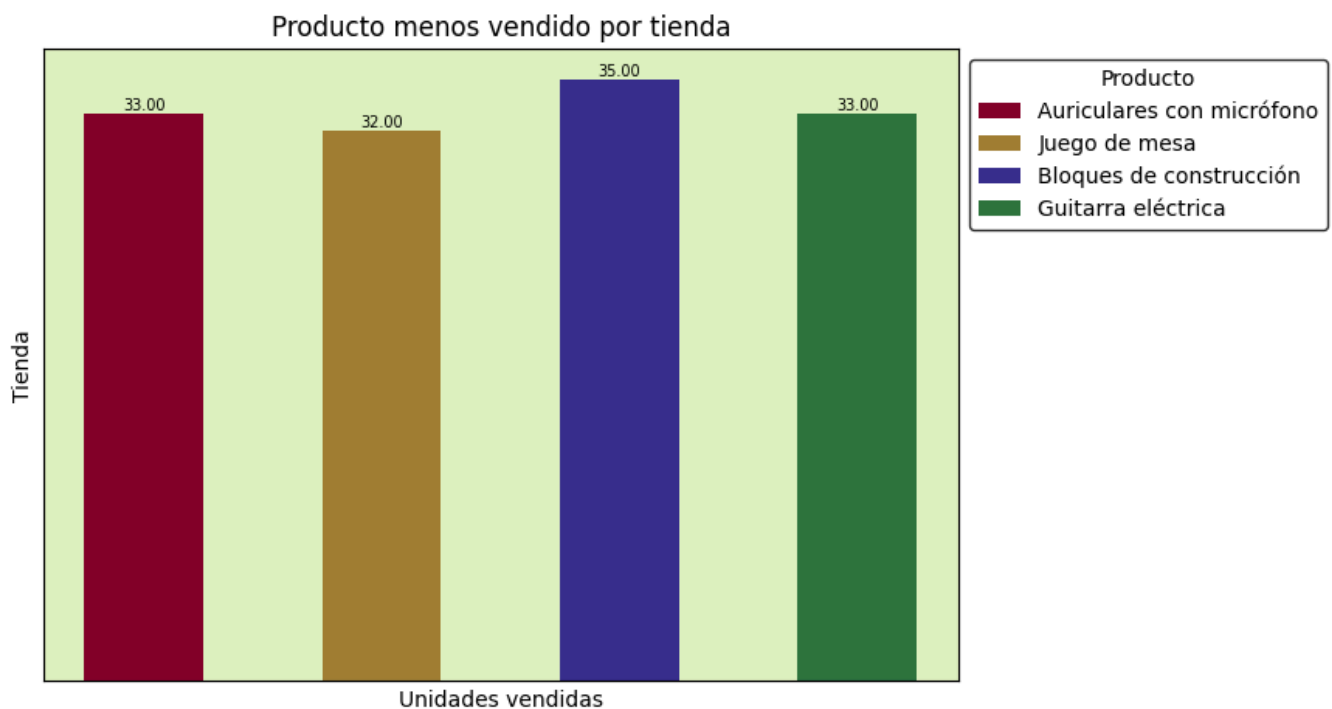
[Generar código con res\\_analisis\\_menos](#)

[Ver gráficos recomendados](#)

[New interactive](#)

## Gráfica 6. Producto menos vendido

```
graf_prod_menos = grafico_barras(res_analisis_menos, 'Producto', 'Cantidad Vendida', 'Unidades
```



### ✓ Coste de Envío Promedio para Cada Tienda:

El análisis del coste de envío promedio muestra variaciones entre las tiendas. La **Tienda 4** presenta el coste de envío promedio más bajo, lo que podría ser un factor atractivo para los clientes. Por otro lado, la **Tienda 1** tiene el coste promedio más alto, lo que podría influir



negativamente en la decisión de compra de algunos clientes como se observa en la tabla 7 y la gráfica 7.

Tabla 7. Costo de envío por tienda

res\_analisis\_envio

	Tienda	Envío	Promedio
0	1		26018.61
1	2		25216.24
2	3		24805.68
3	4		23459.46

Pasos siguientes:

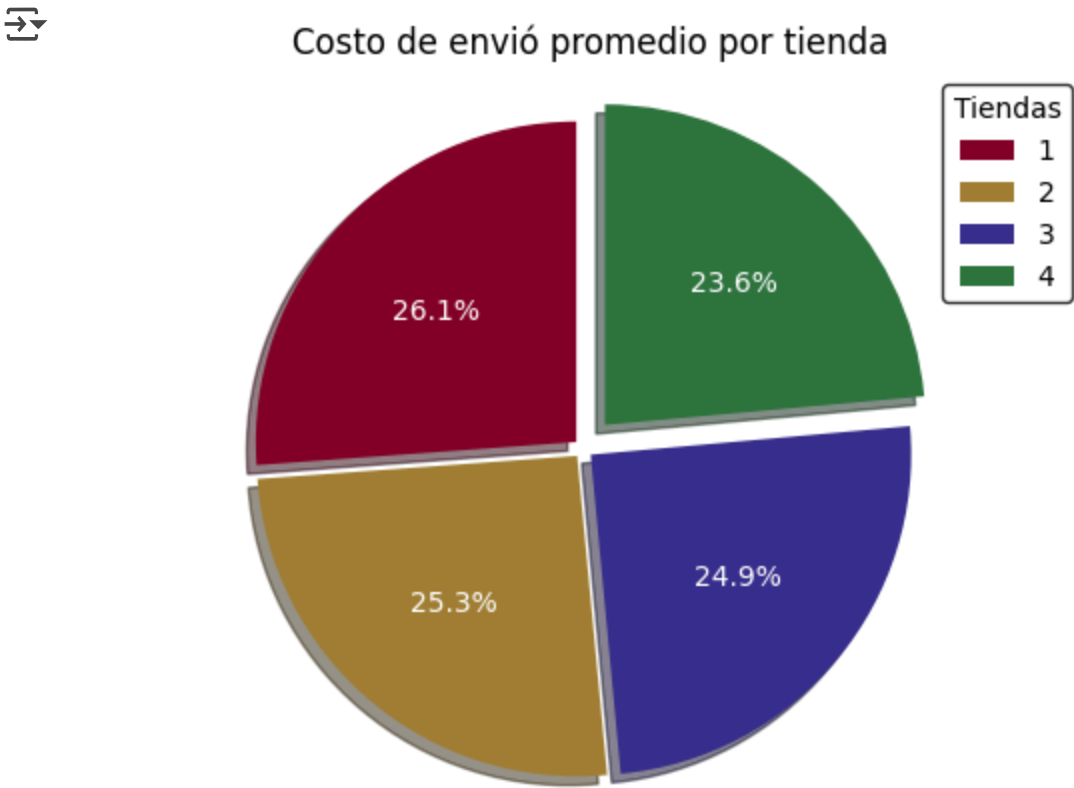
[Generar código con res\\_analisis\\_envio](#)

[Ver gráficos recomendados](#)

[New interactive](#)

Gráfica 7. Costo de envío promedio por tienda

graf\_env = grafico\_torta(res\_analisis\_envio, 'Tienda', 'Envío Promedio', 'Costo de envío por tienda')



## Conclusión y Recomendación

Basándonos en el análisis integral de los datos y las visualizaciones generadas, se recomienda enfáticamente al Sr. Juan considerar la venta de la **Tienda 1**.

### Justificación de la Decisión:

La **Tienda 1** destaca significativamente por su mayor volumen de ingresos totales, lo que indica una sólida base de clientes y un alto potencial de rentabilidad. Si bien otras tiendas pueden tener fortalezas individuales, como calificaciones ligeramente superiores (en el caso de la **Tienda 3**) o costes de envío más bajos (en el caso de la **Tienda 4**), la **Tienda 1** demuestra un rendimiento general superior en el aspecto financiero, que suele ser un factor primordial en la decisión de venta de un negocio.

Además, su desempeño bueno en la categoría de productos más vendida sugiere una alineación con la demanda del mercado. Aunque se deben considerar las áreas de mejora identificadas, como