



***"ANÁLISIS DE PRECIOS Y
DESCUENTOS: IMPACTO EN
CALIFICACIONES Y VENTAS"***

@Laboratoria_2024



CONTEXTO

Se busca analizar cómo los **precios** y los **descuentos** en la plataforma de Amazon influyen en las **calificaciones** de los productos. A través de datos detallados de precios originales, descuentos y evaluaciones de usuarios, el análisis busca **identificar patrones** clave que ayuden a comprender el **impacto** de las estrategias de precios en la **percepción y popularidad** de los productos. Los hallazgos proporcionarán insights valiosos tanto para vendedores como para consumidores.

OBJETIVO

Analizar los datos de productos que se venden y compran en la plataforma de Amazon para identificar patrones y relaciones clave que puedan ayudar a **entender el comportamiento** de los productos en función de los precios y descuentos.



METODOLOGÍA

- ★ Procesamiento y limpieza de datos
- ★ Análisis descriptivo
- ★ Validación de hipótesis
- ★ Resultados y recomendaciones
- ★ Reporte y dashboard

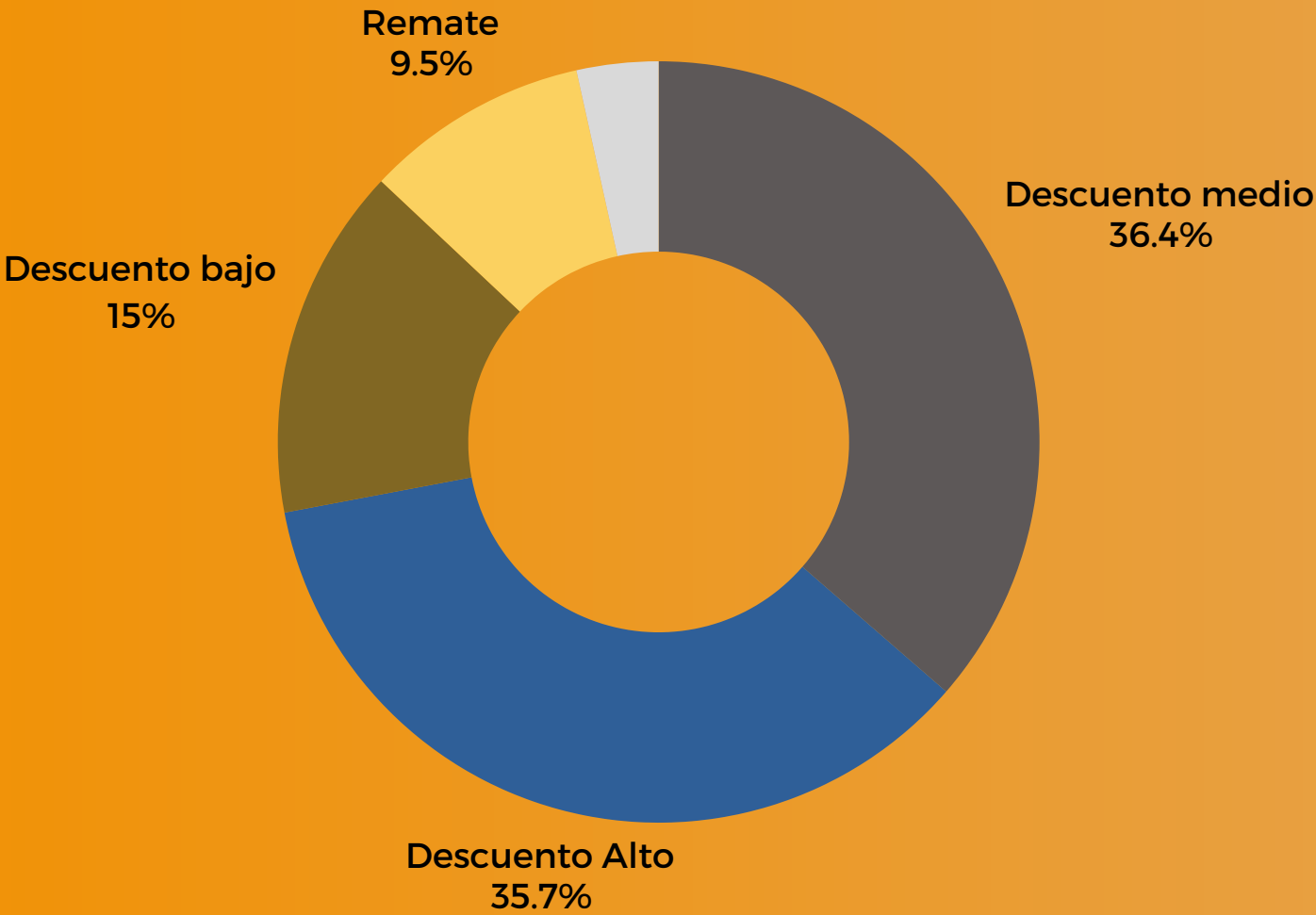


RESUMEN DE DATOS

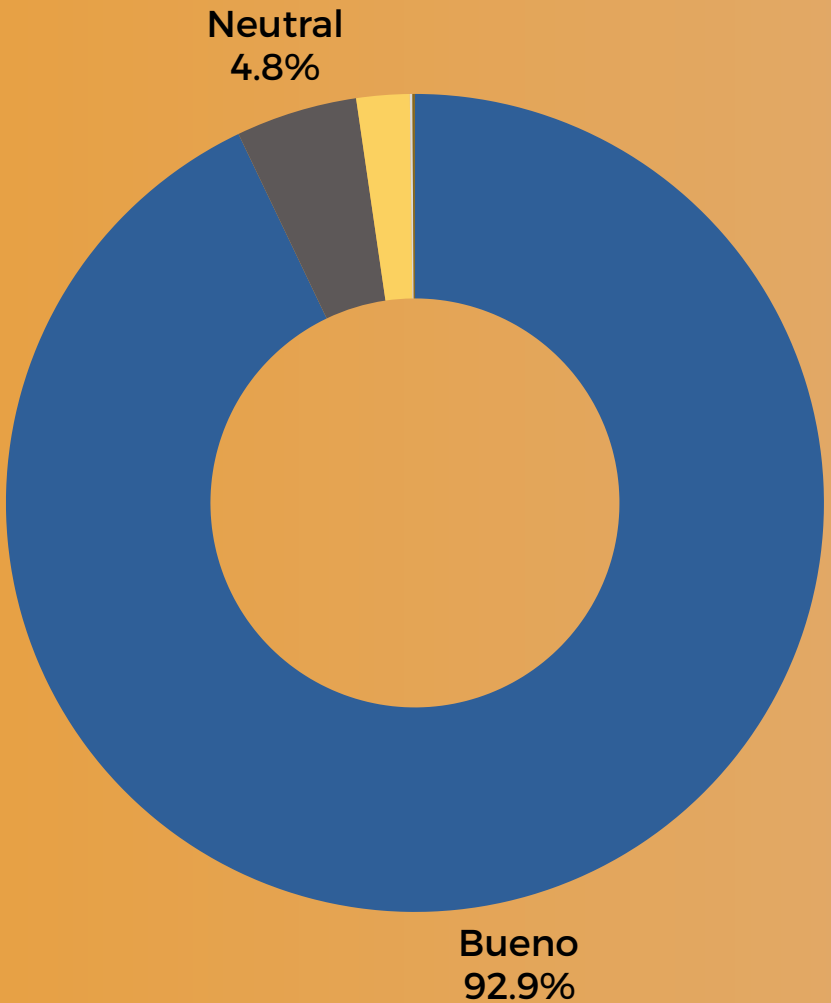
PRODUCTOS
1,355

TOTAL DE RATINGS
27,127,276

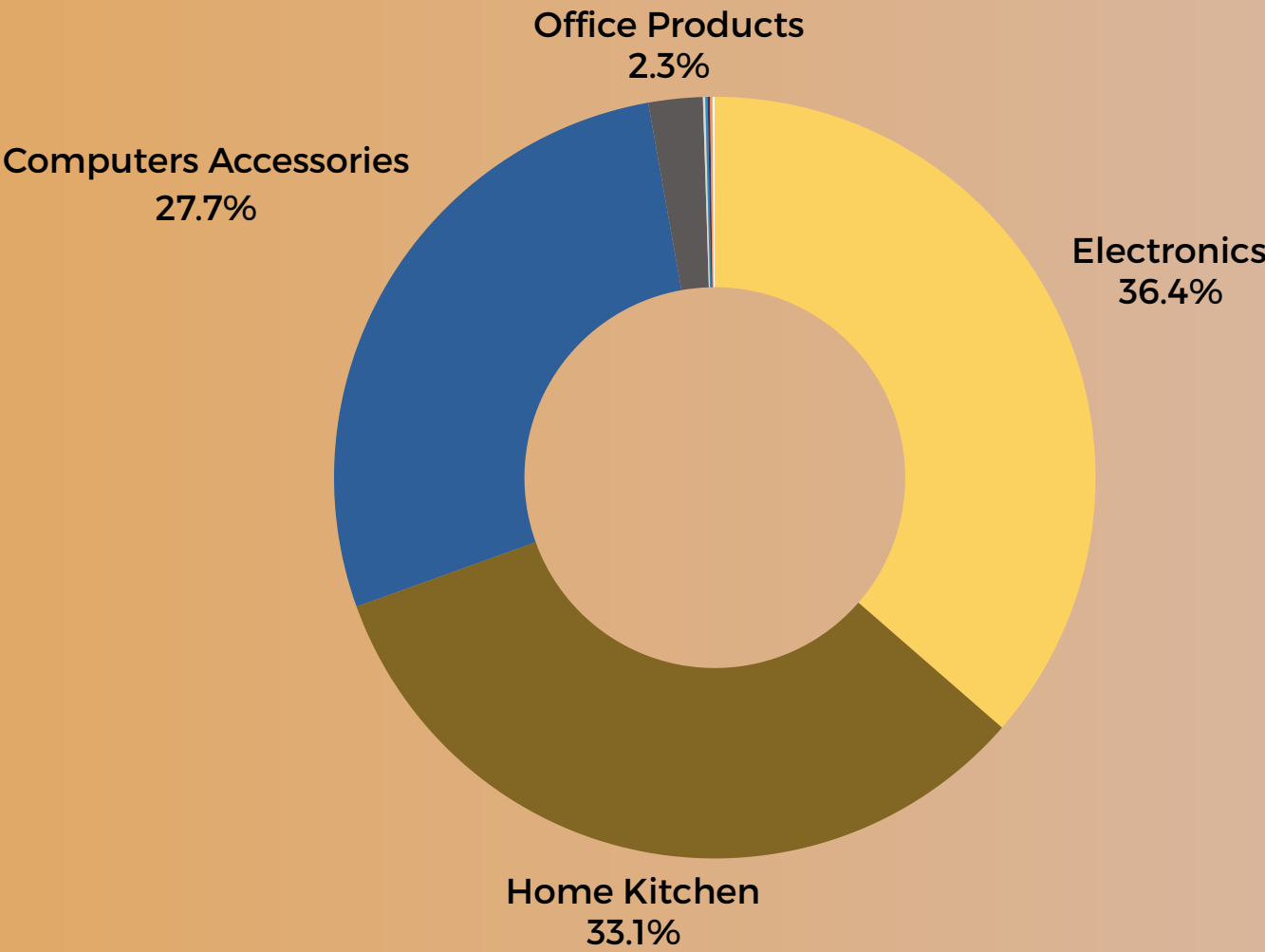
PRECIOS
desde \$39 hasta \$139,000



Distribución de descuentos



Distribución de rating



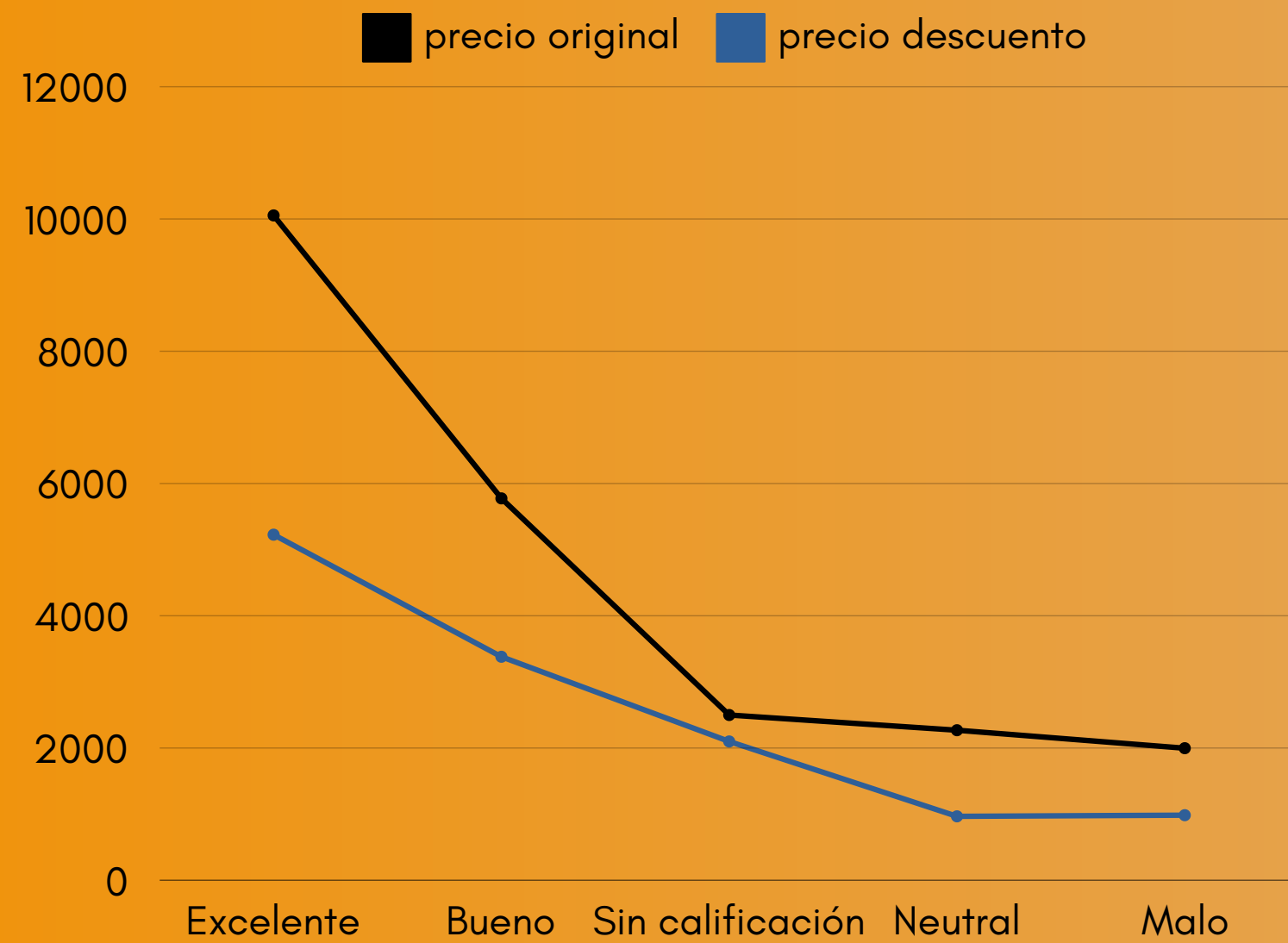
Distribución de productos por categoría

HIPÓTESIS

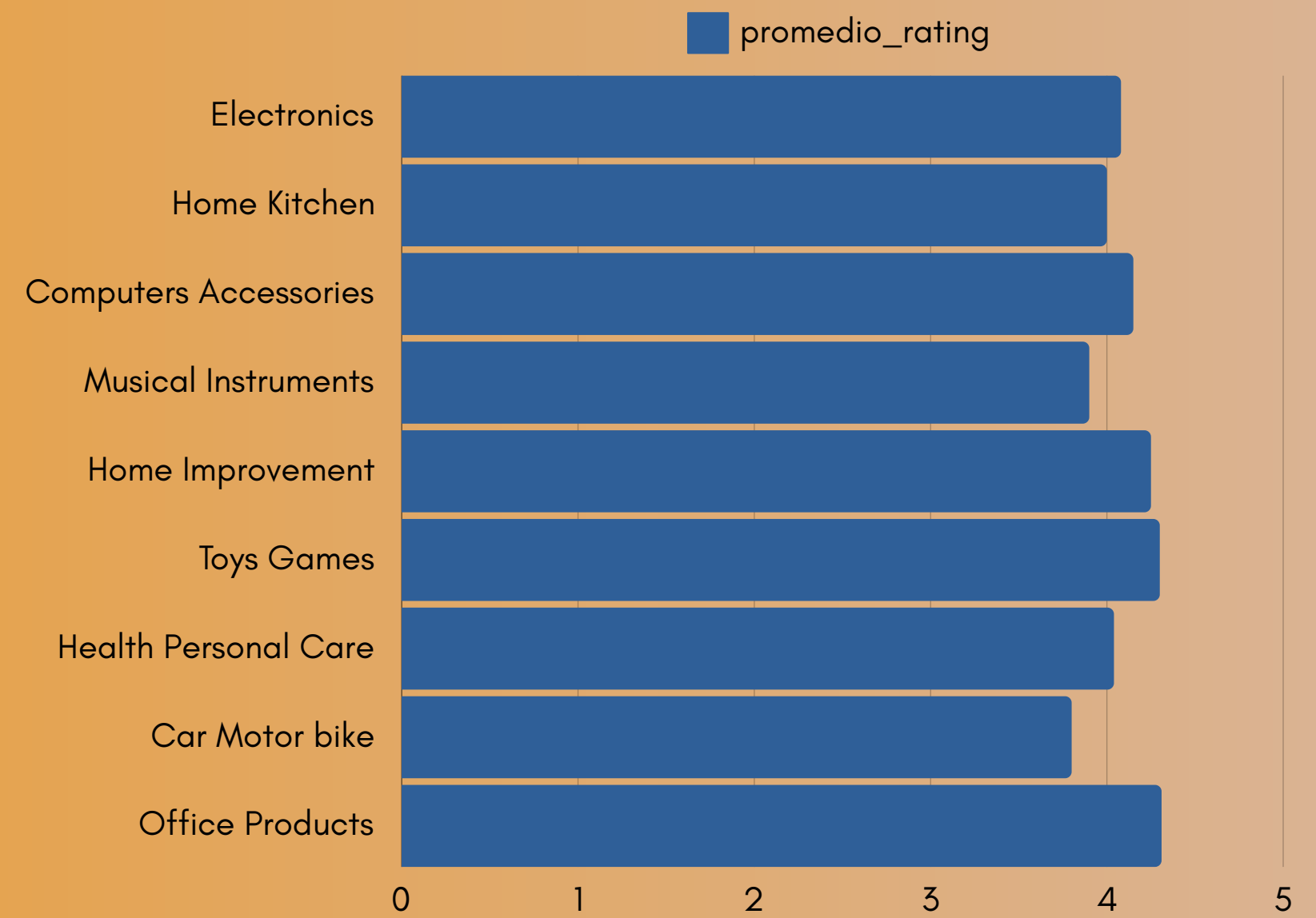
- Cuanto mayor sea el descuento, mejor será la calificación del producto.
- Cuanto mayor sea el número de personas que evaluaron el producto, mejor será la calificación.
- **Los productos más caros tienen a recibir calificaciones más altas.**
- **Algunas categorías de productos tienden a recibir mejores calificaciones que otras.**
- **Los productos con los mayores descuentos pertenecen a categorías específicas.**

GRÁFICOS

Hi3: Precio alto, ¿Mejor calificación?

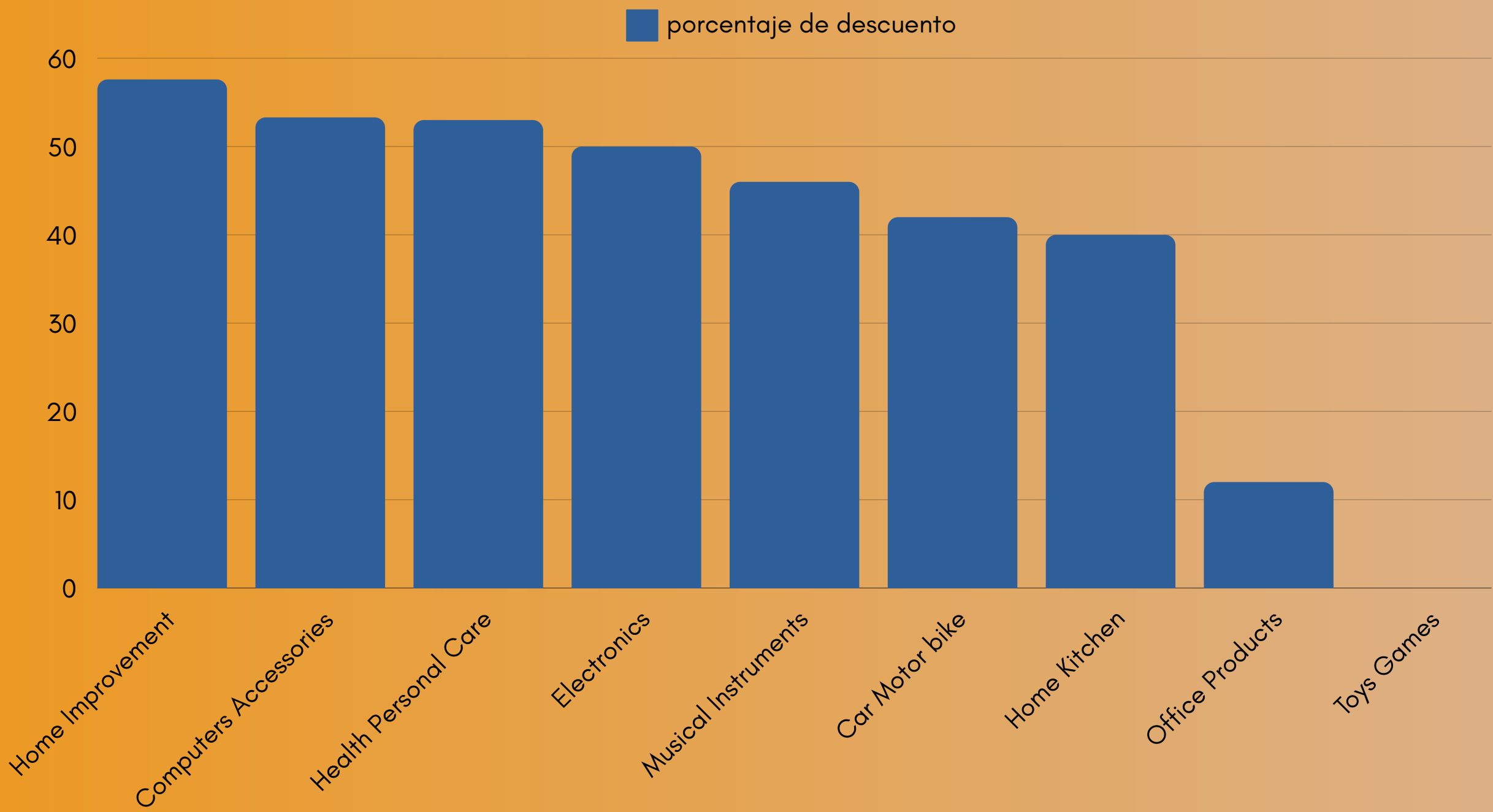


Hi4: Comparación de Calificaciones por Categoría



GRÁFICOS

Hi5: Mayores descuentos por categoría



RESULTADOS

- ★ La mayoría de las categorías de productos mantienen una calificación promedio cercana a 4, lo que indica una satisfacción general positiva entre los clientes.
- ★ Las hipótesis sobre la relación entre descuentos y calificaciones, así como el número de reseñas y la calidad percibida, no fueron respaldadas por los datos.
- ★ Sin embargo, se encontró una tendencia donde los productos más caros suelen recibir calificaciones ligeramente más altas. Existe una percepción entre los consumidores de que los productos más caros son de mejor calidad, lo que se refleja en sus calificaciones.
- ★ Las categorías de productos muestran diferencias en el nivel de descuento promedio, lo que indica que los vendedores aplican estrategias de descuento más agresivas en estos segmentos para impulsar las ventas.

RECOMENDACIONES

- ★ **Analizar el tiempo de venta y el impacto de los descuentos:** Obtener datos sobre el tiempo que tarda un producto en venderse desde su publicación, permitiría identificar qué categorías o rangos de precios se venden más rápidamente. Además, analizar cómo los descuentos influyen en el tiempo de venta, podría evaluar la efectividad de las promociones y su impacto en la decisión de compra.
- ★ **Para vendedores:** Enfocarse en la calidad del producto y en la experiencia del cliente. Esto mejora las calificaciones y refuerza la imagen de Amazon como una plataforma confiable, donde los clientes están dispuestos a pagar por productos de valor.
- ★ **Para consumidores:** Evaluar la calidad en función del precio y la categoría. Aunque los productos más caros suelen tener mejores calificaciones, no siempre es así. Los compradores deben equilibrar el precio, las reseñas y la categoría para tomar la mejor decisión.

GRACIAS

