



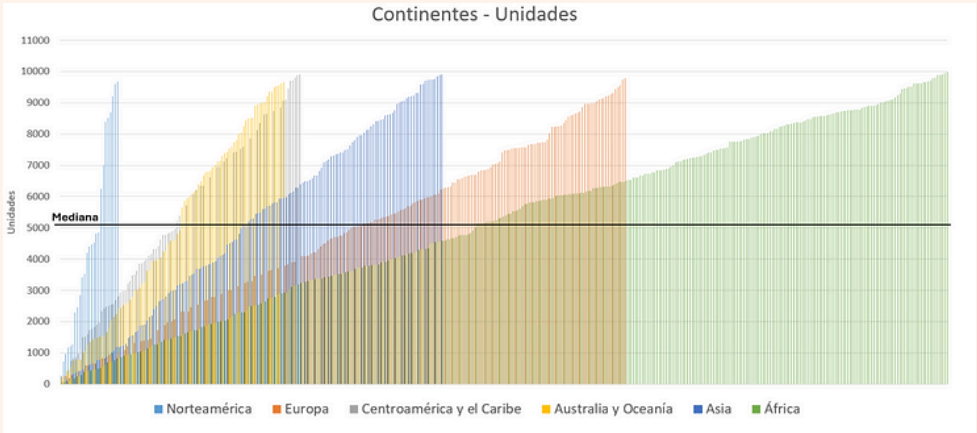
# Análisis de un Registro de Ventas

## Grupo 2

Estudio estadístico de un registro de mil ventas de una empresa.

### 01. Continentes con Unidades superiores a la mediana

Unidades vendidas según el Continente al que pertenecen.  
Todos los continentes cuentan con unidades superiores a la mediana. África cuenta con más unidades vendidas y el valor de Unidades vendidas más alto.

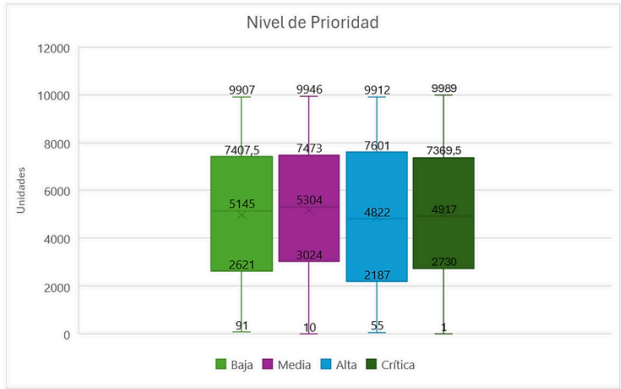
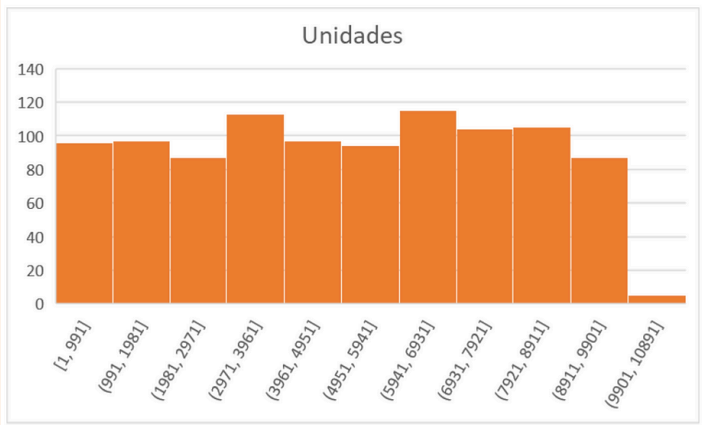


### 02. Distribución de productos

Los productos mas vendidos de la empresa son los que corresponden a la categoría de Alimentos y Bebidas, representan el 60% de las ventas totales.

### 03. Cantidad de unidades vendidas

Casi 120 clientes han comprado entre 5941 y 6931 unidades, mientras que cerca de 5 clientes han comprado 9901 a 10 891 unidades de productos.



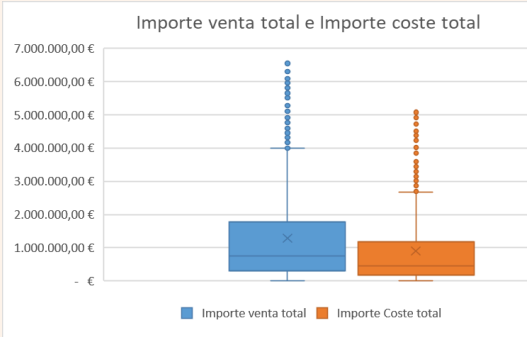
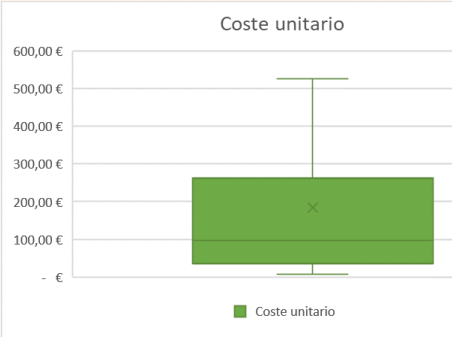
### 04. Nivel de prioridad

El orden de las frecuencias de las prioridades es el siguiente:

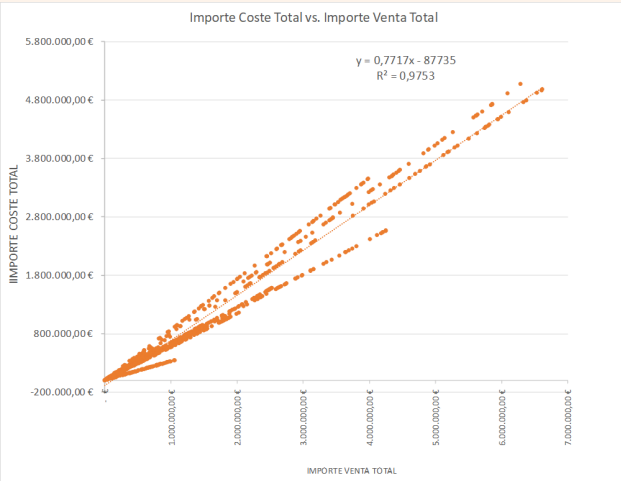
1. Media
2. Crítica
3. Baja
4. Alta.

Es decir, existe una mayor demanda de productos con la prioridad “Media” y una menor demanda con prioridad “Alta”

### 05. Menor dispersión entre coste unitario, importe venta total e importe coste total



La variable coste unitario presenta la menor dispersión en comparación con importe venta e importe coste. Se presenta una asimetría hacia la derecha en los datos de cada variable.



### 06. Relación entre Importe Venta Total e Importe Coste Total

Como se puede observar en el diagrama, existe una relación proporcional entre ambas variables, pues se presenta una tendencia positiva. A medida que el Importe Venta Total aumenta, el Importe Coste total también aumenta.

### Referencias

Huilca, F. et. al. (2024) Revisión 3. Probabilidad y Estadística.  
<https://fernandohuilca3.wixsite.com/probabilidad-y-estad/post/revisi%C3%B3n-3>