



RESUMEN EJECUTIVO

HILARÍA ADIMA VÁSQUEZ DURAN
LA PAZ- BOLIVIA



OBJETIVOS DEL ANALISIS DE DATOS

Realizar el análisis de la crisis que experimento en periodos recientes la empresa para poder crear las métricas en venta y cantidad de clientes

Caracterizar la situación financiera, productiva y comercial de las farmacias que se encuentran en Francia, Inglaterra y España.

Realizar una recopilación de datos que permita comparar los resultados estadísticos de las ventas que se realizas con las ventas esperadas..

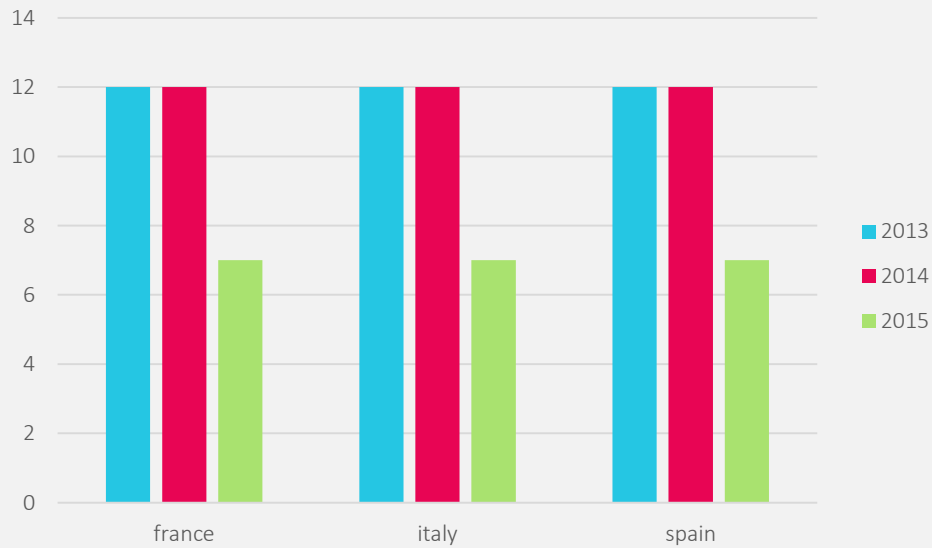
COMUNICACIÓN DE LOS RESULTADOS

Cuando realizamos análisis desde un punto de vista científico para un problema del mundo real, uno de los puntos más relevantes es plantear adecuadamente las preguntas que queremos contestar y con las cuales daremos soluciones al problema en cuestión. En el caso de la empresa Rossman Pharma es de verificar las ventas y fidelización de clientes en los países de Francia, Inglaterra y España. Se utilizó el Análisis Reportes Estadísticos.



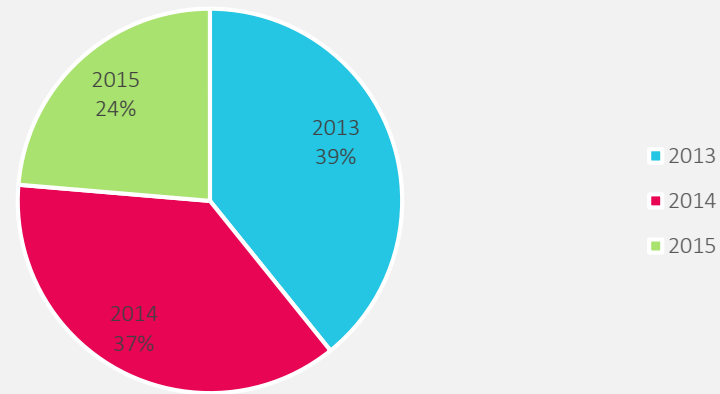
COMUNICACIÓN DE LOS RESULTADOS

Donde se puede observar los límites de confianza de prevención superior e inferior al crecimiento de ventas, que son las mismas en España, Francia e Italia.



Se desarrolló un programa que construyó diagramas de cajas sobre la cantidad promedio de ventas por customer al día que atienden las tiendas. por los diferentes años en que ha existido la tienda, viendo la crisis de la baja en el 24% del año 2015.

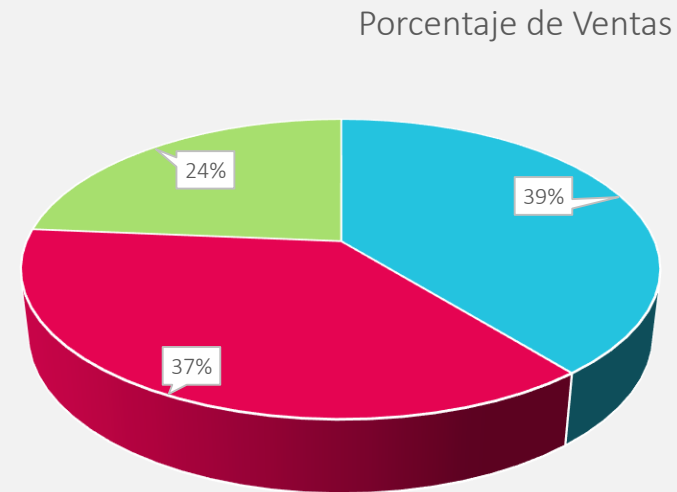
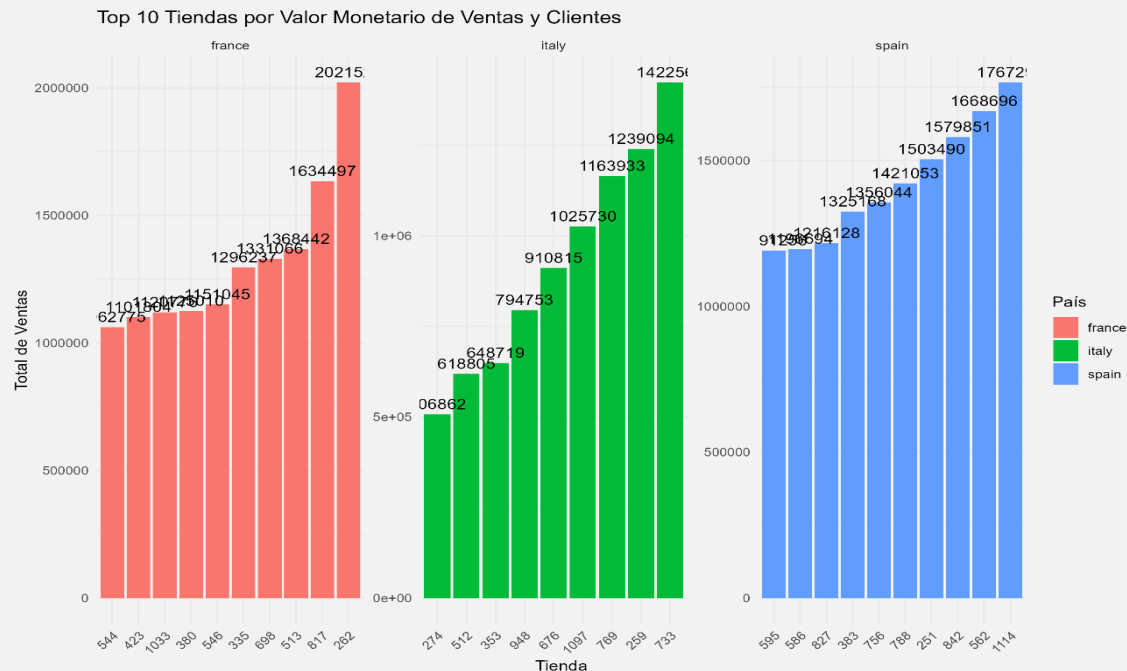
cantidad de promedio de ventas



COMUNICACIÓN DE LOS RESULTADOS

Se efectuó el análisis para demostrar la parte de la debilidad para encontrar el 95% de los datos alrededor del promedio de ventas. Para ese efecto se desarrolló el histograma de frecuencias de la variable avg_sales_customer.

Se realizó cuáles son las tiendas que se encuentran en top 10 en valor monetario de ventas y top 19 en cantidad de clientes de cada país, considerando el desempeño de tres meses hacia atrás a partir de la última fecha disponible donde existe data. El resultado se deberá proporcionar mediante una visualización donde a la vez se indique la cantidad promedio de ventas de cada tienda del top y promedio de clientes de cada tienda.



2013
2014
2015

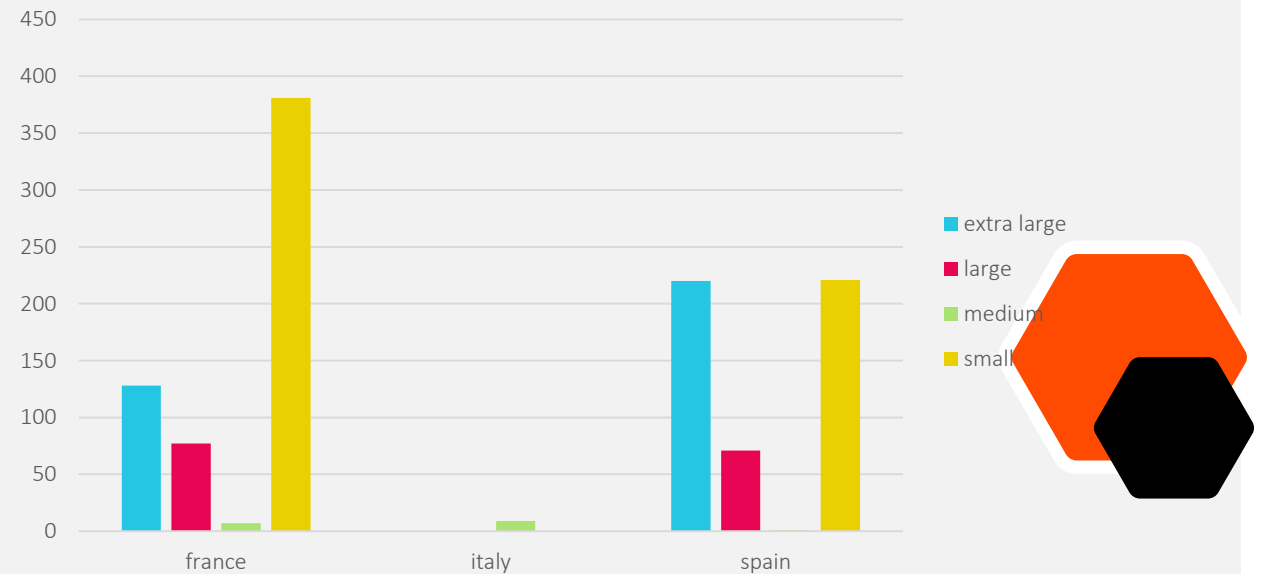
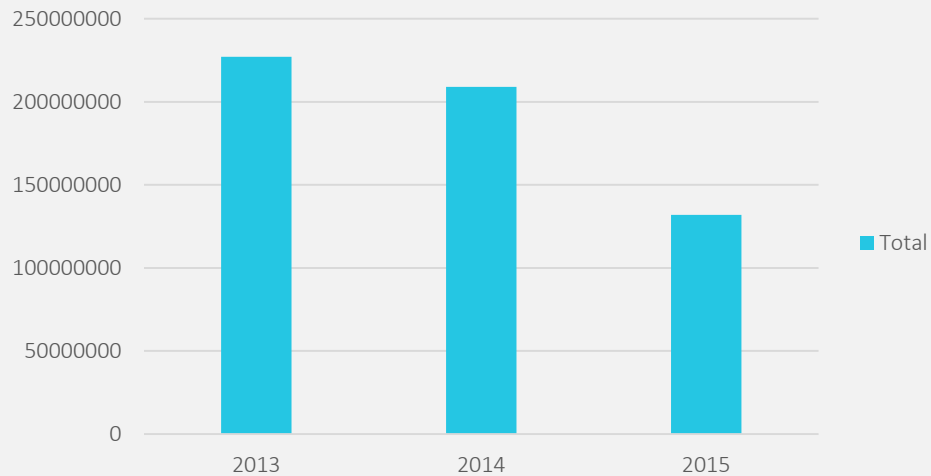


COMUNICACIÓN DE LOS RESULTADOS

Se creó el análisis de la evolución de las ventas (en millones de dólares) considerando todos los datos históricos desde su existencia.

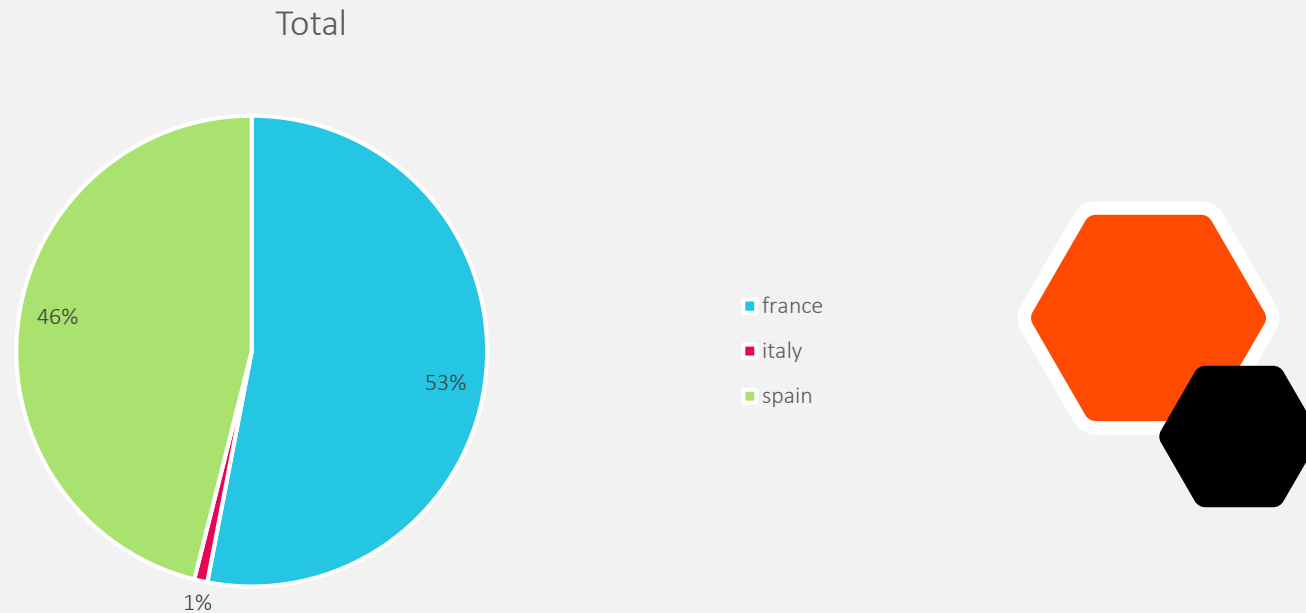
Se desarrolló que construya diagramas de cajas de la cantidad promedio de ventas por customer al día que atienden las tiendas. Dicha visualización deberá segmentarse de forma que permita revisar en una misma figura como varían los diagramas de caja por los diferentes años en que ha existido la tienda.

Dinero de datos historicos de ganancias



COMUNICACIÓN DE LOS RESULTADOS

Se desarrolló que construya diagramas de cajas de la cantidad promedio de ventas por customer al día que atienden las tiendas, el país que tubo más influencia fue en ventas es Francia y el que lleva a la crisis es Italia.



CONCLUSIONES

La empresa realiza las entregas y pedidos de órdenes existiendo los siguientes factores:

De acuerdo al análisis realizado, el país que no realiza muchas ventas es Italia comparando con Francia y España y eso hace que bajen la inversión. El país que tiene mayor aceptación en venta es Francia.

Se debe realizar análisis de ventas de productos trimestralmente, para poder cubrir la demanda de productos, esto con lleva a una toma de decisiones de ver el redimiendo de por cada uno de los países.

Planificar estrategias de distribución de productos, para poder tener el pedido del cliente en un tiempo estimado y evitar retrasos prologados.

Conformar un equipo de marketing capacitado para crear estrategias de ventas con relación a Italia, Francia y España para la fidelización de clientes.

LIMITACIONES

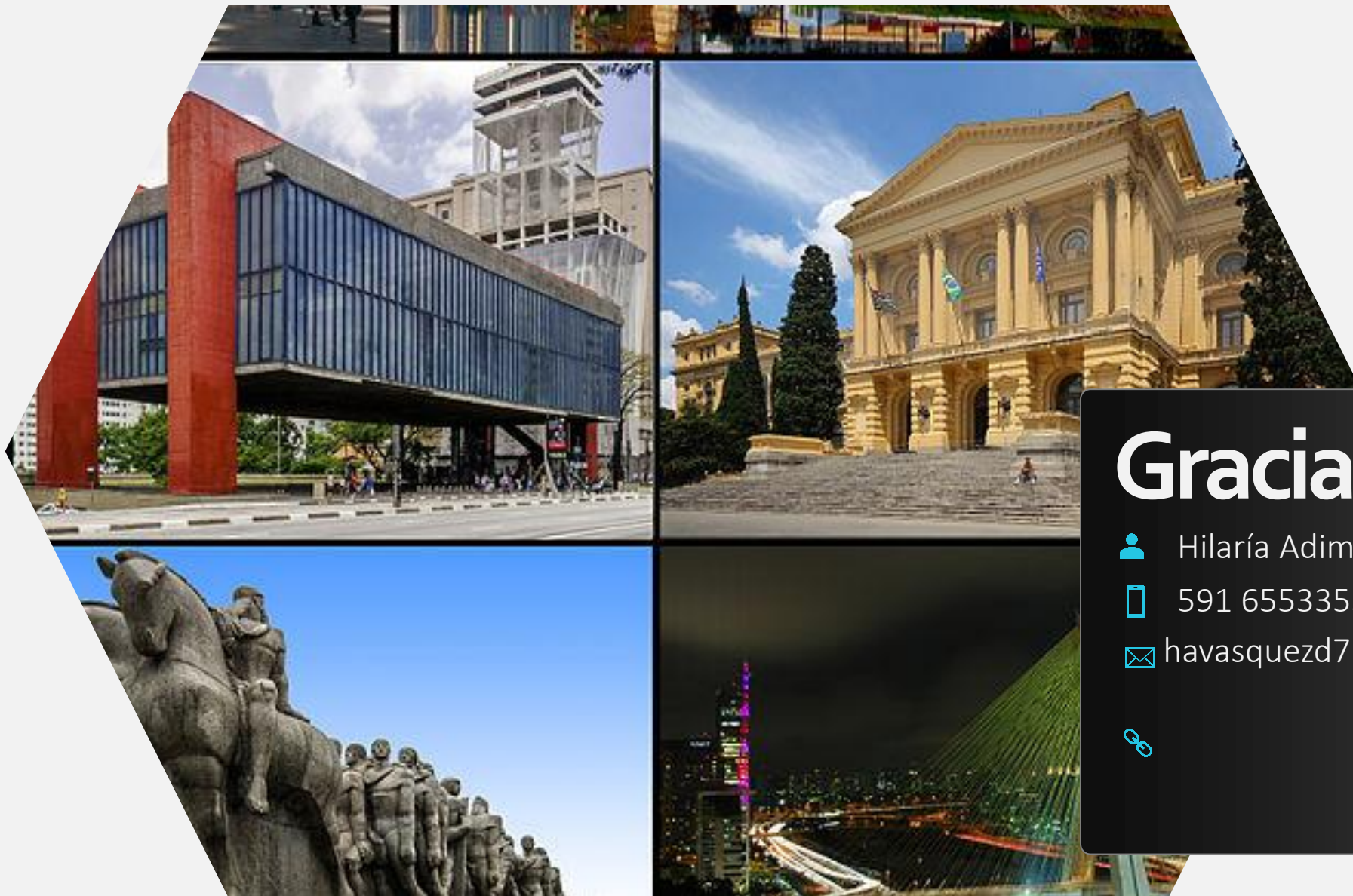
Los obstáculos a presentarse, el tiempo de la capacitación de las personas que serán parte de la empresa.



Contar con el personal o software que realice el análisis trimestral de la venta de los productos para la toma de decisiones de aquellos que se venden y los que no se logran vender.



Tener el presupuesto necesario para poder contratar nuevo personal en especial de marketing.



Gracias

👤 Hilaría Adima Vásquez Duran

📱 591 65533537

✉️ havasquezd710316@Gmail.com

