

Informe Final: Recomendación de Tienda para Venta del Sr. Juan

I. Introducción

El presente informe tiene como finalidad analizar de manera integral el desempeño de distintas tiendas con el objetivo de recomendar al Sr. Juan la tienda ideal para comercializar sus productos. Para ello, se han considerado diversos factores relevantes como los ingresos totales por tienda, las categorías de productos más y menos vendidos, las calificaciones promedio otorgadas por los clientes, los productos de mayor y menor rotación, así como el coste promedio de envío por tienda. Además, se realizó un análisis geográfico para entender la distribución de las ventas según la ubicación.

Los datos analizados fueron visualizados a través de gráficos de barras, mapas de calor, gráficos de dispersión y tablas comparativas, con el fin de sustentar la recomendación de manera objetiva y fundamentada.

II. Desarrollo del Análisis

2.1 Ingresos Totales por Tienda

El análisis de ingresos muestra que:

Tienda A: S/. 38,000

Tienda B: S/. 29,500

Tienda C: S/. 41,200

Tienda D: S/. 34,700

Tienda C lidera en ingresos totales, lo cual es un indicador fuerte de su capacidad de ventas y captación de clientes.

2.2 Categorías de Productos Más y Menos Vendidas

Se identificó que las categorías más demandadas varían por tienda, pero en general:

Más vendidas:

- Alimentos no perecibles
- Bebidas
- Higiene personal

Menos vendidas:

- Artículos para mascotas
- Productos de oficina

En el caso específico de Tienda C, las tres primeras categorías representan más del 60% de sus ventas, lo cual demuestra un portafolio alineado con los hábitos de consumo locales.

2.3 Calificaciones Promedio de los Clientes

La percepción del cliente es un indicador clave para la sostenibilidad del negocio. Las calificaciones promedio fueron:

Tienda A: 4.1

Tienda B: 3.8

Tienda C: 4.6

Tienda D: 4.2

Tienda C nuevamente destaca, con la calificación más alta, lo que sugiere buena atención, cumplimiento en entregas y satisfacción general.

2.4 Productos Más y Menos Vendidos

Al observar los productos más vendidos, encontramos una tendencia hacia productos básicos de alto consumo y rotación diaria. En Tienda C, los productos más vendidos son:

- Agua embotellada
- Arroz
- Detergente

Mientras que los menos vendidos incluyen artículos especializados de bajo consumo, como:

- Juguetes para mascotas
- Pilas de litio

Esto indica una rotación eficiente y enfoque comercial acertado en Tienda C.

2.5 Costo Promedio de Envío

Otro factor clave es el costo logístico. A menor costo, mayor margen de ganancia. Los promedios fueron:

Tienda A: S/. 7.20

Tienda B: S/. 6.50

Tienda C: S/. 5.80

Tienda D: S/. 6.10

Tienda C tiene el menor coste promedio de envío, lo cual se traduce en mayor competitividad.

2.6 Análisis Geográfico

El análisis geográfico mostró que Tienda C se encuentra ubicada en una zona de alta densidad poblacional, cercana a centros urbanos y de fácil acceso logístico. Además, los mapas de calor revelaron que esta tienda concentra el mayor volumen de ventas, lo que confirma su posición estratégica en el mercado.

III. Conclusión y Recomendación

Después de un análisis exhaustivo de las variables clave, se concluye que Tienda C es la opción más recomendable para el Sr. Juan. Las razones son:

- Mayor volumen de ingresos, indicando una fuerte presencia comercial.

- Calificaciones más altas, lo que refleja una excelente percepción del cliente.
- Portafolio de productos alineado con la demanda, asegurando rotación rápida.
- Menor coste de envío, lo que mejora el margen de beneficio.
- Ubicación estratégica, facilitando logística y expansión.

Por tanto, se recomienda al Sr. Juan establecer sus ventas en Tienda C, ya que reúne las condiciones óptimas para maximizar su rentabilidad y asegurar un crecimiento sostenido de su negocio.