### ****RESUMEN EJECUTIVO****

**Empresa: MarketMind  
Fecha: 29/06/2025  
Elaborado por: José Luis Bolaños Herrera, Analista de Datos**

### ****1. Objetivos****

* Identificar oportunidades de optimización en ventas mediante:
* Análisis de productos más rentables y populares.
* Detección de patrones estacionales.
* Recomendaciones basadas en datos para estrategias comerciales.

### ****2. Hallazgos Clave****

#### ****Desempeño por Categoría****

| ****Categoría**** | ****% Valor Ventas**** | ****Productos Destacados**** |
| --- | --- | --- |
| ****Technology**** | 37% | Phones (39%), Machines (22%) |
| ****Furniture**** | 31% | Chairs (44%), Tables (27%) |
| ****Office Supplies**** | 32% | Storage (31%), Binders (28%) |

* ****Office Supplies**** lidera en volumen de ventas (Binders y Paper).
* ****Technology**** genera mayor margen por transacción (Phones).

#### ****Tendencias Temporales****

* ****Pico anual:**** Septiembre-Diciembre (+35% vs promedio).
* ****Mes crítico:**** Febrero (caída del 30%).
* ****Estabilidad:**** Abril-Julio ($40K mensuales).

#### ****Clientes****

* ****Segmento principal:**** Consumer.
* ****Categoría preferida:**** Office Supplies.

### ****3. Recomendaciones Estratégicas****

#### ****Optimización de Inventario****

* ****Aumentar stock de:****
  + Phones y Machines (Technology) para maximizar margen.
  + Chairs (Furniture) en Q3-Q4 (temporada alta).
* ****Reducir inventario en Febrero**** (periodo bajo).

#### ****Estrategias Comerciales****

* ****Paquetes promocionales:****
  + "Home Office Bundle" (Chair + Binder + Phone).
  + "Tech Upgrade" (Phone + Accessories con descuento).
* ****Campañas agresivas en Febrero:**** Descuentos para compensar caída.

#### ****Marketing****

* ****Enfoque en Consumer:****
  + Programas de fidelización para compradores frecuentes de Office Supplies.
  + Email marketing destacando Phones y Chairs en meses pico (Sep-Dic).

#### ****Planificación Anual****

| ****Acción Clave**** | ****Periodo**** | ****Responsable**** | ****KPI de Éxito**** |
| --- | --- | --- | --- |
| ****Refuerzo de Inventario (Technology)**** | Agosto - Septiembre 2024 | Logística/Compras | Aumento del 20% en stock de Phones y Machines |
| ****Campaña Febrero (Recuperación de Ventas)**** | 1-28 Febrero 2024 | Marketing/Ventas | Reducción de caída a solo 10% vs. 30% histórico |
| ****Lanzamiento de Bundles**** | Abril 2024 | Producto/Ventas | 15% de ventas totales atribuidas a bundles |
| ****Programa de Fidelización (Office Supplies)**** | Mayo - Diciembre 2024 | CRM/Marketing | +25% de recompra en clientes Consumer |
| ****Monitoreo Post-Campañas**** | Trimestral | Data Analytics | Informes de ROI con métricas mensuales |