

Asignatura	Datos del alumno	Fecha
Gobierno del Dato y Toma de Decisiones	Apellidos: ULLOA TORRES	28-10-2023
	Nombre: JAVIER JESUS	

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA

MÁSTER UNIVERSITARIO EN ANÁLISIS Y VISUALIZACIÓN DE DATOS MASIVOS

Gobierno de datos

Gobierno de datos

Alumno: Javier Jesus Ulloa Torres

Profesor: Jesús Cigales Canga

Asignatura	Datos del alumno	Fecha
Gobierno del Dato y Toma de Decisiones	Apellidos: ULLOA TORRES	28-10-2023
	Nombre: JAVIER JESUS	

Tabla de Contenido

Fase I y Fase II: Sitio web en google con monitoreo en Analíticas 3

Fase III: Dashboard en Power BI 5

Asignatura	Datos del alumno	Fecha
Gobierno del Dato y Toma de Decisiones	Apellidos: ULLOA TORRES	28-10-2023
	Nombre: JAVIER JESUS	

Fase I y Fase II: Sitio web en google con monitoreo en Analíticas

1. Creación de la página en Google Sites

Se creó un sitio web con motivo de cursos en línea. El sitio tiene 4 pestañas: Inicio, Agenda, Ponentes y Lugar. Enlace de la página en google sites:

<https://sites.google.com/view/jut-unir-gobierno-datos/>

2. Integración del sitio google con las google analítica

Se configuró el ID de seguimiento de google analytics, es el siguiente:

G-7ZC3JH1CQN

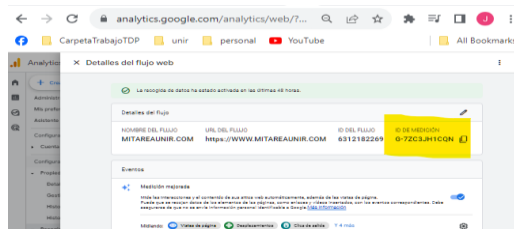


Figura 1 Creación de cuenta



Figura 2 Configuración ID Seguimiento

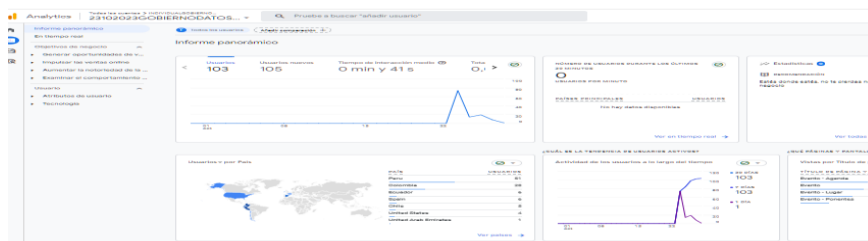


Figura 3 Monitoreo activo del site

3. Estadísticas recolectadas para audiencia, adquisición, conversión y comportamiento.

Tabla 1. Estadísticas de google analytics

Concepto	Estadística
----------	-------------

Asignatura	Datos del alumno	Fecha
Gobierno del Dato y Toma de Decisiones	Apellidos: ULLOA TORRES	28-10-2023
	Nombre: JAVIER JESUS	

KPI Adquisición, Usuarios nuevos. Se tienen 95 de la “Directa”. En cambio, para “búsquedas” no superan 10 usuarios.

-Conclusión y recomendaciones, Se recomienda promocionar en Facebook o Linked-in para ganar visitas.

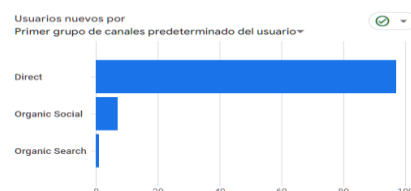


Figura 4 Estadística - Procedencia de usuarios

KPI Adquisición : Nuevos por país. Se tienen usuarios fuera de Latinoamérica tenemos 4 para estados unidos y 1 para Emiratos Árabes.

-Conclusión y recomendaciones, considerar el uso del inglés para aquellos países que no usan español.



Figura 5 Usuarios por país

KPI Comportamiento: Visitas por página. Se tienen 2.6 visitas para la página y 1.1 visitas para ponentes.

- Conclusión y recomendaciones, se debe invitar a experto extranjeros para incrementar el interés del visitante.

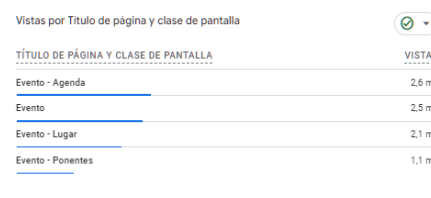


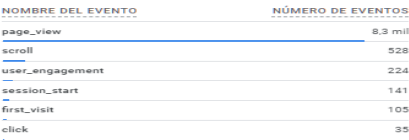
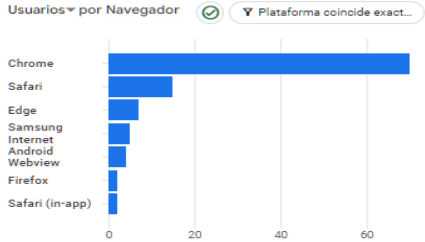
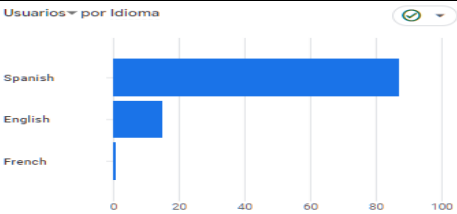
Figura 6 Visualizaciones de usuario por pagina

KPI comportamiento: Tendencia de ingresos. La tendencia al ingreso decreció. - Conclusión y recomendaciones, la promoción del link surtió efecto corto tiempo. Se debe evaluar propaganda periódica.



Figura 7. Tendencia de ingresos de usuarios

Asignatura	Datos del alumno	Fecha
Gobierno del Dato y Toma de Decisiones	Apellidos: ULLOA TORRES	28-10-2023
	Nombre: JAVIER JESUS	

<p>KPI Comportamiento: Registro de eventos.</p> <p>Los eventos principales se registraron en la página principal, lo cual sugiere es llamativa e interesante para los usuarios.</p> <p>-Conclusión y recomendaciones, implementar promociones en la página.</p>	 <p>Figura 8. Principales eventos registrados</p>
<p>KPI Comportamiento: tipo de navegadores.</p> <p>Chrome con más de 60 visita, luego lo siguen Safari 20. Con menos de 10 tenemos Edge, Samsung, Android webview, Firefox y Safari.</p> <p>-Conclusión y recomendaciones, aumentar el soporte a navegadores diferentes.</p>	 <p>Figura 9. Navegadores webs más usados</p>
<p>KPI Audiencia. Predomina el español. Luego inglés con 20 usuarios y 1 usuario que habla Francés.</p> <p>-Conclusión y recomendaciones, incluir otros lenguajes además del español para captar mas clientes. Ofrecer cursos en otros idiomas.</p>	 <p>Figura 10. Idioma por usuario</p>

Fase III: Extracción de datos e implementación de Dashboard en Power BI

1. Dataset seleccionado

Se elige el conjunto de datos público de “Brazilian E-Commerce” de “Olist” que contiene 100 mil registros de órdenes de compra del 2016 al 2018 en diversas empresas brasileiras.

Asignatura	Datos del alumno	Fecha
Gobierno del Dato y Toma de Decisiones	Apellidos: ULLOA TORRES	28-10-2023
	Nombre: JAVIER JESUS	

Se tiene información de estados del delivery, precios de productos por rubro, localización de clientes y vendedores, ciudades, características de los envíos y pagos. El dataset se encuentra disponible en: <https://www.kaggle.com/datasets/olistbr/brazilian-ecommerce/data>

El conjunto de datos fue construido inicialmente con las siguientes tablas:

Tabla 2. Resumen de tablas del conjunto de datos Dataset Brazilian E-Commerce

Tabla de dimensiones
<ul style="list-style-type: none"> olist_order_reviews_dataset, contiene la información de la calificación y detalle de clientes. product_category_name_translation, donde Se encuentra la traducción de portugués a Ingles, de los nombres de productos. olist_orders_dataset, información sobre los pedidos, incluyendo fechas de compra y detalles de entrega. olist_customers_dataset, donde están los clientes, como su ubicación y estado. olist_geolocation_dataset, ubicaciones de ciudades y estados. olist_sellers_dataset, información de vendedores, como su ubicación y estado.
Tabla de Hechos
<ul style="list-style-type: none"> olist_order_items_dataset, donde están la información de los productos vendidos y las cantidades. olist_order_payments_dataset, donde está la información de los pagos asociados, los detalles y valores de pagos.

Transformación de datos: Se agregaron dos tablas de dimensiones al conjunto de datos y se unieron a las tablas de hechos.

Tabla 3. Tablas nuevas dim para el modelo

Asignatura	Datos del alumno	Fecha
Gobierno del Dato y Toma de Decisiones	Apellidos: ULLOA TORRES	28-10-2023
	Nombre: JAVIER JESUS	



Figura 14 Dashboard de ventas propuesto

Tabla 4. Detalle de indicadores y objetivos en Dashboard

Indicadores KPI	Objetivos
<p>Tres controles de tipo ficha que son:</p> <ul style="list-style-type: none"> KPI Calificación del servicio KPI tiempo de entrega KPI promedio de la orden. 	<p>-Medir la calidad del servicio de entrega de los pedidos</p> <p>-Medir el tiempo de entrega promedio de las ordenes.</p> <p>-Medir el peso promedio de los envio.</p>
<p>Un control de tipo línea de tiempo:</p> <ul style="list-style-type: none"> KPI número de ordenes entregadas 	<p>-Mostrar la evolución del número de ordenes entregadas</p>
<p>Un control del tipo torta:</p> <ul style="list-style-type: none"> KPI Preferencia medios de pago 	<p>-Mostrar la distribución en las preferecias del tipo de pago.</p>
<p>Tres controles del tipo grafico de barras:</p> <ul style="list-style-type: none"> KPI Unidades vendidas por ciudad KPI Costo promedio de envío KPI Plazo de pagos de crédito KPI Ventas por ciudad 	<p>-Medir las unidades vendidas por la ciudad</p> <p>-Calcular el costo promedio de envio.</p> <p>-Identificar la preferencia en plazos de creditos.</p> <p>-Identificar el monto de ventas por ciudad.</p>

Asignatura	Datos del alumno	Fecha
Gobierno del Dato y Toma de Decisiones	Apellidos: ULLOA TORRES	28-10-2023
	Nombre: JAVIER JESUS	

Analisis: El dashboard permite entender el comportamiento del mercado de e-commerce en Brasil. Se puede visualizar de forma sencilla aspectos muy importantes como las ventas totales segmentada por ciudades, unidades por tipo de producto vendidas, preferencias o medios de pago por segmentos o ciudades de todo Brasil. Así como conocer la evaluación del servicio al cliente con la calificación de ordenes de envío, tiempos promedio de entrega.

Conclusiones

1. Respecto al contexto, se nota un crecimiento considerable en el nivel de ventas para el ecommerce Brasil en el intervalo de 2016 al 2018.
2. Respecto a las ventas, el número de unidades vendidas se ha incrementado de forma considerable. Por ejemplo en muebles y decoraciones podemos ver que antes de Feb-2017 se vendieron 1.4K unidades. Pero para Marz-2018 en mismo rubro vendió 19k unidades.
3. Respecto a la distribución de productos, para en Dic-2016 se tiene un tiempo promedio de 20 días. Para la fecha de Dic-2017 tenemos 13 días.
4. Respecto a las preferencias de medio de pago en el 2016 estábamos con 69% de tarjeta de crédito. En cambio para el 2019 pasamos a 73%. Además que se puede ver, también existe un incremento en dos puntos aprox en el número de cuotas de plazo de pago.

Recomendaciones para toma de decisiones

1. Realizar inversiones para diversificar hacia distintos rubros con el fin de generar más ingresos para la empresa.
2. Debido al aumento en el número de unidades vendidas y la reducción en el tiempo de entrega de productos. Mejorar sus canales de distribución y para mantener un nivel de servicio al cliente en las entregas.
3. Reducir el costo del envío, puede generar que los clientes al conseguir mejores precios y compren más seguido. Esto producirá más ventas y por consecuencias más ingresos de ventas.
4. Lanzar promociones de productos con tarjetas de crédito, para plazos de 1 a 3 cuotas.