



ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE VENTAS Y RENTABILIDAD DE ADIDAS

CODERHOUSE 2025



JUAN FRANCO FIORE

DATA ANALYTICS
Comisión 69090

Índice

Descripción del dataset elegido	3
Justificación	3
Hipótesis.....	3
Objetivo del proyecto.....	4
Usuario final al cual estará dirigido al análisis	4
Descripción de los datos	5
a) Ventas:	5
b) Minoristas:	5
c) Ciudades:.....	6
d) Estados:	6
e) Regiones:	6
f) Métodos venta:.....	6
g) Categorías productos:	7
Diagrama Entidad - Relación.....	7
Transformaciones realizadas	8
Tabla Ventas	8
Tabla Minoristas.....	8
Tabla Ciudades	9
Tabla Estados	9
Tabla Regiones.....	10
Tabla Métodos venta	11
Tabla Categorías productos.....	12
Medidas calculadas	13
a) Monto total de costos	13
b) Monto total de ganancias.....	13
c) Monto total de ventas	14
d) Promedio de margen de ganancia	14

e) Total unidades vendidas	14
f) Ventas en la tienda	14
g) Ventas en outlet.....	14
h) Ventas online.....	14
i) Ventas realizadas	14
j) Número de Estados	15
k) Número de Ciudades.....	15
l) Número de regiones.....	15
Modelo de datos relacional hecho en Power BI.....	15
Descripción del tablero	16
Hoja 1: Portada	16
Hoja 2: Métricas y KPIs – Ventas	16
Hoja 2: Métricas y KPIs – Ganancias	17
Hoja 3: Métodos de venta y minoristas	18
Hoja 4: Categorías	18
Hoja 5: Ubicación – Estados	19
Hoja 5: Ubicación – Ciudades	20
Conclusión.....	20
Futuras líneas.....	21

Descripción del dataset elegido

En términos generales, y como motivo de brindar una breve introducción se puede afirmar que: el dataset elegido sobre el cual se trabajará contiene información detallada referida a las ventas de bienes muebles (calzado e indumentaria) de la empresa Adidas realizadas en diferentes ubicaciones geográficas, hechas por distintos métodos de compra y durante un periodo de tiempo determinado (años 2020 – 2021) dentro del país de los Estados Unidos de América.

Justificación

Este dataset fue elegido debido a que lo considero más que interesante para realizar un trabajo dentro del campo del análisis de datos debido a sus características y tipos de datos que presenta. El dataset cuenta con diversos campos y métricas lo que permitirá realizar un estudio detallado, abarcado desde diversas perspectivas, con el objetivo de extraer insights útiles para la toma de decisiones. Además, representa un modelo de negocio bastante realista de las operaciones realizadas por una empresa, lo que funcionará como una práctica más que importante para un posible futuro en el ambiente laboral.

Hipótesis

Se plantearon las siguientes hipótesis:

a) La primera hipótesis planteada consiste en que las ventas en línea generan mayores ingresos que las ventas en las tiendas físicas. En la actualidad, debido al cambio en los hábitos de compra de los consumidores, el avance tecnológico en diversos campos (acceso a internet, canales de distribución, entre otros) y el crecimiento del ecommerce se puede evidenciar una disminución del volumen de ventas de forma presencial.

b) La segunda hipótesis consiste en que, la categoría de calzado tiene un mayor volumen de venta y margen de ganancia que la venta de indumentaria. En una empresa tan grande como Adidas, dedicada a comercializar distintas categorías de productos es importante analizar la rentabilidad que genera cada categoría para poder tomar

decisiones estratégicas y desarrollar estrategias de marketing que contribuyan a elevar la rentabilidad de la empresa.

Objetivo del proyecto

El principal objetivo del presente análisis será evaluar el impacto que tienen las ventas realizadas en la tienda en línea frente a las ventas realizadas en los locales físicos para poder determinar la rentabilidad que tienen las diversas categorías que comercializa la empresa así poder implementar medidas para corregir las debilidades y potenciar las fortalezas identificadas en dicho análisis.

Se trata de un aspecto relevante para tener en cuenta ya que, al comprender como los diferentes canales de venta y las categorías de productos repercuten en los ingresos y rentabilidad de la empresa es posible definir nuevas estrategias comerciales, ya sean en aspectos productivos, infraestructura y/o marketing.

Usuario final al cual estará dirigido al análisis

El presente informe contiene información de relevancia para diversos actores en su afán de tomar decisiones estratégicas basadas en información útil. Por ende, este análisis podría estar dirigido a los siguientes usuarios:

a) Directores ejecutivos y gerencia general: a partir de este análisis se podrá obtener una visión general del desempeño global, actual y pasado, de la empresa a través de aspectos relevantes como que método de venta es mas eficiente o que categoría de productos genera más ingresos.

b) Departamento de ventas: es importante que conozcan que canal de venta es el más efectivo y redituable para enfocar sus esfuerzos en aquello que le genera más ingresos a la empresa, y además, que aspectos pueden ser mejorados.

c) Departamento de marketing: en base a la información contenida en este informe, los encargados de esta área funcional podrán diseñar e implementar diversas estrategias de marketing que contribuyan a alcanzar los objetivos estratégicos propuestos por la empresa.

d) Departamento de operaciones y logística: es importante conocer el volumen de comercialización de cada tipo de producto posee ya que esto afecta a la rotación de inventario de la empresa, con el objetivo principal de evitar costos extra en almacenamiento innecesario y/o problemas de falta de stock.

Descripción de los datos

Los datos utilizados para la realización de este trabajo se encuentra contenida en las siete tablas que se detallan a continuación:

a) **Ventas**: Contiene información relativa a las ventas realizadas por la empresa en un periodo de tiempo determinado. Cuenta con 9648 registros.

Ventas	
Int	<u>Venta_ID</u>
Date	Fecha_facturacion
Int	Minorista_ID
Int	Ciudad_ID
Int	Cat_Producto_ID
Decimal	Precio_unitario
Int	Unidades_vendidas
Int	Total_ventas
Decimal	Ganancia
Decimal	Margen
Int	Metodo_venta_ID

b) **Minoristas**: Contiene información acerca de los comercios minoristas que comercializan los productos de la empresa Adidas. Cuenta con 120 registros.

Minoristas	
Int	<u>Minorista_ID</u>
Varchar	Minorista
Int	Minorista_Codigo
Int	Ciudad_ID

c) **Ciudades:** Contiene información acerca de las ciudades en donde se realizaron las ventas de la empresa. Cuenta con 54 registros.

Ciudades	
Int	<u>Ciudad_ID</u>
Varchar	Ciudad
Int	Estado_ID
Int	Region_ID

d) **Estados:** Contiene información acerca de los distintos Estados de EE. UU en donde se realizaron las ventas de la empresa. Cuenta con 50 registros.

Estados	
Int	<u>Estado_ID</u>
Varchar	Estado

e) **Regiones:** Contiene información acerca de las distintas regiones en las cuales se puede dividir el territorio de EE. UU en donde se realizaron las ventas de la empresa. Cuenta con 4 registros.

Regiones	
Int	<u>Region_ID</u>
Varchar	Region

f) **Métodos venta:** Contiene información acerca de las distintas alternativas que se pueden utilizar para realizar la venta de los productos de la empresa. Cuenta con 3 registros.

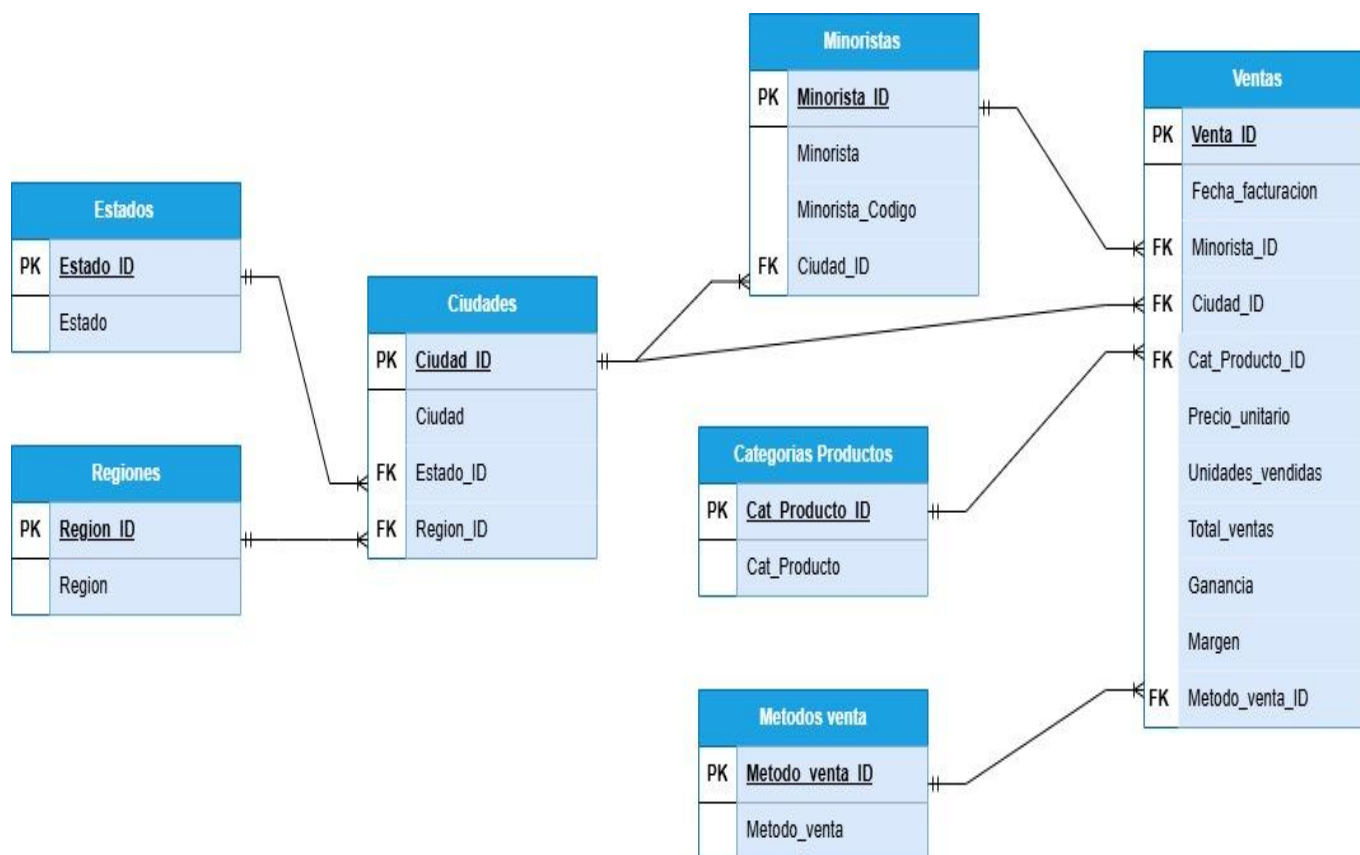
Métodos venta	
Int	<u>Metodo_venta_ID</u>
Varchar	Metodo_venta

g) **Categorías productos:** Contiene información acerca de las distintas categorías de producto que la empresa comercializa. Cuenta con 6 registros.

Categorías Productos	
Int	<u>Cat_Producto ID</u>
Varchar	Cat_Producto

Diagrama Entidad - Relación

Diagrama que muestra la relación existente entre las distintas tablas de la base de datos.



Transformaciones realizadas

Tabla Ventas

```
let
    Origen =
        Excel.Workbook(File.Contents("C:\Users\juanf\OneDrive\Documentos\Juan\Data Analytics\Data Analytics\Proyecto\Adidas ventas.xlsx"), null, true),
        VENTAS_Sheet = Origen[[Item="VENTAS",Kind="Sheet"]][Data],
        #"Encabezados promovidos" = Table.PromoteHeaders(VENTAS_Sheet,
        [PromoteAllScalars=true]),
        #"Tipo cambiado" = Table.TransformColumnTypes(#"Encabezados
        promovidos",{{"Venta_ID", Int64.Type}, {"Fecha_facturacion", type date},
        {"Minorista_ID", Int64.Type}, {"Ciudad_ID", Int64.Type}, {"Cat_Producto_ID",
        Int64.Type}, {"Precio_unitario", type number}, {"Unidades_vendidas",
        Int64.Type}, {"Total_ventas", Int64.Type}, {"Ganancia", type number}, {"Margen",
        Percentage.Type}, {"Metodo_venta_ID", Int64.Type}})
in
    #"Tipo cambiado"
```

Tabla Minoristas

```
let
    Origen =
        Excel.Workbook(File.Contents("C:\Users\juanf\OneDrive\Documentos\Juan\Data Analytics\Data Analytics\Proyecto\Adidas ventas.xlsx"), null, false),
        MINORISTAS_sheet = Origen[[Item="MINORISTAS",Kind="Sheet"]][Data],
        FilterNullAndWhitespace = each List.Select(_, each _ <> null and (not (_ is text) or
        Text.Trim(_) <> "")),
        #"Filas inferiores quitadas" = Table.RemoveLastN(MINORISTAS_sheet, each try
        List.IsEmpty(List.Skip(FilterNullAndWhitespace(Record.FieldValues(_)), 1)) otherwise
        false),
        #"Encabezados promovidos" = Table.PromoteHeaders(#"Filas inferiores quitadas",
        [PromoteAllScalars=true]),
```

```
#"Tipo cambiado" = Table.TransformColumnTypes(#"Encabezados
promovidos",{{"Minorista_ID", Int64.Type}, {"Minorista", type text}, {"Minorista_Codigo",
Int64.Type}, {"Ciudad_ID", Int64.Type}})
```

```
in
```

```
#"Tipo cambiado"
```

Tabla Ciudades

```
let
```

```
Origen =
Excel.Workbook(File.Contents("C:\Users\juanf\OneDrive\Documentos\Juan\Data
Analytics\Data Analytics\Proyecto\Adidas ventas.xlsx"), null, false),
```

```
CIUDADES_sheet = Origen{[Item="CIUDADES",Kind="Sheet"]}[Data],
```

```
FilterNullAndWhitespace = each List.Select(_, each _ <> null and (not (_ is text) or
Text.Trim(_) <> "")),
```

```
#"Filas inferiores quitadas" = Table.RemoveLastN(CIUDADES_sheet, each try
List.IsEmpty(List.Skip(FilterNullAndWhitespace(Record.FieldValues(_)), 1)) otherwise
false),
```

```
#"Encabezados promovidos" = Table.PromoteHeaders(#"Filas inferiores quitadas",
[PromoteAllScalars=true]),
```

```
#"Tipo cambiado" = Table.TransformColumnTypes(#"Encabezados
promovidos",{{"Ciudad_ID", Int64.Type}, {"Ciudad", type text}, {"Estado_ID", Int64.Type},
{"Region_ID", Int64.Type}})
```

```
in
```

```
#"Tipo cambiado"
```

Tabla Estados

```
let
```

```
Origen =
Excel.Workbook(File.Contents("C:\Users\juanf\OneDrive\Documentos\Juan\Data
Analytics\Data Analytics\Proyecto\Adidas ventas.xlsx"), null, false),
```

```
ESTADOS_sheet = Origen{[Item="ESTADOS",Kind="Sheet"]}[Data],
```

```
FilterNullAndWhitespace = each List.Select(_, each _ <> null and (not (_ is text) or
Text.Trim(_) <> "")),
```

```
#"Filas inferiores quitadas" = Table.RemoveLastN(ESTADOS_sheet, each try
List.IsEmpty(List.Skip(FilterNullAndWhitespace(Record.FieldValues(_)), 1)) otherwise
false),
```

```
#"Encabezados promovidos" = Table.PromoteHeaders(#"Filas inferiores quitadas",
[PromoteAllScalars=true]),
```

```
#"Tipo cambiado" = Table.TransformColumnTypes(#"Encabezados
promovidos",{{"Estado_ID", Int64.Type}, {"Estado", type text}})
```

```
in
```

```
#"Tipo cambiado"
```

Tabla Regiones

```
let
```

```
Origen =
```

```
Excel.Workbook(File.Contents("C:\Users\juanf\OneDrive\Documentos\Juan\Data
Analytics\Data Analytics\Proyecto\Adidas ventas.xlsx"), null, false),
```

```
REGIONES_sheet = Origen{[Item="REGIONES",Kind="Sheet"]}[Data],
```

```
FilterNullAndWhitespace = each List.Select(_, each _ <> null and (not (_ is text) or
Text.Trim(_) <> "")),
```

```
#"Filas inferiores quitadas" = Table.RemoveLastN(REGIONES_sheet, each try
List.IsEmpty(List.Skip(FilterNullAndWhitespace(Record.FieldValues(_)), 1)) otherwise
false),
```

```
#"Encabezados promovidos" = Table.PromoteHeaders(#"Filas inferiores quitadas",
[PromoteAllScalars=true]),
```

```
#"Tipo cambiado" = Table.TransformColumnTypes(#"Encabezados
promovidos",{{"Region_ID", Int64.Type}, {"Region", type text}}),
```

```
#"Columna duplicada" = Table.DuplicateColumn(#"Tipo cambiado", "Region",
"Region - Copia"),
```

```
#"Columnas con nombre cambiado" = Table.RenameColumns(#"Columna
duplicada",{{"Region - Copia", "Region ES"}}),
```

```

#"Valor reemplazado" = Table.ReplaceValue("#Columnas con nombre
cambiado","Northeast","Nordeste",Replacer.ReplaceText,{"Region ES"}),

#"Valor reemplazado1" = Table.ReplaceValue("#Valor
reemplazado","South","Sur",Replacer.ReplaceText,{"Region ES"}),

#"Valor reemplazado2" = Table.ReplaceValue("#Valor
reemplazado1","West","Oeste",Replacer.ReplaceText,{"Region ES"}),

#"Valor reemplazado3" = Table.ReplaceValue("#Valor
reemplazado2","Midwest","Medio oeste",Replacer.ReplaceText,{"Region ES"}),

#"Valor reemplazado4" = Table.ReplaceValue("#Valor
reemplazado3","Southeast","Sudeste",Replacer.ReplaceText,{"Region ES"}),

#"Columnas con nombre cambiado1" = Table.RenameColumns("#Valor
reemplazado4",{"Region ES", "Region_ES"}),

#"Valor reemplazado5" = Table.ReplaceValue("#Columnas con nombre
cambiado1","Sureast","Sudeste",Replacer.ReplaceText,{"Region_ES"})

in

#"Valor reemplazado5"

```

Tabla Métodos venta

let

```

Origen =
Excel.Workbook(File.Contents("C:\Users\juanf\OneDrive\Documentos\Juan\Data
Analytics\Data Analytics\Proyecto\Adidas ventas.xlsx"), null, false),

#"METODOS VENTA_sheet" = Origen[Item="METODOS
VENTA",Kind="Sheet"]{Data},

FilterNullAndWhitespace = each List.Select(_, each _ <> null and (not (_ is text) or
Text.Trim(_) <> "")),

#"Filas inferiores quitadas" = Table.RemoveLastN("#METODOS VENTA_sheet", each
try List.IsEmpty(List.Skip(FilterNullAndWhitespace(Record.FieldValues(_)), 1))
otherwise false),

#"Encabezados promovidos" = Table.PromoteHeaders("#Filas inferiores quitadas",
[PromoteAllScalars=true]),

```

```

#"Tipo cambiado" = Table.TransformColumnTypes("#Encabezados
promovidos",{{"Metodo_venta_ID", Int64.Type}, {"Metodo_venta", type text}}),

#"Columna duplicada" = Table.DuplicateColumn("#Tipo cambiado",
"Metodo_venta", "Metodo_venta - Copia"),

#"Columnas con nombre cambiado" = Table.RenameColumns("#Columna
duplicada",{{"Metodo_venta - Copia", "Metodo_venta_ES"}}),

#"Valor reemplazado" = Table.ReplaceValue("#Columnas con nombre
cambiado","In-store","En la tienda",Replacer.ReplaceText,{"Metodo_venta_ES"})

in

#"Valor reemplazado"

```

Tabla Categorías productos

```

let

Origen =
Excel.Workbook(File.Contents("C:\Users\juanf\OneDrive\Documentos\Juan\Data
Analytics\Data Analytics\Proyecto\Adidas ventas.xlsx"), null, false),

#"CATEGORIAS PRODUCTO_sheet" = Origen{[Item="CATEGORIAS
PRODUCTO",Kind="Sheet"]}[Data],

FilterNullAndWhitespace = each List.Select(_, each _ <> null and (not (_ is text) or
Text.Trim(_) <> "")),

#"Filas inferiores quitadas" = Table.RemoveLastN("#CATEGORIAS
PRODUCTO_sheet", each try
List.IsEmpty(List.Skip(FilterNullAndWhitespace(Record.FieldValues(_)), 1)) otherwise
false),

#"Encabezados promovidos" = Table.PromoteHeaders("#Filas inferiores quitadas",
[PromoteAllScalars=true]),

#"Tipo cambiado" = Table.TransformColumnTypes("#Encabezados
promovidos",{{"Cat_Producto_ID", Int64.Type}, {"Cat_Producto", type text}}),

#"Columna duplicada" = Table.DuplicateColumn("#Tipo cambiado",
"Cat_Producto", "Cat_Producto - Copia"),

#"Columnas con nombre cambiado" = Table.RenameColumns("#Columna
duplicada",{{"Cat_Producto - Copia", "Cat_Producto_ES"}}),

```

```
#"Valor reemplazado" = Table.ReplaceValue("#Columnas con nombre  
cambiado","Men's Street Footwear","Calzado urbano para  
hombre",Replacer.ReplaceText,{"Cat_Producto_ES"}),
```

```
#"Valor reemplazado1" = Table.ReplaceValue("#Valor reemplazado","Men's Athletic  
Footwear","Calzado deportivo para  
hombre",Replacer.ReplaceText,{"Cat_Producto_ES"}),
```

```
#"Valor reemplazado2" = Table.ReplaceValue("#Valor reemplazado1","Women's  
Street Footwear","Calzado urbano para  
mujer",Replacer.ReplaceText,{"Cat_Producto_ES"}),
```

```
#"Valor reemplazado3" = Table.ReplaceValue("#Valor reemplazado2","Women's  
Athletic Footwear","Calzado deportivo para  
mujer",Replacer.ReplaceText,{"Cat_Producto_ES"}),
```

```
#"Valor reemplazado4" = Table.ReplaceValue("#Valor reemplazado3","Men's  
Apparel","Ropa de hombre",Replacer.ReplaceText,{"Cat_Producto_ES"}),
```

```
#"Valor reemplazado5" = Table.ReplaceValue("#Valor reemplazado4","Women's  
Apparel","Ropa de mujer",Replacer.ReplaceText,{"Cat_Producto_ES"})
```

in

```
#"Valor reemplazado5"
```

Medidas calculadas

a) Monto total de costos:

Medida calculada utilizada para visualizar el costo total en el que incurrió la empresa.

```
1 Monto total de costos = SUM(VENTAS[Total_ventas]) - SUM(VENTAS[Ganancia])
```

b) Monto total de ganancias

Medida calculada utilizada para visualizar el monto total de la ganancia obtenida por la empresa.

```
Monto total de ganancias = SUM(VENTAS[Ganancia])
```

c) Monto total de ventas

Medida calculada utilizada para visualizar el monto total resultado de las ventas realizadas por la empresa.

```
Monto total de ventas = SUM(VENTAS[Total_ventas])
```

d) Promedio de margen de ganancia

Medida calculada utilizada para visualizar el margen de ganancia promedio obtenido en cada operación realizada.

```
Promedio de margen de ganancia = AVERAGE(VENTAS[Margen])
```

e) Total unidades vendidas

Medida calculada utilizada para visualizar el número total de unidades vendidas por la empresa.

```
Total unidades vendidas = SUM(VENTAS[Unidades_vendidas])
```

f) Ventas en la tienda

Medida calculada utilizada para visualizar el número de ventas que se realizaron por medio de la tienda.

```
Ventas en la tienda = CALCULATE(COUNT(VENTAS[Venta_ID]), VENTAS[Metodo_venta_ID] = 1)
```

g) Ventas en outlet

Medida calculada utilizada para visualizar el número de ventas que se realizaron por medio del outlet.

```
Ventas en outlet = CALCULATE(COUNT(VENTAS[Venta_ID]), VENTAS[Metodo_venta_ID] = 2)
```

h) Ventas online

Medida calculada utilizada para visualizar el número de ventas que se realizaron por medios digitales.

```
Ventas online = CALCULATE(COUNT(VENTAS[Venta_ID]), VENTAS[Metodo_venta_ID] = 3)
```

i) Ventas realizadas

Medida calculada utilizada para visualizar el número de transacciones que realizó la empresa durante el periodo de tiempo analizado.

```
Ventas realizadas = COUNT(VENTAS[Venta_ID])
```

j) Número de Estados

Medida calculada para utilizada para visualizar el número total de Estados dentro del dataset.

```
Estados_Total = COUNT(ESTADOS[Estado_ID])
```

k) Número de Ciudades

Medida calculada utilizada para visualizar el número total de Ciudades dentro del dataset.

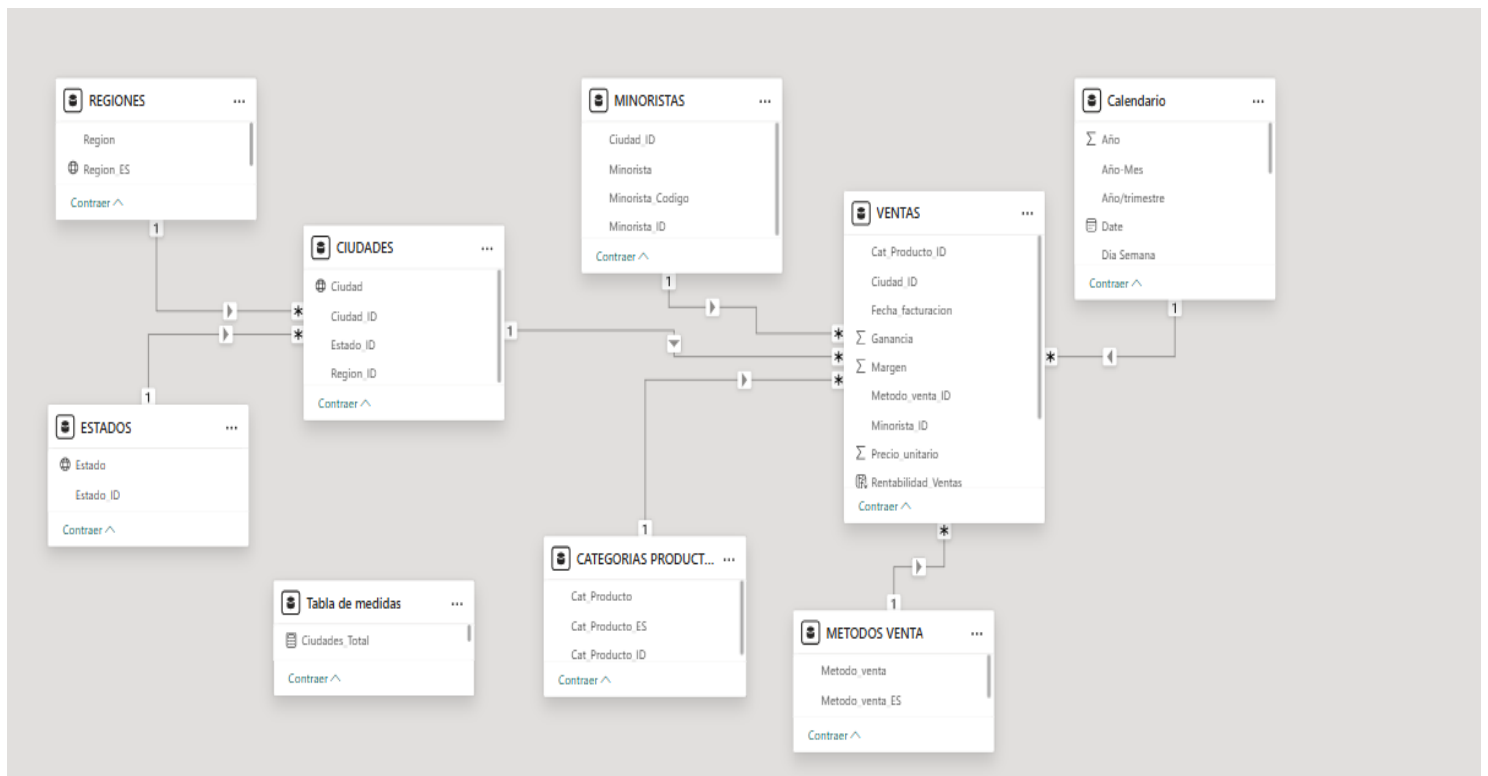
```
Ciudades_Total = COUNT(CIUDADES[Ciudad_ID])
```

l) Número de regiones

Medida calculada utilizada para visualizar el número total de regiones dentro del dataset.

```
Region_Total = COUNT(REGIONES[Region_ID])
```

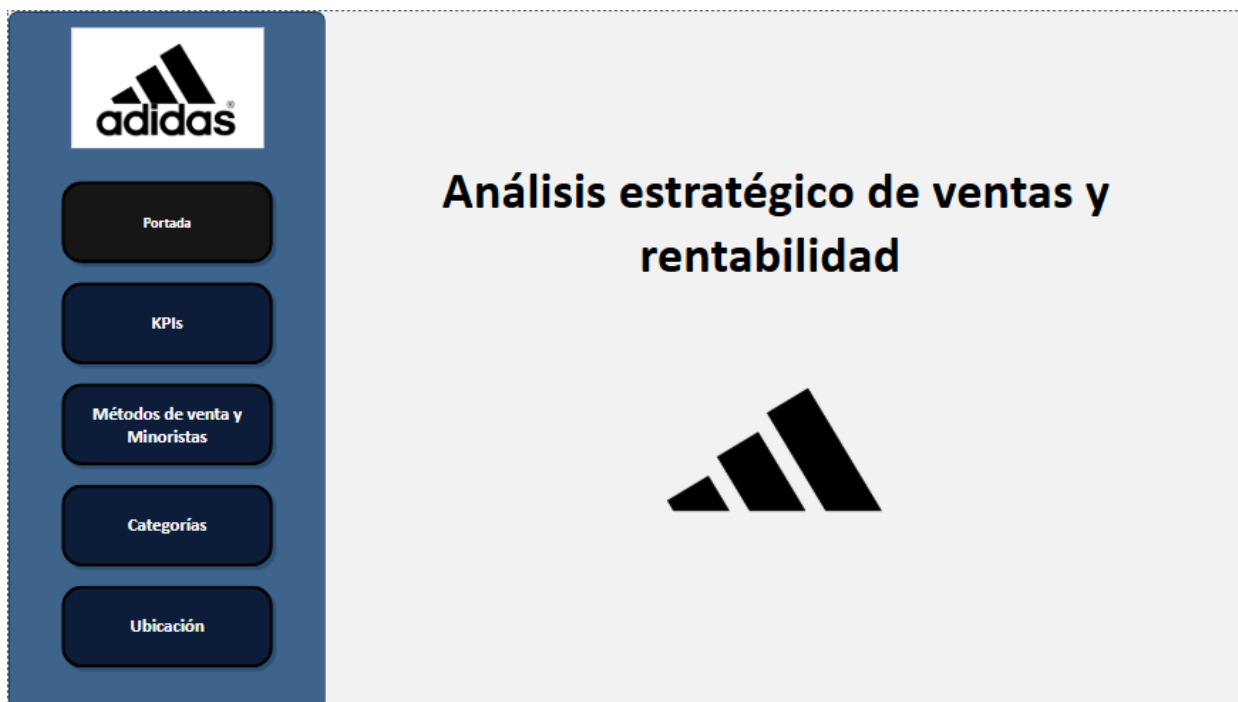
Modelo de datos relacional hecho en Power BI



Descripción del tablero

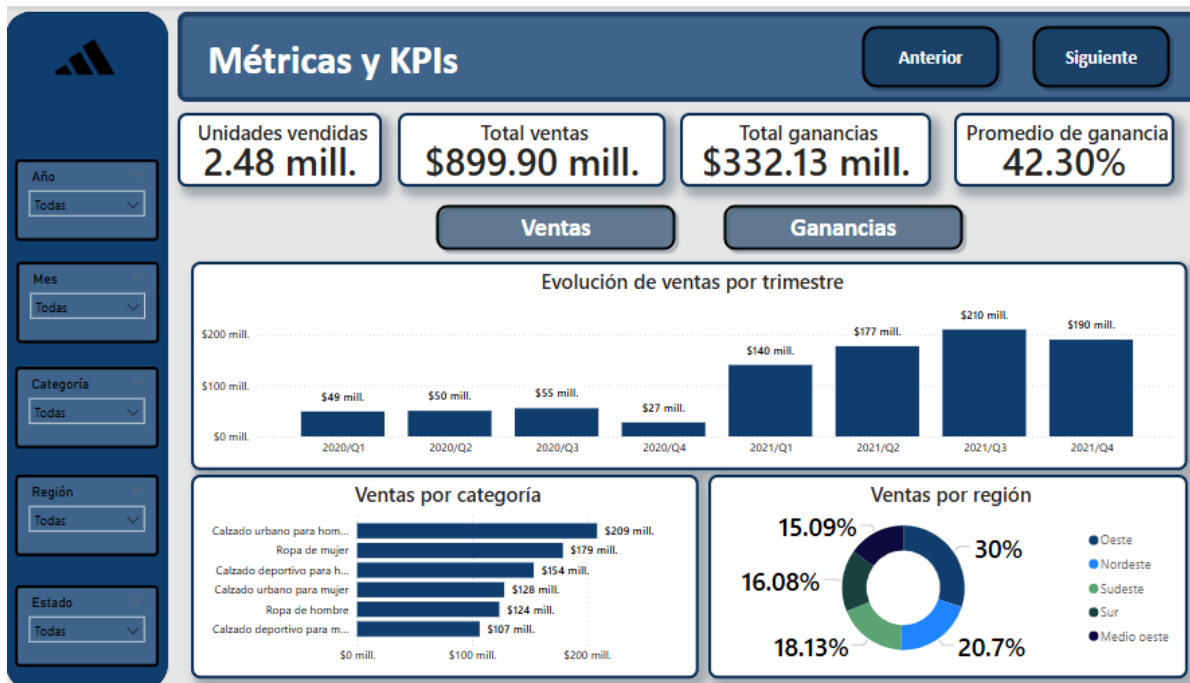
Hoja 1: Portada

La primera hoja del tablero corresponde a la portada del proyecto que funciona como una introducción visual del informe, incluyendo el nombre del proyecto y el logotipo de la empresa, sentando las bases para que los usuarios comprendan el contexto del análisis realizado. Esta hoja cuenta con una serie de botones de navegación que le permiten al usuario desplazarse por las distintas páginas del tablero.



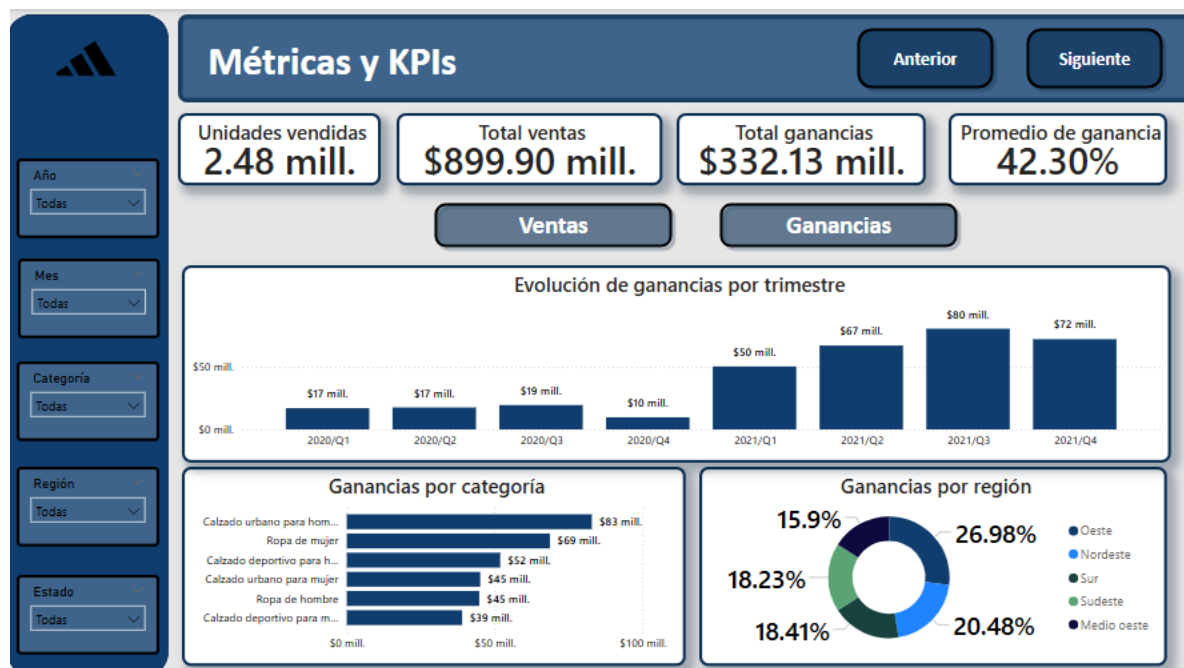
Hoja 2: Métricas y KPIs – Ventas

Esta hoja presenta las principales métricas clave de la empresa (KPIs) centrándose en el monto total de ventas recaudado por la empresa en un periodo de tiempo determinado y su evolución en el tiempo, utilizando tarjetas y gráficos sencillos para que se pueda ver rápidamente el rendimiento general de la empresa, con la posibilidad de utilizar filtros o segmentadores para orientar el análisis (parte derecha de la hoja). Además cuenta con un marcador para realizar el análisis de otra perspectiva.



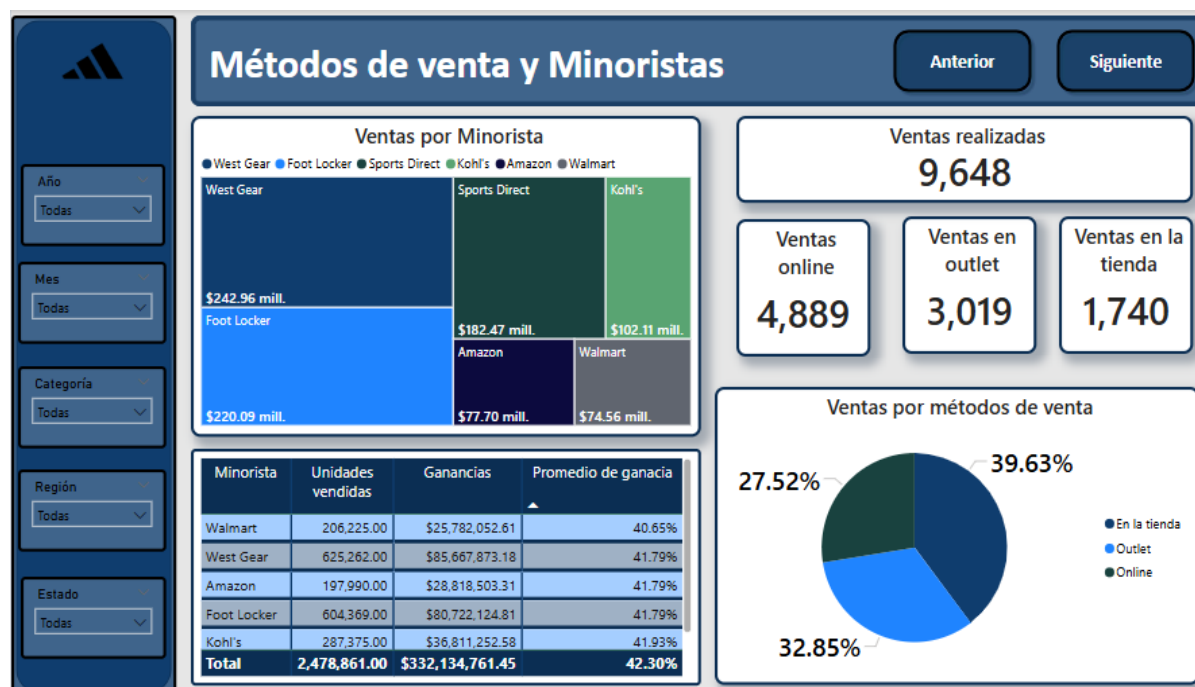
Hoja 2: Métricas y KPIs – Ganancias

En la misma hoja se utilizan marcadores para centrar el análisis de las métricas clave de la empresa (KPIs) orientadas al monto total de ganancias recaudadas por la empresa. Mediante el uso de esta herramienta es posible, en una misma hoja, realizar un análisis desde distintas perspectivas.



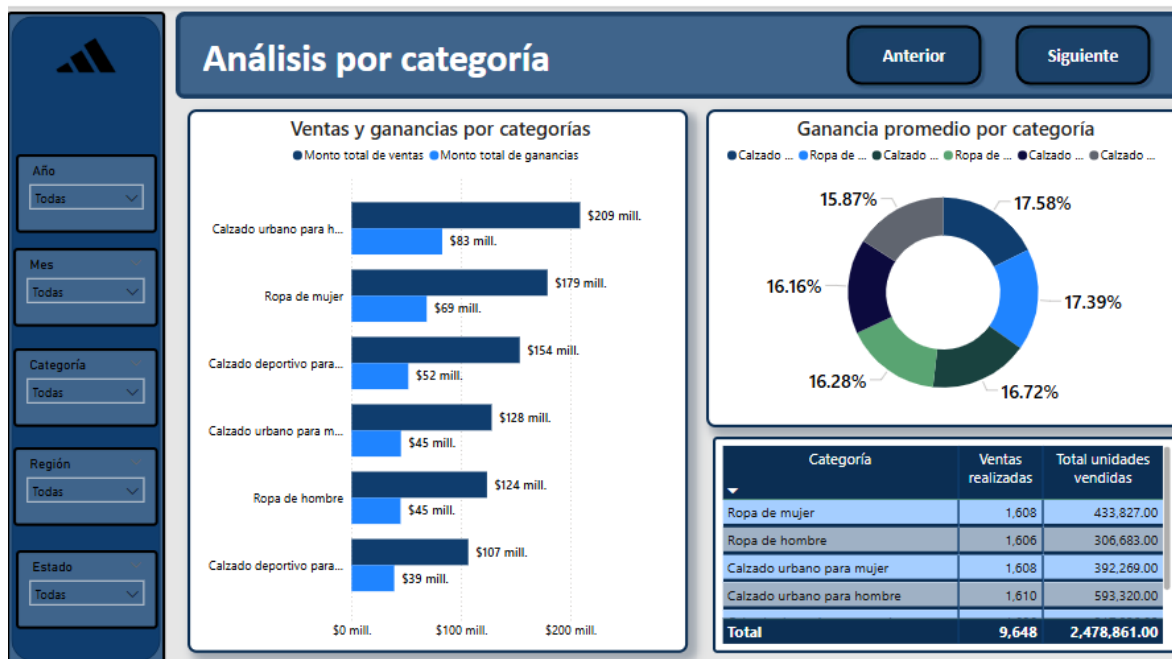
Hoja 3: Métodos de venta y minoristas

En este apartado se analizan los métodos de venta utilizados y se compara el volumen de ventas de cada uno de ellos para visualizar cual es el más elegido por los clientes. Por otra parte, también se visualizan los principales minoristas o socios comerciales de la empresa que comercializan sus productos, identificando aspectos relevantes como su volumen de ventas, unidades vendidas, monto de ganancias, entre otros. Al igual que la pagina anterior, existe la posibilidad de orientar el análisis mediante la utilización de los segmentadores en la parte derecha de la pestaña.



Hoja 4: Categorías

En esta hoja se realiza un análisis centrado en las categorías de productos que comercializa la empresa. Mediante la utilización de distintas visualizaciones se permiten identificar distintos aspectos como cuáles son las líneas de productos de preferencia de los cliente, cuales tienen un mayor volumen de ventas o cuales generan mayores márgenes de ganancia.



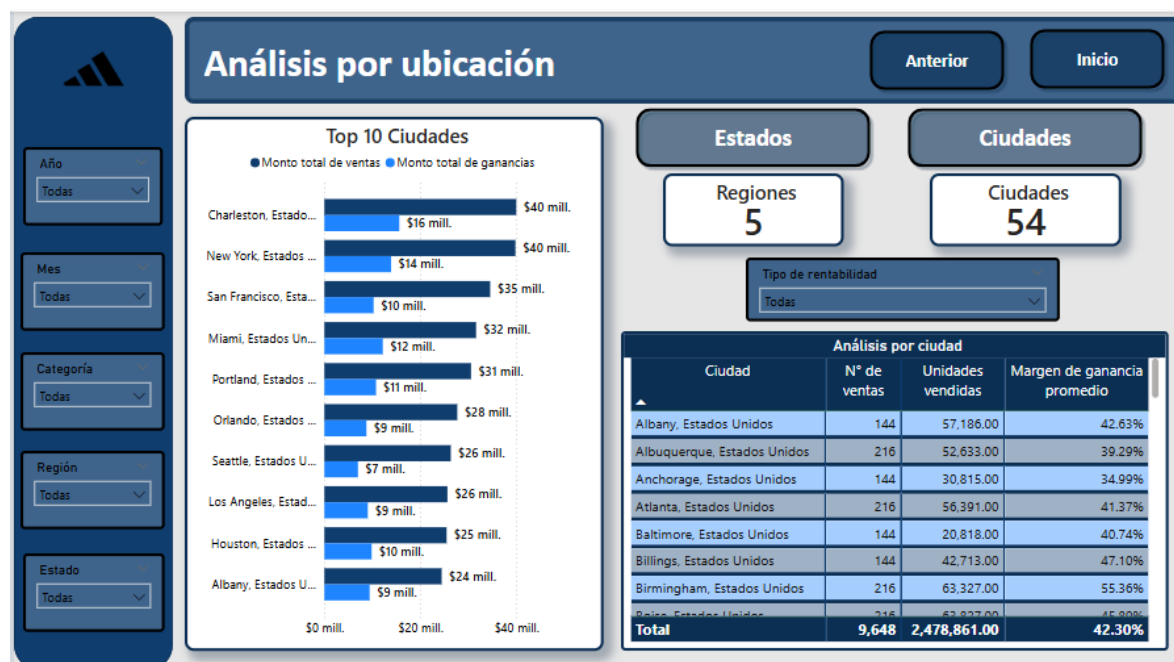
Hoja 5: Ubicación – Estados

La ultima hoja del tablero se centra en un análisis por ubicación geográfica de las ventas mostrando, principalmente, cuales son los Estados que presentan mayores estadísticas de venta para la empresa y una tabla con información detallada de la totalidad de los Estados con la posibilidad adicional de filtrar información según el nivel de rentabilidad que presenta cada uno.



Hoja 5: Ubicación – Ciudades

De igual manera que en la primer hoja, aquí también se utiliza la herramienta de marcadores para poder diferenciar el análisis entre Estados y Ciudades.



Conclusión

Llegado al final del proyecto, se puede afirmar que el desarrollo del tablero en Power BI permitió realizar un análisis del desempeño comercial de la empresa Adidas durante el periodo de tiempo entre los años 2020 y 2021, utilizando datos representativos sobre sus ventas, ganancias, categorías de productos, métodos de venta y ubicación geográfica. A partir de la utilización de gráficos y de la visualización de métricas claves y KPIs se pudo identificar la evolución de las ventas, tendencias de consumo, métodos de ventas más rentables y categorías de productos líderes, entre otros aspectos relevantes.

Una vez analizada toda la información, y en función de las hipótesis planteadas anteriormente, se puede llegar a la siguiente conclusión:

- En primer lugar, la primer hipótesis planteada fue errónea ya que, si bien existen más ventas realizadas en línea (online) estas no representan el mayor volumen en el monto de ventas, ni tampoco en unidades vendidas. Sin embargo, hay que destacar que las ventas en línea si presentan un mayor porcentaje de ganancia promedio por operación.

**Aclaración: la comparación se realizó teniendo en cuenta que los métodos de “Ventas en la tienda” y “Ventas en outlet” se consideran en la categoría de ventas de formas presencial. **

- En segundo lugar, se puede afirmar que en la segunda hipótesis si se estuvo en lo cierto debido a que, efectivamente, la categoría de calzado (ya sea urbano o deportivo e independientemente del género) presentan un mayor número de ventas realizadas, un mayor monto de ventas y ganancias, y un mayor número de unidades vendidas con relación a la categoría de indumentaria.

Futuras líneas

Alguna de las futuras líneas que se podrían implementar son las siguientes:

- a) Aunque las ventas en las tiendas físicas superan el número de unidades vendidas y monto de las ventas en línea, este medio tiene un enorme potencial de crecimiento que se podría explotar mediante campañas de promociones exclusivas para las compras en línea, beneficios para aquellos clientes que se suscriben a la tienda de la empresa, dar a conocer productos y ofertas por correo electrónico, mejorar la experiencias del usuario en la tienda online de la empresa, mejorar tiempos de entrega de los productos, y/o ofrecer diversos medios de pago para facilitar la transacción.
- b) Debido a que el calzado es la categoría más rentable que presenta la empresa, resultaría conveniente ampliar esta línea de productos para aprovechar esta fortaleza y aumentar su cuota de ganancia.
- c) Revisar la estrategia comercial de indumentaria de la empresa, analizando cuales son los productos menos elegidos por los clientes y tomar una decisión respecto si se debe rediseñar esos productos enfocándose las líneas de indumentaria más demandada.
- d) Implementar nuevas estrategias de marketing dando a conocer las diferentes líneas de indumentaria de la empresa para ganar popularidad y así poder llegar a un mayor número de clientes potenciales con el objetivo de aumentar las ventas de esta categoría.