

guayerd



GRUPO 01

Gerson Alexander Andrade Mora
Juan Pablo Vargas
José Montenegro Díaz
Piero Yacarini
Leonardo Espinoza Ramos
Anastacio Rojas de la Cruz
Nancy Vargas

En colaboración con

IBM SkillsBuild



Problemática



guayerd



Clasificación inconsistente de productos: Los productos están categorizados de manera errónea y arbitraria. Esto impide un análisis preciso de categorías y afecta la gestión de inventario y estrategias de marketing.

Datos de clientes duplicados: Existen clientes con nombres idénticos pero diferentes emails, lo que dificulta la fidelización y análisis de comportamiento.

Falta de estructura temporal: Los datos abarcan solo 6 meses (Enero-Junio 2024), limitando el análisis estacional y tendencias a largo plazo.

Información de costos ausente: No hay datos de costo de productos, impidiendo calcular márgenes, rentabilidad y análisis ABC efectivo.

En colaboración con
IBM SkillsBuild



Objetivo General



Implementar un sistema de visualización de datos que permita la toma de decisiones basada en evidencia para optimizar las operaciones comerciales y aumentar la rentabilidad.



Objetivos Específicos



Monitorear KPIs clave en tiempo real: ventas, ticket promedio, clientes recurrentes.

Identificar productos estrellas y perros para optimizar el portafolio y gestión de inventario.

Segmentar clientes por valor y comportamiento para estrategias personalizadas.

Analizar eficiencia de medios de pago para reducir costos de transacción.

Detectar patrones de compra por temporada, día de la semana y ubicación geográfica.

Mejorar la clasificación de productos basada en datos reales de ventas.

Optimizar precios mediante análisis de elasticidad de demanda (cuando se tengan datos históricos suficientes).

PROYECTO AURELION

GRUPO I

Total Ventas Moneda

S/ 2.65 mill.

Total Venta Unidades

1,016

Máx. Importe

S/ 24.87 mil

Min. Importe

S/ 272.00

Prom. Mensual de Ventas

S/ 441.90 mil

Cliente

Todas

Mes

Todas

Ciudad

Todas

Categoría

Todas

Producto

Todas

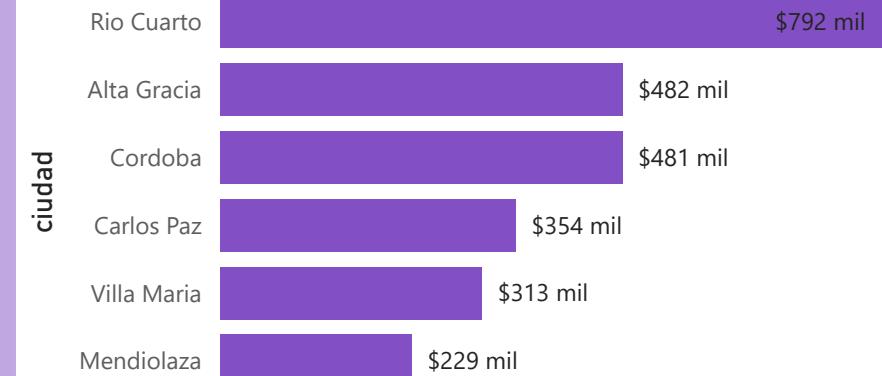
Medio de Pago

Todas



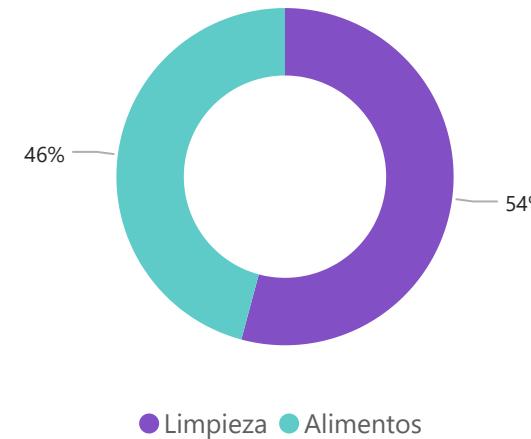
Borrar Filtros

Ventas (Moneda) por Ciudad



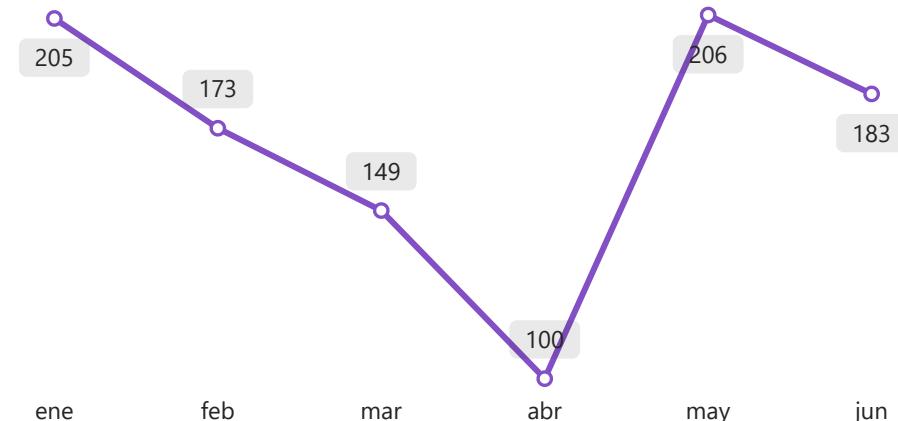
Total Ventas

% de Ventas por Categoría



● Limpieza ● Alimentos

Ventas (Unidades) por Mes



Ventas (Moneda) por Mes



PROYECTO AURELION

GRUPO I

Cliente

Todas

Mes

Todas

Ciudad

Todas

Categoría

Todas

Producto

Todas

Medio de Pago

Todas



Borrar Filtros

Prom. Unidades Vendidas

169

Objetivo Ventas Mensual

\$512,917 ✓

Objetivo: \$500 mil (+2.58 %)

Objetivo Unidades Mensual

183 ✓

Objetivo: 150 (+22 %)

Ventas por cliente

| | |
|--------------------|-----------|
| Agustina Flores | \$132 mil |
| Bruno Castro | \$119 mil |
| Bruno Diaz | \$91 mil |
| Diego Diaz | \$91 mil |
| Karina Castro | \$82 mil |
| Mariana Lopez | \$72 mil |
| Olivia Gomez | \$71 mil |
| Guadalupe Martinez | \$68 mil |
| Pablo Sanchez | \$68 mil |

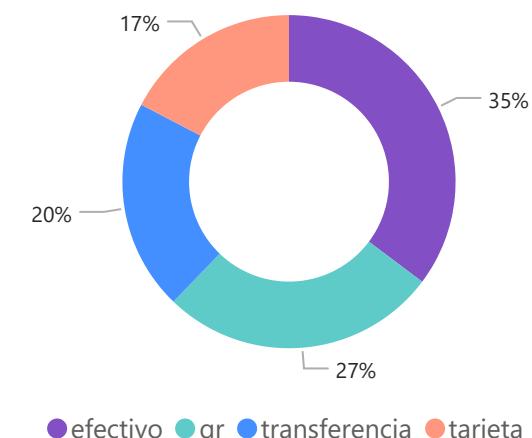
Ventas y Variación Mensual

| Anio | Total Ventas | % Var. | Und. |
|------|--------------|--------|------|
| 2024 | | | |
| abr | \$251,524 | -35 % | 100 |
| mar | \$388,263 | -5 % | 149 |
| feb | \$407,041 | -23 % | 173 |
| jun | \$512,917 | -9 % | 183 |
| ene | \$529,840 | 0 % | 205 |
| may | \$561,832 | 123 % | 206 |

Top Ten por Producto x Mes

| nombre_producto | ene | feb | mar | abr | may | jun |
|----------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Desodorante Aerosol | \$32,830 | \$9,380 | \$14,070 | \$18,760 | \$9,380 | \$12,540 |
| Queso Rallado 150g | \$20,664 | | \$6,888 | | \$17,220 | \$4,218 |
| Pizza Congelada Muzzarella | \$47,146 | \$17,144 | | | | \$2,146 |
| Ron 700ml | \$27,132 | \$19,380 | | \$23,256 | \$3,876 | \$1,212 |
| Yerba Mate Suave 1kg | \$27,146 | | | | \$23,268 | \$2,146 |
| Energética Nitro 500ml | | | \$21,090 | \$8,436 | \$4,218 | \$3,212 |
| Chicle Menta | \$3,612 | | | | \$25,284 | \$3,212 |
| Caramelos Masticables | \$23,760 | \$14,256 | \$19,008 | | | |
| Vino Blanco 750ml | \$13,420 | \$24,156 | | | | \$2,146 |
| Hamburguesas Congeladas x4 | \$14,520 | | \$21,780 | \$12,100 | | \$1,212 |
| Total | \$529,840 | \$407,041 | \$388,263 | \$251,524 | \$561,832 | \$512,917 |

Ventas por Medio de Pago





CONCLUSIONES:

Ciudades estratégicas: Río Cuarto y Alta Gracia son los mercados principales, representando el 70% de las ventas.

Preferencia de pago: Los clientes prefieren métodos de pago efectivo y QR sobre las transferencias y tarjetas.

Estacionalidad mensual: Se observan picos de ventas en Mayo-Junio, con caídas en Enero-Febrero.

En el primer semestre del año 2024 se obtuvieron ventas de **S/.2.651 millones**.

El promedio mensual de ventas fue de **S/.441.903 mil**.

"Limpieza" fue la categoría con mayor ventas, con **S/.1.436 millones**, lo cual representa el **54 %** del total de las ventas.

Mayo fue el mes de mayor ventas, con **S/.561,832 mil**, con una variación positiva de **123 % con respecto al mes anterior**.

Agustina Flores es el cliente que mas ventas genero, con un total de **S/.132,158 mil**.

El producto más vendido fue el Desodorante Aerosol, con **S/.93,800 mil**.

El promedio mensual de ventas fue de **S/.441.903 mil**.





RECOMENDACIONES:

IMPLEMENTAR PROGRAMA DE FIDELIZACIÓN POR NIVELES

Acción: Crear 3 niveles de clientes (Bronce, Plata, Oro)

Beneficio: Aumentar tasa de retención del 60% actual a 75% en 6 meses.

OPTIMIZACIÓN DE HORARIOS Y PERSONAL

Acción: Analizar patrones de venta por:

Beneficio: Reducir costos de personal en horas valle y mejorar servicio en picos.

NEGOCIACIÓN ESTRATÉGICA CON PROVEEDORES

Acción: Usar datos de top productos

REESTRUCTURACIÓN DE DISPOSICIÓN EN TIENDA

Acción: Basado en análisis de ventas cruzadas

CAMPOS DE CLIENTES PARA MEJOR SEGMENTACIÓN

Acción: Capturar datos adicionales sin ser intrusivos:

Beneficio: Segmentación precisa para campañas personalizadas.

