

STORYTELLING DEL PROYECTO DE ANÁLISIS DE VENTAS Y MARKETING

Presentación clara de resultados y estrategias impactantes



INTRODUCCIÓN Y OBJETIVO



OBJETIVO Y AUDIENCIA

Objetivo de la presentación

Transformar análisis técnico en un relato ejecutivo claro y accionable para audiencias gerenciales.

Audiencia objetivo

Niveles gerenciales y comités de decisión que necesitan comprender datos para tomar decisiones estratégicas.

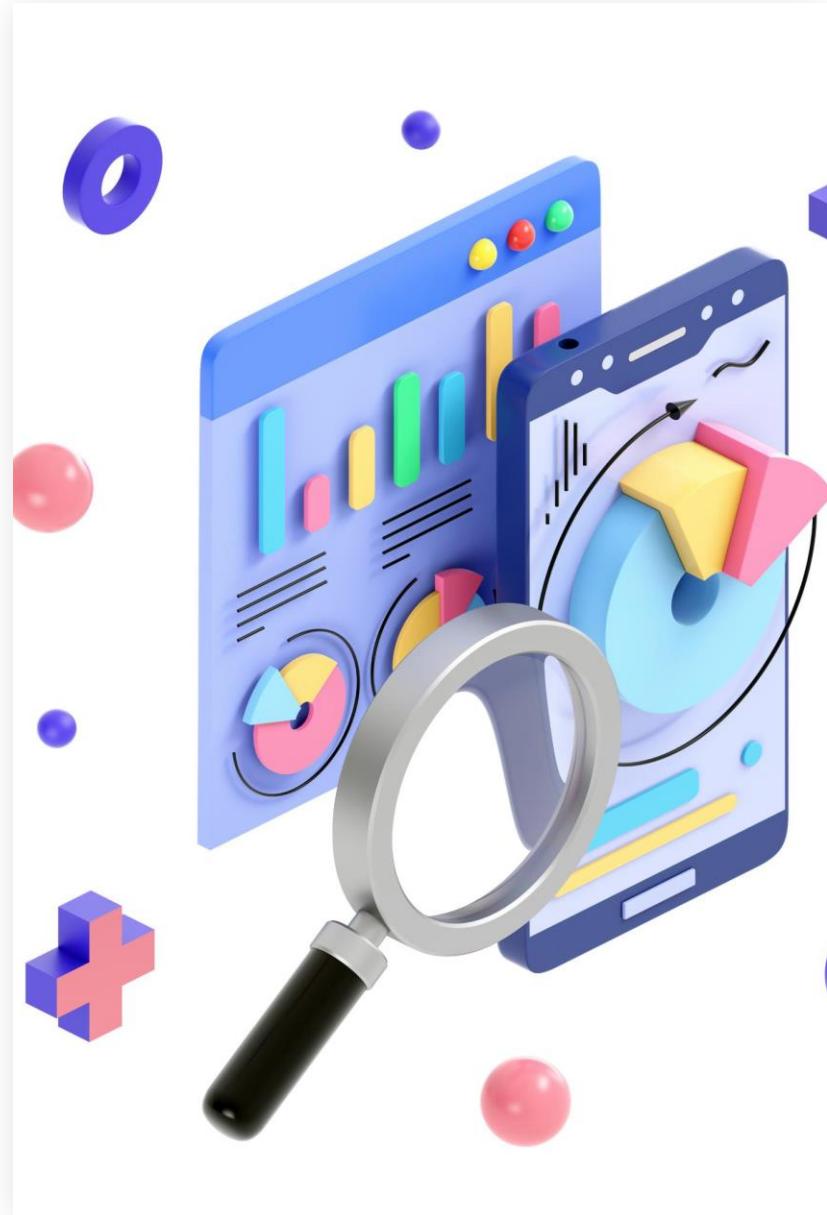
Estructura narrativa

Narrativa dividida en bloques que facilitan comprensión: contexto, datos, análisis, hallazgos y próximos pasos.

Decisiones basadas en datos

Enfoque en insights prácticos para decisiones sobre pricing, recursos y segmentación de mercado.

PREPARACIÓN Y CALIDAD DE DATOS



DATOS Y LIMPIEZA

Fuentes de Datos y Preparación

El proyecto carga archivos CSV desde Google Drive en DataFrames para garantizar persistencia y accesibilidad.

Procesos de Limpieza de Datos

Se eliminan duplicados, se normaliza texto y se convierten fechas y números para asegurar calidad y consistencia.

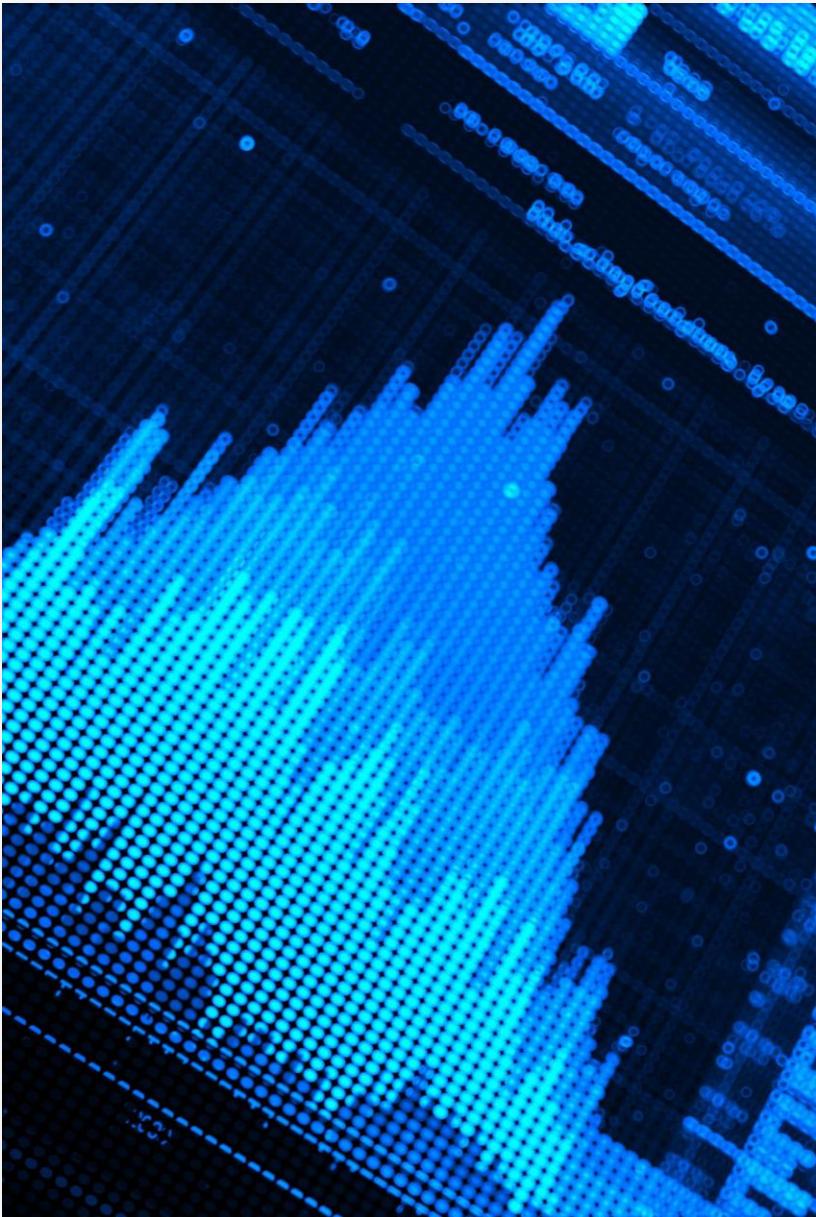
Evaluación de Calidad

Funciones específicas detectan valores nulos y duplicados, garantizando integridad y reduciendo sesgos.

Importancia de la Limpieza

Datos limpios mejoran precisión, optimizan rendimiento y garantizan transparencia para análisis avanzados.

ANÁLISIS Y MÉTRICAS CLAVE



VENTAS MENSUALES Y ALTO RENDIMIENTO

Métricas mensuales de ventas

Se crearon métricas mensuales agrupando ventas por AñoMes para identificar patrones y picos en la demanda.

Identificación de productos rentables

Se calculó el ingreso total por producto y se definió el percentil 80 para identificar el top 20% de productos rentables.

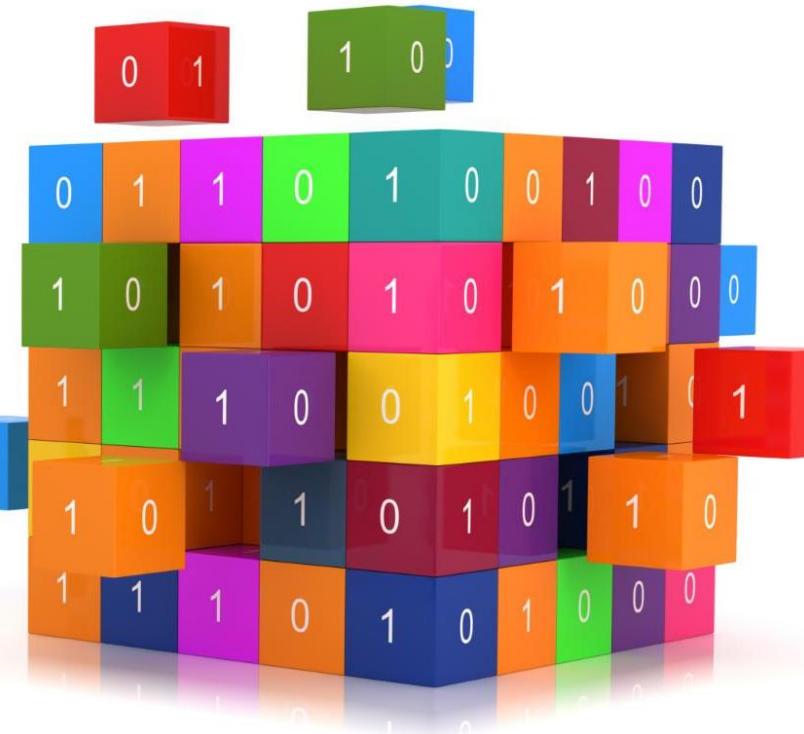
Segmentación basada en percentiles

El uso de percentiles permite segmentar productos objetivamente cuando no hay umbrales de negocio claros.

Resumen y decisiones estratégicas

Se generó un resumen por categoría para facilitar acciones como ajustar stock y diseñar campañas específicas.

INTEGRACIÓN Y HALLAZGOS



INTEGRACIÓN CON MARKETING Y RECOMENDACIONES

Integración de Datos

Se integraron datos de ventas y marketing mediante merge con claves comunes y validación de cardinalidad para evitar inconsistencias.

Análisis y Resúmenes

Se analizaron ingresos y ventas por campaña y canal, destacando los que generan mayor retorno sobre inversión.

Recomendaciones Accionables

Se sugieren ajustar mix de productos, reasignar presupuestos y definir umbrales para segmentar productos de alto valor.

Riesgos y Limitaciones

Se identifican riesgos como calidad de datos, atribución compleja y outliers que afectan la precisión analítica.