**TAREA NRO. 3**

Estudiante: Masiel Aguilar Ameller

Código: 87770

**3. Informe Técnico Basado en Datos de Excel**

Crear un análisis en Excel con gráficos y tablas (por ejemplo: ventas, estadísticas de producción, resultados de encuesta, etc.).

Elaborar un informe técnico en Word que explique los resultados:

**INFORME TÉCNICO: ANÁLISIS DE VENTAS 2024-T1**

**Preparado por:** Departamento de Análisis de Datos  
**Fecha:** 14 de mayo de 2025  
**Para:** Comité Ejecutivo

**RESUMEN EJECUTIVO**

Este informe presenta un análisis exhaustivo del desempeño de ventas correspondiente al primer trimestre de 2024. Los datos revelan un crecimiento general del 12.3% en comparación con el mismo período del año anterior, con variaciones significativas entre regiones y categorías de productos. La región Este ha mostrado el mayor crecimiento (18.7%), mientras que la categoría de Electrónica Premium continúa siendo el principal impulsor de ingresos, representando el 35.8% de las ventas totales. Se identifican oportunidades de mejora en la región Oeste, donde las ventas de Accesorios experimentaron una contracción del 6.2%.

**ÍNDICE**

1. [Introducción](#introducci%C3%B3n)
2. [Metodología](#metodolog%C3%ADa)
3. [Análisis de ventas por región](#an%C3%A1lisis-de-ventas-por-regi%C3%B3n)
4. [Análisis de ventas por categoría de producto](#an%C3%A1lisis-de-ventas-por-categor%C3%)
5. [Análisis de tendencias trimestrales](#an%C3%A1lisis-de-tendencias-trimestrale)
6. [Factores clave de rendimiento](#factores-clave-de-rendimiento)
7. [Conclusiones](#conclusiones)
8. [Recomendaciones](#recomendaciones)
9. [Anexos](#anexos)

**INTRODUCCIÓN**

El presente informe tiene como objetivo analizar el desempeño de ventas del primer trimestre de 2024, identificando patrones, tendencias y áreas de oportunidad para la toma de decisiones estratégicas. El análisis se basa en datos recopilados de nuestro sistema de gestión de ventas, procesados y analizados mediante herramientas de Excel.

Los datos cubren el período comprendido entre el 1 de enero y el 31 de marzo de 2024, con información detallada sobre las ventas realizadas en cuatro regiones principales (Norte, Sur, Este y Oeste) y cinco categorías de productos (Electrónica Premium, Electrodomésticos, Móviles, Accesorios y Servicios).

**METODOLOGÍA**

**Fuentes de datos**

Los datos analizados provienen de tres fuentes principales:

* Sistema ERP corporativo (módulo de ventas)
* Informes de los gerentes regionales
* Sistema CRM para datos de satisfacción del cliente

**Procesamiento de datos**

El procesamiento se realizó siguiendo estos pasos:

1. Extracción de datos brutos de los sistemas fuente
2. Limpieza y validación de datos (eliminación de duplicados, corrección de inconsistencias)
3. Agregación por regiones y categorías de productos
4. Cálculo de métricas clave (crecimiento, participación, promedios)
5. Generación de tablas dinámicas y visualizaciones

**Métricas clave analizadas**

* Ventas totales por región y categoría
* Crecimiento interanual (comparativo con Q1-2023)
* Participación porcentual en ventas totales
* Valor promedio de venta por transacción
* Índice de conversión de clientes

**ANÁLISIS DE VENTAS POR REGIÓN**

**Distribución general de ventas por región**

El análisis regional muestra una distribución desigual de las ventas, con la región Este liderando significativamente el desempeño trimestral como se observa en la Tabla 1 y la Figura 1.

**Tabla 1: Ventas por región - Q1 2024**

| **Región** | **Ventas (millones €)** | **% del Total** | **Crecimiento vs Q1-2023** |
| --- | --- | --- | --- |
| Este | 12.7 | 38.5% | +18.7% |
| Norte | 8.4 | 25.5% | +14.2% |
| Sur | 6.8 | 20.6% | +9.4% |
| Oeste | 5.1 | 15.4% | +3.8% |
| **Total** | **33.0** | **100%** | **+12.3%** |

Mostrar imagen **Figura 1: Distribución porcentual de ventas por región - Q1 2024**

**Análisis de crecimiento regional**

La región Este ha mostrado el mayor crecimiento interanual (+18.7%), impulsada principalmente por un aumento significativo en la venta de Electrónica Premium y la expansión de dos nuevos puntos de venta estratégicos. La región Oeste presenta el crecimiento más moderado (+3.8%), afectada por la intensa competencia local y el cierre temporal de un centro comercial importante donde se ubicaba uno de nuestros establecimientos principales.

Mostrar imagen **Figura 2: Crecimiento porcentual por región comparado con Q1-2023**

**ANÁLISIS DE VENTAS POR CATEGORÍA DE PRODUCTO**

**Distribución de ventas por categoría**

El análisis por categoría de producto revela que Electrónica Premium continúa siendo nuestro principal generador de ingresos, seguido por Móviles y Electrodomésticos, como se muestra en la Tabla 2 y la Figura 3.

**Tabla 2: Ventas por categoría de producto - Q1 2024**

| **Categoría** | **Ventas (millones €)** | **% del Total** | **Crecimiento vs Q1-2023** |
| --- | --- | --- | --- |
| Electrónica Premium | 11.8 | 35.8% | +21.6% |
| Móviles | 8.7 | 26.4% | +14.8% |
| Electrodomésticos | 7.2 | 21.8% | +9.1% |
| Accesorios | 3.3 | 10.0% | -2.9% |
| Servicios | 2.0 | 6.0% | +15.7% |
| **Total** | **33.0** | **100%** | **+12.3%** |

Mostrar imagen **Figura 3: Distribución porcentual de ventas por categoría de producto - Q1 2024**

**Análisis de rendimiento por categoría**

La categoría de Electrónica Premium experimentó el mayor crecimiento (+21.6%), impulsada por el lanzamiento de nuevos modelos de televisores inteligentes y sistemas de audio de alta gama. Los Servicios también mostraron un crecimiento destacable (+15.7%), reflejando el éxito de nuestra estrategia de aumentar la oferta de servicios complementarios como instalaciones, configuraciones y servicios técnicos.

Es preocupante la contracción observada en la categoría de Accesorios (-2.9%), que ha experimentado una fuerte presión competitiva de vendedores online con estructuras de costos más bajas.

Mostrar imagen **Figura 4: Crecimiento porcentual por categoría comparado con Q1-2023**

**ANÁLISIS DE TENDENCIAS TRIMESTRALES**

El análisis de las tendencias de los últimos seis trimestres revela patrones interesantes en el comportamiento de ventas, como se muestra en la Figura 5.

Mostrar imagen **Figura 5: Evolución de ventas por trimestre (Q4-2022 a Q1-2024)**

Observaciones clave:

* Se mantiene la estacionalidad característica con picos en el cuarto trimestre (temporada navideña)
* Q1-2024 rompe la tendencia habitual de caída post-navideña, mostrando un crecimiento respecto a Q4-2023
* La pendiente de crecimiento interanual se ha acelerado en los últimos tres trimestres

**ANÁLISIS CRUZADO: REGIÓN POR CATEGORÍA**

El análisis cruzado de ventas por región y categoría revela información valiosa sobre dónde se concentran nuestras fortalezas y debilidades, como se muestra en la Tabla 3.

**Tabla 3: Matriz de ventas por región y categoría (millones €) - Q1 2024**

| **Región** | **Electrónica Premium** | **Móviles** | **Electrodomésticos** | **Accesorios** | **Servicios** | **Total** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Este | 5.2 | 3.1 | 2.4 | 1.2 | 0.8 | 12.7 |
| Norte | 3.1 | 2.2 | 1.8 | 0.9 | 0.4 | 8.4 |
| Sur | 2.3 | 1.9 | 1.7 | 0.6 | 0.3 | 6.8 |
| Oeste | 1.2 | 1.5 | 1.3 | 0.6 | 0.5 | 5.1 |
| **Total** | **11.8** | **8.7** | **7.2** | **3.3** | **2.0** | **33.0** |

Hallazgos destacados:

* La región Este domina en todas las categorías excepto en Servicios, donde la región Oeste muestra un desempeño proporcionalmente más fuerte
* La región Oeste tiene una distribución más equilibrada entre categorías
* La mayor concentración de ventas se encuentra en Electrónica Premium en la región Este, representando el 15.8% del total de ventas de la empresa

Mostrar imagen **Figura 6: Mapa de calor - Concentración de ventas por región y categoría**

**FACTORES CLAVE DE RENDIMIENTO**

**Factores externos**

* **Condiciones económicas**: La mejora general de indicadores económicos ha impulsado el consumo discrecional, especialmente en productos de alta gama.
* **Competencia**: Incremento de la competencia online en el segmento de Accesorios, con presión sobre márgenes.
* **Tendencias de consumo**: Aumento en la preferencia por productos premium con características avanzadas de conectividad.

**Factores internos**

* **Iniciativas comerciales**: El programa de capacitación a vendedores en productos premium ha incrementado la tasa de conversión en un 8.5%.
* **Expansión geográfica**: La apertura de dos nuevas tiendas en la región Este ha contribuido significativamente al crecimiento regional.
* **Innovación de producto**: El lanzamiento de la nueva línea de televisores inteligentes ha superado las expectativas de ventas en un 27%.

**CONCLUSIONES**

1. **Desempeño general positivo**: El crecimiento global del 12.3% supera el objetivo trimestral del 10% y refleja una sólida posición en el mercado.
2. **Desequilibrio regional**: Existe una concentración significativa de ventas en la región Este (38.5%), lo que representa tanto una fortaleza como un riesgo de dependencia excesiva.
3. **Categorías de producto**: Electrónica Premium continúa siendo el motor principal de crecimiento, mientras que Accesorios requiere atención inmediata para revertir su tendencia negativa.
4. **Tendencia positiva**: La ruptura del patrón estacional habitual, con un Q1 fuerte, sugiere que las estrategias implementadas están teniendo un impacto positivo sostenido.
5. **Oportunidades de mejora**: Se identifican claras oportunidades en la región Oeste y en la categoría de Accesorios, donde se requieren acciones correctivas.

**RECOMENDACIONES**

En base a los resultados del análisis, se proponen las siguientes recomendaciones:

1. **Fortalecer la región Oeste**:
   * Implementar un plan de marketing localizado con promociones específicas
   * Revisar y optimizar la ubicación de puntos de venta
   * Realizar capacitación adicional al personal de ventas
2. **Revitalizar la categoría de Accesorios**:
   * Renovar el catálogo con productos de mayor margen y diferenciación
   * Implementar estrategia de venta cruzada con productos premium
   * Desarrollar exclusividades con fabricantes para crear ventaja competitiva
3. **Capitalizar el éxito en Electrónica Premium**:
   * Expandir la gama de productos en este segmento
   * Promover financiación flexible para facilitar adquisición
   * Fortalecer servicios post-venta para esta categoría
4. **Equilibrar distribución regional**:
   * Acelerar planes de expansión en región Sur
   * Implementar incentivos especiales para gerentes regionales de zonas con menor desempeño
   * Considerar estrategias diferenciadas por región según comportamiento de consumo local
5. **Potenciar servicios**:
   * Ampliar la oferta de servicios de valor añadido
   * Entrenar al personal de ventas para mejorar la tasa de anexión de servicios
   * Desarrollar paquetes combinados producto+servicio con descuentos atractivos

**ANEXOS**

**Anexo 1: Metodología detallada de procesamiento de datos**

**Limpieza de datos**

Se aplicaron los siguientes criterios para garantizar la calidad de los datos:

* Eliminación de transacciones duplicadas basadas en número de factura
* Corrección de códigos de producto inconsistentes
* Normalización de nombres de tiendas y regiones
* Validación de valores extremos (outliers) y su verificación con gerentes regionales

**Fórmulas utilizadas**

Para el análisis se emplearon las siguientes fórmulas principales:

* Crecimiento interanual: (Ventas Q1-2024 - Ventas Q1-2023) / Ventas Q1-2023 \* 100
* Participación porcentual: Ventas categoría/región / Ventas totales \* 100
* Valor promedio por transacción: Ventas totales / Número de transacciones