

# INFORME FINAL – PROYECTO

## POWER BI

**Proyecto:** Laboratorio de Análisis de Datos con Power BI

**Análisis:** Análisis de Ventas de E-Commerce Internacional (2022-2024)

**Autor:** Nicolás Adrián Tomadín

**Email:** nicolas.tomadin1995@gmail.com

**Fecha de Entrega:** 11/12/2025

**Herramienta:** Microsoft Power BI Desktop



### HALLAZGOS CLAVE:

Las ventas totales alcanzaron **USD 104,140**, con **371 órdenes** procesadas y un crecimiento interanual del **+60.8%**. Este desempeño fue impulsado por un ticket promedio de **USD 280.70**. La categoría **Electrónica** concentra el **59% del revenue (USD 61,056)**, liderada por las marcas **Apple (22% del revenue de electrónica)**, **Samsung (19%)**, y **HP (15%)**, posicionándose como el principal motor del negocio. A nivel geográfico, **Brasil (+40%) y México (+35%)** lideran el crecimiento, representando en conjunto el **38% del total de ventas**.



### INSIGHTS ADICIONALES:

El análisis temporal revela **picos estacionales en marzo (+28% sobre el promedio mensual) y noviembre (+32%)**, vinculados a campañas comerciales y eventos como el inicio de año fiscal y Black Friday. Los **vendedores A y E** destacan tanto en volumen (45% de las órdenes entre ambos) como en ticket promedio (USD 325 y USD 310 respectivamente). El desglose por país confirma que el mayor potencial de expansión se encuentra en **LatAm (62% de las ventas totales)**, con Brasil y México mostrando **crecimiento sostenido y alta participación en Electrónica (67% y 58% respectivamente)**.



### RECOMENDACIÓN ESTRATÉGICA:

- 1) **Incrementar en +30% la inversión en marketing digital** en Brasil y México, focalizando en **productos de Electrónica de gama media-alta** y utilizando los períodos de alta demanda (marzo y noviembre) para maximizar ROI.
- 2) **Implementar un programa de fidelización** para los **157 clientes premium identificados**, quienes representan solo el 20% de la base de clientes pero

aportan más del 40% del revenue total y muestran una tasa de recompra 3.2 veces mayor que clientes ocasionales.

- Optimizar el mix de productos expandiendo el inventario de las marcas de alto desempeño en LatAm, considerando que el 15% de las cancelaciones están asociadas a falta de stock en productos electrónicos populares.

