

INFORME DE RECOMENDACIÓN

Proyecto: Selección de la tienda óptima para la comercialización de los productos del Sr. Juan

Autor: Equipo de Análisis de Datos

Fecha: 08 de julio de 2025

1. Introducción

El objetivo de este estudio es determinar, con base en los indicadores clave de desempeño de cuatro tiendas en línea, cuál de ellas ofrece el entorno más ventajoso para que el Sr. Juan venda sus productos. Para ello se analizaron:

- 1) Ingresos totales por tienda
- 2) Distribución de ventas por categoría
- 3) Calificación promedio otorgada por los clientes
- 4) Productos más y menos vendidos
- 5) Costo de envío promedio.

2. Desarrollo y análisis comparativo

Categoria	Ingresos(COP)	Calificacion	Costo envio(COP)	P. mas vendido	P. menos vendido
Tienda1	1,150,880,400	3.98	26,018.61	Microondas, Iniciando en programación, Kit de bancas, Cama box	Auriculares con micrófono, Juego de mesa, Bloques de construcción, Guitarra eléctrica
Tienda2	1,116,343,500	4.04	25,216.24	Microondas, Iniciando en programación, Kit de bancas, Cama box	Auriculares con micrófono, Juego de mesa, Bloques de construcción, Guitarra eléctrica
Tienda3	1,098,019,600	4.05	24,805.68	Microondas, Iniciando en programación, Kit de bancas, Cama box	Auriculares con micrófono, Juego de mesa, Bloques de construcción, Guitarra eléctrica
Tienda4	1,038,375,700	4.00	23,459.46	Microondas, Iniciando en programación, Kit de bancas, Cama box	Auriculares con micrófono, Juego de mesa, Bloques de construcción, Guitarra eléctrica

2.1 Ingresos

La tienda con mayor ingreso es la tienda1, seguida por la tienda2 aunque la diferencia no es tan notable es la que se encuentra en el puesto numero de uno por ingresos. Si se compara con la calificación se realiza el efecto contrario.

2.2 Categorías de mayor venta

Todas las tiendas comparten el mismo ranking (Muebles y Electrónicos). Tienda 3 sobresale al registrar la mayor cantidad de transacciones en ambas categorías (499 y 451), mostrando mayor tracción comercial.

2.3 Calidad percibida

Tienda 3 ostenta la calificación promedio más alta (4.05), seguida por Tienda 2 (4.04).

2.4 Productos insignia y rezagados

Tienda 2 tiene el producto estrella con más unidades vendidas (65), pero su artículo menos vendido está por debajo de la media global. Tienda 3 muestra menor dispersión (57 vs 35), señal de portafolio equilibrado.

2.5 Costos logísticos

Aunque Tienda 4 posee el costo de envío más bajo, sus ingresos y calificación no compensan esta ventaja.

Tienda 3 mantiene costos 5% menores que Tienda 1, con métricas superiores.

3. Conclusión y recomendación

Antes de tomar alguna medidas de venta de alguna de las tiendas seria mejor revisar cada una con mas detalles porque en cada rubro unas sobresalen mas que otras y las calificaciones no son muy diferentes en un promedio total deberíamos revisar mejor las formas de mejorar cada proceso y reducir gastos, costos en cada una verifica como es el trato de los asesores para asi tomar medidas correctivas, que nos ayuden a mejorar la calificación de todas las tiendas y verificar los costos que se puedan reducir para volver atractivo todo el entorno.

Despues si se verifica si mejoro o no hubo cambio alguno, seria la mejor opción y las mas beneficio para el propietario porque los ingresos de cada tienda son significativos pero también la mejora de las misma le puede ofrecer una oportunidad para aumentar estos ingresos y corregir el entorno corporativo de cada una.