


INFORME FINAL

“Análisis de Tiendas”

El presente informe tiene como objetivo analizar y comparar el rendimiento de cuatro tiendas (Tienda 1, Tienda 2, Tienda 3 y Tienda 4) con base en distintos indicadores clave de desempeño que pude concluir a través del desarrollo de la actividad y obviamente de los resultados recopilados. A partir del análisis de estos datos reales proporcionados por el desafío, se evaluaron factores como ingresos totales, categorías de productos más y menos vendidas, calificaciones promedio, productos destacados, costos de envío y distribución geográfica de las ventas. Intentaré en este informe proporcionar una recomendación justificada sobre cuál tienda es más adecuada para que el Sr. Juan comience a vender sus productos, para este resultado he considerado cinco dimensiones críticas: financiera, comercial, satisfacción cliente, desempeño de productos y eficiencia logística. Comenzando con el análisis y desarrollo podemos mencionar los siguientes puntos esenciales:

FACTURACIÓN TOTAL POR TIENDA

Tienda 1 se posiciona como la de mayor facturación total, superando al resto en ingresos generados por ventas. La Tienda 1 lidera en generación de ingresos, superando en \$34.5M a su más cercana competidora.			
	Tienda	Facturación	% del Total
	Tienda 1	\$1,150,880,400	26.1%
	Tienda 2	\$1,116,343,500	25.4%
	Tienda 3	\$1,098,019,600	24.9%
	Tienda 4	\$1,038,375,700	23.6%

FACTURACIÓN POR TIENDA

Tienda 1: \$1,150,880,400.00

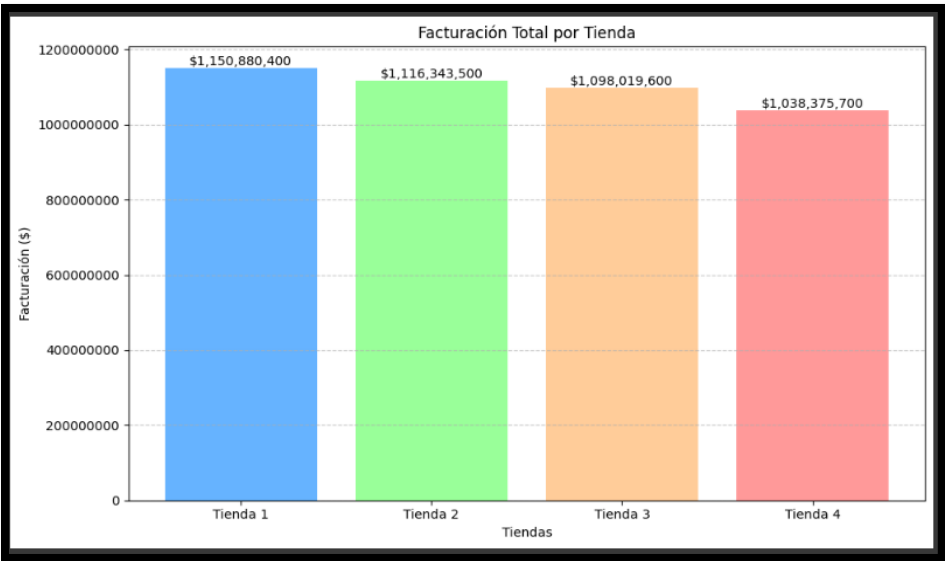
Tienda 2: \$1,116,343,500.00

Tienda 3: \$1,098,019,600.00

Tienda 4: \$1,038,375,700.00

TOTAL GENERAL:

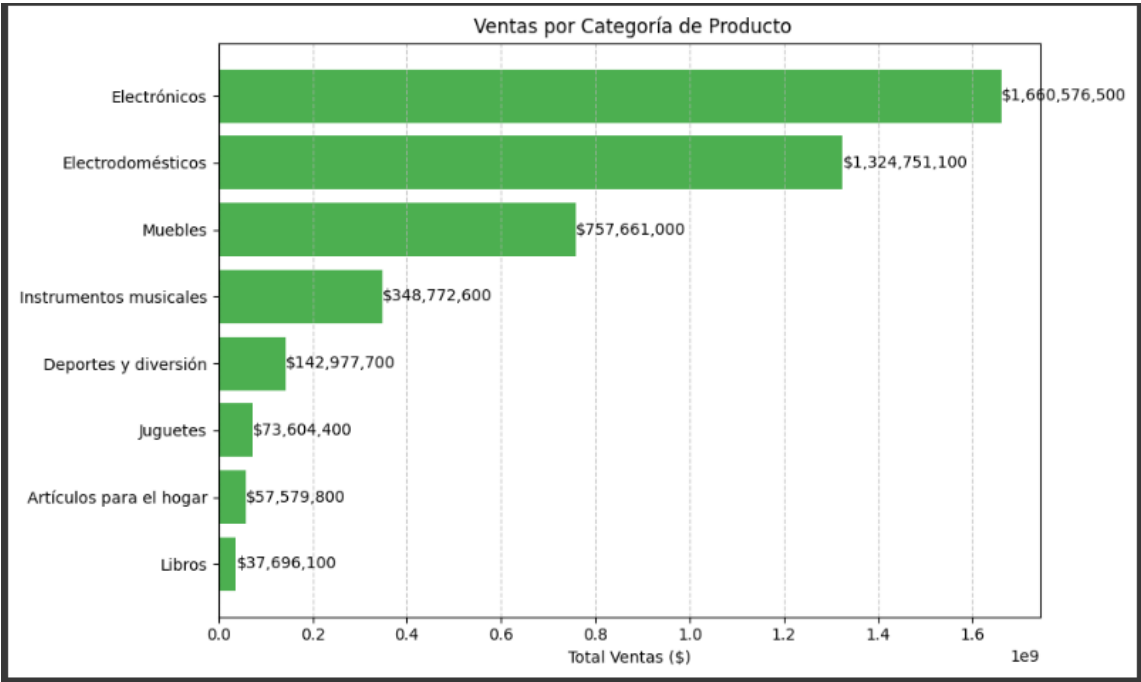
\$4,403,619,200.00



VENTAS POR CATEGORÍA DE PRODUCTO

Las categorías más lucrativas incluyen **Electronicos** y **Electrodomésticos**.
En contraste, **Artículos para el hogar** y **Libros** representan las categorías con menores ingresos.

VENTAS POR CATEGORÍA	
Libros	\$37,696,100.00
Artículos para el hogar	\$57,579,800.00
Juguetes	\$73,604,400.00
Deportes y diversión	\$142,977,700.00
Instrumentos musicales	\$348,772,600.00
Muebles	\$757,661,000.00
Electrodomésticos	\$1,324,751,100.00
Electrónicos	\$1,660,576,500.00
TOTAL	\$4,403,619,200.00



CALIFICACIÓN PROMEDIO POR TIENDA

La **Tienda 3** tiene la **mejor calificación promedio** por parte de los clientes, lo que refleja una experiencia satisfactoria.

La **Tienda 1**, a pesar de su alta facturación, tiene la **calificación promedio más baja**, lo que puede indicar problemas de calidad o atención.

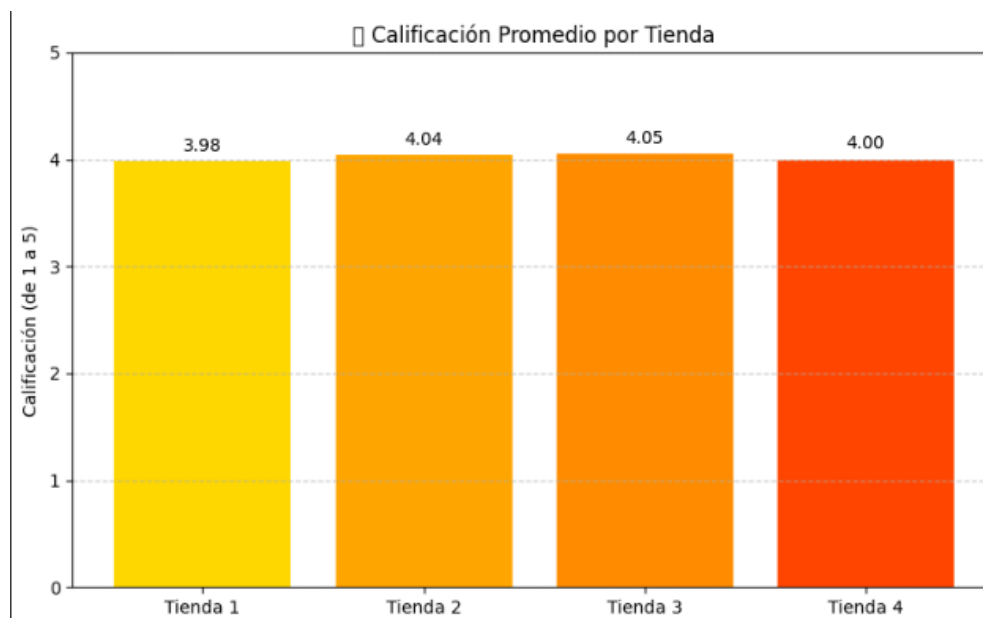
★ CALIFICACIONES PROMEDIO POR TIENDA

Tienda 1 3.98/5

Tienda 2 4.04/5


Tienda 3 4.05/5


Tienda 4 4.00/5



PRODUCTOS MÁS Y MENOS VENDIDOS

Entre los más vendidos están productos de alto consumo como Mesa de noche y carrito y microondas .
Los menos vendidos incluyen productos de bajo volumen como Celular ABXY y Auriculares con micrófono .

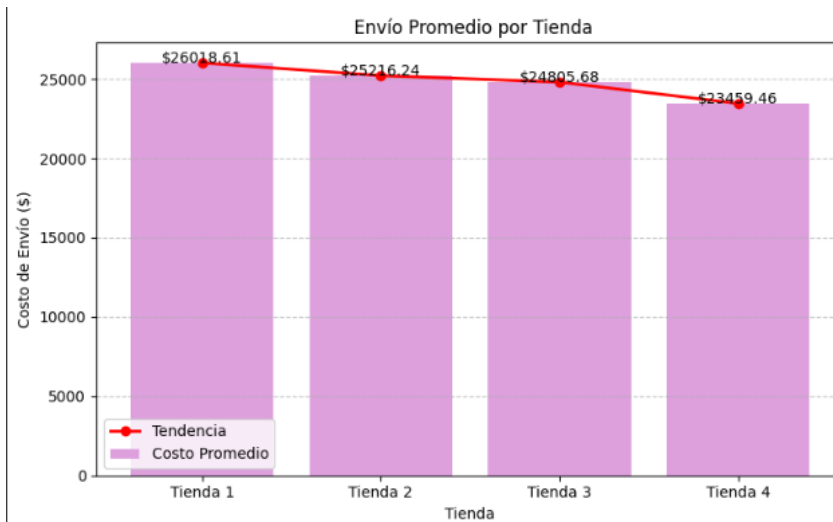
 TOP 5 PRODUCTOS MÁS VENDIDOS	
1. Mesa de noche	210 unidades
2. Carrito de control remoto	206 unidades
3. Microondas	206 unidades
4. Batería	203 unidades
5. Cama king	201 unidades
Total representado:	10.9% del total de ventas

 TOP 5 PRODUCTOS MENOS VENDIDOS	
1. Celular ABXY	157 unidades
2. Auriculares con micrófono	158 unidades
3. Mochila	163 unidades
4. Guitarra eléctrica	165 unidades
5.Ciencia de datos con Python	166 unidades

COSTO DE ENVÍO PROMEDIO

Tienda 3 tiene el costo de envío más bajo , lo que puede explicar su alta satisfacción del cliente.
Tienda 4 presenta el costo de envío más alto, lo que puede influir negativamente en la decisión de compra.

Tienda	Costo Envío	Diferencia	Ahorro Potencial
Tienda 4	\$23,459	-5.7%	\$1,416/uni
Tienda 1	\$26,019	+4.6%	\$1,144/uni



OBSERVACIONES FINALES

Luego de analizar todos los factores, recomiendo que el Sr. Juan comience a vender la **Tienda 3**. Primero tomo estos dos puntos conteniendo lo esencial en la gestión de venta de las tiendas

- A pesar de tener menor facturación, **Tienda 3 ofrece la mejor combinación de calificaciones, bajos costos de envío, y un nicho de productos específicos con buena aceptación.**
- Su buena reputación puede ser clave para construir una base sólida de clientes satisfechos a largo plazo.

Debemos mencionar también que según estos análisis podemos determinar y comparar los resultados y resolver, en estos puntos también podemos centrar.

- **Tiene mejor satisfacción de clientes (4.05)** que la Tienda 1, lo que la hace más atractiva para inversionistas.
- **Sus costos logísticos son más bajos**, permitiendo mejor margen de ganancia.
- **Sus productos están en categorías de alto margen** (electrónicos, electrodomésticos). Estos productos tienen categorías con alta rotación.
- **Tiene oportunidades claras de optimización** para aumentar su valor antes de la venta.

Esta recomendación se basa en el equilibrio entre calidad percibida por los usuarios, costos logísticos y potencial de crecimiento sostenible.

