# INFORME – PROYECTO 1 (EXCEL)

## ANÁLISIS DE VENTAS E INGRESOS DE EMPRESA RETAIL STORE SALES

### Resumen Ejecutivo:

La empresa incrementó las ventas un **2,5%** en el último año pasando de un año 2022 en el que se consiguieron 4.134 ventas y un año 2024 con 4.241 ventas. Si es cierto que entre medias soportó un año 2023 con el número de ventas más inferior (3.987).

Al igual sucede por tanto con los ingresos, partiendo en el año 2022 con un beneficio de 510.330€ y llegando al año 2024 con un total de 524.881€, pasando también por un año 2023 de bajada de beneficios, siendo los mismos de 491.312€. Por ello y en paralelo a las ventas, esto ha supuesto un incremento porcentual de casi un **2,8%.**

### Resultados y Conclusiones:

Se identifica que ambos canales de venta son muy parejos en resultados con una diferencia de tan solo 2 % a favor del canal online.

Sin embargo, respecto al método de pago, existen mayores diferencias si se toma como referencia la unión de los métodos de pago por medio de tarjeta (ya sea física o electrónica) doblando así las ventas e ingresos frente al efectivo.

Se muestra a su vez que los ingresos obtenidos por la venta de productos sin descuento aplicado superan en 32% frente a los que sí que cuentan con descuento incorporado.

Respecto a los productos, es claro que existen dos que dan más ingresos que el resto, pasando la cota de los 200.000€, siendo por tanto los productos más rentables. Estos son: en primer lugar, los cárnicos y en segundo lugar los eléctricos del hogar.

Por último, se aprecia que la evolución en el tiempo de ventas e ingresos se mantiene muy pareja entre los años 2022 y 2024, con una fluctuación monetaria de tan solo 33.569€ entre el peor registro (año 2023) y el mejor registro (año 2024). Pero con la tendencia final de crecimiento entra el año inicial (2022) y el año más reciente a la actualidad (con datos completos) de un incremento por 2,5% para las ventas y 2,77% para los beneficios.

### Recomendaciones y Próximos Pasos:

Se podría hacer un análisis aún más exhaustivo y profundo utilizando el predictivo y metiendo más datos históricos. Por ejemplo, se podría profundizar en los siguientes puntos clave en vista de los resultados obtenidos:

* Al estar tan parejos los canales de venta utilizados, sería interesante explorar más a fondo que factores impulsan de forma ligera el canal online mediante campañas de marketing y potenciarlo para que las ventas sean más rentables aún.
* Con los métodos de pago, se ve que la gente prefiere pagar con tarjeta de crédito por lo cual, sería interesante potenciar este canal por medio de promociones y ver como es la experiencia del cliente.
* Respecto al descuento, es notable que los productos que más rentabilidad den son los que no tienen descuento alguno. Esto seguramente será porque se prevalece la calidad antes que el precio final. Se podría impulsar la marca mediante campañas de y estrategias de marketing utilizando la gran repercusión y acogida de calidad.
* Sería interesante también ver la experiencia de los consumidores en vista de que los productos más rentables son los cárnicos y los eléctricos del hogar. Impulsarlos por ello con promociones y bundles para maximizar su venta.
* Por último y tras ver la evolución tan estable en las ventas e ingresos de la compañía entre 2022 y 2024, habría que enfocarse en conseguir detectar las tendencias y factores que contribuyeron a ese pequeño momento de flaqueza que alberga el año 2023 para tomarlo como ayuda a prevenir posibles caídas en un futuro y tomar decisiones.