

Modelo

# “App Store”

Los datos de tu empresa en  
**2023**, al alcance de tus manos



Equipo participante:

- Steven Vargas Riaño
- Santiago Beltrán Salazar
- Sergio García Blanco

# Contenido

- 1. Introducción**
- 2. Texto de contexto**
- 3. Roles**
- 4. Cronograma**
- 5. Recursos**
- 6. Justificación**
- 7. Fuentes de los datos**
- 8. Variables del modelo**
- 9. Modelo de datos**
- 10. Procesamiento**
- 11. Acuerdos con la empresa**
- 12. Modelo visual**



2025

## Introducción

Este documento presenta la planificación y ejecución del Proyecto Storytelling, desarrollado por el equipo 3'S en colaboración con la empresa **Store Phone**. A través del análisis de datos, visualizaciones interactivas y una presentación web estructurada, buscamos ofrecer insights valiosos sobre la venta de productos Apple y mejorar la toma de decisiones estratégicas.





# Texto de Contexto

## Público objetivo

Directivos del departamento de analítica de la empresa “Store Phone” y equipo comercial de las sucursales.

## La naturaleza de los datos analizados

Se han estudiado datos de ventas, calificaciones, reseñas y descuentos de productos Apple.

## El propósito del dashboard

Facilitar la toma de decisiones comerciales basadas en datos concretos y visualizaciones efectivas.

## Cómo este análisis ayuda al negocio

Identificar tendencias de ventas y mejorar estrategias de pricing y fidelización de clientes.



2025

# Asignación de roles



## Líder de Visualizaciones: Steven Vargas Riaño

### • Responsabilidades:

- Diseñar y desarrollar dashboards interactivos y reportes visuales.
- Asegurar que las visualizaciones sean intuitivas y comprendidas por el público objetivo.
- Coordinar con el equipo de modelado para asegurar la disponibilidad de datos adecuados.

## Líder de Modelado: Santiago Beltrán Salazar



### Responsabilidades:

- Dirigir la recolección, limpieza y transformación de los datos.
- Asegurar que los datos sean confiables y consistentes para su posterior visualización.
- Exportar los datos en formatos compatibles con la plataforma web.

## Líder de Montaje Web y Elementos Descriptivos: Sergio Andrés García Blanco



### • Responsabilidades:

- Implementar la estructura del sitio web y asegurar su funcionamiento.
- Integrar las visualizaciones y la información descriptiva.
- Realizar pruebas de navegación, accesibilidad y rendimiento.



2025

Apoyo en el proyecto

## Líder de Visualizaciones: Steven Vargas Riaño

### Apoyo:

- Santiago Beltrán :Desarrollo de gráficos y elementos visuales con librerías de visualización.
- Sergio García: Pruebas de usabilidad y ajustes en la interfaz de visualización.



## Líder de Modelado: Santiago Beltrán Salazar

### Apoyo:

- Steven Vargas : Ayuda en la limpieza y estandarización de datos. Genera reportes y documenta las transformaciones de datos realizadas.
- Sergio Beltrán: Implementa procesos de automatización para la actualización de datos

## Líder de Montaje Web y Elementos Descriptivos:

### Sergio Andrés García Blanco

### Apoyo:

- Steven Vargas : Creación de contenido audiovisual e ilustraciones.
- Santiago Beltrán: Configuración de servidor y despliegue de la plataforma.





# Cronograma Propuesta

Nombre de la tarea	Fecha de inicio	Fecha de finalización	Asignado	Estado	Semana 1 (19-25 Feb)	Semana 2 (26 Feb-3 Mar)	Semana 3 (4-10 Mar)	Semana 4 (11-17 Mar)
Reunión inicial, definición del problema y fuentes de datos	19.02.2025	25.02.2025	Todo el equipo	Cerrado	<div style="width: 100px; height: 10px; background-color: yellow;"></div>			
Asignación de roles y establecimiento del flujo de trabajo	19.02.2025	25.02.2025	Todo el equipo	En progreso	<div style="width: 100px; height: 10px; background-color: yellow;"></div>			
Desarrollo de la primera versión del modelado de datos	26.02.2025	03.03.2025	Santiago	En progreso		<div style="width: 100px; height: 10px; background-color: gray;"></div>		
Creación de primeros prototipos de visualización	26.02.2025	03.03.2025	Steven	En progreso		<div style="width: 100px; height: 10px; background-color: gray;"></div>		
Desarrollo y refinamiento del sitio web	04.03.2025	10.03.2025	Sergio	En progreso			<div style="width: 100px; height: 10px; background-color: yellow;"></div>	
Integración de visualizaciones con la plataforma web	04.03.2025	10.03.2025	Steven y Sergio	En progreso			<div style="width: 100px; height: 10px; background-color: yellow;"></div>	
Revisión final y ajustes de funcionalidad	11.03.2025	13.03.2025	Todo el equipo	En progreso				<div style="width: 10px; height: 10px; background-color: gray;"></div>
Documentación y pruebas finales	11.03.2025	13.03.2025	Todo el equipo	En progreso				<div style="width: 10px; height: 10px; background-color: gray;"></div>
Preparación para el Pitch	17.03.2025	17.03.2025	Todo el equipo	En progreso				<div style="width: 10px; height: 10px; background-color: gray;"></div>
Presentación del Pitch y entrega final	17.03.2025	17.03.2025	Todo el equipo	En progreso				<div style="width: 10px; height: 10px; background-color: gray;"></div>

El cronograma asegura una ejecución ordenada, permitiendo que cada equipo avance de forma progresiva y coordinada. Facilita el cumplimiento de los objetivos al garantizar un desarrollo eficiente, visualizaciones claras y un sitio web funcional a tiempo para el Pitch final.

Semana	Actividad	Responsable
Semana 1 (Feb 19 - Feb 25)	Reunión inicial, definición del problema y fuentes de datos	Todo el equipo
	Asignación de roles y establecimiento del flujo de trabajo	Todo el equipo
Semana 2 (Feb 26 - Mar 3)	Desarrollo de la primera versión del modelado de datos	Equipo 1
	Creación de primeros prototipos de visualización	Equipo 2
Semana 3 (Mar 4 - Mar 10)	Desarrollo y refinamiento del sitio web	Equipo 3
	Integración de visualizaciones con la plataforma web	Equipos 2 y 3
Semana 4 (Mar 11 - Mar 13)	Revisión final y ajustes de funcionalidad	Todo el equipo
	Documentación y pruebas finales	Todo el equipo
27 de marzo fecha final	Presentación del Pitch y entrega final	Todo el equipo



# \$ Presupuesto

Concepto

Costo Unitario

Cantidad

Total

## Honorarios equipo de trabajo

• Horas de trabajo de Modelado de Datos.	• \$ 20 USD / hora	• 20 horas	• \$ 400
• Horas de trabajo de Visualización de Datos	• \$ 20 USD / hora	• 30 horas	• \$ 600
• Horas de trabajo de Desarrollo Web	• \$ 20 USD / hora	• 35 horas	• \$ 700
			\$ 1.700

## Tecnología y Licencias

• Licencias de software (Power BI)	• \$ 20 USD / mes	• 1 licencia	• \$ 20
• Infraestructura (Servidor, Dominio)	• \$ 200 USD / mes	• 1 licencia	• \$ 200
			\$ 220

## Honorarios equipo de trabajo

- Contingencia (10%)

\$ 192

PRESUPUESTO TOTAL

\$ 2.112



## Justificación de Costos y Recursos

El presupuesto se ha diseñado teniendo en cuenta la experiencia y el nivel de especialización del equipo. Cada integrante posee conocimientos avanzados en su área, lo que garantiza eficiencia en el desarrollo del proyecto. La inversión en licencias de software y servidores es fundamental para asegurar el rendimiento y la accesibilidad de la plataforma.

## Valores de las 3'S

El equipo 3'S se destaca por su compromiso con la calidad, la innovación y la claridad en la comunicación de datos. Nuestra diversidad de habilidades permite abordar el proyecto de manera integral, desde la recolección de datos hasta su visualización y publicación.

## Experiencia del Equipo

Cada integrante del equipo cuenta con experiencia previa en proyectos similares, lo que permite optimizar tiempos y recursos. La combinación de especialistas en modelado de datos, visualización y desarrollo web asegura que el producto final sea funcional y atractivo para los usuarios.



# Fuente de Datos y Público Objetivo

---

Para garantizar la relevancia y utilidad del proyecto, hemos seleccionado fuentes de datos confiables relacionadas con la empresa "store phone" especializados en tecnología, en la venta de productos Apple. Nuestro público objetivo incluye tanto especialistas en análisis de datos como usuarios generales interesados en visualizar información de manera intuitiva. La plataforma será diseñada para adaptarse a distintos niveles de conocimiento y necesidades informativas.

## Documentación de Modelado de Datos

### Variables utilizadas

El dataset utilizado en este proyecto contiene un total de 14 variables relevantes, que se usarán de insumo para la capa grafica y el modelo predictivo de datos propuesto. tal como se muestra en el siguiente resumen de variables de datos tenidas en cuenta. Como apoyo a esta consolidación y definición se contó con el apoyo del equipo de datos de la compañía a consultar



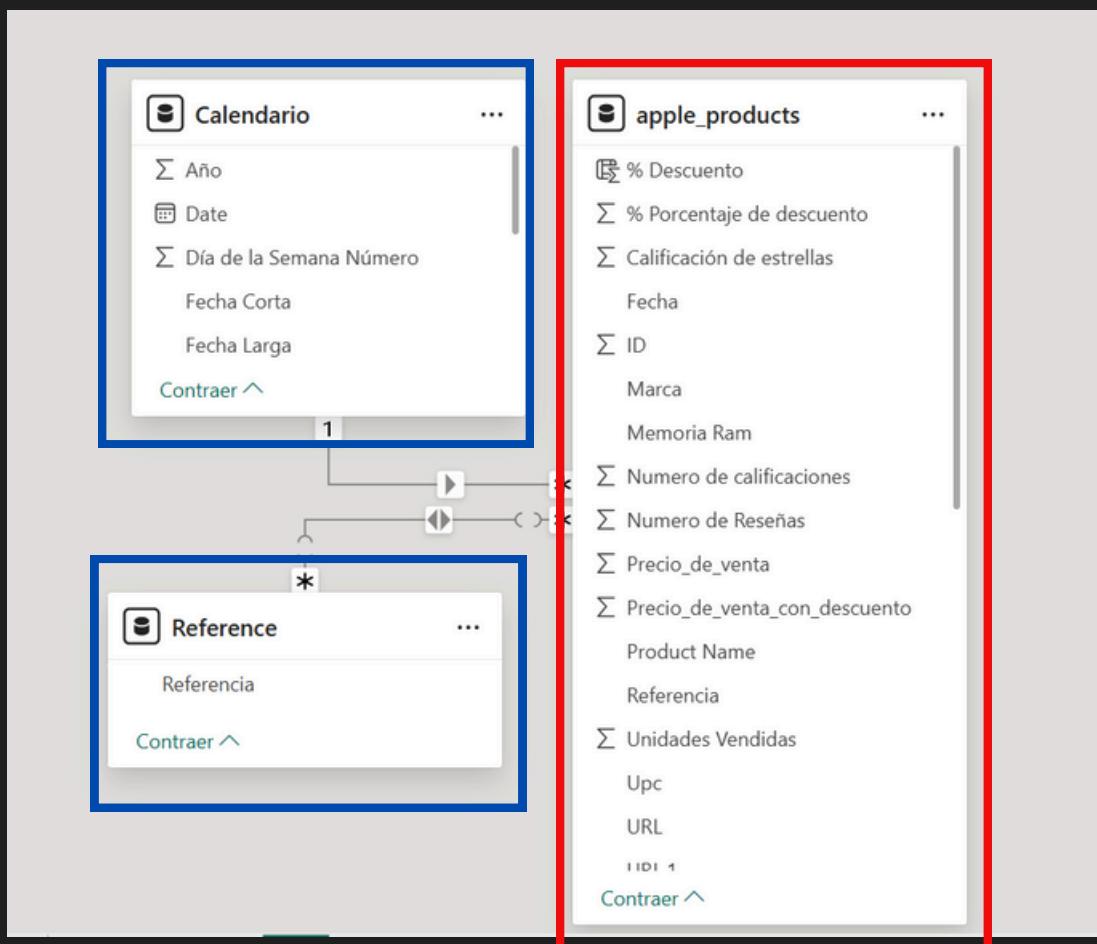
## Variables utilizadas

- **Fecha:** Fecha de registro del producto.
- **ID:** Identificador único del producto.
- **Product Name:** Nombre del producto.
- **URL:** Enlace al producto en la tienda en línea.
- **Marca:** Marca del producto (Apple).
- **Precio\_de\_venta:** Precio original del producto.
- **% Porcentaje de descuento:** Descuento aplicado sobre el precio original.
- **Precio\_de\_venta\_con\_descuento:** Precio final tras aplicar el descuento.
- **Numero de calificaciones:** Total de calificaciones recibidas.
- **Numero de Reseñas:** Cantidad de reseñas escritas por clientes.
- **Upc:** Código único del producto.
- **Calificación de estrellas:** Puntuación promedio del producto.
- **Memoria Ram:** Especificación técnica del producto.
- **Unidades Vendidas:** Cantidad de productos vendidos



# Modelado de Datos: Explicación de variables y modelo multidimensional

Modelo multidimensional del tablero:



## Tabla de Hechos:

- apple\_products (Contiene métricas como ventas, precios, calificaciones, descuentos, etc.)

## Tablas Dimensionales:

- Calendario (Dimensión de tiempo: Año, Mes, Día, Fecha, etc.)
- Reference (Dimensión de productos o categorías: Referencia)



# Modelado de Datos: Explicación de variables y modelos de ETL

## 1. Columna Calculada: % Descuento

**Función:** Convierte el porcentaje de descuento en un valor decimal. Ejemplo: Si % Porcentaje de descuento es 20, esta columna mostrará 0.20 (20%).

```
% Descuento = 'apple_products'[% Porcentaje de descuento] / 100
```

## 2. Medida: Condicion color (Formato Condicional de Color)

**Función:** Asigna un color en función del Promedio\_Calificacion.

### Valores:

- Rojo (#FF0000) → Si la calificación está entre 0 y 10.
- Verde (#008f39) → Si está entre 10 y 30.
- Amarillo (#FFFF00) → Para valores mayores a 30.

```
VAR Rojo = "#FF0000"
VAR Verde = "#008f39"
VAR Amarillo = "#FFFF00"

RETURN
    IF (
        [Promedio_Calificacion] >= 0 && [Promedio_Calificacion] <= 10, Rojo,
        IF ( [Promedio_Calificacion] > 10 && [Promedio_Calificacion] <= 30, Verde,
            Amarillo ) )
```

## 3. Medida: Nombre\_Mes

**Función:** Muestra el nombre del mes si se ha aplicado un filtro en Calendario[Date].[Mes].

- ◆ Caso de uso: Se usa en reportes dinámicos donde se selecciona un mes en un filtro.

```
Nombre_Mes = IF(ISFILTERED('Calendario'[Date].[Mes]), VALUES('Calendario'[Date].[Mes]), "")
```



# Modelado de Datos: Explicación de variables y modelos de ETL

## 4. Medida: CondicionEmojis (Formato con Emojis)

**Función:** Muestra un emoji según el valor de Promedio\_Calificacion.

**Valores:**

- 😞 (Rojo) → Si la calificación está entre 0 y 0.10.
- 😊 (Verde) → Si está entre 0.10 y 0.30.
- 😎 (Amarillo) → Para valores mayores a 0.30.

```
VAR Rojo = "😞"
VAR Verde = "😊"
VAR Amarillo = "😎"

RETURN
IF (
    [Promedio_Calificacion] >= 0 && [Promedio_Calificacion] <= 0.10, Rojo,
    IF (
        [Promedio_Calificacion] > 0.10 && [Promedio_Calificacion] <= 0.30, Verde,
        Amarillo
    )
)
```

## 5. Medida: Saludo (Mensaje Personalizado Según la Hora)

**Función:** Personaliza un mensaje según la hora actual.

**Valores:**

- Buenos días ☀️ → De 6 AM a 11:59 AM.
- Buenas tardes ☀️☁️ → De 12 PM a 5:59 PM.
- Buenas noches 🌙 → De 6 PM en adelante, incluyendo el porcentaje de descuento promedio.

```
var Horaactual = UTCTIME() - TIME(5,0,0)
VAR HORADELDIA = HOUR(Horaactual)
var mensaje = "Bienvenidos a nuestro Informe de Venta de Tiendas Apple Store "
var porcentaje = ROUND([Porcentaje_Descuento_Promedio]*100,2)

return
IF(
    HORADELDIA >= 6 && HORADELDIA < 12, "|Buenos días! ☀️ " & mensaje,
    IF(
        HORADELDIA >= 12 && HORADELDIA < 18, "|Buenas tardes! ☀️☁️ " & mensaje,
        "|Buenas noches! 🌙 " & mensaje & " Recuerde que el porcentaje de descuento promedio
    )
)
```



# Modelado de Datos: Explicación de variables y modelos de ETL

## 6. Medida: Saludo\_Vista (Mensaje en Movimiento con HTML)

**Función:** Muestra el mensaje [Saludo] con efecto de movimiento (marquee).

### Propiedades HTML:

- scrollamount='8' → Controla la velocidad del desplazamiento.
- onmouseover='this.stop();' → Detiene el desplazamiento al pasar el cursor.
- onmouseout='this.start();' → Reanuda el desplazamiento al salir.

```
VAR Frase = [Saludo]

RETURN
"<marquee height='100%' width='100%' behavior='scroll' scrollamount='8' onmouseover='this.stop();' onmouseout='this.start();'>" + Frase + "</marquee>"
```

## 7. Tabla Calculada: Calendario (Tabla de Fechas Automática)

**Función:** Genera una tabla de calendario automática con varias columnas útiles.

### Columnas clave:

- Año, Mes, Día → Facilita filtros y análisis por períodos.
- Nombre Mes, Nombre Día → Permite visualizaciones más intuitivas.
- Trimestre, Semana del Año → Ayuda en reportes financieros o de ventas.
- Fecha Corta / Fecha Larga → Formatos de fecha alternativos.

```
Calendario =
ADDCOLUMNS (
    CALENDARAUTO(),
    "Año", YEAR([Date]),
    "Mes Número", MONTH([Date]),
    "Nombre Mes", FORMAT([Date], "MMMM"),
    "Día de la Semana Número", WEEKDAY([Date]),
    "Nombre Día de la Semana", FORMAT([Date], "dddd"),
    "Trimestre", QUARTER([Date]),
    "Mes-Año", FORMAT([Date], "MMM-YYYY"),
    "Mes-Año Corto", FORMAT([Date], "MM-YYYY"),
    "Semana del Año", WEEKNUM([Date]),
    "Fecha Corta", FORMAT([Date], "MM/DD/YYYY"),
    "Fecha Larga", FORMAT([Date], "MMMM DD, YYYY")
)
```



# Modelado de Datos: Explicación de variables y modelos de ETL

## Utilidad de las funciones creadas

- **% Descuento** → Convierte el porcentaje de descuento en un valor decimal para cálculos más precisos.
- **Condicion color** → Asigna un color según el rango de calificación para aplicar formato condicional.
- **CondicionEmojis** → Representa gráficamente el desempeño con emojis según la calificación.
- **Nombre\_Mes** → Muestra el nombre del mes solo si se ha aplicado un filtro en la tabla Calendario.
- **Saludo** → Personaliza un mensaje de bienvenida según la hora del día.
- **Saludo\_Vista** → Muestra el mensaje de bienvenida con un efecto de desplazamiento en HTML.
- **Calendario** → Genera una tabla de fechas automática con columnas útiles para análisis de tiempo.



# Procesamiento y Modelado de Datos

Se han aplicado las siguientes técnicas de modelado y limpieza:

## Limpieza de Datos

- Eliminación de valores nulos y duplicados.
- Corrección de errores tipográficos y estandarización de nombres de productos.
- Revisión y validación de consistencia en los valores de calificación y reseñas.

## Estandarización de Variables

- Conversión de formatos de fecha a un estándar legible y ordenado.
- Unificación de unidades en precios y descuentos para facilitar cálculos comparativos.
- Normalización de calificaciones y ventas para hacerlas comparables en análisis estadísticos.



# Procesamiento y Modelado de Datos

Se han aplicado las siguientes técnicas de modelado y limpieza:

## Validación de Datos:

- Se aplicaron reglas de validación para detectar inconsistencias en los datos, como productos con calificaciones pero sin ventas o descuentos erróneos.
- Se eliminaron valores extremos o outliers que distorsionaban los análisis.
- Se revisó la correspondencia entre reseñas y calificaciones para evitar inconsistencias en el análisis.

## Modelado Predictivo:

- Se implementó un análisis exploratorio para detectar patrones en la relación entre descuentos y ventas
- Se realizó una segmentación de productos basada en el número de reseñas y calificaciones para identificar tendencias de mercado.
- Se generó un modelo de regresión para predecir la cantidad de unidades vendidas en función del precio y la calificación.



# Procesamiento y Modelado de Datos

Se han aplicado las siguientes técnicas de modelado y limpieza:

## Optimización de Modelado:

- Ajuste de escalas en variables clave para mejorar la precisión en las predicciones.
- Aplicación de filtros dinámicos para permitir análisis específicos en la herramienta de visualización.
- Creación de métricas derivadas, como el impacto del descuento en la decisión de compra, para enriquecer el análisis.





# **Acuerdos con la empresa**

---

Despues de conversaciones con el negocio, se propone el trabajo en tres frentes importantes señalados a continuacion:

**Fase 1: Análisis del Proyecto y Definición de Objetivos**



**Fase 2: Estrategia de Excelencia Académica y Configuración Profesional**



**Fase 3: Proyección Personal y Perfil Profesional**



## Fase de proyecto

# Fase 1: Análisis del Proyecto y Definición de Objetivos

Objetivo: Comprender el contexto del proyecto y establecer metas claras.

### 1. Revisión de la información disponible

- Analizar los datos de ventas históricos del informe.
- Identificar patrones de ventas, referencias más vendidas y tendencias en descuentos.
- Revisar el impacto de las calificaciones de productos y su relación con las ventas.

### 2. Establecimiento de objetivos

- Definir métricas clave: crecimiento en ventas, mejora de márgenes, optimización de inventario.
- Identificar oportunidades de mejora basadas en la información analizada.

### 3. Definición del alcance del trabajo

- Establecer las limitaciones del análisis (tiempo, recursos y disponibilidad de datos).
- Acordar los entregables con los interesados.



# Fase de proyecto

---

## Fase 2: Estrategia de Excelencia Académica y Configuración Profesional

Objetivo: Aplicar estrategias de optimización y crecimiento en el desempeño comercial.

### 1. Análisis de ventas y descuentos

- Identificar productos con mayor impacto en la rentabilidad.
- Evaluar la efectividad de los descuentos en la conversión de ventas.
- Comparar los datos de ventas con la demanda del mercado.

### 2. Identificación de áreas de mejora

- Revisar referencias con calificaciones bajas y evaluar su impacto en la percepción de la marca.
- Proponer estrategias de mejora para potenciar las referencias menos vendidas.
- Identificar oportunidades para mejorar la experiencia del cliente.

### 3. Plan de acción y ejecución

- Diseñar estrategias de marketing basadas en datos.
- Definir tácticas para mejorar la rentabilidad de los descuentos aplicados.
- Implementar métodos de fidelización para clientes recurrentes.



## Fase de proyecto

---

# Fase 3: Proyección Personal y Perfil Profesional

Objetivo: Presentar el plan de acción y generar una propuesta de valor para el cliente.

### 1. Presentación del informe final

- Elaborar una presentación con los hallazgos clave del análisis.
- Comparar los resultados obtenidos con los objetivos establecidos inicialmente.
- Incluir gráficos y tablas para visualizar la información de manera clara.

### 2. Propuestas de mejora

- Implementar recomendaciones estratégicas a corto y largo plazo.
- Definir KPI's para medir la efectividad de las estrategias aplicadas.
- Proponer una planificación continua para mantener el crecimiento del negocio.

### 3. Seguimiento y asesoramiento continuo

- Definir un plan de monitoreo de resultados.
- Implementar capacitaciones para mejorar la gestión comercial.
- Asesorar sobre nuevas estrategias según la evolución del mercado.



# Mockup final según lo anterior

## Página 1 - Portada



## El Pulso Diario de Apple Store

Esta solapa transporta al usuario al corazón de la operación de ventas de Apple Store, ofreciendo una visión clara y dinámica de las tendencias de consumo.

A través de un diseño moderno y con elementos interactivos, esta interfaz guía al usuario en la evaluación de las métricas clave de desempeño, ayudando a responder preguntas como:

- ◆ ¿Cómo van las ventas hoy?
- ◆ ¿Cuáles son los productos más vendidos y por qué?
- ◆ ¿Qué impacto están teniendo los descuentos en la facturación?



# Mockup final según lo anterior

## Página 1 - Portada

### Desempeño de Ventas: ¿Cómo van las ventas en marzo?

El informe presenta un desglose de las ventas bajo dos perspectivas:

- ✓ Ventas con Descuento: \$139 millones.
- ✓ Ventas sin Descuento: \$154 millones.
- ◆ Historia detrás de los números: La diferencia entre ambas cifras evidencia el impacto de la estrategia de descuentos en la generación de ingresos. Se abre la pregunta: ¿están los descuentos impulsando la demanda o erosionando el margen de ganancia?

### Conclusión y Oportunidades Estratégicas:

Optimización de descuentos: Si bien los descuentos han impulsado las ventas, es clave evaluar su impacto en la rentabilidad. Una estrategia de precios diferenciada podría maximizar los ingresos.

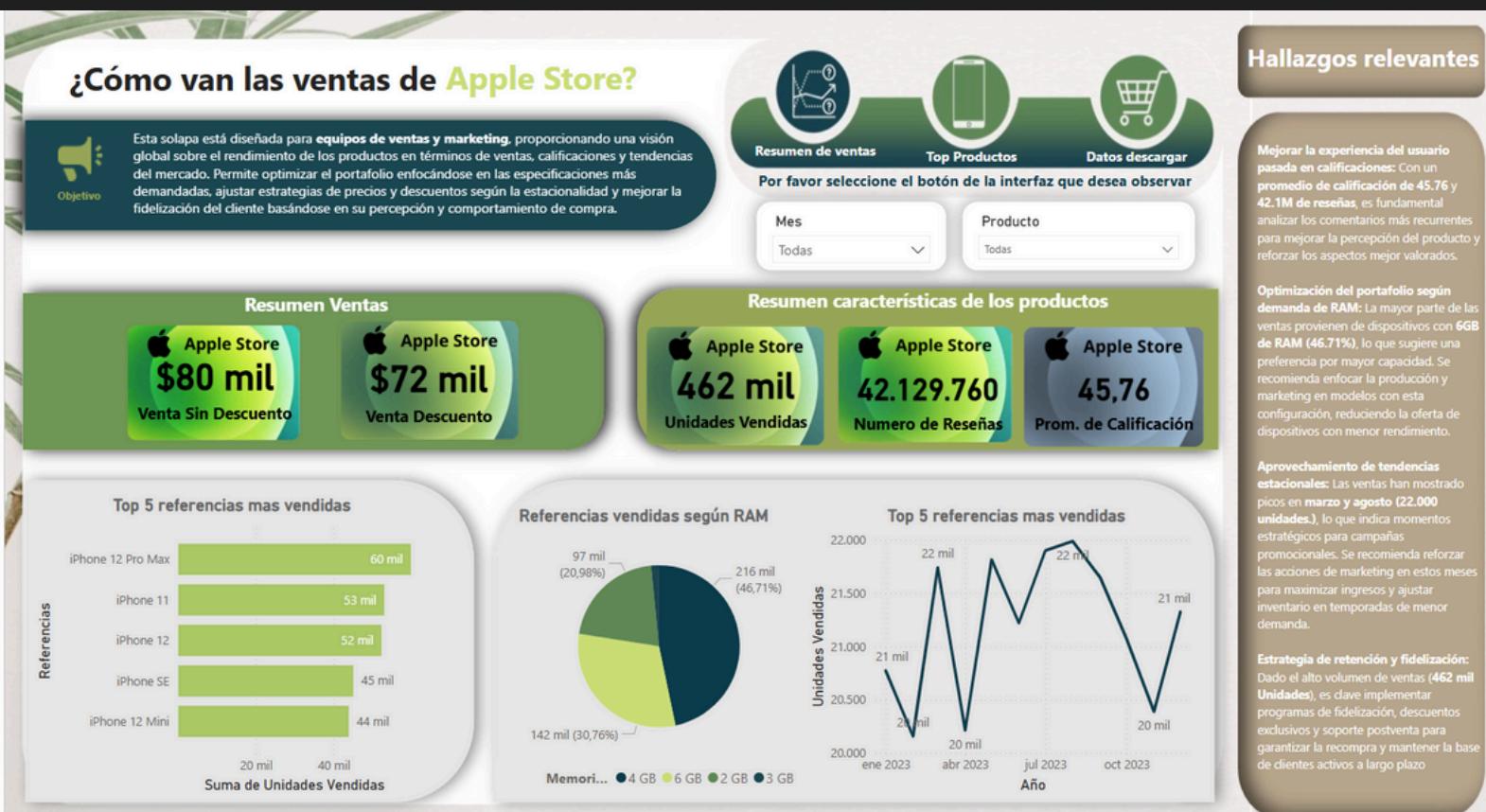
◆ Segmentación del portafolio: La popularidad del iPhone 12 Pro Max confirma la demanda por dispositivos premium, mientras que el iPhone 11 sigue capturando a un segmento de consumidores sensibles al precio.

◆ Estrategia de marketing y promoción: Los modelos con menor demanda (iPhone 12 Mini y SE) pueden beneficiarse de campañas dirigidas o bundles promocionales para mejorar su desempeño.



# Mockup final según lo anterior

## Página 2 - Resumen de ventas



## Contexto y Propósito

El presente informe de ventas de la Apple Store brinda una visión completa del desempeño comercial, combinando métricas clave con insights accionables para la toma de decisiones estratégicas. Este análisis permitirá identificar tendencias en la demanda, evaluar el impacto de los descuentos en los ingresos y comprender el comportamiento de los consumidores.



# Mockup final según lo anterior

## Página 2 - Resumen de ventas

El gráfico de tendencias muestra fluctuaciones significativas en las unidades vendidas a lo largo del año:

- Máximo de ventas en abril y julio 2023 con 22 mil unidades vendidas.
  - Caída en octubre 2023 con 20 mil unidades antes de un ligero repunte.
- ◆ Historia detrás de los números:
- Los picos de ventas pueden estar relacionados con lanzamientos de nuevos modelos o promociones específicas.
  - La caída en octubre puede estar vinculada a la espera de nuevos lanzamientos o una reducción en la demanda tras temporadas de alta compra.

## Conclusión y Oportunidades Estratégicas:

Optimización de descuentos: Si bien los descuentos han impulsado las ventas, es clave evaluar su impacto en la rentabilidad. Una estrategia de precios diferenciada podría maximizar los ingresos.

- ◆ Segmentación del portafolio: La popularidad del iPhone 12 Pro Max confirma la demanda por dispositivos premium, mientras que el iPhone 11 sigue capturando a un segmento de consumidores sensibles al precio.
- ◆ Estrategia de marketing y promoción: Los modelos con menor demanda (iPhone 12 Mini y SE) pueden beneficiarse de campañas dirigidas o bundles promocionales para mejorar su desempeño.



# Mockup final según lo anterior

# Página 3 - Descripción producto

## ¿Cuáles son los productos favoritos en Apple Store?

<b>Mes</b>	<b>Producto</b>
Todas	Todas

**Objetivo** Esta solapa está dirigida a **analistas de producto y marketing**, permitiendo optimizar el catálogo, identificar tendencias de compra y ajustar estrategias de precios y descuentos. Facilita la toma de decisiones resaltando productos más vendidos, preferencias del cliente y calificaciones, mejorando así la oferta y promoción en Apple Store



**Nombre Referencia** APPLE iPhone 11 (Black 128 GB)

**Ram** 2 GB **Descuento** 10,0 %

## **Unidades Vendidas**

**Puntaje medio** 45,76

# Contexto y Propósito

## **El Viaje del cada producto de la tienda (Ejemplo Iphone 11)**

Imagina que eres un gerente de ventas en Apple Store y tienes frente a ti el iPhone 11 (Black 128GB), un modelo que sigue conquistando el mercado. Tu desafío es comprender qué lo hace tan exitoso y cómo las estrategias de descuento han impactado en su desempeño comercial.

En esta solapa, la historia de este producto se despliega a través de datos y diseño visual cuidadosamente estructurados, guiándote como un mapa en la toma de decisiones estratégicas



# Mockup final según lo anterior

Antes de entrar en detalles del producto, la solapa nos presenta un panorama general:

- \$80 millones en ventas sin descuentos.
- \$72 millones en ventas con descuentos.

## Mensaje Visual:

- Dos cajas con efecto degradado en tonos verdes resaltan la comparación de ingresos.
- La diferencia de \$8 millones sugiere un fuerte impacto de los descuentos en el volumen de ventas.
- ¿Fue una estrategia rentable? Esta pregunta flota en el aire, incentivando a analizar más a fondo.

## Conclusión y Oportunidades Estratégicas:

La historia se cierra con una pregunta abierta para el negocio:  
¿El descuento del 10% fue el factor clave para el éxito del iPhone 11 o existen otros impulsores de compra?

Este diseño no solo informa, sino que también guía la reflexión sobre la estrategia comercial, haciendo del análisis de ventas una historia con impacto visual y narrativo.



# Mockup final según lo anterior

## Página 4 - Descarga de producto

**¿Descargar datos de Apple Store?**

Objetivo: Esta solapa está diseñada para los comerciales de ventas, permitiéndoles descargar información detallada sobre ventas, precios, descuentos y productos. Su objetivo es facilitar el análisis y la gestión de clientes, ayudando a optimizar estrategias comerciales mediante el acceso a datos clave para la toma de decisiones.

Mes	Referencia	Precio de venta	% Descuento	Condición de venta
enero	iPhone 12 Pro Max	\$31.262.248	26,01 %	SKU1
marzo	iPhone 12 Pro Max	\$31.261.795	24,89 %	SKU2
mayo	iPhone 12 Pro Max	\$31.260.925	24,71 %	SKU3
julio	iPhone 12 Pro Max	\$31.260.851	25,89 %	SKU4
octubre	iPhone 12 Pro Max	\$31.260.484	24,35 %	SKU5
diciembre	iPhone 12 Pro Max	\$31.259.641	25,87 %	SKU6
agosto	iPhone 12 Pro Max	\$31.258.494	25,50 %	SKU7
noviembre	iPhone 12 Pro Max	\$30.254.521	25,31 %	SKU8
abril	iPhone 12 Pro Max	\$30.253.773	23,35 %	SKU9
junio	iPhone 12 Pro Max	\$30.253.525	23,41 %	SKU10
septiembre	iPhone 12 Pro Max	\$30.250.965	24,96 %	SKU11
febrero	iPhone 12 Pro Max	\$28.238.973	24,91 %	SKU12
julio	iPhone 12 Pro	\$19.384.876	14,72 %	SKU13
diciembre	iPhone 12 Pro	\$19.384.457	14,46 %	SKU14
agosto	iPhone 12 Pro	\$19.384.251	16,25 %	SKU15
marzo	iPhone 12 Pro	\$19.383.812	15,98 %	SKU16
octubre	iPhone 12 Pro	\$19.381.838	16,54 %	SKU17
mayo	iPhone 12 Pro	\$19.381.655	14,94 %	SKU18
enero	iPhone 12 Pro	\$19.380.979	16,39 %	SKU19
marzo	iPhone 11 Pro Max	\$19.092.858	14,37 %	SKU20
enero	iPhone 11 Pro Max	\$19.091.264	15,45 %	SKU21
octubre	iPhone 11 Pro Max	\$19.091.244	16,42 %	SKU22
<b>Total</b>		<b>\$1.814.322.59</b>	<b>2266,97 %</b>	<b>SKU23</b>

Resumen de ventas | Top Productos | Datos descargar

Por favor seleccione el botón de la interfaz que desea observar

Precio\_de\_venta: \$29.999 - \$141.252

% Descuento: Todas

Product Name: Todas

Memoria Ram: Todas

Upc: Todas

**Hallazgos relevantes**

**Facilitar la segmentación y análisis personalizado:** Se recomienda mejorar los filtros de descarga por producto, memoria RAM, precio y descuento para que cada comercial pueda obtener rápidamente la información más relevante según su mercado objetivo y optimizar su estrategia de ventas.

**Automatización de reportes personalizados:** Se sugiere implementar opciones de descarga automatizada con informes preconfigurados que permitan a los comerciales obtener datos clave sobre descuentos aplicados, tendencias de precios y productos más vendidos, reduciendo el tiempo de análisis y facilitando la toma de decisiones.

**Integración con CRM y seguimiento de clientes:** Para mejorar la eficiencia de cada comercial, se recomienda que los datos descargados puedan integrarse con herramientas de gestión de clientes (CRM), permitiendo hacer seguimiento a patrones de compra, preferencias y comportamiento del cliente en función de las promociones aplicadas.

## Contexto y Propósito

Imagina que eres un analista de ventas en Apple Store y necesitas entender cómo se han comportado las ventas de los modelos más populares en diferentes meses del año. Esta solapa funciona como una ventana detallada que te permite explorar el impacto del precio y los descuentos en cada referencia de producto. A través de una combinación de tabla de datos interactiva y filtros dinámicos, la interfaz te guía en la toma de decisiones estratégicas sobre precios, descuentos y demanda por producto.