

Documento de Procesos:

En este proyecto de análisis de ventas de productos electrónicos en las tiendas de Samsung, Xiaomi y Asus en Amazon, se siguieron los siguientes procesos:

Recopilación de datos:

- Se obtuvo la data de ventas de los productos de las tres marcas en la plataforma de Amazon.
- Se seleccionaron los 9 productos más vendidos entre las marcas para un análisis más detallado.

Preparación y limpieza de datos:

- Se revisaron y corrigieron errores o inconsistencias en los datos de ventas.
- Se estandarizaron los formatos de los campos, como fechas, precios y cantidades.
- Se eliminaron columnas o filas que no aportaran información relevante al análisis.

Análisis de datos:

- Se calculó el total de unidades vendidas para cada uno de los 9 productos más vendidos.
- Se identificó el año con mayores ventas y el mes con mayor volumen de ventas para cada producto.
- Se analizaron las tendencias y patrones de ventas a lo largo del tiempo.

Visualización de datos:

- Se generaron gráficos de líneas, barras, histogramas y diagramas de dispersión para representar las tendencias de ventas.
- Se crearon visualizaciones comparativas entre los productos y las marcas.
- Se utilizaron gráficos de torta y diagramas de caja para analizar la distribución y composición de los datos.

Descripción de productos:

- Se seleccionaron 3 productos destacados de cada marca (Samsung, Xiaomi y Asus) para un análisis más profundo.
- Se recopiló información detallada sobre las características, especificaciones y atributos de cada producto.

Documentación y recomendaciones:

- Se registraron los pasos y metodologías utilizados en el análisis.
- Se resaltaron los hallazgos clave, las lecciones aprendidas y las recomendaciones para las marcas.
- Se enfatizó la necesidad de validar la información y realizar análisis adicionales antes de tomar decisiones basadas en estos resultados. Puntos de Hallazgos:

Problemas encontrados:

- Necesidad de analizar en profundidad las tendencias de ventas de productos electrónicos en la plataforma de Amazon, específicamente enfocados en las tiendas de Samsung, Xiaomi y Asus.
- Falta de información clara sobre los productos más vendidos, el año de mayor demanda y los meses con mayores ventas para cada marca.
- Ausencia de una descripción detallada de los productos seleccionados de cada marca.

Soluciones implementadas:

- Se realizó un análisis exhaustivo de los datos de ventas, identificando los 9 productos más vendidos entre las tres marcas.
- Se determinó el año y mes con mayores ventas para cada uno de los 9 productos más vendidos.
- Se proporcionó una descripción detallada de los 3 productos más destacados de cada marca (Samsung, Xiaomi y Asus).
- Se generaron visualizaciones gráficas para resaltar las tendencias y patrones de ventas de los productos.
- Se documentó el proceso de análisis, incluyendo la justificación de las decisiones tomadas.

Lecciones aprendidas:

- La importancia de analizar en profundidad los datos de ventas para comprender los comportamientos y preferencias de los consumidores.
- La necesidad de combinar análisis cuantitativo y cualitativo para obtener una visión holística de las dinámicas del mercado.
- La relevancia de presentar los hallazgos de manera clara y visualmente atractiva para facilitar la comprensión y la toma de decisiones.
- La importancia de documentar minuciosamente el proceso de análisis para garantizar la transparencia y la replicabilidad del estudio.