

The left side of the image features a vertical strip of decorative elements. It includes several stylized data visualizations: a line graph with a yellow arrow pointing up, a bar chart with yellow bars, a line graph with a red arrow pointing up, a bar chart with yellow bars, a line graph with a red arrow pointing up, a bar chart with yellow bars, a line graph with a red arrow pointing up, a bar chart with yellow bars, a line graph with a red arrow pointing up, and a bar chart with yellow bars. The background is dark blue with white stars and a yellow and orange wavy shape at the top left.

Análisis de Ventas e Inversión en Mercadeo

Explorando las correlaciones, tendencias y patrones que impulsan el crecimiento comercial

Correlación Esperada: Inversión vs. Ventas

En el conjunto de datos analizado, aplicamos la lógica de que un **aumento en la Inversión en Mercadeo** debería traducirse en un **aumento en las Ventas**.



- **Variable Predictora:** Inversión Mercadeo en USD
- **Variable Objetivo:** Ventas en USD

El coeficiente de correlación de Pearson (r) debería ser **cercano a +1**, indicando una correlación positiva fuerte.



En un modelo predictivo real, se utilizaría el **Análisis de Regresión** para medir con precisión esta relación y determinar si la correlación es estadísticamente significativa.



La Variable Regional: Factor Clave

Regiones de Mayor Volumen

Occidente y Oriente muestran consistentemente las ventas más altas

Regiones de Menor Volumen

Los Llanos y Sur presentan bases de ventas más reducidas

Codificación One-Hot

Se utiliza para convertir cada región en una variable binaria para el análisis

La **Inversión Mercadeo** es la variable continua con mayor correlación directa, pero la **Región** explica la mayor parte de la varianza de las ventas.

Tendencias Clave en el Entorno de Ventas

01

Adopción Masiva de IA

Automatización de tareas, análisis predictivo y chatbots avanzados transforman el ciclo de ventas

02

Comercio Electrónico y Social

Social Commerce en Instagram y TikTok, con experiencias inmersivas mediante Realidad Aumentada

03

Personalización Masiva

Datos y segmentación para contenido personalizado, con enfoque en comunicación clara y eficiente

04

Sostenibilidad y Local

Compromiso con prácticas éticas y apoyo a comunidades locales impulsa decisiones de compra



IA en Ventas: Transformación Digital



Mayor Eficiencia y Personalización

- Automatización de Tareas

Calificación de leads, actualización de CRM y envío de correos electrónicos

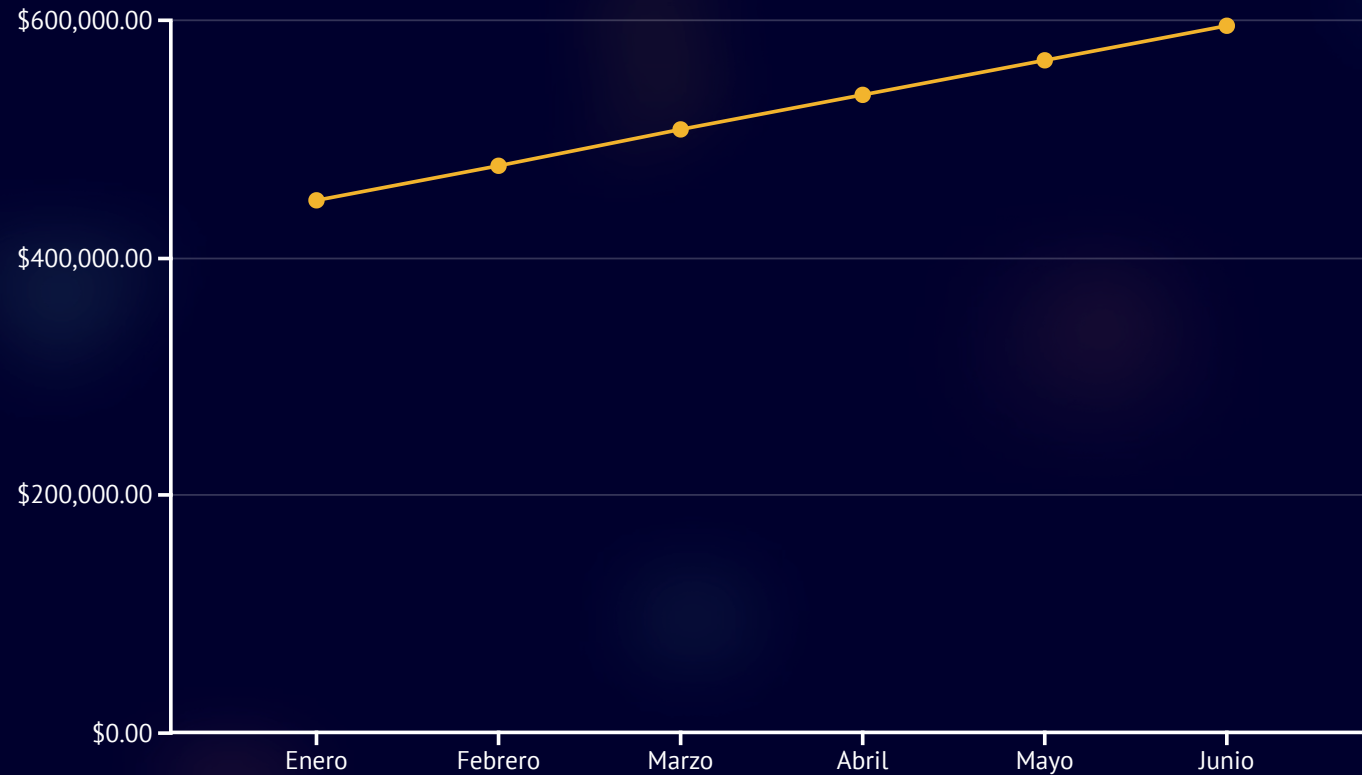
- Análisis Predictivo

Predicción de oportunidades, optimización de precios y recomendaciones personalizadas

- Chatbots Avanzados

Respuesta inmediata gestionando alto porcentaje de consultas iniciales

Análisis de Tendencia Mensual



Ausencia de Valles

No se observa ningún mes con caída significativa en las ventas

Crecimiento Incremental

No hay picos repentinos que indiquen promociones o estacionalidad específica

Tendencia Ascendente

Las ventas aumentan consistentemente, impulsadas por la inversión en mercadeo

Comparativa Trimestral



Trimestre 1

Enero, Febrero, Marzo

\$1,433,000



Trimestre 2

Abril, Mayo, Junio

\$1,699,000

El **Segundo Trimestre (T2)** fue más fuerte que el Primero (T1) en aproximadamente un **18.5%** de crecimiento total. Esta es una tendencia de crecimiento, no un patrón recurrente de estacionalidad.

Promedio Mensual de Ventas

\$52...

\$3.1...

6

Promedio Mensual

Ventas promedio durante el primer semestre de 2025

Ventas Totales

Suma acumulada de los seis meses analizados

Meses Analizados

Período completo del primer semestre

$$\text{Promedio} = \frac{\$3,132,000}{6} = \$522,000$$



Desviación Significativa del Promedio



Mes	Ventas (USD)	Desviación	Clasificación
Enero	\$448,000	-\$74,000	Bajo
Febrero	\$477,000	-\$45,000	Bajo
Marzo	\$508,000	-\$14,000	Cercano
Abril	\$537,000	+\$15,000	Cercano
Mayo	\$567,000	+\$45,000	Alto
Junio	\$595,000	+\$73,000	Alto



Conclusiones Clave



Correlación Positiva

La inversión en mercadeo muestra correlación fuerte con el crecimiento de ventas



Factor Regional

La región explica la mayor varianza en el rendimiento de ventas



Crecimiento Sostenido

Tendencia ascendente consistente sin valles significativos durante el semestre

La tendencia general es **vender de forma más inteligente** utilizando tecnología para mejorar la experiencia del cliente y la eficiencia del equipo de ventas.