

Informe Anual del Análisis de Ventas de Coca-Cola en EE.UU.

1. Introducción

El presente informe detalla el análisis de ventas de productos de la compañía Coca-Cola a lo largo de un año en el mercado de Estados Unidos. El objetivo principal fue identificar patrones de consumo, rendimiento por marca y minorista, y evaluar el impacto logístico de las empresas de reparto. Para ello, se empleó una base de datos completa con información geográfica, comercial y operativa proveniente de diversos minoristas y distribuidores.

2. Metodología

El análisis se llevó a cabo íntegramente con **Microsoft Excel**, utilizando funciones avanzadas para el tratamiento de datos y herramientas de visualización dinámica. Las etapas seguidas fueron:

- **Limpieza y transformación de datos:** unificación de formatos, corrección de valores inconsistentes, y conversión de fechas y categorías.
- **Análisis exploratorio:** uso de tablas dinámicas, segmentación por regiones, marcas y minoristas.
- **Visualización de KPIs:** desarrollo de un dashboard interactivo con filtros por semestre, trimestre, mes, región, minorista y empresa de reparto.

Los datos incluyeron variables como:

- Minorista
- Región / Estado / Ciudad
- Empresa de reparto
- Tiempo de entrega
- Marca de producto
- Unidades vendidas
- Ventas totales
- Beneficio
- Margen operativo

3. Análisis de Resultados

Indicadores generales

- **Unidades totales vendidas:** 16.482.500
- **Ventas totales:** \$8.215.165,00
- **Beneficio total:** \$3.041.141,88
- **Tiempo promedio de entrega:** 37,17 días
- **Ciudad con más ventas:** New York

Ventas por marca

Las marcas con mayor volumen de unidades vendidas fueron:

1. **Coca-Cola:** 3.989.000 unidades
2. **Dasani Water:** 2.890.500 unidades
3. **Diet Coke:** 2.872.000 unidades

Las marcas con menor volumen fueron Fanta, Powerade y Sprite, aunque con cifras igualmente relevantes (>2 millones cada una).

Margen operativo por marca

- Coca-Cola: **39%**
- Dasani Water: **38%**
- Fanta: **37%**
- Powerade: **36%**
- Diet Coke y Sprite: **35%**

Ventas por minorista

- **Walmart** fue el líder absoluto con **9.153.950 unidades vendidas**
- CVS y Costco ocuparon la segunda y tercera posición
- Target tuvo el menor volumen (820.500)

Logística y empresas de reparto

- **DHL y USPS** realizaron la mayor cantidad de entregas (más de 4 millones cada una)
- UPS y FedEx también tuvieron un papel importante
- El tiempo promedio de entrega se situó en **37 días**, un dato clave para el análisis operativo

Distribución geográfica

El mapa de calor indica que estados como Nueva York, Texas, California y Florida concentran el mayor volumen de ventas, con especial énfasis en el noreste y el sur del país.

4. Visualización del Dashboard

El dashboard permite al usuario interactuar con los datos a través de múltiples filtros:

- Por **semestre, trimestre, mes y región**
- Por **minorista y empresa de reparto**
- Visualizaciones claras: barras, líneas, mapas de calor y diales de margen operativo

Esto facilita una exploración ágil y profunda de los resultados.

5. Conclusiones

- Las marcas más tradicionales (Coca-Cola, Dasani, Diet Coke) siguen liderando el mercado.
- Walmart es el principal canal de distribución en volumen de ventas.
- La eficiencia logística, con tiempos superiores a 30 días, representa un área de mejora significativa.
- Las diferencias de margen por marca muestran oportunidades de optimización comercial.