

# Informe de Ventas y Perfil de los Clientes de Zoop en 2023

---

**Autor:** Omar BetoRock Toledo

**Fecha:** 13 de junio de 2025

**Empresa:** Zoop

**Curso:** IA aplicada a la Ciencia de Datos

---



Figure 1: IA aplicada a la Ciencia de Datos

## **Resumen Ejecutivo**

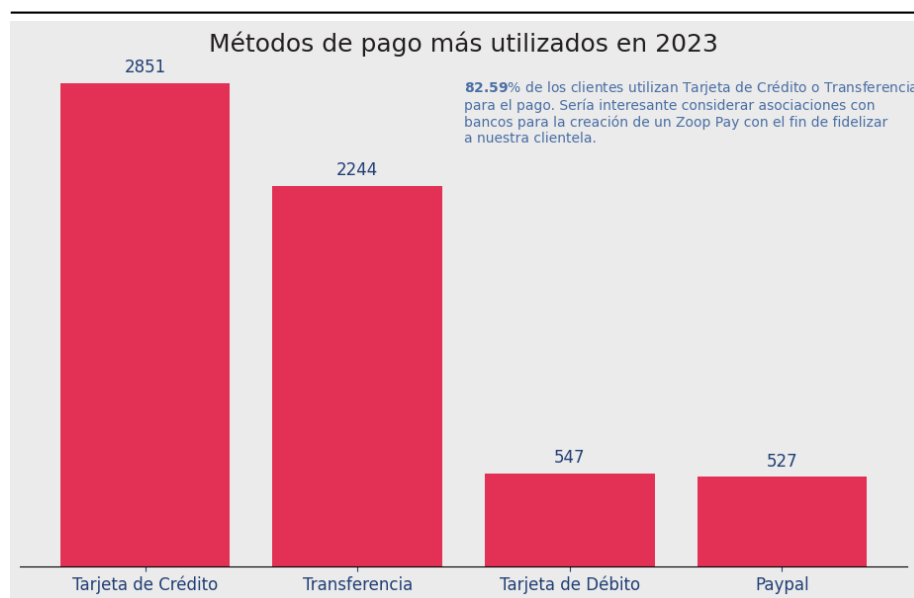
Este informe presenta un análisis integral de las ventas y el perfil de los clientes de Zoop durante el año 2023. Se utilizaron visualizaciones refinadas siguiendo la identidad visual de la marca, priorizando la accesibilidad y la estética visual. Cada sección destaca fortalezas, falencias y oportunidades de mejora para la toma de decisiones estratégicas.

## 1. Métodos de pago más utilizados

**Fortalezas:** - Alta preferencia por Tarjeta de Crédito y Transferencia, lo que facilita la gestión de pagos y reduce riesgos de impago. - La concentración en pocos métodos permite negociar mejores condiciones con bancos y proveedores de servicios de pago.

**Falencias:** - Baja diversidad en los métodos de pago puede limitar el acceso de algunos clientes. - Métodos alternativos como billeteras digitales o pagos en efectivo tienen poca adopción.

**Mejoras:** - Explorar alianzas con bancos para programas de fidelización. - Promover métodos alternativos para captar nuevos segmentos de clientes.



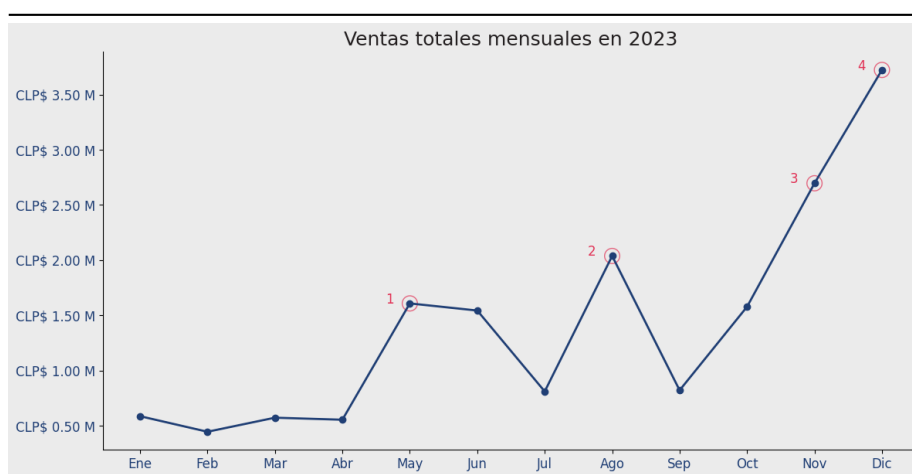
**Hallazgo:** La mayoría de los clientes utilizan Tarjeta de Crédito o Transferencia para el pago. Se recomienda explorar alianzas con bancos para fidelizar a la clientela.

## 2. Ventas totales mensuales

**Fortalezas:** - Identificación clara de la estacionalidad y picos de ventas. - Permite planificar inventario y campañas de marketing en los meses de mayor demanda.

**Falencias:** - Meses con ventas bajas pueden indicar falta de campañas o baja demanda. - No se visualizan causas de los picos o caídas.

**Mejoras:** - Analizar campañas y eventos asociados a los picos. - Implementar promociones en meses de baja venta para equilibrar el flujo de ingresos.



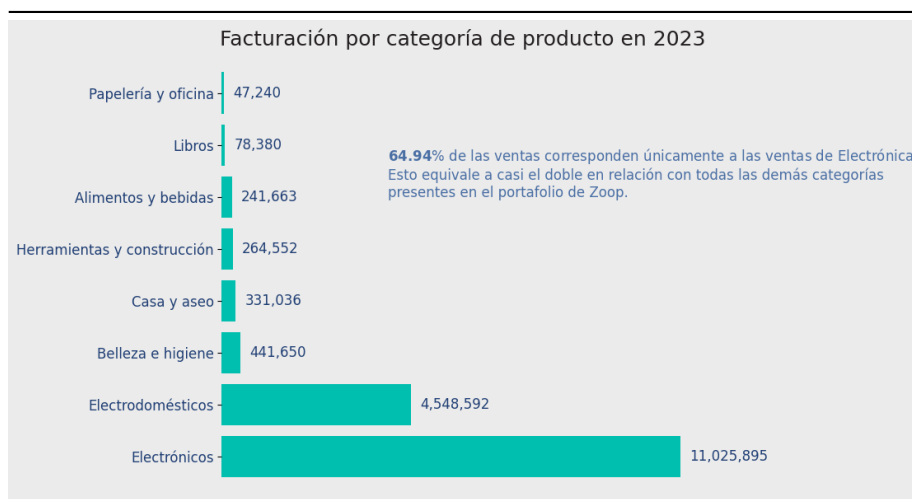
**Hallazgo:** Se observa una variación estacional en las ventas, con picos en determinados meses que pueden estar asociados a campañas o eventos especiales.

### 3. Facturación por categoría de producto

**Fortalezas:** - Electrónica lidera la facturación, mostrando un segmento fuerte y rentable. - Permite identificar categorías con potencial de crecimiento.

**Falencias:** - Dependencia excesiva de una sola categoría puede ser riesgosa. - Otras categorías tienen baja participación.

**Mejoras:** - Diversificar la oferta y fortalecer categorías menos vendidas. - Analizar causas de bajo rendimiento en ciertas categorías.



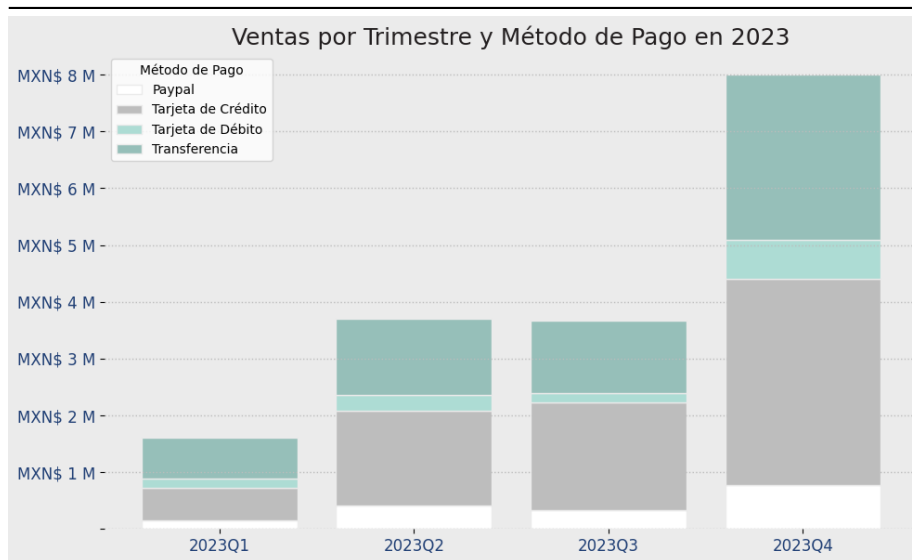
**Hallazgo:** La categoría Electrónica representa el mayor porcentaje de facturación, casi el doble que el resto de categorías.

## 4. Ventas por trimestre y método de pago

**Fortalezas:** - Permite ver tendencias y cambios en la preferencia de métodos de pago a lo largo del año. - Útil para ajustar estrategias comerciales por temporada.

**Falencias:** - Si un método de pago cae en un trimestre, puede afectar la facturación. - No se visualizan razones de los cambios de preferencia.

**Mejoras:** - Realizar encuestas para entender cambios en preferencias. - Ajustar promociones según el método de pago más popular en cada trimestre.



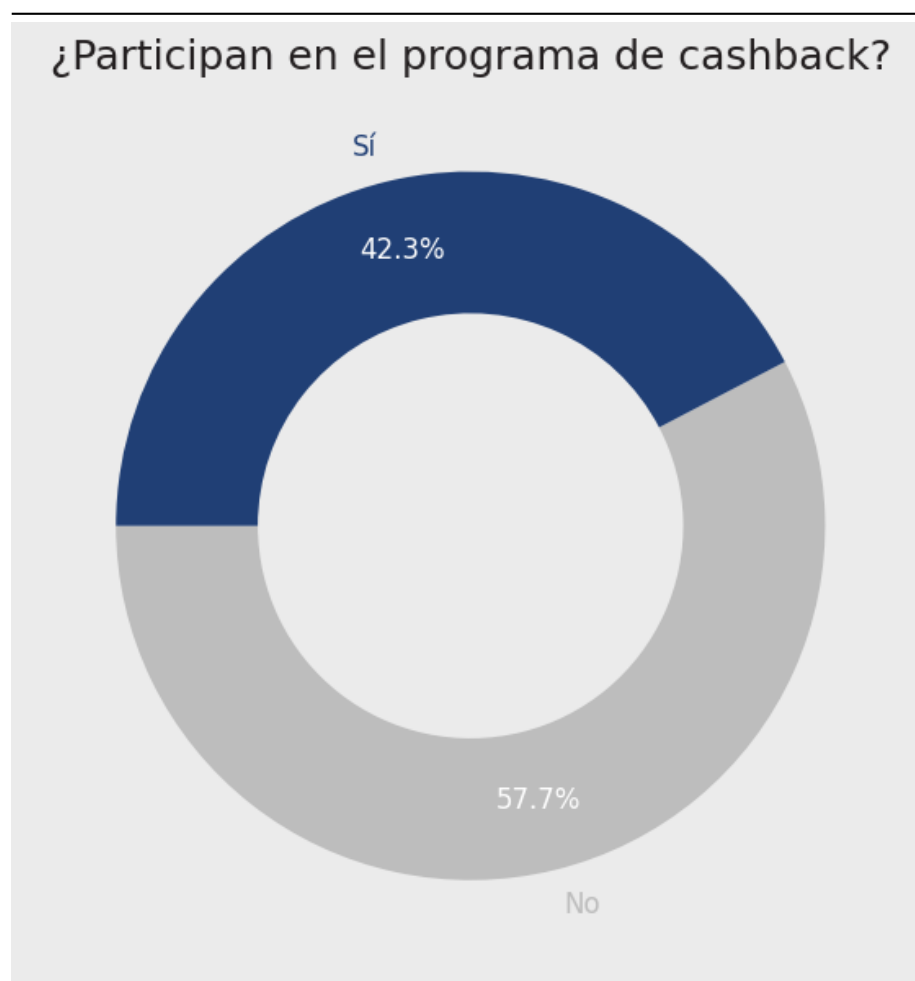
**Hallazgo:** Se identifican tendencias en los métodos de pago preferidos por trimestre, lo que puede orientar estrategias comerciales.

## 5. Proporción de usuarios en el programa de cashback

**Fortalezas:** - Buena adopción del programa de cashback, lo que puede aumentar la retención. - Incentiva compras repetidas.

**Falencias:** - Si la proporción de usuarios fuera baja, el programa no estaría cumpliendo su objetivo. - No se mide el impacto real en la frecuencia de compra.

**Mejoras:** - Medir el impacto del cashback en la recurrencia de compra. - Promocionar el programa entre quienes aún no participan.



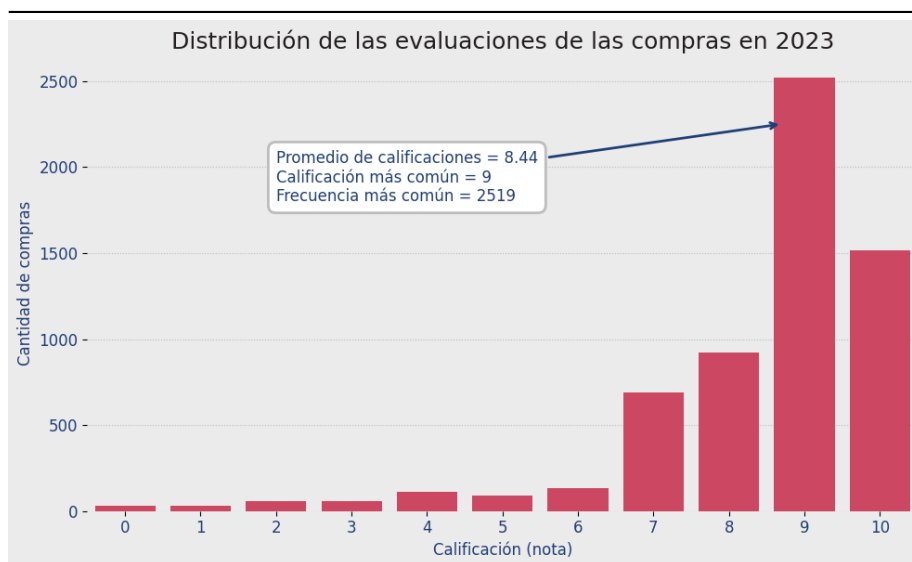
**Hallazgo:** Un porcentaje relevante de clientes participa en el programa de cashback, lo que puede ser aprovechado para aumentar la retención.

## 6. Distribución de las evaluaciones de compra

**Fortalezas:** - Promedio de calificaciones alto, lo que indica buena satisfacción. - Baja frecuencia de calificaciones negativas.

**Falencias:** - No se detallan motivos de las calificaciones bajas. - Puede haber sesgo si solo algunos clientes califican.

**Mejoras:** - Implementar encuestas de satisfacción más detalladas. - Incentivar a más clientes a dejar su evaluación.



**Hallazgo:** La mayoría de las evaluaciones son positivas, con un promedio alto y baja frecuencia de calificaciones negativas.

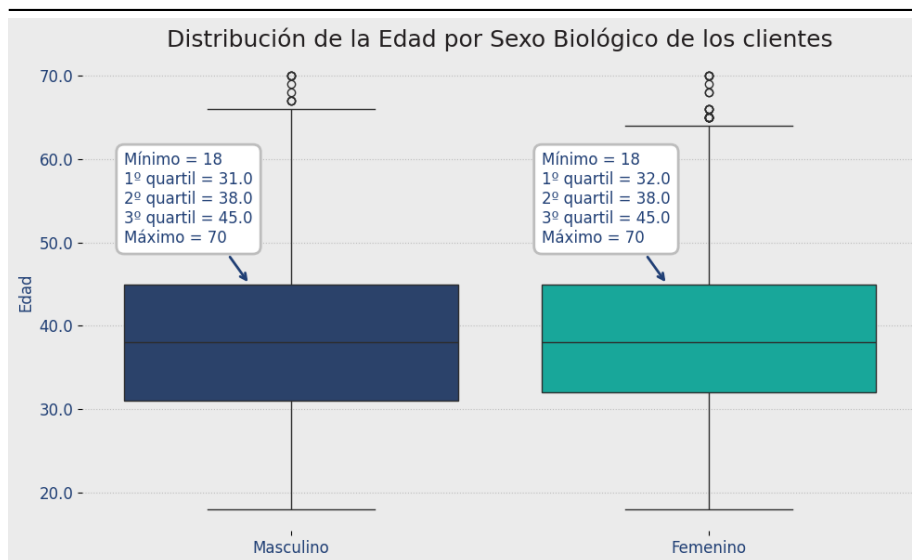


## 7. Distribución de la edad por sexo biológico

**Fortalezas:** - Permite segmentar campañas y productos según perfil demográfico.  
- Identifica grupos etarios predominantes por sexo biológico.

**Falencias:** - Puede haber subrepresentación de ciertos grupos. - No se cruza con otros datos relevantes (por ejemplo, ticket promedio por edad).

**Mejoras:** - Cruzar edad y sexo con otras variables de interés. - Personalizar campañas según los grupos más relevantes.



**Hallazgo:** El perfil de edad varía según el sexo biológico, lo que puede ser útil para segmentar campañas y productos.

## **Conclusión**

El análisis realizado permite identificar oportunidades de mejora y estrategias para aumentar la satisfacción y fidelización de los clientes de Zoop, así como optimizar las ventas en función de los perfiles y preferencias detectados.