



Gerenciales 2

Práctica 1

**Danny Hugo Tejaxun Pichaya
Susan Pamela Herrera Monzon**



Contenido

Como analista de datos junior usted está trabajando para una tienda en línea de ropa y accesorios. La empresa quiere entender mejor sus ventas y el comportamiento de los clientes durante el último año.





Insights

- Las tres categorías de productos tienen un rendimiento prácticamente idéntico, lo que indica un portafolio equilibrado pero también una posible falta de diferenciación o especialización.
- Existe una distribución geográfica muy uniforme, sugiriendo una penetración de mercado equilibrada, pero también oportunidades de crecimiento desaprovechadas en regiones específicas.
- La diferencia entre productos más vendidos y menos vendidos es relativamente pequeña (12%), indicando un catálogo sin productos estrella claramente definidos.

Insights



- Paridad perfecta entre géneros sugiere una estrategia de género neutral exitosa o falta de segmentación específica.
- Aproximadamente el 80 % de las compras provienen del grupo 18-25 años, mientras que los grupos de mayor edad están prácticamente inexplotados.
- Las preferencias de método de pago son prácticamente idénticas entre las tres categorías de productos, con una distribución consistente: 25 % cada una aproximadamente.

Preguntas Planteadas



¿Cómo podrían los insights obtenidos ayudar a diferenciarse de la competencia?

1. Puede diferenciarse de la competencia porque en el insight se visualiza el rendimiento del producto
2. Es posible especializarse y generar más productos para los grupos de clientes qué más compran.

Preguntas Planteadas



¿Qué decisiones estratégicas podrían tomarse basándose en este análisis para aumentar las ventas y la satisfacción del cliente?

1. Es recomendable impulsar la promoción de los productos con menores ventas. No conviene descartarlos, ya que sus cifras son importantes, aunque no alcanzan el nivel de los productos más vendidos; la diferencia entre ambos grupos es relativamente pequeña.
2. Promocionar más los productos que menos ventas generan. No es conveniente eliminarlos ya que sus ventas son significativas, pero no al nivel de las más vendidas, aunque la diferencia es relativamente leve.

Preguntas Planteadas



¿Cómo podría este análisis de datos ayudar a la empresa a ahorrar costos o mejorar la eficiencia operativa?

- 1.** Se puede identificar en qué productos vale la pena invertir o aumentar su promoción para incrementar sus ventas.

- 2.** Es posible detectar en qué productos es conveniente invertir más o promocionarlos para lograr aumentar sus ventas.

Preguntas Planteadas



¿Qué datos adicionales recomendarían recopilar para obtener insights aún más valiosos en el futuro?

1. Se recomienda incorporar métodos para evaluar la satisfacción de los clientes al adquirir un producto, ya que en algunas ocasiones estos pueden presentar defectos.
2. Es bueno que se incluya métodos de medir la satisfacción de los clientes al comprar un producto. Debido a que en ocasiones algunos productos resultan ser defectuosos.

Recomendación

- Enfocar promociones en los meses de menor venta para incentivar compras, y personalizar campañas para el grupo de edad 26-35, que es el más activo.
- Mantener y ampliar el surtido de los productos más vendidos.





SALE

Conclusiones

- Se identificaron meses pico de ventas con temporada alta y meses con baja demanda con temporada baja. Esto sugiere que las ventas tienen un comportamiento estacional, probablemente asociado a fechas especiales o campañas.
- Los clientes en el rango 26-35 años son los que más compran en términos de monto total, mientras que el grupo de 60+ participa muy poco.
- Se observó que ciertas categorías tienen una preferencia clara por métodos de pago específicos.

