

# Análisis para Challenge I Alura Latam / Oracle Next Education

## Descripción del desafío.

Hoy te presento el desafío Alura Store, análisis de ventas y rendimiento de las tiendas. El objetivo de este desafío es ayudar al señor Juan a decidir qué tienda debe vender para invertir en un nuevo negocio. Para ello, evaluaremos cuál de estas cuatro tiendas tiene un desempeño menor, permitiendo al señor Juan tomar la decisión de cuál de estas cuatro tiendas debe vender para invertir en un nuevo negocio.

Te han contratado para realizar este análisis. Tu jefe nos ha pedido que hagas la evaluación basándose en estos cinco aspectos: facturación total de cada tienda, es decir, cuál tienda vende más; cuáles son las categorías más populares de cada tienda, es decir, cuáles productos se venden más en cada tienda; cuál es el promedio de evaluación de cada uno de los clientes; cuáles son los productos más y menos vendidos en cada tienda; y cuál es el costo promedio del envío desde la tienda hasta el lugar de cada uno de los clientes.

Con estos datos, ayudará al señor Juan a tomar una decisión fundamental y estratégica.

**Todas las tiendas son en línea.**

**Para este ejercicio se asumirá que la inversión en cada tienda es la misma, y respecto a todos los costos que no aparecen en la información entregada.**

Fuentes de datos de información de las tiendas entregadas por el cliente

[CSV TIENDA\\_1](#)

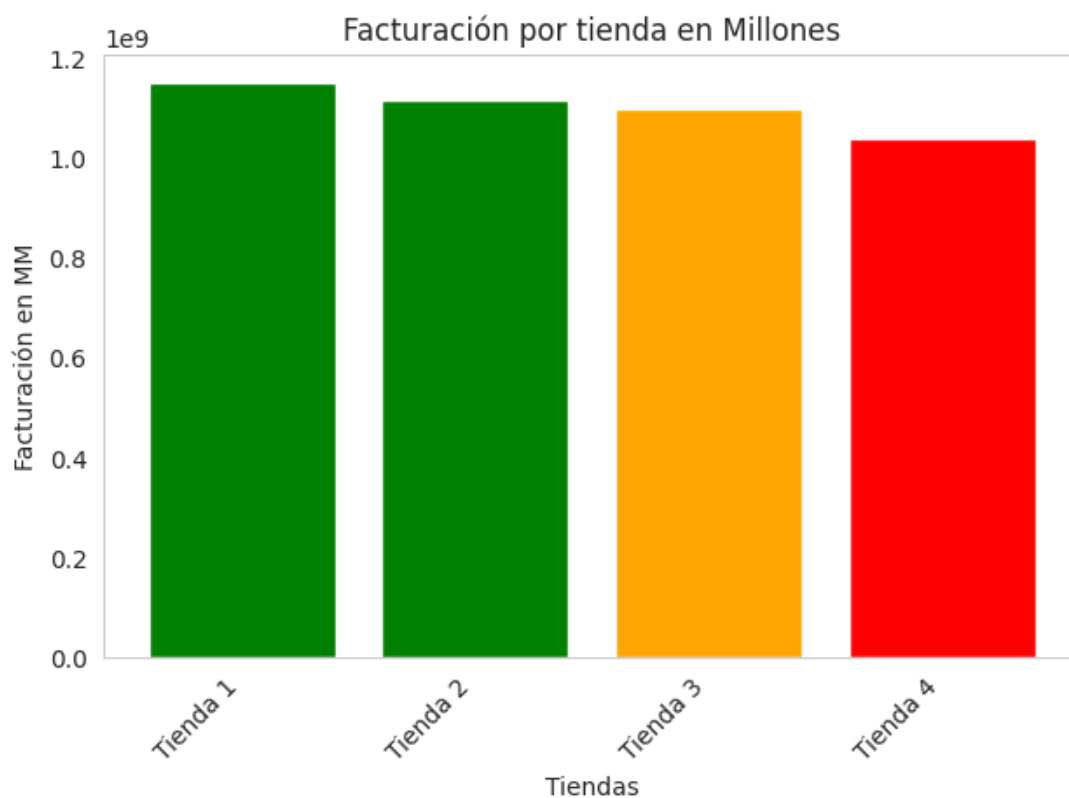
[CSV TIENDA\\_2](#)

[CSV TIENDA\\_3](#)

[CSV TIENDA\\_4](#)

## Análisis de Variables para decisiones y asesoría.

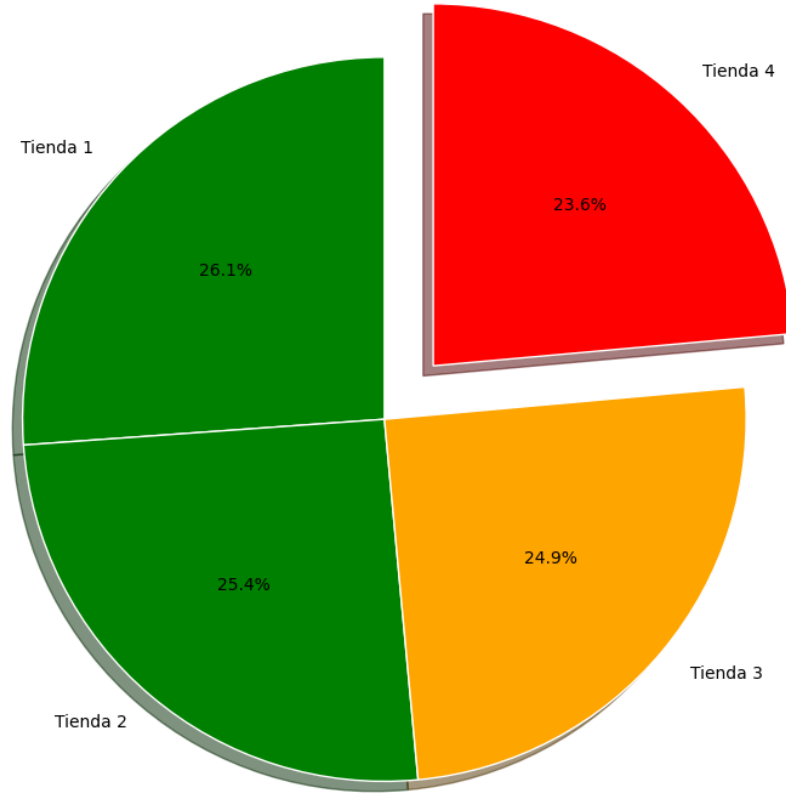
### Análisis Ingresos Totales (Facturación Histórico).



En este grafico:

Como podemos notar a nivel historio las tiendas número 1 y número 2 son las más rentables tomando como referencia la facturación histórica entregada por el cliente estas aparecen con color verde en el gráfico. con el desempeño más bajo se encuentra la Tienda 4 de color rojo en el gráfico, seguida por la número 3 coloreada en naranja

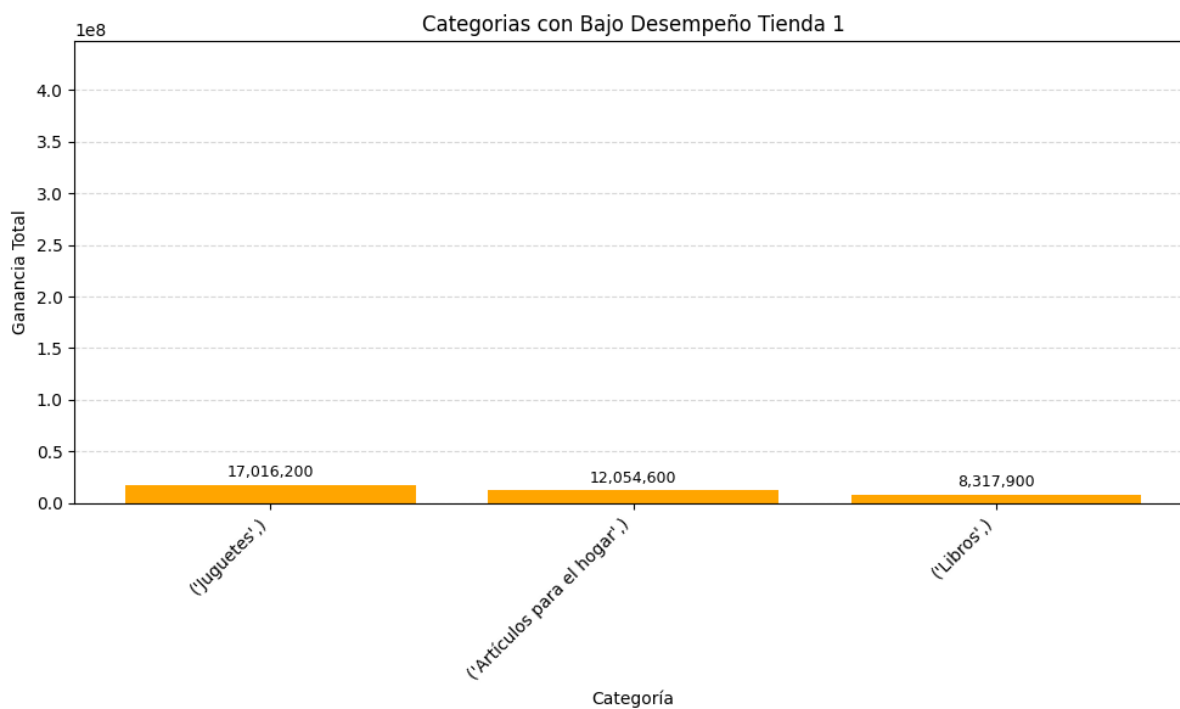
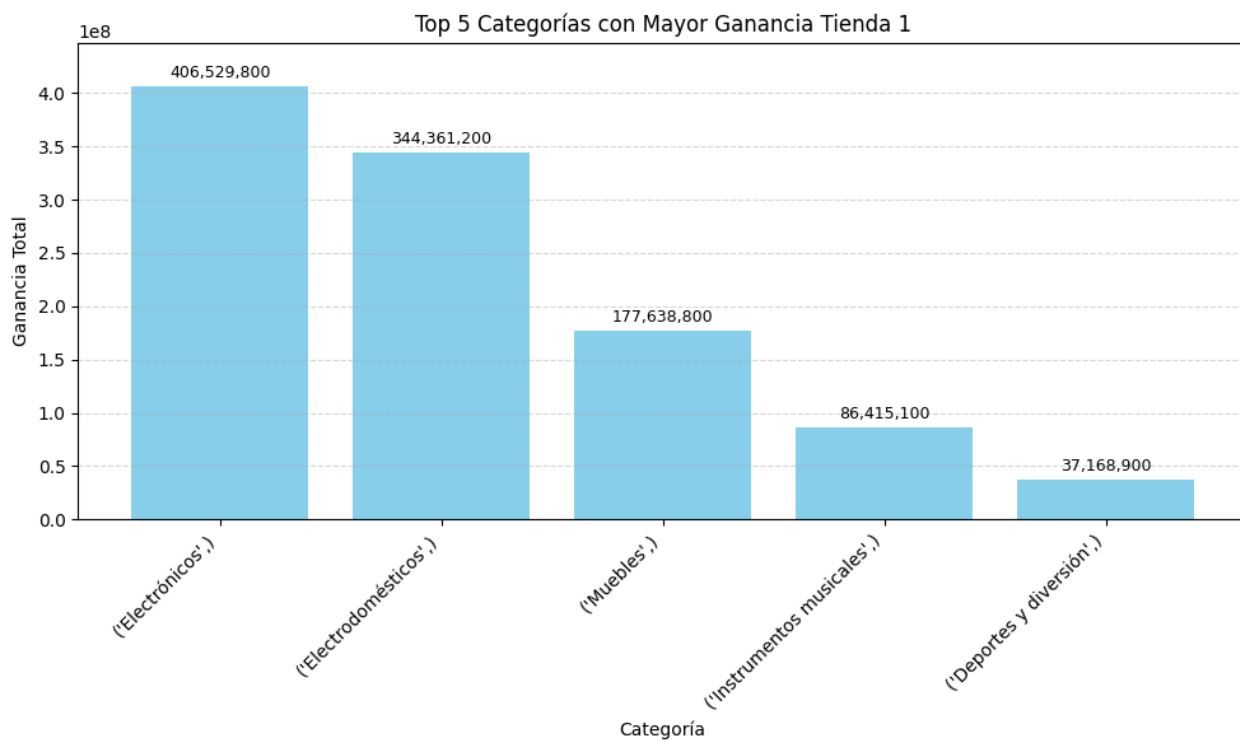
### Participación por Tienda en Facturación



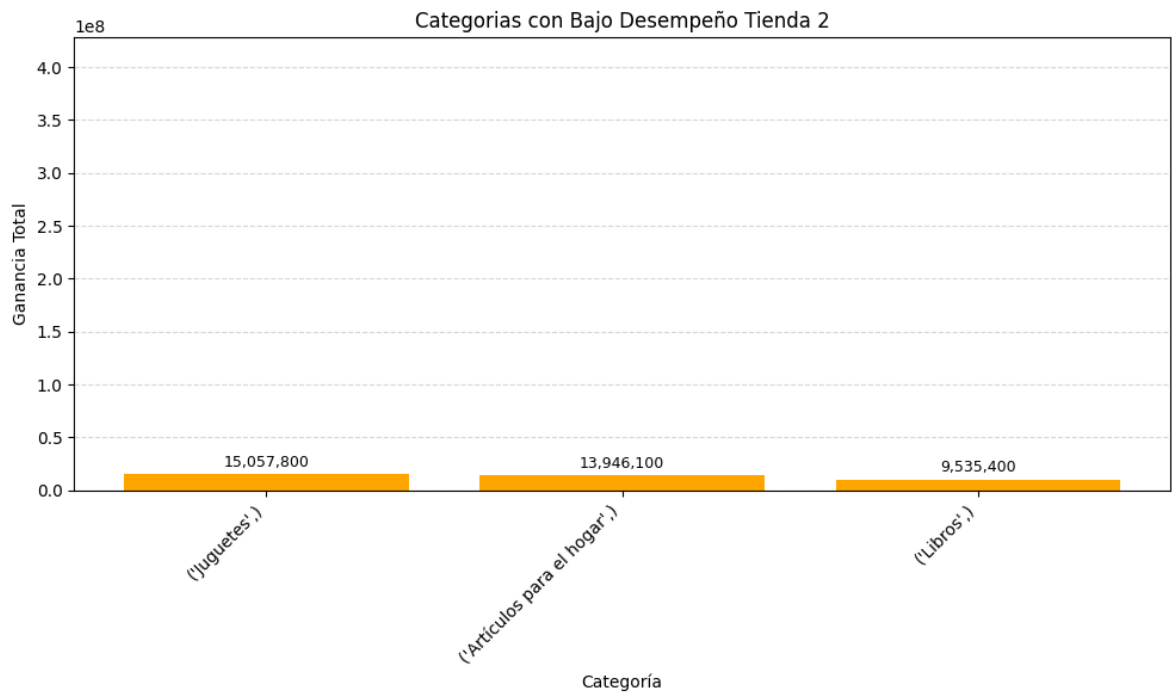
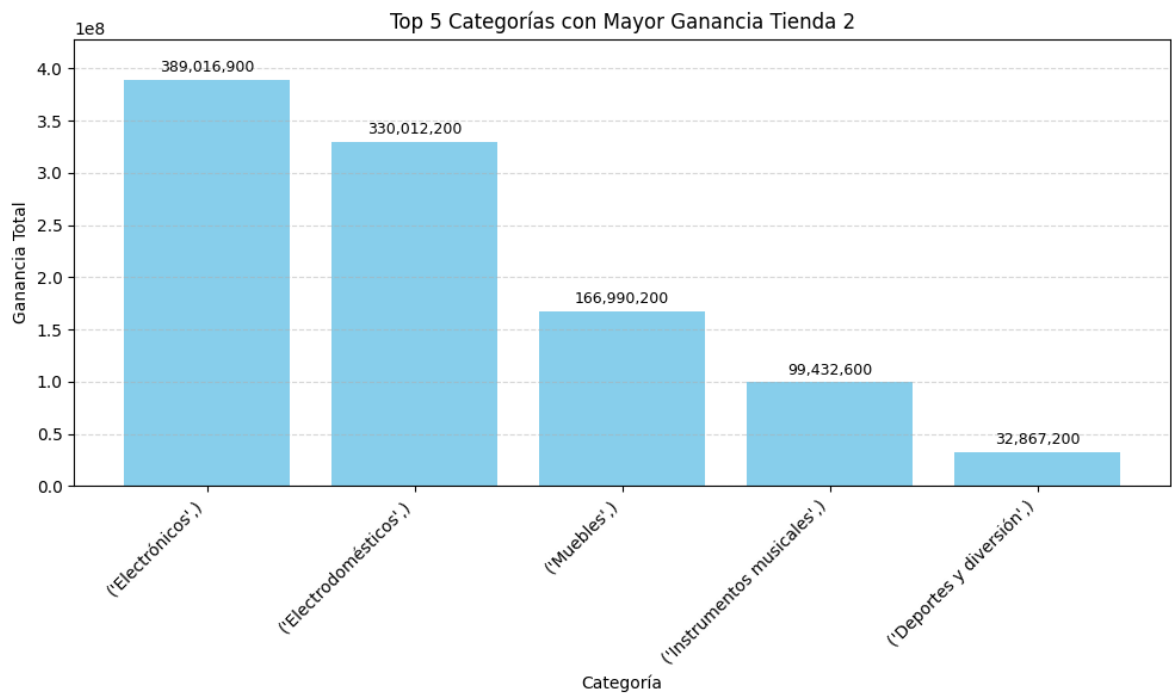
**La facturación histórica de las 4 tiendas porcentualmente** revisando la información del periodo total se ha detectado diferentes niveles de facturación iniciando con menor resultado corresponde a la tienda número 4. Con un 23.6%, seguida de la tienda número 3 con el 24,9%, la tienda número 2 con 25.4%, la tienda de mayor rendimiento en facturación con un 26.1% es la tienda 1.

# Categoría de productos más y menos vendidos.

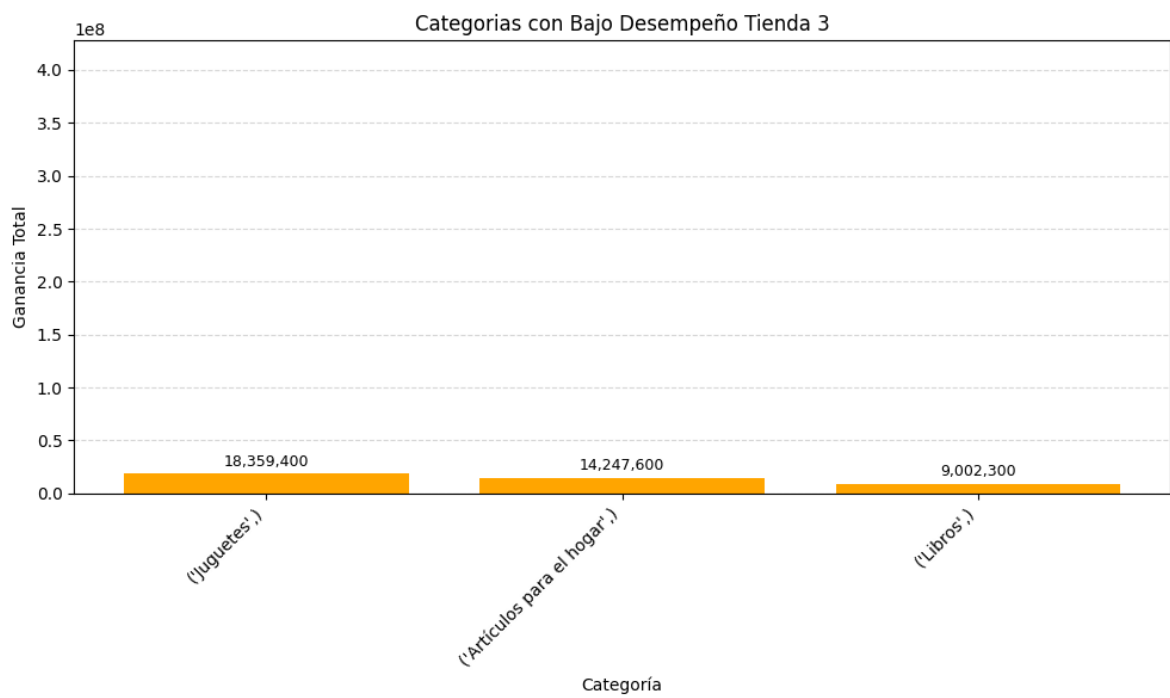
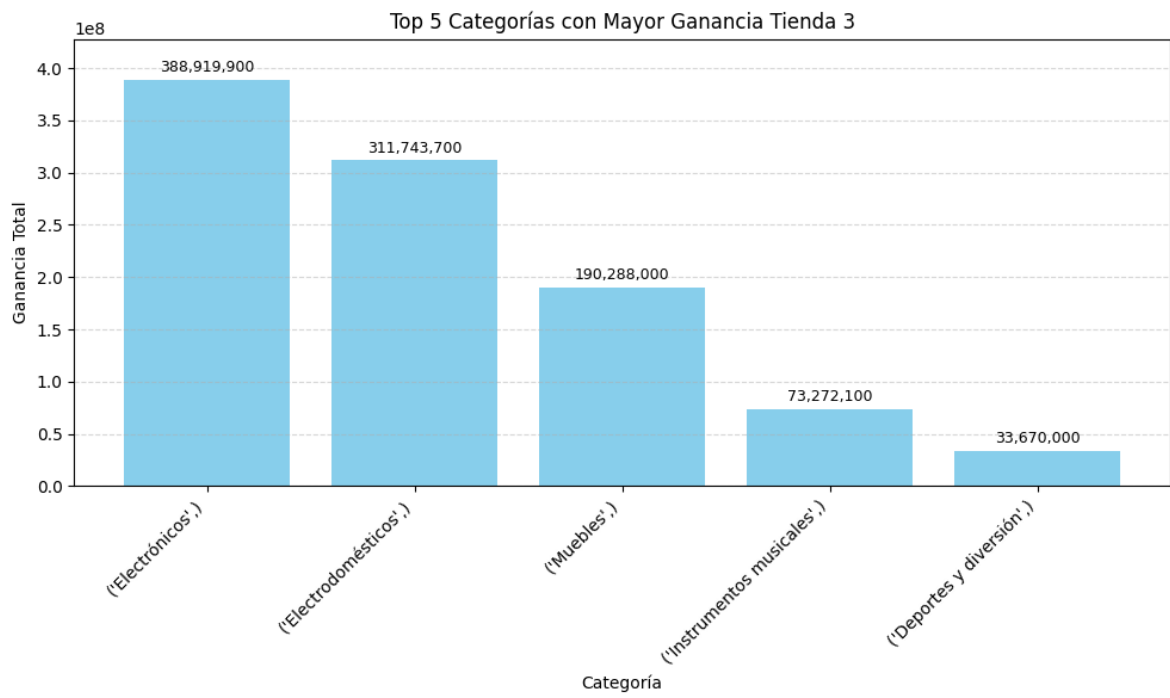
## Tienda 1



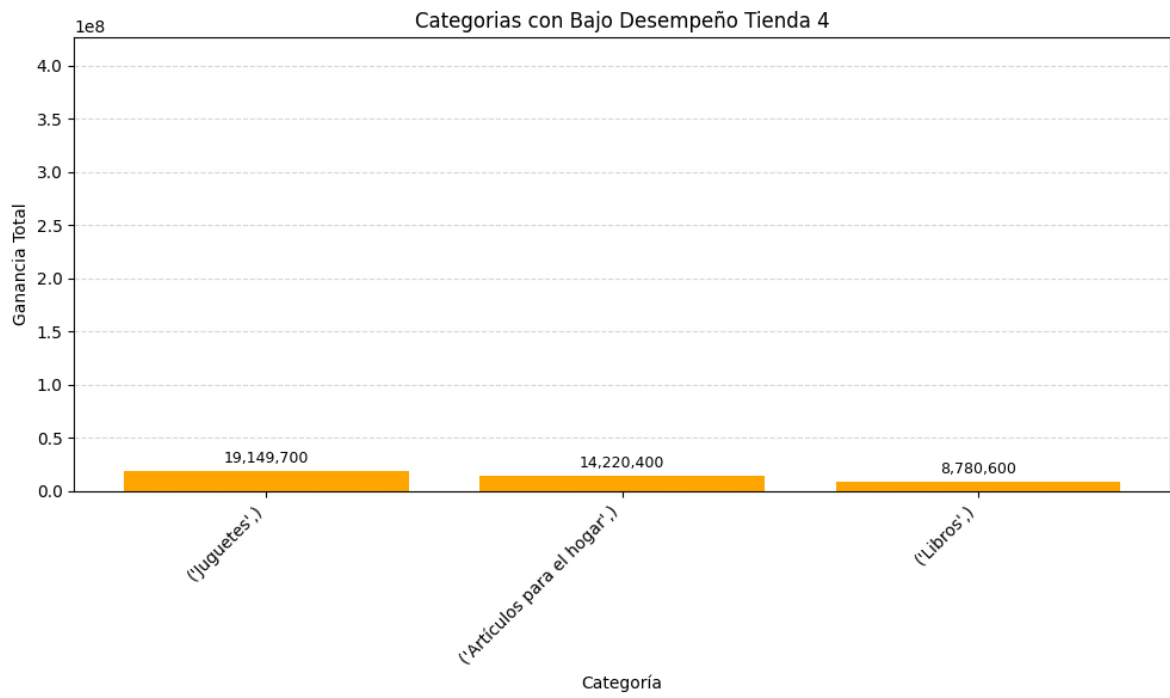
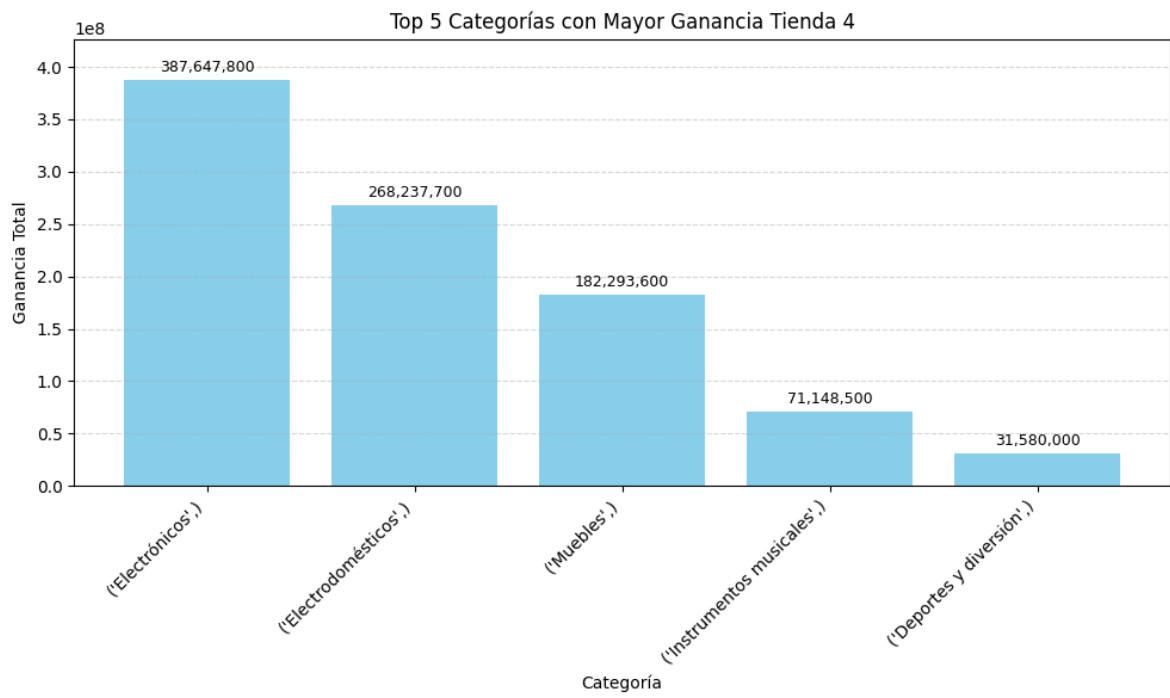
## Tienda 2



# Tienda 3



# Tienda 4



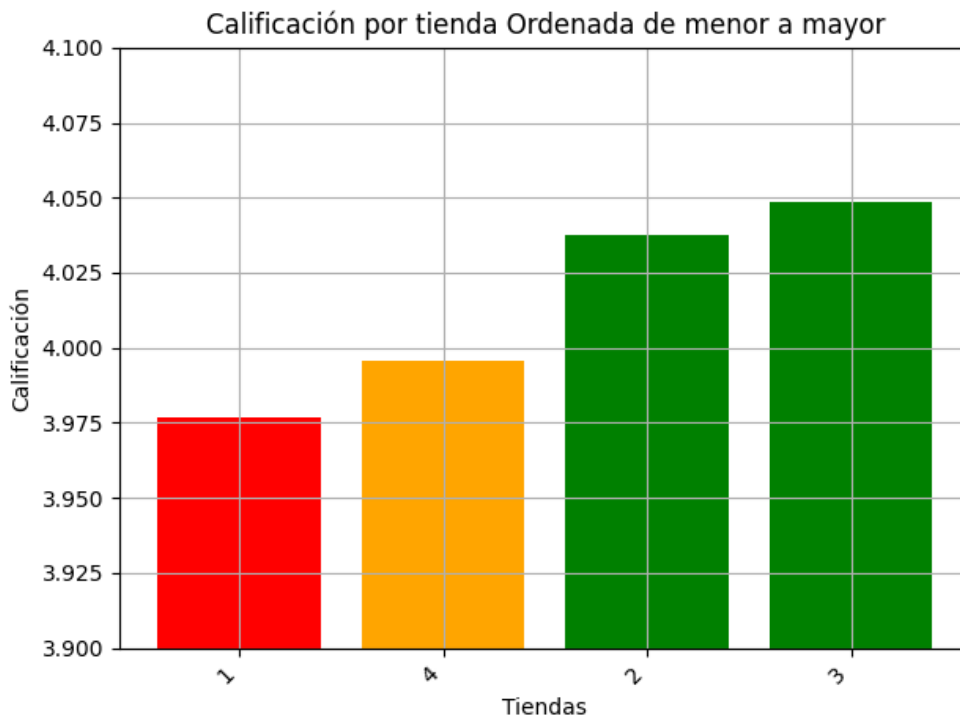
**Se recomienda,** la revisión de las categorías de productos que presentan baja facturación como 'Juguetes', 'Artículos para el hogar', 'Libros', verificar que estén los productos de moda o usados por influencer de forma periódica para tener mayores flujos de estos ítems, incluir promociones para hacer más dinámica la venta y hacer crecer las categorías.



## Calificaciones de ventas por tienda.

La tendencia de calificaciones de las tiendas muestra que las calificaciones pasan a ser muy parecidas, por lo cual no se aprecia que sea un factor importante de decisión para la decisión.

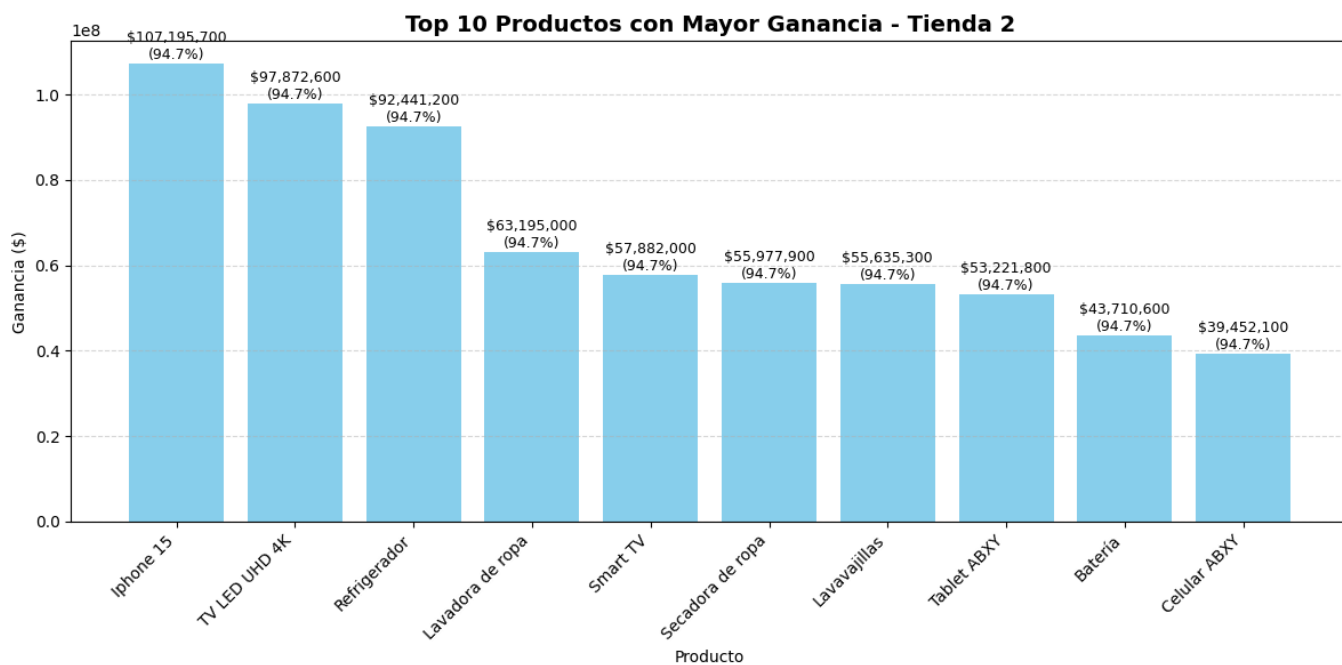
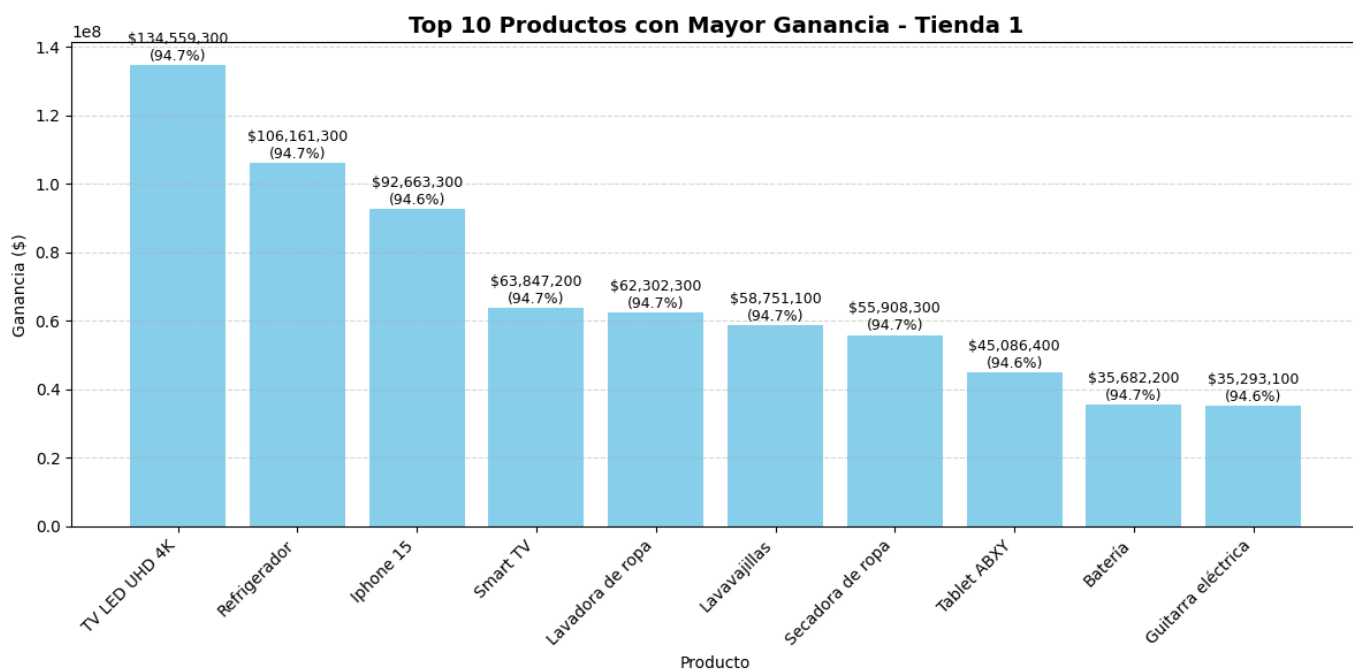
Tienda	Calificación
1	3.976685
4	3.995759
2	4.037304
3	4.048326

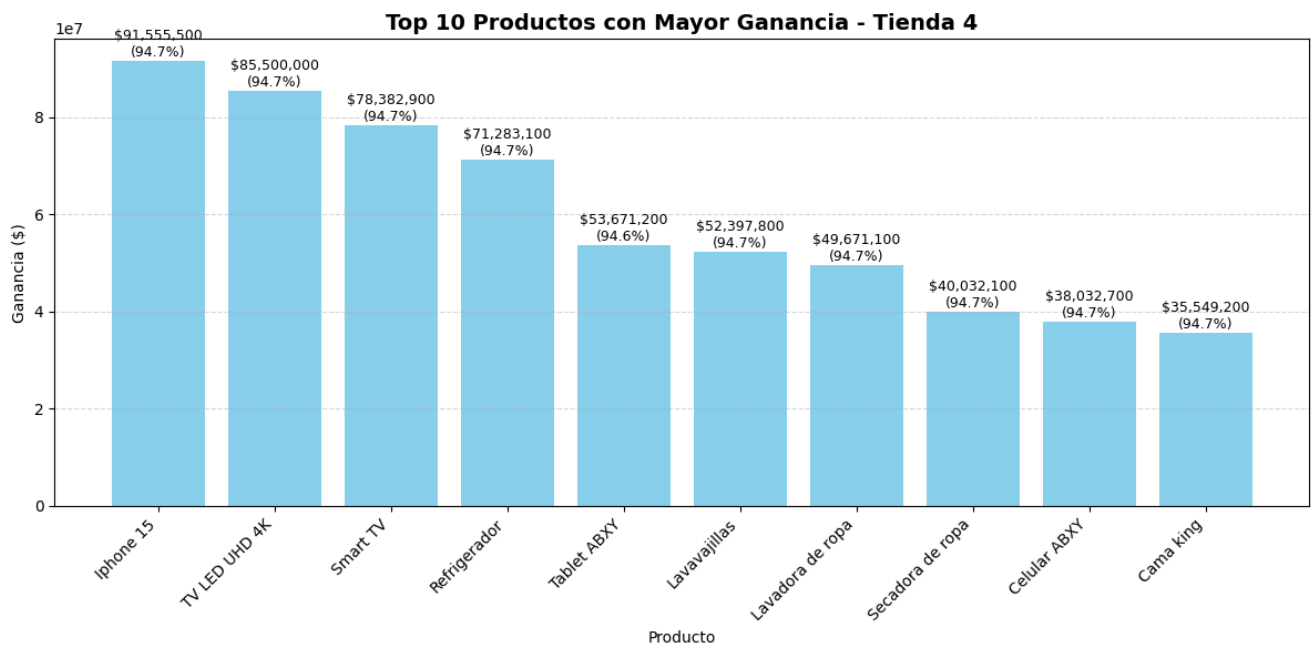
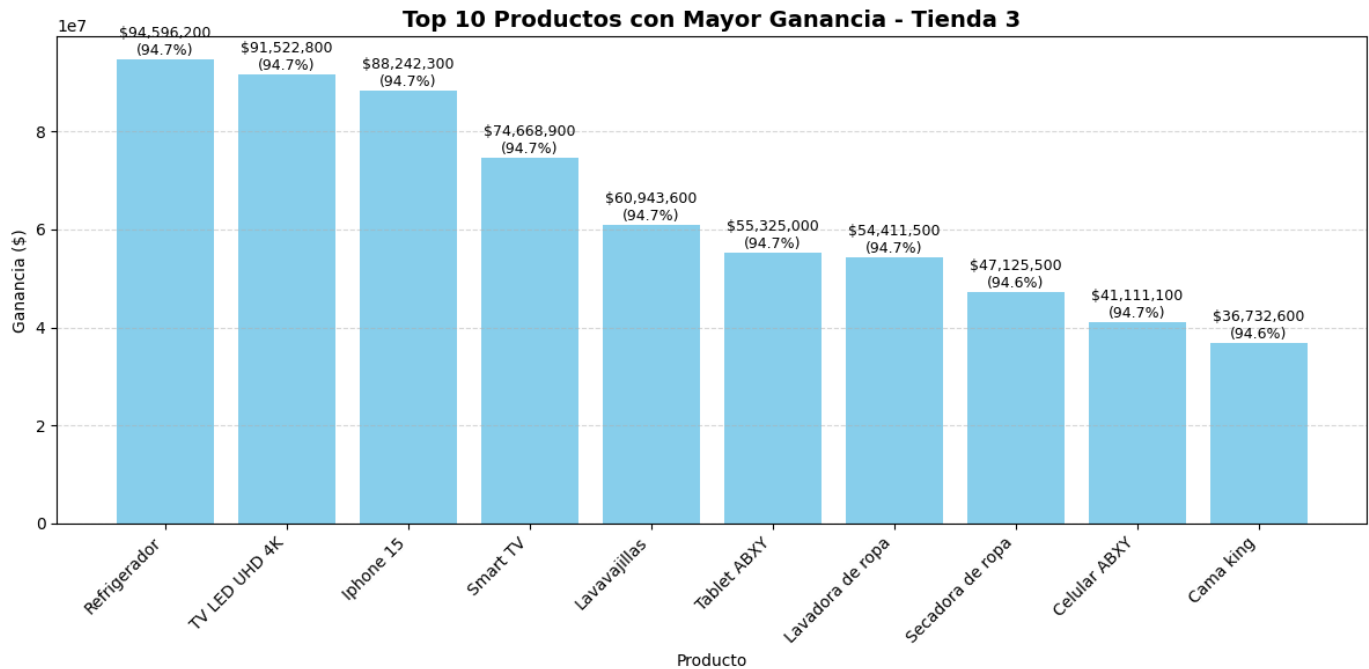


**Recomienda en general a las tiendas,** fortalecer el vínculo con el cliente y la mejora en atención al cliente para mejorar el rendimiento general de todas las tiendas.

# Productos con menor y mayor rentabilidad por tienda.

## Mayor Ganancia



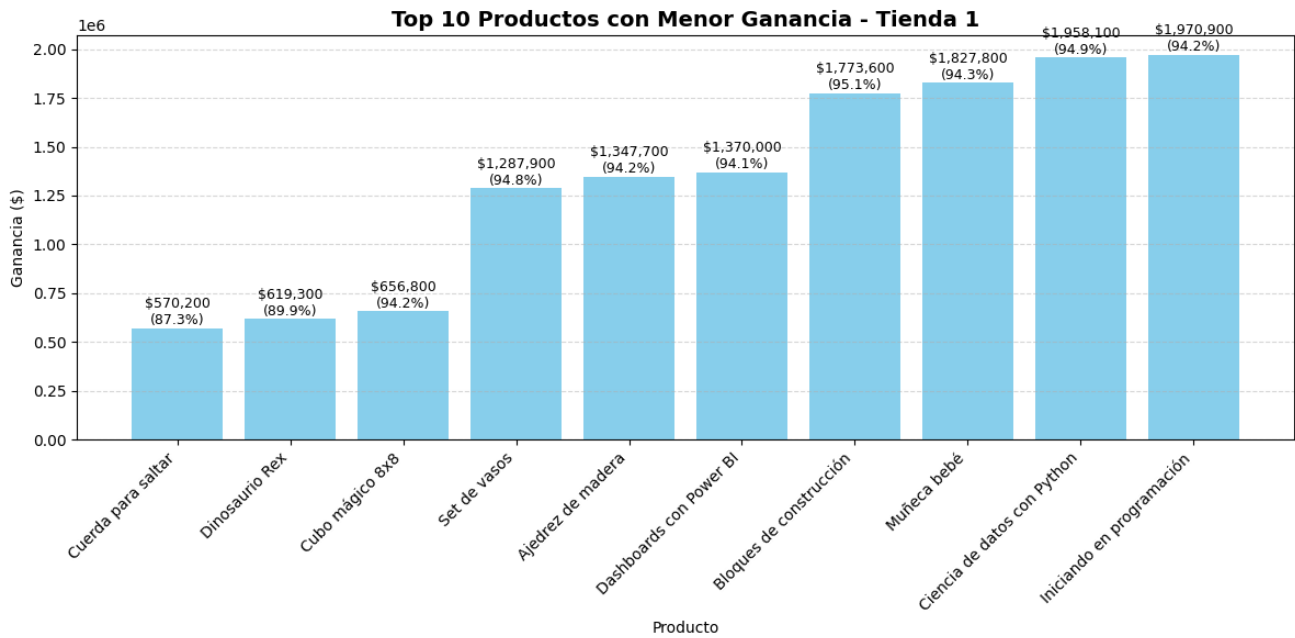


Del análisis de la información vemos que existe una fuerte de facturación en todas las tiendas corresponden a Iphones, Refrigeradores y TV LED UHD.}

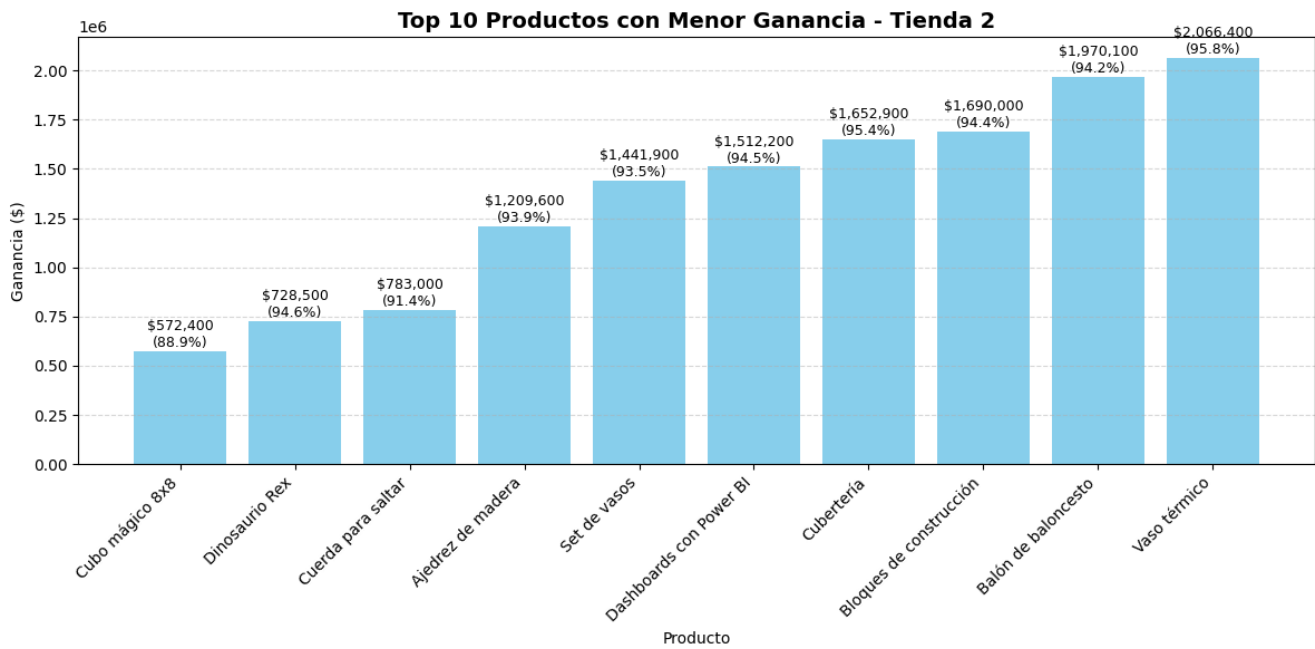
**Recomendación,** adicionar mayores productos de accesorios o promociones asociadas para aumentar ventas mix.

Menor Ganancia

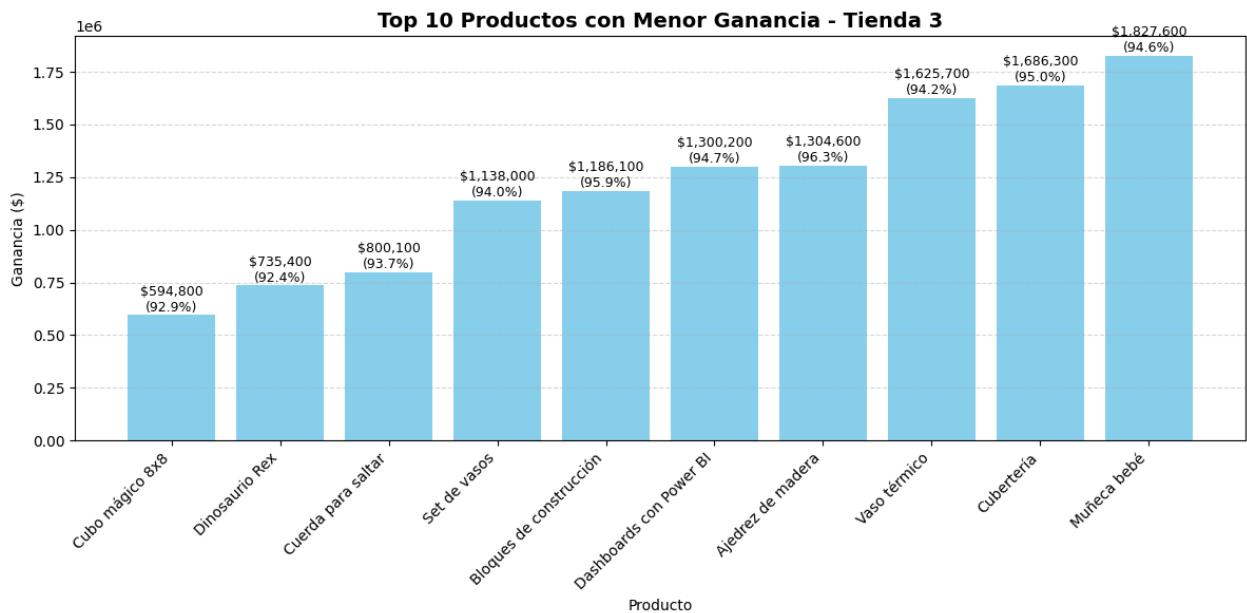
Tienda 1



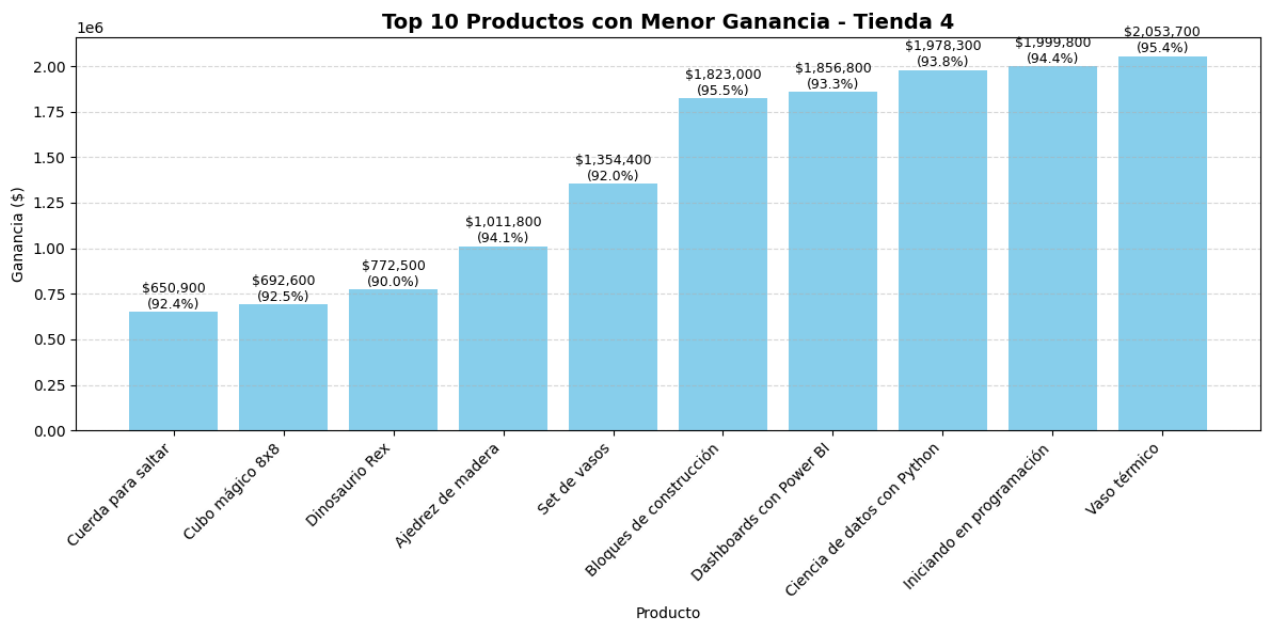
Tienda 2



## Tienda 3

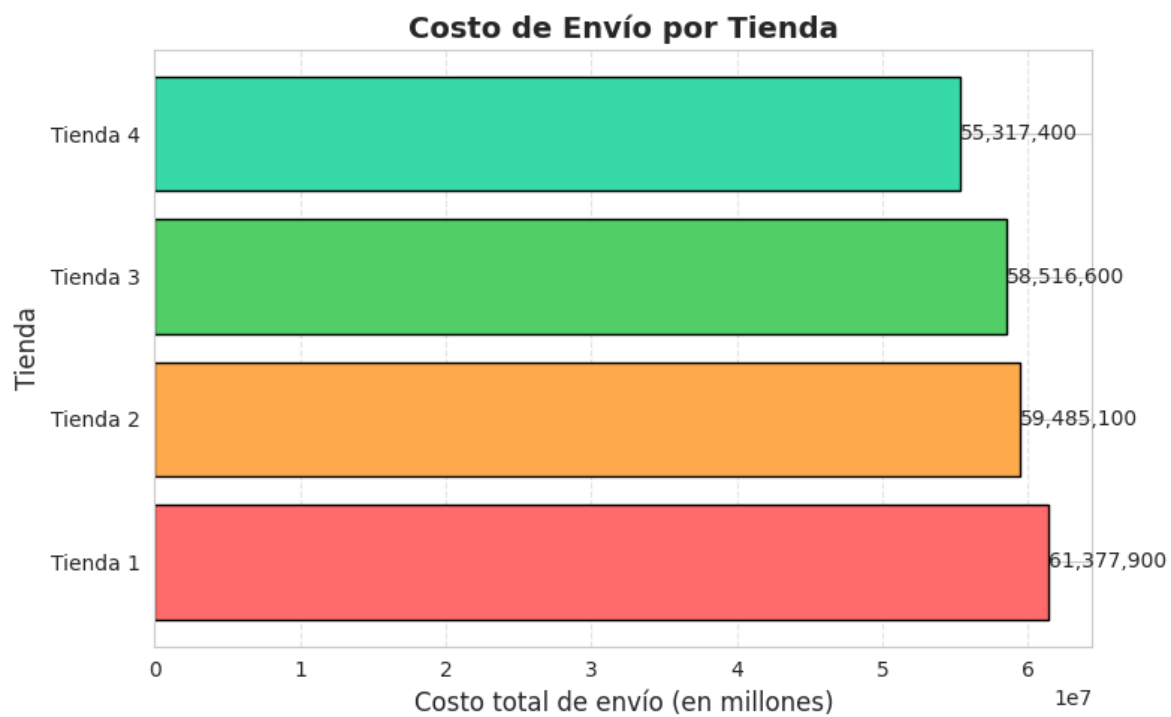


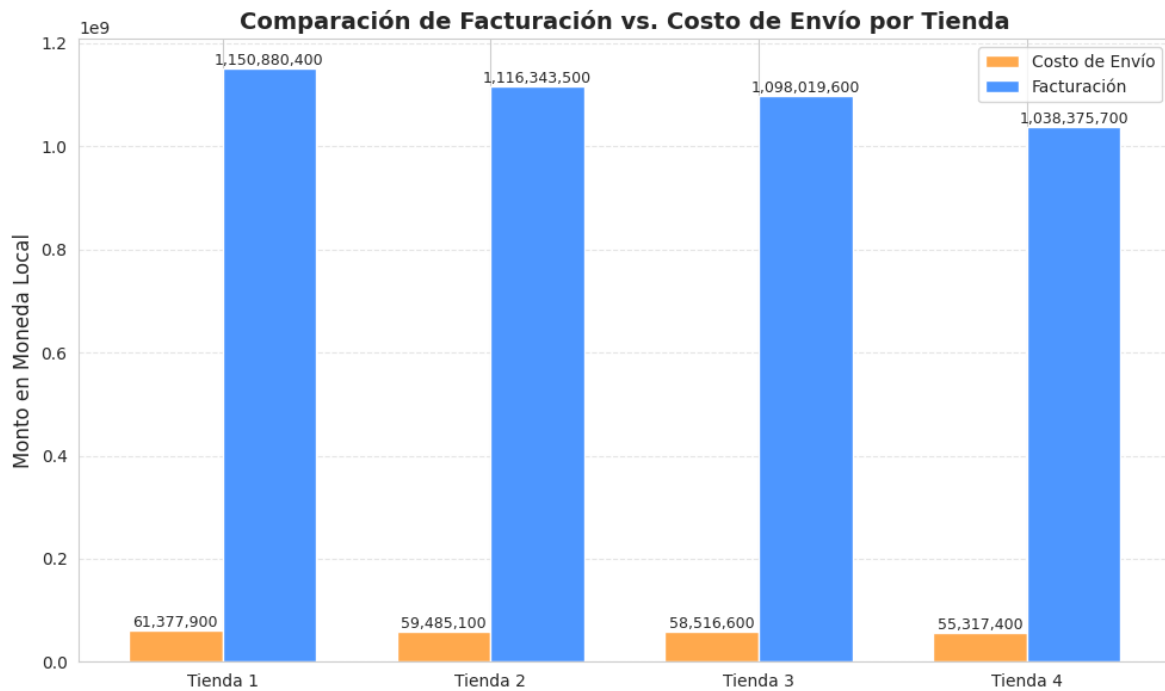
## Tienda 4



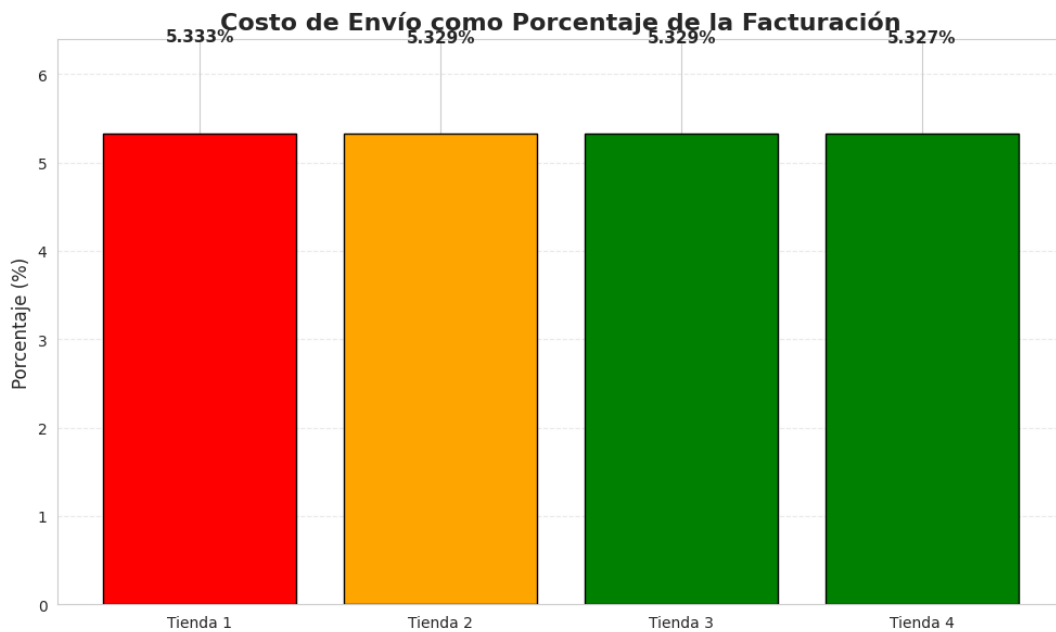
**Recomendación,** verificar que los productos con baja facturación generen visibilidad de la tienda a los clientes, en caso de no ser así analizar el espacio y el costo de mantenerlos en bodega y no volver a generar inventario en las instalaciones.

## Costo de envío promedio.





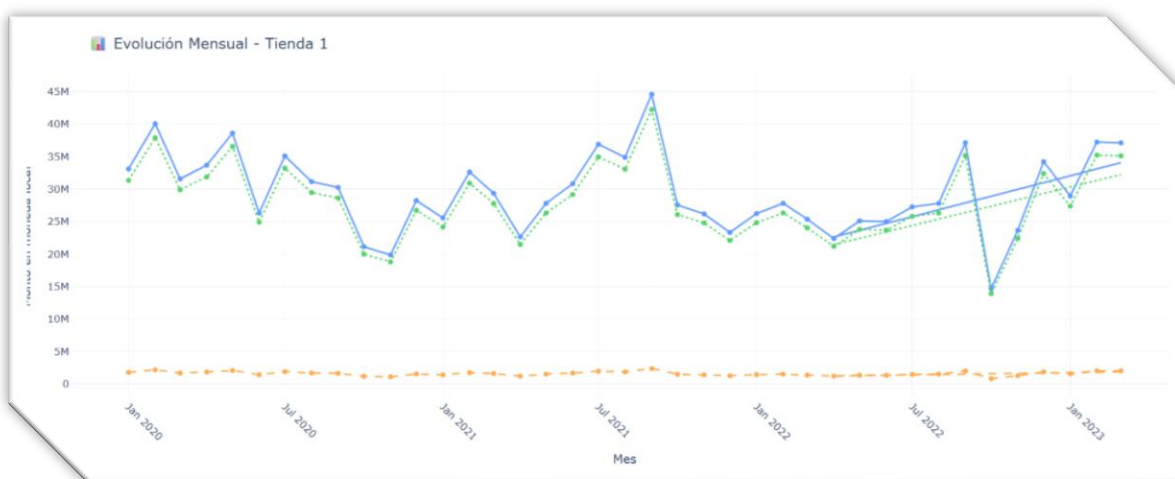
Muestra de mayor facilidad de lectura.



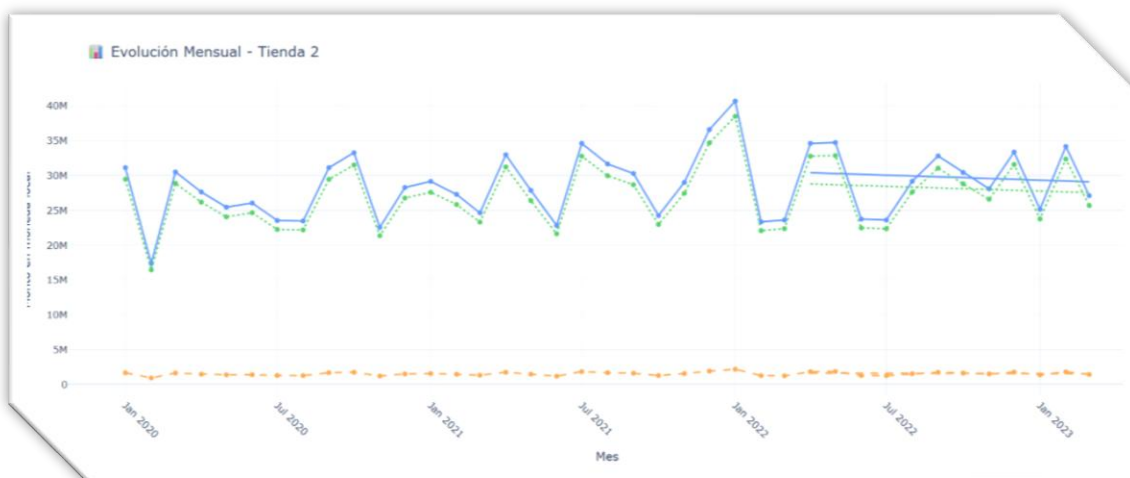
La tienda 1, presenta porcentajes mayores porcentajes promedios de costos de envío en comparación al nivel de facturación, seguidos por la tienda 2, 3 y 4 respectivamente, el valor porcentual es un valor importante de toma de decisión, ya que los costos de envío podrían generar que el cliente se pueda ir por otra opción cuando son pagados por él, y si son pagados por la tienda se considera que es menos competitiva, por lo cual existen 2 opciones -1 se genera menos ganancia para los inversionistas o se deberá aumentar los precios para ser ingresados como costos del producto.



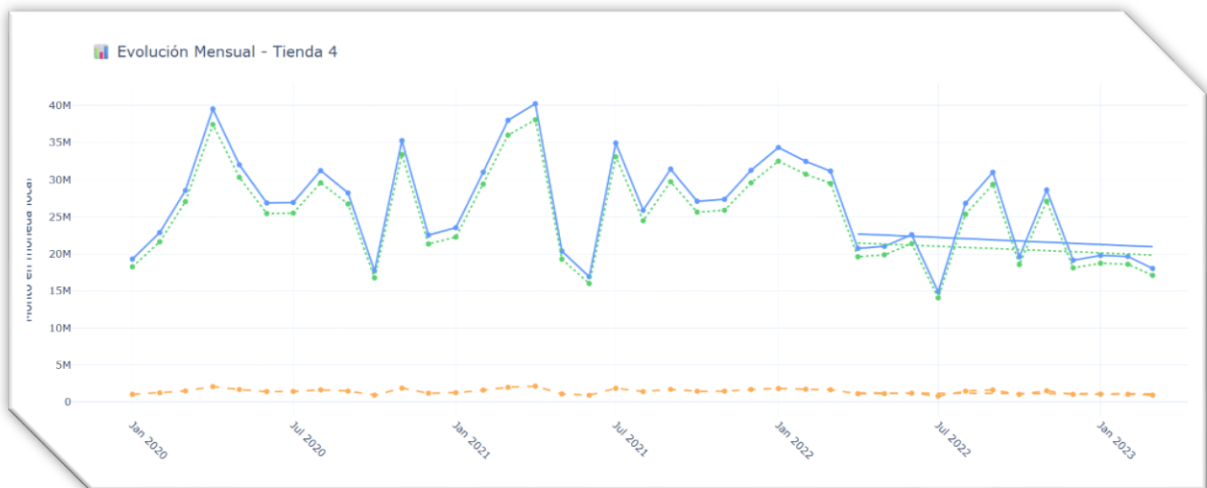
## Tendencia de comportamiento de facturación, ganancias y costos de envío (ordenado por tendencia de positiva a negativa.



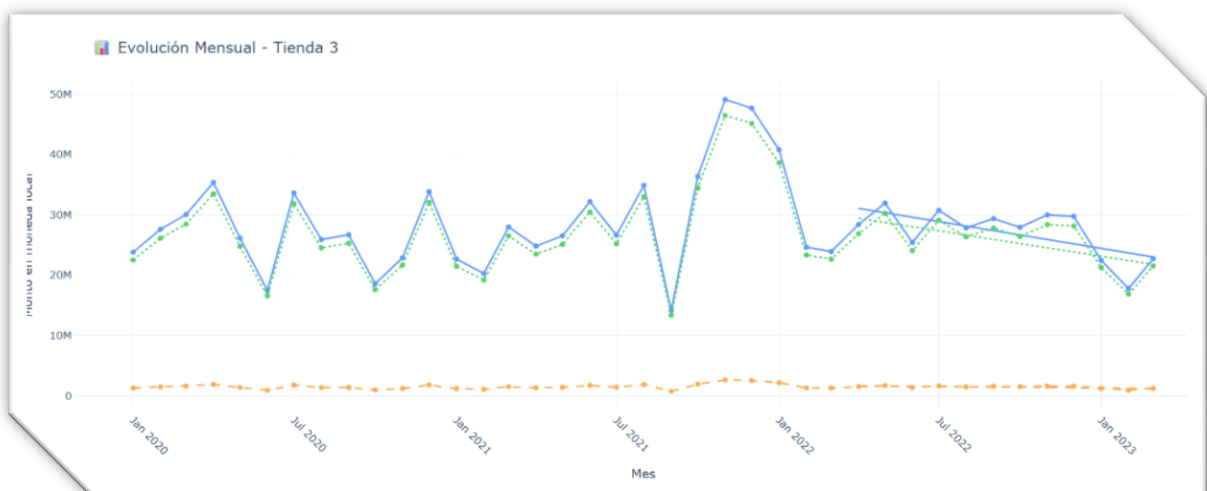
Tienda 1, tiene una marcada tendencia al crecimiento promedio en facturación en los últimos 12 meses.



Tienda 2, tiene una leve tendencia al decrecimiento en facturación en los últimos 12 meses.



Tienda 4, tiene una leve tendencia al decrecimiento en facturación en los últimos 12 meses.



Tienda 3, tiene una leve, pero con mayor pronunciación al decrecimiento en facturación en los últimos 12 meses entre todas las tiendas.

Para revisar la tendencia es importante también calcular el promedio de facturación, para analizar sobre

Tienda	Promedio Facturado (últimos 12 meses)
Tienda 1	28368875.0
Tienda 2	29751616.67
Tienda 3	27006200.0
Tienda 4	21817741.6

## Sugerencia del asesor:

Además de las recomendaciones señaladas en cada ítem de este informe, nuestro cliente debería analizar las tendencias de comportamiento de los últimos 12 meses para evaluar la rentabilidad que está generando cada tienda.

En este sentido, podemos observar que, históricamente, la tienda número 4 ha sido la de menor facturación. Esta tendencia se ha mantenido durante el último año, con un leve pero constante decrecimiento en sus ingresos, a pesar de que su costo de envío, en términos porcentuales, es menor que el de otras tiendas.

Por otro lado, si bien la tienda número 3 no ha sido la última en facturación, ha mostrado un fuerte descenso en sus ventas durante el mismo período, lo cual podría convertirse en una señal de alerta si la tendencia continúa.

Actualmente, la tienda número 4 sigue siendo la menos eficiente en términos de ganancias. Sin embargo, recomendamos esperar tres meses para monitorear la evolución de la tienda número 3, ya que, de mantenerse su caída, podría convertirse en una operación aún menos rentable que la tienda 4 a largo plazo.

Atte. Eduardo Cayún M.