# ENTREGA 1

# CONCEPTOS FUNDAMENTALES DE PROGRAMACIÓN.



AUTORES:

JUAN MANUEL MEJIA

EMMA LOZANO BENAVIDES

MARZO DE 2024

Contenido

[Análisis de Comportamiento de Ventas en Tiendas de Bogotá 2](#_Toc162382935)

[1. Introducción 2](#_Toc162382936)

[2. Comprendiendo el Negocio 2](#_Toc162382937)

[2.1 Valoración de la Situación Actual 2](#_Toc162382938)

[2.2 Objetivos del Negocio 2](#_Toc162382939)

[Objetivo General 2](#_Toc162382940)

[Objetivos Específicos 2](#_Toc162382941)

[3. Comprendiendo los Datos 3](#_Toc162382942)

[3.1 Recolección de los Datos 3](#_Toc162382943)

[3.2 Descripción de los Datos 3](#_Toc162382944)

[4. Análisis Descriptivo de las Variables 3](#_Toc162382945)

[4.1 Variables Cuantitativas 3](#_Toc162382946)

[4.2 Variable Tipo Cliente 3](#_Toc162382947)

[4.3 Artículo Más Comprado 3](#_Toc162382948)

[4.4 Distribución de Compras en Tiendas de Bogotá 4](#_Toc162382949)

[4.5 Variable de Registro de Clientes 4](#_Toc162382950)

[5. Preparación de los Datos 4](#_Toc162382951)

[5.1 Selección de los Datos 4](#_Toc162382952)

[5.2 Limpieza de los Datos 4](#_Toc162382953)

[5.3 Construcción de los Datos 4](#_Toc162382954)

[5.4 Integración de los Datos 4](#_Toc162382955)

[6. Conclusiones 5](#_Toc162382956)

# Análisis de Comportamiento de Ventas en Tiendas de Bogotá

## Introducción

El presente informe tiene como objetivo analizar el comportamiento de ventas en las tiendas de la ciudad de Bogotá, con el fin de identificar patrones y tendencias que permitan potenciar las ventas y mejorar la estrategia comercial.

## Comprendiendo el Negocio

## Valoración de la Situación Actual

Actualmente, las tiendas de Bogotá enfrentan el desafío de maximizar sus ventas y fidelizar a sus clientes en un mercado competitivo.

## Objetivos del Negocio

### Objetivo General

Identificar el perfil de los clientes que realizan mayor cantidad de compras en las tiendas de Bogotá para potenciar las ventas.

### Objetivos Específicos

* Analizar el perfil de los clientes con mayores compras.
* Identificar las tiendas de Bogotá con mayores ventas.
* Desarrollar una estrategia de promoción para los productos más vendidos.

## Comprendiendo los Datos

## Recolección de los Datos

Los datos utilizados en este análisis fueron obtenidos de la base de datos de ventas de las tiendas de Bogotá.

## Descripción de los Datos

Se dispone de información detallada sobre los clientes, los productos vendidos y las tiendas, incluyendo variables como el tipo de cliente, el nombre del cliente, el producto vendido, el precio, la cantidad y el nombre de la tienda.

## Análisis Descriptivo de las Variables

## Variables Cuantitativas

Se realizó un análisis descriptivo de las variables cuantitativas, incluyendo el precio y la cantidad de productos vendidos. Se observaron valores mínimos, máximos y estadísticas relevantes.

## Variable Tipo Cliente

Se identificó que la mayoría de las ventas provienen de clientes regulares, lo que sugiere la importancia de fidelizar a este segmento.

## Artículo Más Comprado

El análisis reveló que el producto más vendido en las tiendas de Bogotá es XXX, lo que indica su popularidad entre los clientes.

## Distribución de Compras en Tiendas de Bogotá

Se observó que un porcentaje significativo de las compras se concentra en una tienda específica, lo que sugiere la necesidad de analizar las estrategias de otras tiendas para aumentar sus ventas.

## Variable de Registro de Clientes

Se analizó la distribución de clientes según la fecha de creación, identificando tendencias y patrones temporales en la adquisición de nuevos clientes.

## Preparación de los Datos

## Selección de los Datos

Se seleccionaron 200 registros de la base de datos para el análisis, limitando la cantidad de datos para facilitar el procesamiento.

## Limpieza de los Datos

Se realizaron tareas de limpieza de datos para eliminar valores nulos o inconsistentes que pudieran afectar el análisis.

## Construcción de los Datos

Se construyeron nuevas variables y características a partir de los datos originales para enriquecer el análisis y la comprensión del comportamiento de ventas.

## Integración de los Datos

Se integraron diferentes conjuntos de datos para facilitar el análisis y la visualización de los resultados.

## Conclusiones

El análisis realizado permitió identificar patrones y tendencias en el comportamiento de ventas de las tiendas de Bogotá. Con esta información, se pueden desarrollar estrategias efectivas para potenciar las ventas y mejorar la experiencia del cliente.

1. Link GitHut