

Nombre del proyecto:

Análisis de ventas de autos usados en Emiratos Árabes Unidos

Autor:

Miguel Ángel Di Rocco

Descripción SMART

- Específico:**

El proyecto busca analizar las ventas de autos usados en los Emiratos Árabes Unidos, identificando las marcas y modelos más vendidos, los factores que más influyen en el precio (como el año, kilometraje, tipo de combustible y ubicación), y los patrones de consumo por ubicación.

- Medible:**

Se trabaja con un dataset que incluye variables cuantitativas (precio, kilometraje, año de fabricación) y cualitativas (marca, modelo, tipo de carrocería, transmisión, combustible, condición del auto, color y ciudad de venta). Esto permite generar visualizaciones y análisis estadísticos útiles.

- Alcanzable:**

El análisis es viable utilizando las herramientas vistas en el curso: **Excel, SQL y Power BI**. Estas permiten explorar, transformar y visualizar los datos de manera efectiva. La estructura del dataset, con variables relevantes y suficientes registros, facilita el desarrollo de análisis descriptivo, comparativo y visual.

- Relevante:**

El sector automotor es clave en la región del Golfo, y entender las tendencias en la venta de autos usados puede ayudar a concesionarios y compradores a tomar mejores decisiones, optimizar precios y detectar preferencias por ciudad o tipo de vehículo.

- Temporal:**

El análisis se basa en los modelos de autos listados, cuyo año de fabricación varía entre **2005 y 2024**. Aunque no se cuenta con la fecha exacta de venta, el año del modelo permite observar cambios en la disponibilidad y oferta de vehículos usados a lo largo del tiempo.

Resumen del objetivo del análisis

Este proyecto busca explorar y analizar el comportamiento del mercado de autos usados en los Emiratos Árabes Unidos, utilizando un enfoque basado en la metodología SMART. A partir de un dataset que contiene información detallada sobre más de 10 variables (como marca, modelo, año, precio, kilometraje, ubicación y condición del vehículo), se pretende identificar patrones de precios, tendencias de oferta y características que más inciden en el valor de los autos usados.

El análisis permitirá responder preguntas como:

¿Qué marcas o modelos tienden a conservar mejor su valor?

¿Qué factores (año, kilometraje, tipo de carrocería, combustible) influyen más en el precio?

¿Hay diferencias significativas entre las distintas ubicaciones dentro del país?

Utilizando herramientas como **Excel, SQL y Power BI**, el objetivo es desarrollar una base sólida de conocimiento que permita visualizar estos comportamientos y facilitar la toma de decisiones en el ámbito comercial del sector automotor.

Hipótesis de investigación:

En el mercado de vehículos usados, los automóviles pertenecientes a marcas de lujo presentan un valor de reventa significativamente mayor que los de marcas convencionales, como Toyota o Ford, incluso cuando registran un mayor kilometraje. Esto sugiere que la percepción de prestigio, calidad de construcción y posicionamiento de marca influyen más en el precio que el desgaste representado por el kilometraje.