



**mercado  
libre**

## Desafío Mercado Libre

por Santiago Bermejo

# KPIs para medición de crecimiento

## 1. Tasa de Conversión

El porcentaje de visitas al sitio que **convierte**, es decir, que realiza uno de los **objetivos** definidos. Esto puede ser una suscripción a MercadoPago, una compra a través de la plataforma, un sign-up, etc.

## 2. ARPU (Average Revenue per User)

O promedio de ingresos por usuario. Es el total de **ingresos** obtenidos en el **período**, entre el total de clientes activos de MercadoLibre.

## 3. CAC (Coste de Adquisición de Clientes)

Cuánto le cuesta sumar **nuevos** usuarios a MercadoLibre. Suma los costes de captación de cada canal y los divide entre el total de clientes captados.

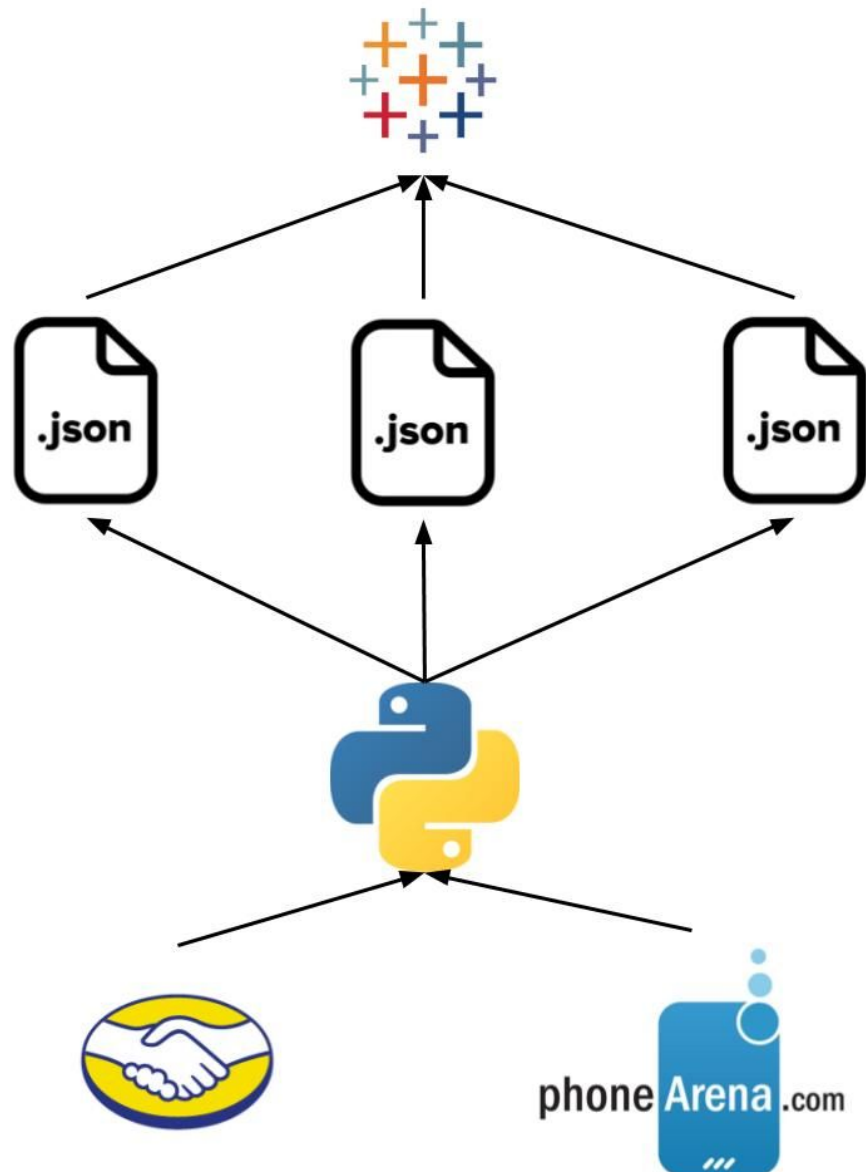
Hay muchos **KPIs** que pueden ser buenos para analizar el crecimiento de MercadoLibre. Considero que estos 3 son los más interesantes. Me costó ordenarlos y capaz es medio subjetivo, pero los que me parecieron más interesantes son los dos primeros.

El **ARPU** da una visión muy a gran escala. Nos indica, en palabras simples, cuánta plata nos está entrando por la cantidad de clientes que tenemos. Personalmente, me gusta más la **Tasa de Conversión**, porque es un indicador **claro, simple y poderoso**. Por medio de este podemos seguir de cerca objetivos concretos de crecimiento en términos de comportamiento de usuarios.

Por último, el **CAC** también me pareció interesante dado que nos marca el **costo del crecimiento** de MercadoLibre básicamente.

## Desarrollo

El desarrollo sigue la siguiente arquitectura:



# Conclusiones

Se lograron dos dashboards. Uno para comportamiento de usuarios y otro para análisis de telefonos.

Como objeto de análisis se utilizaron los celulares:

- Iphone 7
- Moto X Style
- Samsung S8

La información que se pudo extraer por medio de un GET al recurso público sirvió para alimentar a los siguientes reportes:

## Comportamiento de Usuarios

Cabe mencionar que los datos fueron extraídos a partir de los datos de los vendedores de los celulares.

### Users Negativos por Cantidad de Ventas

El tamaño de los círculos indica la cantidad de los celulares que pertenecen al vendedor. El color es la puntuación negativa. Un correcto análisis se lograría interpretando que un círculo grande y oscuro es un riesgo a tener en cuenta.

### Cantidad de Ventas por Celular

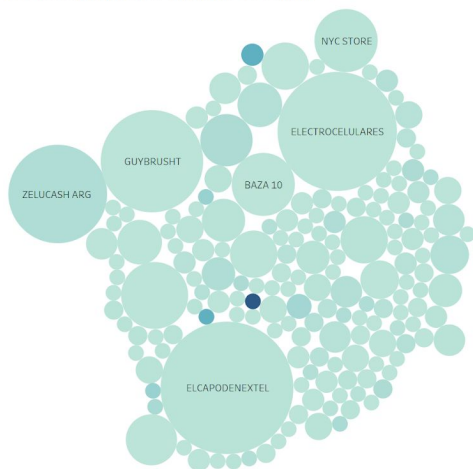
Trae el TOP 4 de vendedores con más celulares por categoría.

### Ventas Canceladas por Usuario por Totales

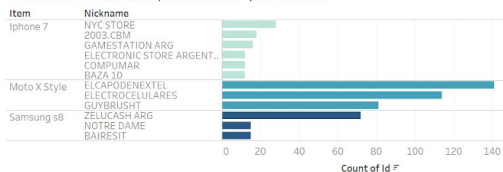
Parecido al primero. Solo que esta vez se creó un indicador que nos define a los usuarios con alto porcentaje de cancelaciones. Nuevamente, un cuadrado grande y oscuro es un punto a tener en cuenta.

 Comportamiento de Usuarios

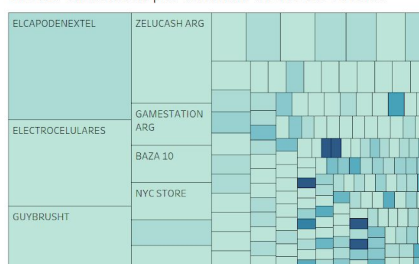
Users Negativos por Cantidad de Ventas



Cantidad de Ventas por Usuario por Celular



Ventas Canceladas por Cantidad de Ventas Totales



## Análisis de Teléfonos

### Specs

Información extraída por medio de las librerías **requests** y **BeautifulSoup** para aportar detalles técnicos de los celulares.

### Distribución Geográfica de Ventas

No eran muchos los datos, pero sirvieron para dejar claro que los principales focos de venta son **Capital Federal** y **Buenos Aires**.

### Boxplot de Precios por Celular

Se buscó encontrar outliers y ver la distribución de precios por celular y por condición.

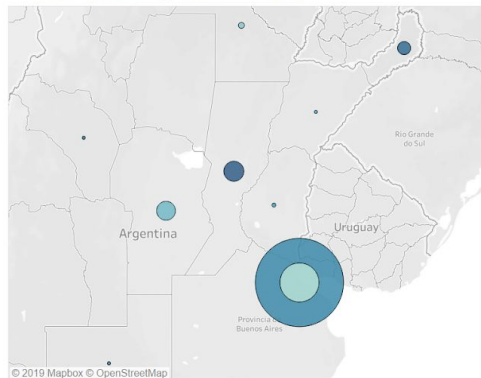


#### Análisis de Teléfonos

##### Specs

Nombre	Batería	Camara	Pantalla	Procesador	Almacenamiento
iPhone 7	1960 mAh(14h 3G talk time)	12 MP / 7 MP front	4.7" 750 x 1334 pixels	Apple A10 Fusion, Quad-core, 2340 MHz	256 GB
Moto X Style	3000 mAh	21 MP / 5 MP front	5.7" 1440 x 2560 pixels	Qualcomm Snapdragon 808, Hexa-core, 1800 MHz	64 GB + microSDXC
Samsung s8	3000 mAh(30h talk time)	12 MP / 8 MP front	5.8" 1440 x 2960 pixels	Qualcomm Snapdragon 835, Octa-core, 2350 MHz	64 GB + microSDXC

##### Distribución Geográfica de Ventas



##### Boxplot de Precios por Celular

