

**Mejoramiento del Proyecto de Inteligencia de  
Negocios: Análisis de Productos y  
Estrategias Comerciales**



Almacenes e indicadores 2025A

Profesor: TONATIUH GUADALUPE NAVA RAZON

Saúl Antonio pimentel Chacón - 221960543

**Contenido**

Informe de Análisis de Desempeño de Productos .....3

1. Objetivo del análisis.....3

2. Metodología.....3

3. Principales hallazgos .....3

4. Recomendaciones.....4

5. Próximos pasos .....4

# Informe de Análisis de Desempeño de Productos

## 1. Objetivo del análisis

El propósito de este informe es obtener insights accionables sobre el desempeño de los productos en términos de ventas, inventario y márgenes de ganancia, con el fin de optimizar la gestión comercial y apoyar la toma de decisiones estratégicas sobre promociones, reposición y descatalogación de productos.

## 2. Metodología

Se utilizó Power BI para importar y analizar un conjunto de datos con variables clave como 'sales\_proxy' (ventas simuladas), 'simulated\_stock' (stock estimado), 'gross\_margin\_pct' (margen bruto), 'category' y 'product\_strategy' (estrategia comercial). Se diseñaron visualizaciones como gráficos de barras, dispersión, pastel y radar, además de filtros dinámicos.

## 3. Principales hallazgos

Productos con alta demanda y bajo stock

- Se identificaron productos con alta rotación y bajo inventario, como ciertos modelos de smartwatch y accesorios electrónicos.
- Esto representa un riesgo de desabastecimiento que podría afectar las ventas si no se corrige.

Productos con bajo desempeño y sin estrategia asignada

- Un porcentaje significativo de productos con baja venta y bajo margen no tiene asignada ninguna estrategia ('Sin acción').
- Esto indica oportunidades perdidas de promoción o racionalización del catálogo.

Alta rotación y rentabilidad

- Algunos productos muestran una combinación favorable de alta rotación ('sales\_proxy' alto) y alto margen ('gross\_margin\_pct' elevado).

- Estos deben ser priorizados en la reposición de inventario y posibles campañas de marketing.

#### Efectividad de estrategias comerciales

- Los productos etiquetados para 'Promocionar' tienen en promedio mayor margen bruto que los sin estrategia.
- La estrategia 'Descatalogar' se asigna correctamente a productos con baja venta y bajo margen, aunque es un grupo reducido.

#### Segmentación por categoría

- Las categorías de electrónica y accesorios concentran los productos más rentables.
- Algunas categorías presentan baja elasticidad al descuento, indicando que las promociones no siempre generan mayor volumen de venta.

### 4. Recomendaciones

- Reposición urgente de productos con alta demanda y bajo stock para evitar pérdida de ventas.
- Asignar estrategias comerciales a productos sin acción, basándose en su margen y desempeño de ventas.
- Promocionar productos con alto margen pero baja rotación para aumentar su visibilidad.
- Descatalogar productos con baja venta y bajo margen que no aportan valor al portafolio.
- Usar herramientas de predicción (IA de Power BI) para anticipar tendencias de venta y ajustar el inventario.
- Aplicar segmentación por categoría para definir estrategias de precio más efectivas.

### 5. Próximos pasos

- Implementar medidas de stock sugeridas a partir del gráfico de radar de estrategia comercial.

- Crear informes periódicos con visualizaciones actualizadas para monitorear el impacto de las decisiones.
- Incorporar datos históricos de ventas por trimestre y datos de tiempo de reposición para un análisis más profundo.