**Informe final Alura Store**

El siguiente informe, es un análisis de rendimiento de las cuatro tiendas del señor Juan Alura, quien tiene la problemática de no saber cuál de sus cuatro tiendas es la más apta para su venta y posterior inversión en un nuevo negocio. El objetivo es obtener, a través de los datos aportados, la información de la tienda con menor rendimiento.

Para ello analizaremos y consideraremos puntos como: los ingresos totales de las tiendas, categorías de productos más y menos vendidos, calificaciones promedio de los clientes por tienda, los productos mas y menos vendidos y el costo de envió promedio de cada tienda. Los cuales serán desglosados a continuación:

1. **Ingresos totales de las tiendas**

Este es el análisis inicial. El cual, es obtenido con la información del total de las ventas de cada tienda. Y es detallado a continuación, en la siguiente tabla:Tabla

El contenido generado por IA puede ser incorrecto.

Para visualizar esta información de mejor manera, se ha creado el siguiente grafico:

Gráfico, Gráfico de barras

El contenido generado por IA puede ser incorrecto.

De acuerdo con el grafico, podemos observar que la tienda con mayores ingresos es la número 1. Y, la que posee el menor ingreso, es la tienda número 4.

1. **Categorías de los productos mas y menos vendidos**

Se agruparon los productos por sus categorías, con el fin de conocer cuales eran los mas y menos vendidos. En este punto, nos enfocamos en las cantidades de productos por categorías, y no en la cantidad en dinero por categoría. De acuerdo con los datos obtenidos, se construyó el siguiente grafico:

Gráfico, Gráfico de líneas

El contenido generado por IA puede ser incorrecto.

Del grafico anterior, se tomó una muestra de las 3 categorías más y menos vendidas, y, esa información se agregó a la siguiente tabla, para tener una mejor comprensión de los resultados obtenidos:

Tabla

El contenido generado por IA puede ser incorrecto.

Podemos observar, que las 4 tiendas poseen las mismas categorías en los productos mas y menos vendidos. Y de acuerdo con el grafico y la tabla anterior, las variaciones poseen números similares entre tiendas.

1. **Calificaciones promedio de los clientes por tienda**

Este punto es de suma importancia, ya que él cliente puede expresar su experiencia en cada tienda, y, si esta fue satisfactoria o no. Las calificaciones van desde el número uno, que significa nada satisfactorio. Hasta el número 5, que significa totalmente satisfactorio. De estas calificaciones, se extrajo un promedio por cada tienda, el que se muestra en la siguiente tabla:

Tabla

El contenido generado por IA puede ser incorrecto.

Y también, podemos visualizar en el siguiente grafico:

Gráfico, Gráfico de barras

El contenido generado por IA puede ser incorrecto.

De acuerdo con el grafico, vemos que todas las tiendas tienen calificaciones similares, que se aproximan a una reacción más positiva que negativa por parte de los clientes. Pero, si buscamos la mejor o peor podemos observar que la tienda con mayor calificación es la número 3. Y, la tienda con menor calificación, según la puntación de los clientes es la número 1.

1. **Los productos mas y menos vendidos**

En este paso, se tomó un muestreo de los 5 producto más y menos vendidos por tienda. A diferencia de las categorías, en este punto podemos observar de una manera más detalla las preferencias de los clientes. Para entender mejor esta preferencia, se ha creado el siguiente recuadro comparativo de las tiendas:

Tabla

El contenido generado por IA puede ser incorrecto.

En este punto, al extraer los datos, también se observó una diferencia de precios entre las tiendas. Pero, a pesar de que la tienda número 1, es la que posee los productos de mayor valor, los clientes siguen prefiriendo sus productos, según lo observado.

1. **Coste de envió promedio para cada tienda**

El siguiente gráfico, nos muestra el porcentaje del coste de envió de cada tienda:

Gráfico, Gráfico circular

El contenido generado por IA puede ser incorrecto.

Si bien, la tienda 1 es la que posee un mayor porcentaje de coste de envío, comparado con las otras tiendas, no debemos olvidar que es la tienda que mayor cantidad de productos vende. Por lo tanto, se justifica y la posiciona como la tienda de mayor productividad.

1. **Análisis del desempeño geográfico**

Al analizar el desempeño geográfico, observamos que todas las tiendas tienen ventas en las mismas ciudades, y estas solo varían en cuando a cantidad de productos por ciudad. A continuación, se muestra el mapa marcado con las ciudades donde se envían los productos.

Mapa

El contenido generado por IA puede ser incorrecto.

**CONCLUSIÓN**

Al analizar los datos, y ver el comportamiento de ventas de las 4 tiendas, hemos observado que, si ordenamos las tiendas de mayor a menor en cuanto a los ingresos totales, estas tienen diferencias similares entre una tienda y otra, formando una especie de escalera. Es por ello, que, para resolver su interrogante, se escogió la tienda que estaba en el peldaño más bajo, es decir la más alejada de la tienda con mayores ingresos.

Observamos que la tienda numero 4 es la menos productiva, y es, la que debiese ser vendida para invertir en un nuevo negocio. Esta venta, si bien tendría un impacto en cuanto a mayor trabajo para las otras tres tiendas, no debería significar una disminución en la suma total de las ganancias, ya que, todas las tiendas poseen los mismos productos, categorías y solo varían en los valores. Variación que suponemos es una estrategia de marketing, en cuanto al lugar donde se encuentran las tiendas, y el tipo de cliente de ese sector.

Esperamos que nuestro informe sea de utilidad, y le deseamos el mayor de los éxitos en su nuevo negocio.