

Insumos Tecnologicos SA

Objetivo Principal: Analizar la factibilidad de abrir una nueva sucursal

Desarrollo del proyecto

Objetivo 1 Creación de la base de datos e ingesta de datos

Solicitar a las diferentes áreas de la empresa, sus tablas de excel, con el fin de que sean integradas en SQL. Es necesario realizar la captura de esos archivos e ingestarlos dentro de nuestra base de datos.

Objetivo 2 EDA (Exploratory Data Analysis)

Mejorar la calida de la información, revisar que tan actualizada esta, revisar si los datos estan completos. ¿Será prudente realizar una normalización?

Objetivo 3 Limpieza y normalización

Normalizar los nombres de los campos, colocar el tipo adecuado para cada una de las tablas. Buscar valores faltantes y proponer que hacer con ellos. Modificar la letra capital de los campos que estén en mayusculas. Revisar la consistencia de los campos precio y cantidad en la tabla ventas

Objetivo 4 Creación de tabla Localidades

Apartir de los datos en las tablas cliente, sucursal, y proveedor hay que generar una tabla de localidades del país para analizar en que lugar es factible abrir la nueva sucursal

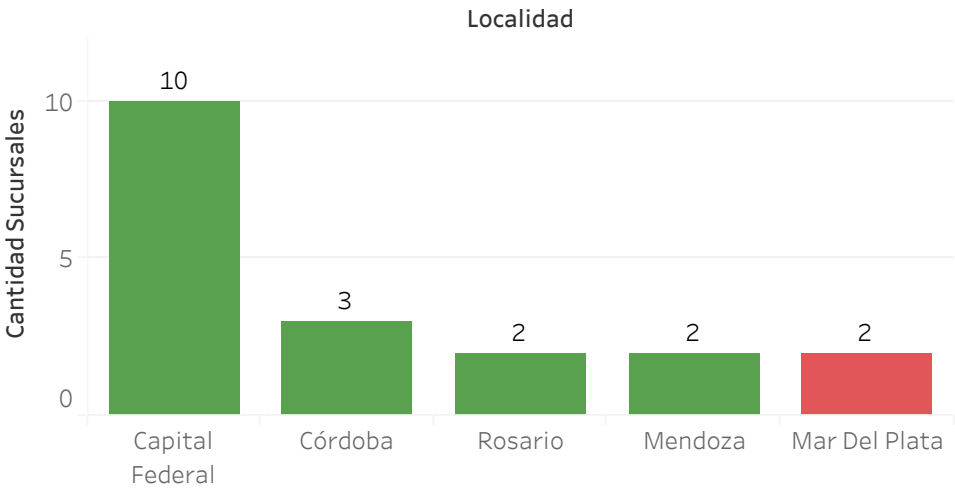
Objetivo 5 Mostrar los resultados del análisis

Utilizar la herramienta Tableau y crear visualizaciones atracctivas y efectivas para comunicar los resultados del análisis de manera clara y comprensible para la dirección de la empresa.

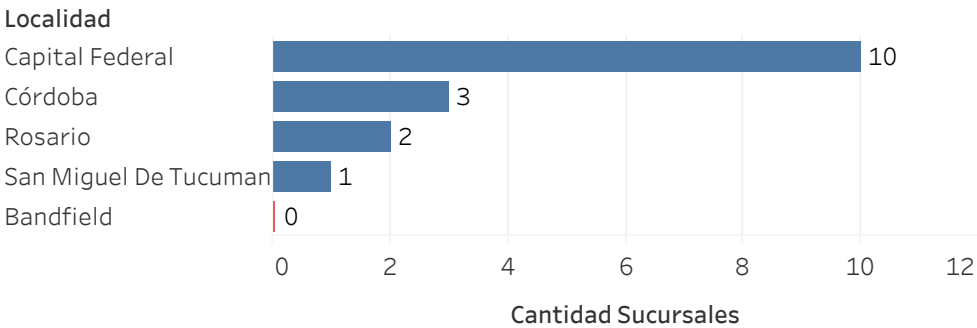
Localidades con mayor cantidad de clientes

Localidad	
Capital Federal	458
Córdoba	268
Rosario	141
San Miguel De Tucuman	60
Bandfield	36

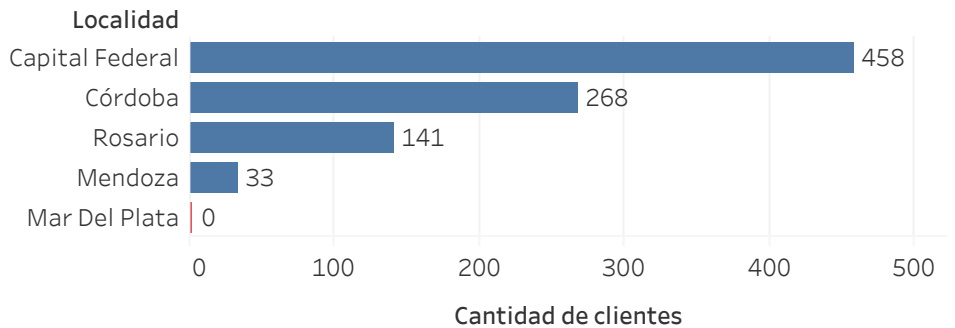
Localidades con mayor cantidad de sucursales



Cantidad de sucursales, en localidades con mayor numero de clientes



Cantidad de clientes, en localidades con mayor numero de sucursales



Insumos Tecnologicos SA

Objetivo Principal: Analizar la factibilidad de abrir una nueva sucursal

Recomendaciones

Recomendación 1: Cerrar las dos sucursales de Mar de Plata

Fundamento: en mar de plata no tenemos ningún cliente. Aprovechar el costo de estas dos sucursales para abrir Bandfield, una sucursal, ya que en esta localidad no contamos con sucursales y tenemos un total de 36 clientes. Córdoba, una sucursal, ya que en esta localidad solo contamos con 3 sucursales y tenemos un total de 268 clientes.

Recomendación 2: Cerrar las dos sucursales de Mar de Plata

Fundamento: en mar de plata no tenemos ningún cliente. Aprovechar el costo de estas dos sucursales para abrir Córdoba, dos sucursales, ya que en esta localidad solo contamos con 3 sucursales y tenemos un total de 268 clientes. Revisar el presupuesto de expansión para analizar si nos es posible abrir una sucursal en Córdoba

Insumos Tecnologicos SA

Objetivo Principal: Analizar la factibilidad de abrir una nueva sucursal

Indicaciones de Gerencia

Después de la 1er junta y para continuar el análisis de factibilidad de una nueva sucursal, se establecen los siguientes objetivos

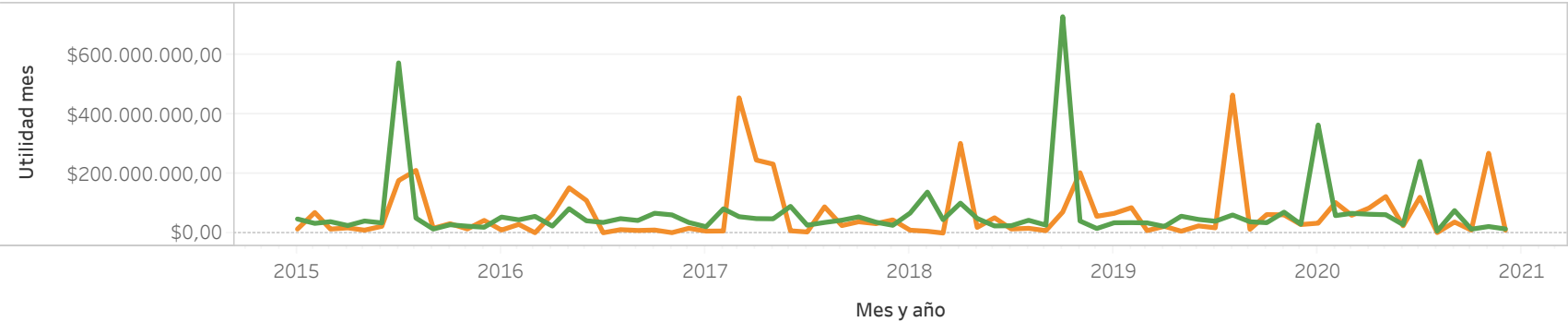
Objetivo 6

Obtener el KPI de la utilidad mensual de las sucursales en la localidad en mar de plata a traves del tiempo para observar su tendencia

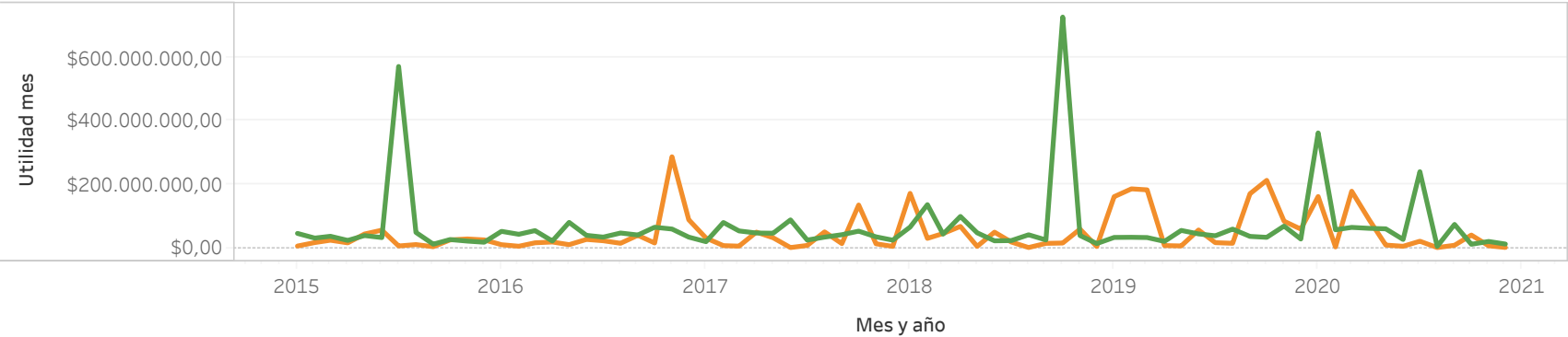
Objetivo 7

Obtener la utilidad de cada una de las sucursales así como el promedio general de todas y observar la posición de las sucursales de mar de plata respecto al promedio general

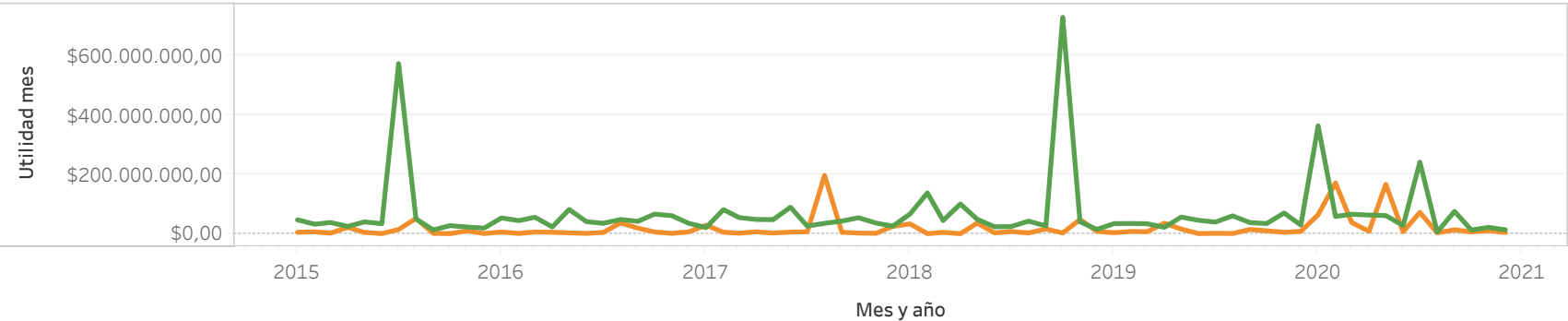
Utilidad Sucursal 1 Cabildo VS Utilidad promedio



Utilidad Sucursal 21 Mdq1 VS Utilidad promedio



Utilidad Sucursal 22 Mdq2 VS Utilidad promedio



Insumos Tecnologicos SA

Objetivo Principal: Analizar la factibilidad de abrir una nueva sucursal

Análisis

Después de analizar la información y comparar el comportamiento de la utilidad de la sucursal Cabildo que esta en la Capital Federal, podemos observar que las sucursales de mar de plata si tienen utilidad. La sucursal con Id 22 de nombre Mdq2 si esta por debajo del promedio de la utilidad general. Al observar esta información se plantean los siguientes objetivos

Objetivo 8

Obtener la relación de ventas por canal de ventas, es decir por cual canal de ventas vendemos mas y cual vendemos menos, para las sucursales con Id 1, 21 y 22 y presentar esta información de forma mensual.

Objetivo 9

Obtener la relación de ventas por canal de ventas, es decir por cual canal de ventas vendemos mas y cual vendemos menos. Obtener esta información de forma global incluyendo todas las sucursales y presentarlo de forma mensual.

Hipótesis

Si el canal de ventas con mayor ventas es OnLine y telefónica no será necesario abrir una sucursal nueva. Depende del porcentaje que presente el análisis