

**Proyecto Seminario de grado Crehana en Transformación e
Innovación Digital**

Corporación Universitaria Remington.
Faculta de Ingenierías
Ingeniería de Sistemas

Héctor Darío Serna López
Tutor del trabajo de grado: Alejandro Arango Correa
Opción de Trabajo de grado Seminario-Diplomado.
2024.

Tabla de Contenidos

Proyecto Transformación Digital para líderes 1:	3
Proyecto Transformación Digital Acelera tu empresa 2:	10
Proyecto Implementación de proyectos de innovación 3:.....	12
Proyecto Data Driven mindset_ Toma de decisiones con Data 4:	33


Proyecto Transformación Digital para líderes 1

Tu plan de Transformación Digital

Transformación digital para líderes por Giovanni Stella

★ Parte 1: Define la cultura de tu organización o empresa

Para este avance, deberás enlistar 5 puntos por cada tema para poder conocer en qué punto se encuentra tu organización.

<p>¿Cuáles son las características digitales de tu organización (¿menciona al menos 3?)</p>	<p>Menciona hasta 5 compromisos de los líderes de tu organización con la transformación digital</p>
<p>Optimización de procesos</p>	<ul style="list-style-type: none">• Realizan Inversión para optimizar la eficiencia y la productividad tanto en personal humano como maquinaria y equipos.• Promueven la innovación y el desarrollo en la elaboración de todos nuestros productos.• Se suministra acompañamiento por parte de cada uno de los líderes de cada área en la transformación de ideas con sus colaboradores.• Incentivan la aplicación de la asignación y administración de recursos con el fin de que la efectividad y cumplimiento de las metas no se vean afectados.• Buscan de forma constante la eliminación de los procesos redundantes o dispensables aplicados a la realización de tareas analógicas pero que podrían hacerse de manera digital y automática. 

Nuevos servicios y modelos de negocio

- Buscan nuevas estrategias de mercado mediante las Tic's para atraer clientes potenciales al cors del negocio.
- Utilizan los recursos tecnológicos para la expansión de nuevos productos en los mercados internacionales.
- Crean productos con valor agregado y diferenciador que permita ser competitivo en el mercado.
- Se implementan estructuras de costos en donde se estudian los recursos en conjunto con todas sus variables para el crecimiento global de la compañía.
- Se aplica a la atención y calidad al cliente final con el fin de garantizar que se genere un vínculo sostenible con el tiempo.



Uso de Herramientas tecnológicas en Cloud

- Uso del recurso del Software como mecanismo de comunicación escalable a los recursos compartidos entre todas las áreas de la compañía.
- Utilización de los datos como base estadística para la toma de decisiones.
- Maximizan el retorno de la inversión existente en software, a la vez que de innovar y adoptar nuevas tecnologías.
- Incentivan el aumento de uso de las herramientas tecnológicas con el fin de agilizar y automatizar las actividades cada área.
- Ayudan a los equipos a adaptarse a nuevos modos de colaboración, creatividad e influencia.



★ **Parte 2: Define de acuerdo a las necesidades de tu organización ¿Cuál es la misión de tu empresa? ¿Cuáles son los elementos clave de la cultura digital? ¿ Si pudieras armar desde cero tu equipo ideal, como lo harías?(prioriza los puntos)**

Misión de mi empresa: FRUGAL S.A.S

Empresa comprometida en la innovación y el desarrollo para satisfacer las necesidades de nuestros clientes, a través de la producción y comercialización, el desarrollo de marcas privadas y la maquila de alimentos procesados; con un equipo humano orientado al crecimiento sostenible, la calidad, uso de Tecnologías, la creación de valor, el servicio, y el bienestar de los colaboradores.

Elementos claves de la cultura digital en mi organización

En cuanto a los elementos claves que destaco en relación a la cultura digital de mi organización puedo relacionar aquellas en donde todos los colaboradores asumen un rol en conjunto con prácticas, costumbres y formas de interactuar con los recursos digitales que pone la empresa a su disposición para el desarrollo de sus actividades.

Se aplican como elementos claves de la cultura digital al uso adecuado de medios electrónicos tales como: Uso de la internet, creación de contenidos web, implementación de procesos y procedimientos TIC'S, redes sociales, correo electrónico, etc.

Igualmente, se aplican elementos claves como la educación, emprendimientos, enfoques en la TIC'S etc, que ayudan a que la cultura organización se fortalezca y prevalezca a futuro.

Mi equipo ideal

Bueno en cuanto a la conformación de mi equipo ideal, me enfocare en primero identificar los valores y objetivos compartidos de cada uno de mis colaboradores, igualmente en conjunto fomentar la comunicación abierta y la participación grupal, promover el compromiso de todos en pro de todas las actividades que se realicen en la empresa. Finalmente generar retroalimentación de las labores asignadas a cada líder y reconocer en público todos los logros que vamos obteniendo a través del tiempo. Con dichos conceptos expuestos tendría un buen equipo de trabajo con muy buenas bases para afrontar cualquier reto que se nos presente.

★ **Parte 3: ¿Cuáles son las características que deberías buscar en un líder para asegurar el éxito de la transformación digital en tu organización y de qué manera las podemos aplicar?** Descríbelo en 300 palabras máximo (toma en cuenta las habilidades académicas, personalidad y estilo de liderazgo)

Bueno las características que debería tener un líder básicamente se conformarían en 3 pilares fundamentales como son los siguientes:

1. Académico

- Título universitario y/o certificaciones técnicas
- Experiencia en el área en el cual desempeñara su labor
- Manejo de habilidades blandas
- Conocimientos en la ofimática

2. Personalidad

- Puntual
- Responsable
- Proactivo
- Sensible al cambio
- Disciplinado
- Sincero
- Líder con ejemplo

3. Estilo de Liderazgo

- Motiva al cambio
- Cultura de liderazgo
- Empodera al equipo
- Delega responsabilidades
- Da ejemplo a sus colaboradores

Todo lo anterior se logra a través de espacios de buena comunicación e integración entre los grupos de trabajo, resaltando siempre la importancia de cada uno de los pilares como bases fundamentales para asegurar el éxito de la transformación digital en la empresa.

★ **Parte 4: Similitudes entre Spotify e ING.**

¿Que tienen en común los procesos de transformación digital de ambas empresas?

¿Cuales diferencias?

Ambos ejemplos muestran bien la importancia de la agilidad en la organización del trabajo. Cuales son los elementos que favorecen la agilidad de una organización, o como se puede lograr esa agilidad?

Spotify	ING
Sensible al cambio	Orientación al cliente
Adaptación parcial de "AGIL"	Sensible al cambio
Orientación al cliente	Adaptación parcial de "AGIL"
Personal "Nativos Digitales"	Personal que se adapta
Organización basada en procesos	Organización basada en jerarquía

★ **Parte 5: Es momento de crear tu plan**

De acuerdo a los avances que realizaste, **queremos que crees tu plan de transformación digital**, recuerda que los puntos anteriores son la base para conseguir un modelo adecuado a las necesidades de tu organización/empresa.

Para esta etapa es necesaria la creación de la estrategia que mejor se adapte a las necesidades que encuentres.

Constrúyela en un texto de 300 a 500 palabras.

El **paso 1** será enlistar **tres acciones que los líderes pueden tomar** de manera inmediata para lograr el proceso de transformación.

- Identificar las necesidades inmediatas de una organización
- Capacitar al personal en el manejo de las tecnologías a implementar
- Reclutar personal especializado que brinde capacitación y asistencia continua en cada proceso

El **paso 2** será **describir cuáles son las necesidades de tu organización** en la transformación digital

- Simplificar procesos de información interna
- Establecer un método o estrategia de asistencia online a posibles clientes
- Ofrecer capacitaciones online a los clientes

Por último, describe cómo podrías aplicar algunas de las acciones que tomaron las empresas Spotify e ING para que tu organización logre el éxito en este proceso de transformación digital.

De gran manera se puede utilizar el cambio de cultura que pude observar en la transformación de ING que puede ser fácilmente aplicable a este contexto dado a que los empleados de esta organización tienen bajas capacidades en el manejo de las herramientas digitales, es por ello por lo que debe introducirse de forma sistemática nuevas tecnologías a la par de contratar nuevos talentos que ayuden a agilizar todo el proceso interno y externo.

Para poder llegar a los clientes en capacitaciones destinadas a fortalecer las capacidades de los colaboradores podemos adoptar un modelo más ágil similar al de Spotify para simplificar los procesos.

Proyecto Transformación Digital Acelera tu empresa 2

TRANSFORMACIÓN DIGITAL
ÁREA DE TI
COMPAÑIA FRUGAL S.A.S

- Cultura Organizacional
- Enfoque
- Gestión de procesos
- Contratos
- Capacitaciones

- Trabajo Inteligente
- Interacciones
- Sistemas Modernos
- Arquitectura

PROPOSITO

Implementado
5 Años

1. Renovación de infraestructura
2. Implementación de nuevas plataformas digitales
3. Satisfacción en calidad del servicio.
4. Sistemas de auto-aprendizaje.



RPA

eLearning

Internet

Micro - Servicios

NFC

Data - Brokering

- Journey
- Estrategia de Innovación
- Nueva Visión



Usuario Final

MKT

- Preparación
- Sensibilización
- Confianza
- Acuerdos
- Entrenamientos

**Proyecto Implementación de proyectos de
innovación 3**



PROYECTO FINAL HÉCTOR SERNA LÓPEZ

AVANCE 1

En este primer avance, analizaremos un día promedio de tu semana, y utilizaremos el Modelo de Mapping y Tackling de problemas:

VALUE STREAM MAPPING

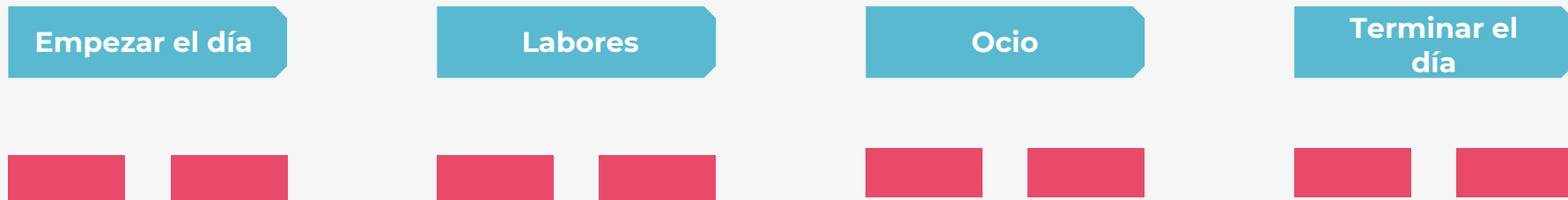
¿Qué tan efectivos estamos siendo en nuestro proceso?

PROBLEM ANALYSIS

Categorías de problemas, responsables y tipos de problemas.

ACTIVIDAD

Ya he definido las etapas de un día promedio en tu semana, las cuales se dividen en cuatro. Ahora debes de colocar qué actividades entran en cada etapa y recuerda calcular los tiempos de actividad, espera, total de tiempos y porcentaje de efectividad del proceso, que es todo tu día.



Etapas: Se resuelven en el corto plazo. Su solución tiende a ser "obvia" y de carácter operativo.

Actividades: Se resuelven al mediano a largo plazo. Requieren proyectos específicos y equipos dedicados para su resolución.

TIP: Todo lo que consideres que te distraiga de hacer tus actividades, debe de sumarse a los tiempos de espera.

Recuerda calcular:

Tiempo de actividad: Tiempo aproximado que toma hacer cada actividad.

Tiempo de espera: Tiempo aproximado entre el final de la última actividad y el inicio de la siguiente.

Total de Tiempos: Suma de Tiempo de Actividad y de Espera.

Porcentaje de Efectividad del proceso: $(\text{Tiempo de Actividad} / \text{Total de Tiempos}) \times 100$.

MÍ DÍA

Empezar el día

Despierto	Me ducho	Me arreglo	Organizo la Habitación	Desayuno	Salgo en mi moto al trabajo
10 min	15 min	10 min	5 min	10 min	5 min

10 min

5 min

5 min

5 min

5 min

50 min

Labores

Trabajo	Almuerzo	Trabajo	Salgo a la universidad	Estudio en la Universidad	Ir a casa
240 min	30 min	240 min	5 min	180 min	5 min

10 min

10 min

5 min

35 min

5 min

30

Ocio

Investigación	Ver series de Netflix	Hago ejercicio	Compartir con mi familia
120 min	180 min	120 min	180 min

10 min

10 min

10 min

10 min

Terminar el día

Ceno	Me ducho	Veo TV	Duermo
10 min	15 min	60 min	5 min

5 min

10 min

15 min



ACTIVIDAD (Template)

TIEMPO DE ACTIVIDAD

(Tiempo aproximado que toma hacer cada actividad.)

1445 min

TOTAL DE TIEMPOS

(Suma de Tiempo de Actividad y de Espera)

1690 min

TIEMPO DE ESPERA

(Tiempo aproximado entre el final de la última actividad y el inicio de la siguiente.)

245 min

PORCENTAJE DE EFECTIVIDAD DEL PROCESO

(Tiempo de Actividad / Total de Tiempos) x 100.

85.50 %

RESULTADOS:

El resultado del porcentaje, significa la “calificación” que tienes en cuanto a la efectividad en tus actividades en el día.

Cuando esto se hace en las empresas, el porcentaje por proceso es del 8-10% en promedio (una calificación muy baja).

Esto ocurre porque las empresas tienen tiempos de espera muy altos, y justo es esto lo que baja la calificación.

Para arreglar un proceso, lo primero es idear formas de bajar los tiempos de espera y ya después los de actividades.



Problem Analysis (Ejercicio)

Empezar el día

Labores

Ocio

Terminar el día

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11



Actores



Artefactos



Mecanismos



Momentos: Acciones que se realizan durante el proceso analizado.

Tácticos: Se resuelven en el corto plazo. Su solución tiende a ser "obvia" y de carácter operativo.

Estratégicos: Se resuelven al mediano a largo plazo. Requieren proyectos específicos y equipos dedicados para su resolución.



Actores: Son problemáticas relacionadas a los individuos involucrados en la actividad o la falta de ellos.



Artefactos: Utensilios e infraestructura física o digital que permite o dificulta el desarrollo de la actividad.



Mecanismos: Estructura que muestra cómo se deben de realizar las actividades.

ACTIVIDAD

Ahora analizaremos qué problemas hay en el proceso. Para esto, pensarás en qué problemas hay en las actividades de tu día, que provocan que tardes demasiado, ya sea en realizar las actividades o en los tiempos de espera. Primero analizaremos en qué clase de problemas son y después su complejidad.

Templa

Empezar el día

Despierto

Me ducho

Me arreglo

Organizo la Habitación

Desayuno

Salgo en mi moto al trabajo

Trabajo

Almuerzo

Trabajo

Salgo a la universidad

Estudio en la Universidad

Ir a casa

Me tardo más de lo debido.

Me tardo más de lo debido.

No tengo ingredientes.

Sin equipo completo.

Me tardo más de lo debido.

No contar con los elemntos de estudio

Despertador no suena

Se vaya el agua

No planeo desde antes qué comeré.

Que se me dañe mi medio de trasnporte

Ocio

Investigación

Ver series de Netflix

Hago ejercicio

Compartir con mi familia

Ceno

Me ducho

Veo TV

Duermo

No siempre respeto el tiempo.

No tengo ingredientes.

Se vaya el agua

No siempre respeto el tiempo.

Me da insomnio.



INSTRUCCIONES

El formato que tienes a la derecha, es el que utilizaremos para bajar las ideas que tengas.

Este formato se llama Sacrificial Concept, que no es otra cosa más que una idea que sirve para generar conversación y entender a grandes rasgos qué tipo de ideas son las que pueden hacer match con los intereses de las personas y las que no.

El formato tiene tres elementos:

Título de la idea: No pienses tanto en un nombre con “punch”, solo asegúrate que se entienda a grandes rasgos la idea.

Descripción de la idea: Describe de qué se trata la idea. No te preocupes por detallarla tanto. La explicación debe de caber en el formato de tarjeta que se colocó.

Problema que soluciona: Hay que escribir el problema que soluciona para tener claridad de la correlación entre solución y problemática.

*Solo haré un par de ideas que sirvan como ejemplo.

ÍCONO DE LA IDEA

TÍTULO DE LA IDEA

Descripción de la idea (¿De qué se trata?)

Problema que soluciona

Template

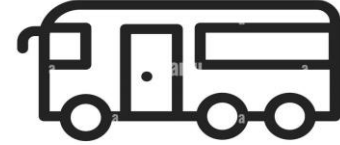


Apartamento cerca a mi trabajo

Para poder llegar con más rapidez a mi trabajo, debo vivir mas cerca en donde pueda ahorrar más tiempo.

Es necesario generar más recursos para arrendar o comprar un apartamento para hacerle frente a esta situación.

No vivo cerca de mi trabajo



Otras alternativas de transporte

Conseguir otras alternativas de transporte adicional del que cuento para poder ir al trabajo o la universidad y así no depender 100% de mi vehiculo en caso de alguna falla.

Mi medio de transporte no funciona

AVANCE 2

En este segundo avance, nos enfocaremos en construir una estrategia para atacar las problemáticas que identificamos, con base en las soluciones que ya planteamos.

UBICACIÓN EN ROADMAP

¿En qué momento en el tiempo haremos las actividades?

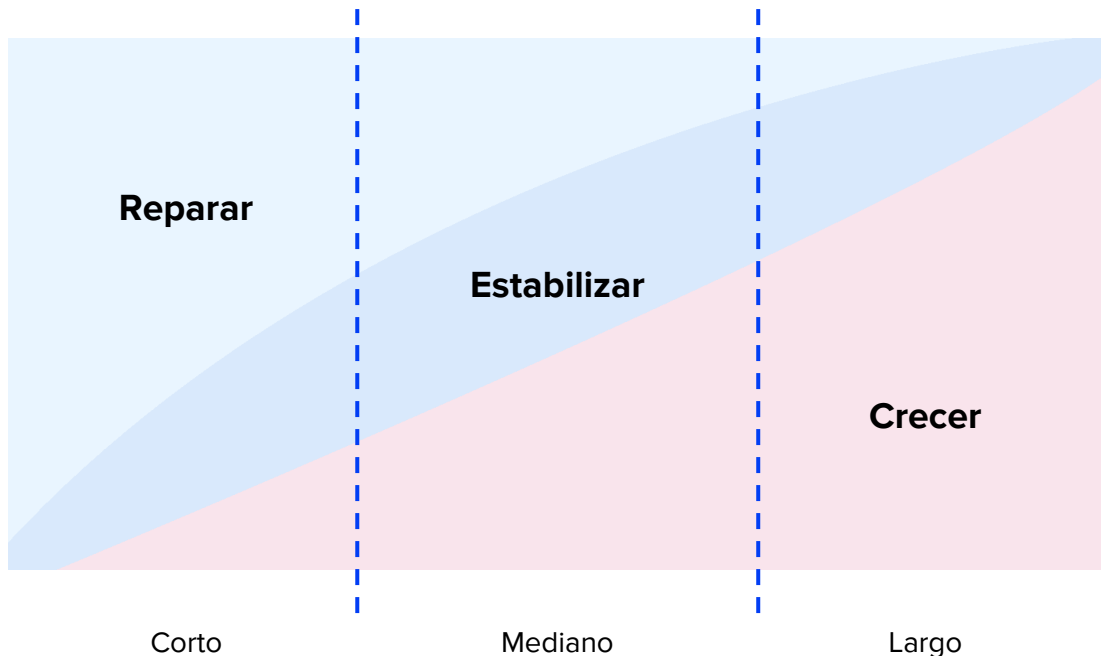
¿Qué pilares tendrá la estrategia?

SOLUCIONES POR PILAR

¿En qué pilar se deben de ubicar las soluciones que planteamos?



Tackling Roadmapping



INSTRUCCIONES

Reparar: Problemáticas que tienen mayor prioridad. Se tienen que solucionar desde un inicio para poder pasar a las demás.

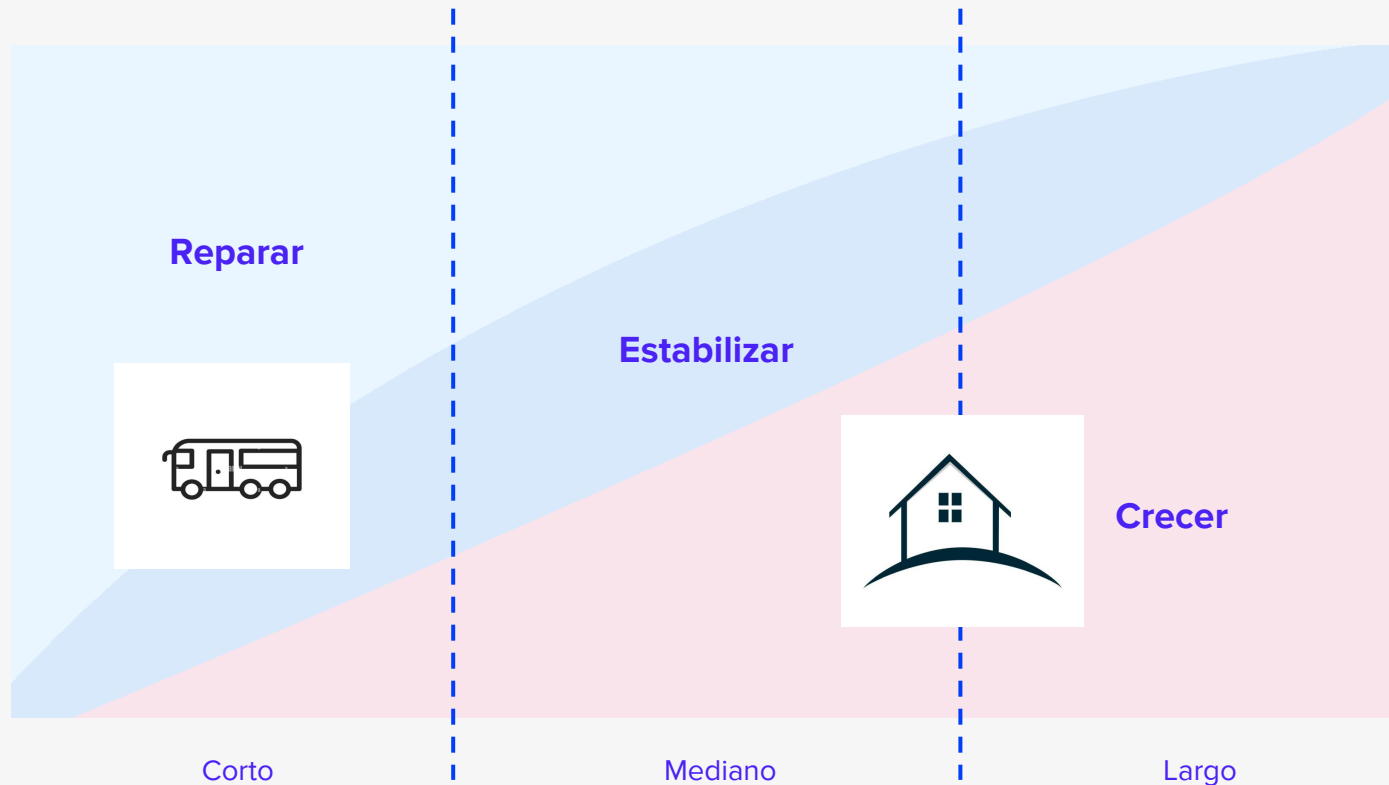
Estabilizar: Problemáticas que necesitan de unos pequeños ajustes para dejar de existir y dejar de afectar a todo el proceso.

Crecer: Problemáticas que para solucionarse necesitan de la creación de proyectos nuevos.

1. Se colocan todas las soluciones identificadas en un lugar visible.
2. Con base en la definición de “reparar”, “estabilizar” y “crecer” se colocan las problemáticas donde correspondan.
3. De acuerdo al nivel de complejidad de resolución y prioridad, se colocan las soluciones en los periodos de tiempo correspondientes.

ACTIVIDAD

Template



Comentarios

La idea de este modelo es que en corto, mediano y largo plazo sea posible dedicarse a reparar, estabilizar y crecer, solo que con diferentes grados de prioridad.

Reparar: Empezamos reparando mucho, hasta dedicarle un tiempo mínimo.

Estabilizar: Todo el tiempo debemos de estabilizar.

Crecer: Empezamos creando pocas cosas, hasta dedicarnos casi por completo a generar proyectos más ambiciosos.

AVANCE 3

En este avance definiremos MVP's de las soluciones que hayamos elegido para desarrollar más.

MATRIZ DE MVP

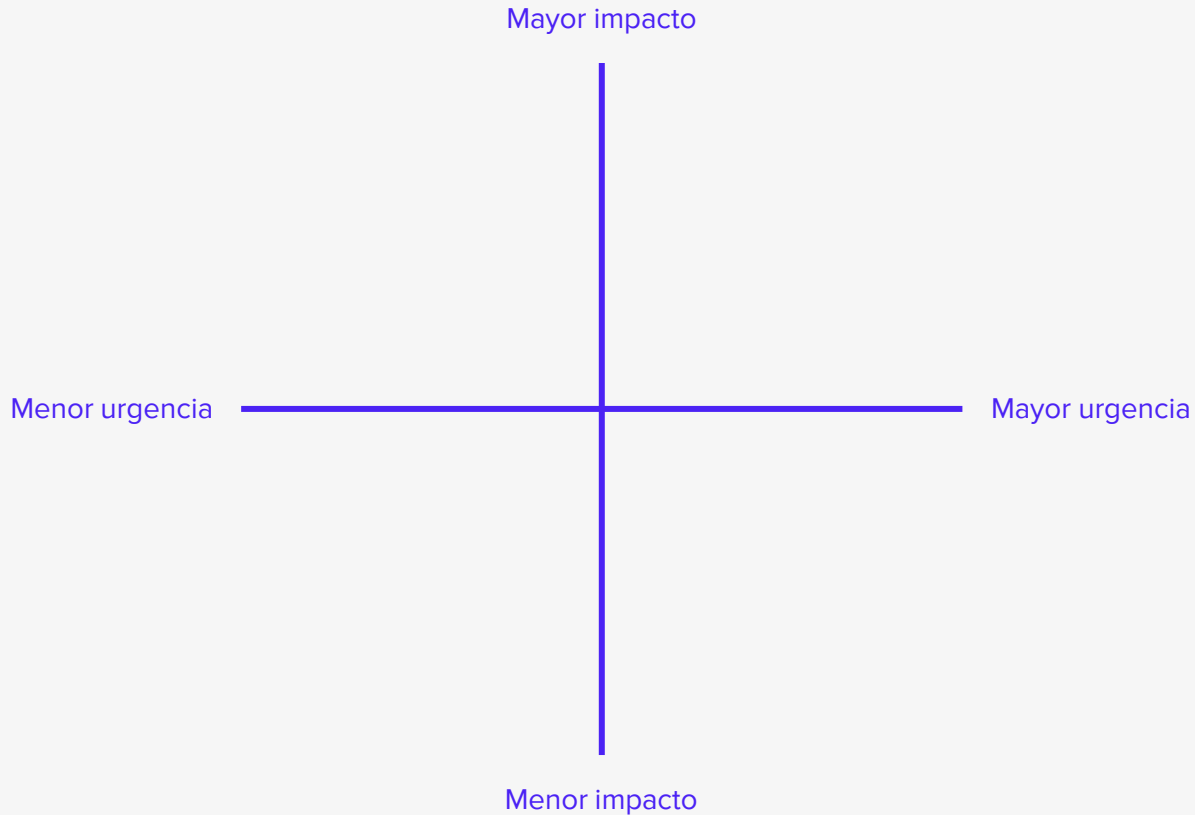
¿Cuáles son las variables de la matriz de MVP?

ACTIVIDADES DEL MVP

¿Qué actividades componen a la solución?

¿En qué cuadrante de la matriz se ubican?

ACTIVIDAD



Nivel de impacto: Define qué tanto va a solucionar la problemática que se identificó en etapas anteriores.

Nivel de urgencia: Define qué tan rápido se necesita solucionar este elemento.

ACTIVIDAD



Apartamento cerca a mi trabajo

Para poder llegar con más rapidez a mi trabajo, debo vivir mas cerca en donde pueda ahorrar más tiempo.

Es necesario generar más recursos para arrendar o comprar un apartamento para hacerle frente a esta situación.

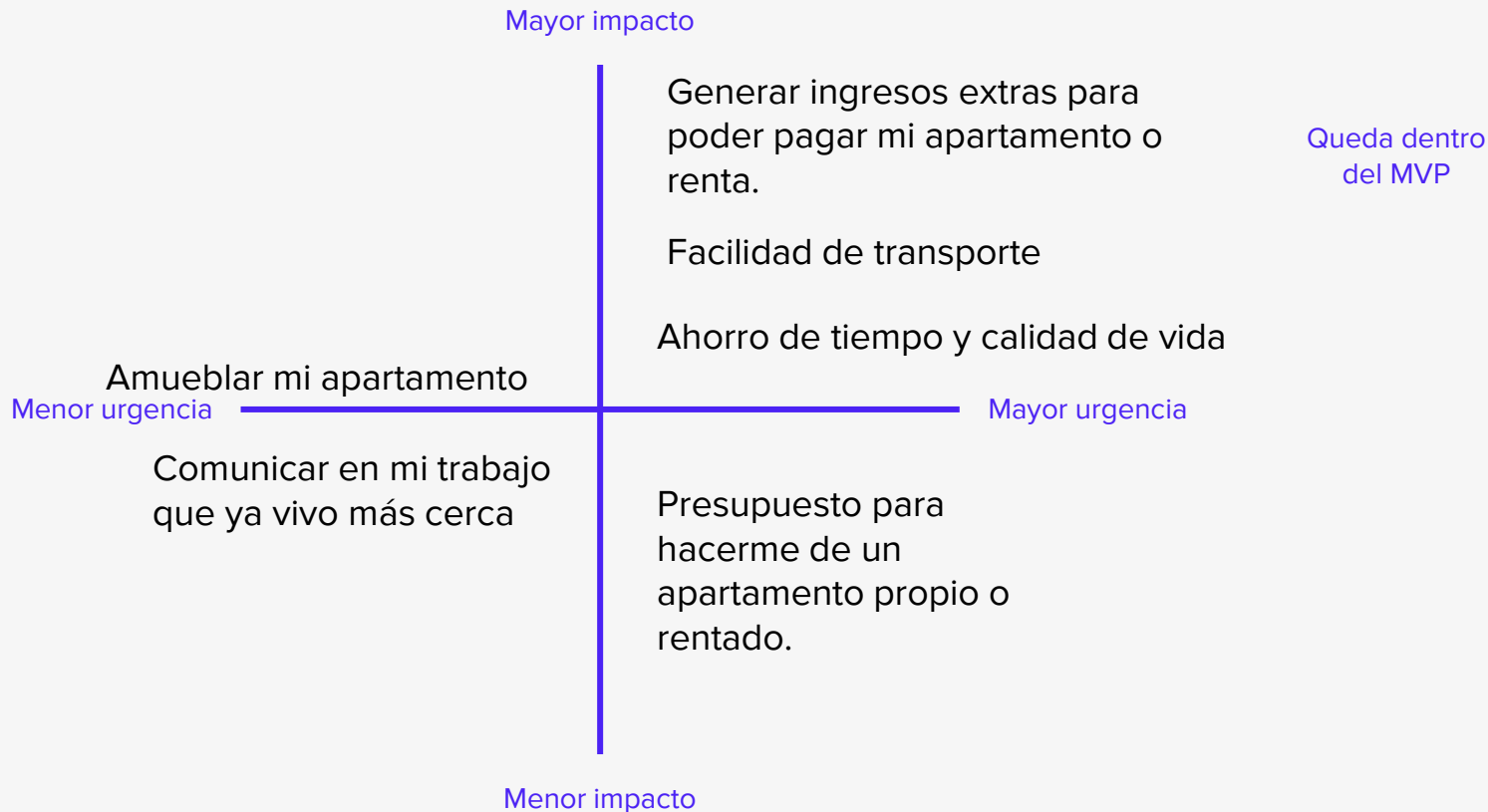
No vivo cerca de mi trabajo

ACTIVIDADES QUE COMPONEN A LA SOLUCIÓN.

- Presupuesto para hacerme de un apartamento propio o rentado.
- Generar ingresos extras para poder pagar mi apartamento o renta.
- Amueblar mi apartamento
- Comunicar en mi trabajo que ya vivo más cerca
- Facilidad de transporte
- Ahorro de tiempo y calidad de vida

ACTIVIDAD

Template



AVANCE 4

En este avance definiremos nuestros OKR's de los MVP's que ya construimos en etapas anteriores.

MVP's A CONSIDERAR

¿Qué MVP's tomaremos en cuenta para analizar?

OKR's DE MVP's

¿Qué OKR's componen a los MVP's?

ACTIVIDAD



Apartamento cerca a mi trabajo

Para poder llegar con más rapidez a mi trabajo, debo vivir mas cerca en donde pueda ahorrar más tiempo.

Es necesario generar más recursos para arrendar o comprar un apartamento para hacerle frente a esta situación.

No vivo cerca de mi trabajo

ACTIVIDADES QUE COMPONEN AL MVP

Generar ingresos extras para poder pagar mi apartamento o renta.

Facilidad de transporte

Ahorro de tiempo y calidad de vida

ACTIVIDAD



Apartamento cerca a mi trabajo

Para poder llegar con más rapidez a mi trabajo, debo vivir mas cerca en donde pueda ahorrar más tiempo.

Es necesario generar más recursos para arrendar o comprar un apartamento para hacerle frente a esta situación.

No vivo cerca de mi trabajo

Generar ingresos extras para poder pagar mi apartamento o renta.

- **Medir los tiempos que tardo en llegar a mi trabajo**
- **Definir el sitio donde se va a vivir.**
- **Hacer búsqueda de diferentes opciones en la zona.**
- **Elegir la mejor opción.**
- **Generar recursos extras para el pago de la renta o compra de apartamento.**
- **Fijar una fecha de cambio de apartamento**
- **Acomodo de muebles y enseres en los espacios adecuados.**

RECUERDA

- **Definir tiempos estimados de conclusión de cada uno de los OKR's para medir la efectividad.**
- **Solo hasta que cada OKR's fue completado, se puede dar por terminada la actividad.**

crehana 

**Proyecto Data Driven mindset: Toma de decisiones
con Data 4**

PROYECTO FINAL

Data Driven Mindset, de Héctor Serna

Proyecto final

Partes:

1. Preguntas en acción
2. Análisis de datos
3. Sugerencias basadas en la data

1. Preguntas en acción

Solicitud de management: Te han pedido las ventas y operaciones de los últimos 2 años para todas las subcategorías dentro de “Electrónica”

Set de data

1- Lista 5 preguntas relevantes:

1. Para quien es esta información?
2. Que se evaluara con esta información?

2- Para cada pregunta, haz un supuesto de respuesta, y da un ejemplo sobre qué data podría obtenerse para proveer más información a la gerente del equipo.

1. La información la requiere la Gerencia de la compañía.

Ej. Supuesto de Respuesta: Toma de desiciones frente a los resultados obtenidos.

2. Con esta información se evaluara el comportamiento de las ventas y operaciones para la toma de decisiones.

Ej. Supuesto de Respuesta: Analizar el comportamiento de las ventas y operaciones durante los últimos años para toma de decisiones.

Set de data

3. Porque solo se analizará los 2 últimos años?

4. Que se está evaluando frente a la competencia?

5. Porque es importante este informe?

2- Para cada pregunta, haz un supuesto de respuesta, y da un ejemplo sobre qué data podría obtenerse para proveer más información a la gerente del equipo.

3. Porque son los últimos años en donde la compañía a tenido una mejor posición en el mercado frente a sus ventas y operaciones.

Ej. Data a proveer: Ventas y operaciones durante los últimos dos años en la subcategoría dentro de la electrónica, para fortalecer el crecimiento en el mercado.

4. Se evalúa buscar nuevos mecanismos de mejora en cuanto a las ventas y operaciones realizadas en años anteriores frente al año en curso.

Ej. Supuesto de Respuesta: Existen variaciones con márgenes porcentuales de innovación en cuanto a la comercialización de la subcategoría de electrónica durante los últimos meses y es por esto que queremos ver cuál es la nueva tendencia.

5. Este informe es importante porque a través de los datos recolectados se podrán tomar decisiones referentes a las ventas y operaciones del negocio a futuro.

Ej. Supuesto de Respuesta: Búsqueda de nuevas oportunidades de mejora y potencializar el curso del negocio.

2. Análisis de datos (1)

Tras hacer las preguntas clave en la primera parte, tu y tu equipo llegaron a las siguientes conclusiones:

Conclusión 1: Sabes que pronto entrarán 2 competidores nuevos al mercado para la categoría “Electrónica”

Conclusión 2: Es necesario entender qué productos dentro de la categoría tienen mayor volúmen de ventas y mayor margen de ganancia, así como los que peor desempeño tienen

Conclusión 3: Hay que entender en qué meses del año hay mayor tendencia de ventas para las subcategorías de mayores ventas, y diagnosticar esto a que se debe.

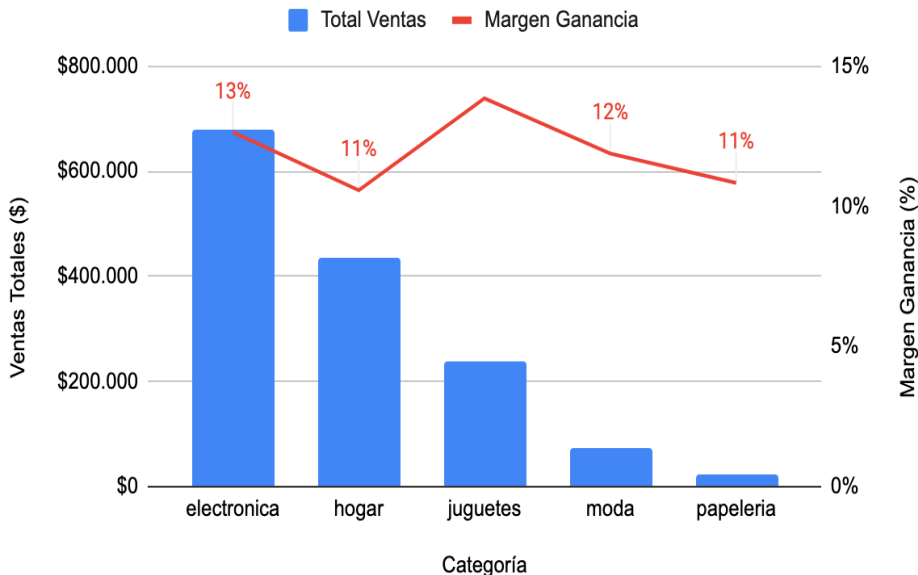
Conclusión 4: El nivel de servicio es muy importante para los clientes que compran productos electrónicos, quienes tienen las más altas expectativas de la operación

2. Análisis de datos (2)

Tarea: Para cada uno de los gráficos siguientes, obtén 2 análisis descriptivos y 2 análisis diagnósticos (anunciando los supuestos pertinentes)

Gráfico 1

Ventas y Margen por categoría (2019-2020)



Análisis descriptivos:

1. La categoría electrónica es la más fuerte, vendiendo casi el triple de la categoría Juguetes, y llegando a más de 600 mil dólares en ventas.
2. La categoría moda pese a que sus ventas totales no son significativas, su margen de ganancia sobresale por encima de las categorías hogar, juguetes y papelería en un 12%.

Análisis diagnósticos:

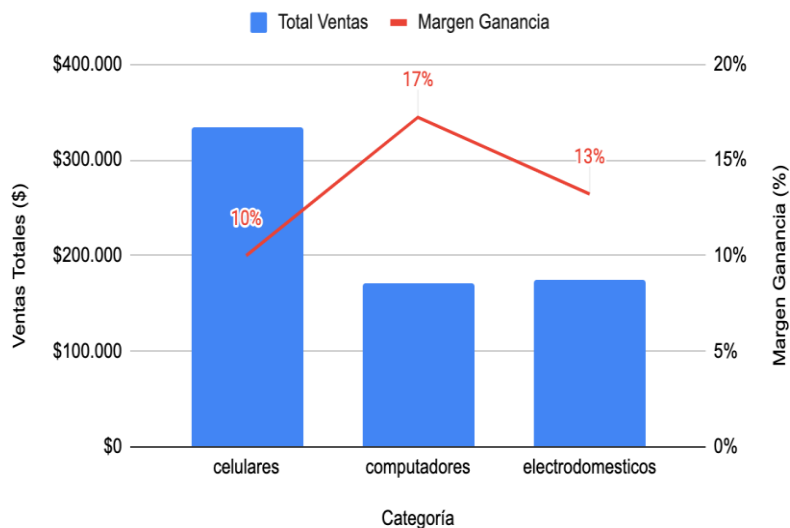
1. La categoría papelería registra las ventas más bajas del e-commerce. Una hipótesis para las ventas bajas puede ser pocos recursos dedicados de parte de la empresa a esto (personas, inversiones de mercadeo).
 - Supuesto: Asumimos que este tipo de productos no son populares en e-commerce y la gente no suele usar plataformas digitales para comprarlos
2. La categoría electrónica registra las ventas más altas del e-commerce. Una hipótesis para las ventas altas puede ser que han invertido suficientes recursos en todas las áreas que conforman la compañía (personas, infraestructura, mercadeo).
 - Supuesto: Se asume que este tipo de productos generan un buen impacto en el mercado y las personas recurren a adquirirlos de manera constante físicamente en sitio o utilizando las plataformas digitales.

2. Análisis de datos (3)

Tarea: Para cada uno de los gráficos siguientes, obtén 2 análisis descriptivos y 2 análisis diagnósticos (anunciando los supuestos pertinentes)

Gráfico 2

Ventas y Margen por sub-categoría Electrónica (2019-2020)



Análisis descriptivos:

1. La categoría celulares es la más fuerte, vendiendo casi la mitad de las categorías Computadores y Electrodomésticos, llegando a más de 300 mil dólares en ventas.
2. La categoría Computadores y Electrodomésticos enmarcan unas ventas estándares iguales, sin embargo, resalta la categoría Computadores ya que su margen de ganancia es superior hasta un 4% sobre la categoría Electrodomésticos.

Análisis diagnósticos:

1. La categoría Celulares registra las ventas más altas del e-commerce. Una hipótesis para las ventas altas puede ser las tendencias actuales en el lanzamiento de nuevos productos de equipos móviles en el mercado (marca, modelo, garantía, durabilidad, seguridad, etc).

- Supuesto: Asumimos que este tipo de productos son muy populares en e-commerce y la gente utiliza muy frecuente el uso de plataformas digitales para comprarlos
2. La categoría computadores y electrodomésticos registran ventas iguales del e-commerce. Una hipótesis para este análisis estándar puede ser que ambas categorías se encuentran en proceso de innovación de mejora de sus productos y están impulsando constantemente a mejores productos. (físicos, lógicos, innovación, infraestructura, mercadeo).

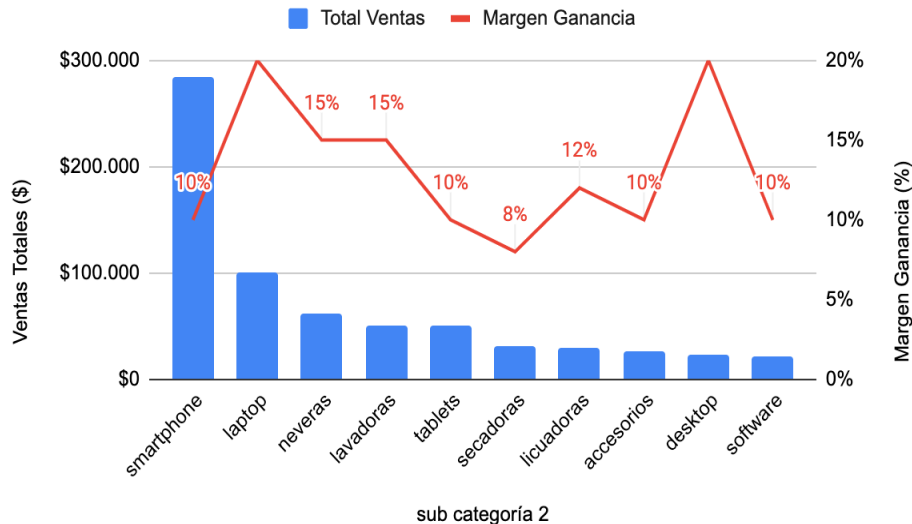
- Supuesto: Se asume que estas dos categorías generan un buen impacto en cuanto a sus márgenes de ganancias en el mercado pese a que sus ventas totales no son tan significativas a otras categorías.

2. Análisis de datos (4)

Tarea: Para cada uno de los gráficos siguientes, obtén 2 análisis descriptivos y 2 análisis diagnósticos (anunciando los supuestos pertinentes)

Gráfico 3

Ventas y Margen por sub-categoría 2 - Electrónica (2019-2020)



Análisis descriptivos:

1. La categoría smartphone es la más fuerte, vendiendo el triple de las demás categorías, llegando a casi 300 mil dólares en ventas.
2. Las categorías Laptop, neveras, lavadoras y desktop se destacan por tener un margen de ganancia muy positivo frente a las demás categorías por encima de un 3%, sin embargo, enmarcan unas ventas muy bajas a diferencia de la categoría smartphone.

Análisis diagnósticos:

1. La categoría smartphone registra las ventas más altas del e-commerce. Una hipótesis para las ventas altas puede ser las tendencias actuales en el lanzamiento de nuevos productos de equipos móviles en el mercado (marca, modelo, garantía, durabilidad, seguridad, etc).

- Supuesto: Asumimos que este tipo de productos son muy populares en e-commerce y la gente utiliza muy frecuente el uso de plataformas digitales para comprarlos

2. La categoría secadoras registra ventas totales y margen de ganancia muy bajas en comparación a las demás categorías del e-commerce. Una hipótesis para este análisis tan bajo puede ser que no han invertido suficientes recursos para el mejoramiento de sus procesos y la innovación de sus productos. (personas, infraestructura, mercadeo).

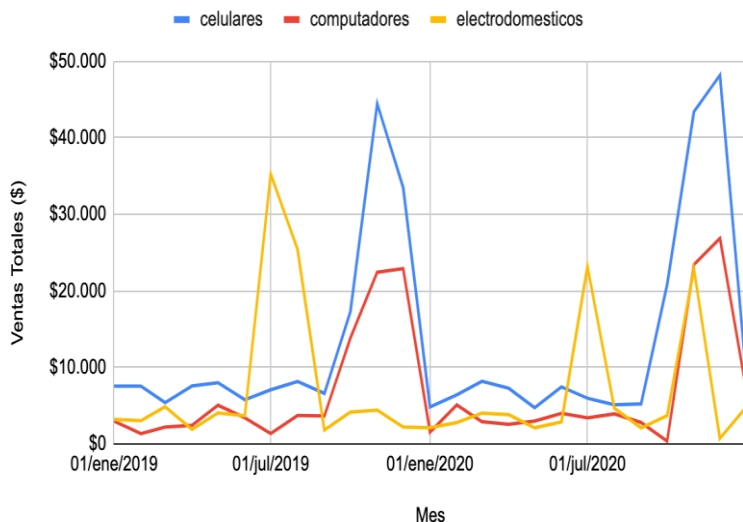
- Supuesto: Se asume que esta categoría no genera un buen impacto en el mercado debido a que su inversión no es muy significativa.

2. Análisis de datos (5)

Tarea: Para cada uno de los gráficos siguientes, obtén 2 análisis descriptivos y 2 análisis diagnósticos (anunciando los supuestos pertinentes)

Gráfico 4

Ventas por mes - Sub-categorías Electrónica (2019-2020)



Análisis descriptivos:

1. La categoría Celulares es la más fuerte en los últimos años, llegando a casi 50 mil dólares en ventas.
2. La categoría Electrodoméstico ha conservado sus ventas en un promedio estable durante el último año 2019 en referencia a la categoría de computadores. Sin embargo, no obtuvo buenas ventas en el mes de Julio 2020 frente a la categoría computadores.

Análisis diagnósticos:

1. La categoría celulares registra las ventas más altas del e-commerce durante el año 2019 -2020. Una hipótesis para las ventas altas puede ser las tendencias actuales en el lanzamiento de nuevos productos de equipos móviles en el mercado (marca, modelo, garantía, durabilidad, seguridad, etc).

- Supuesto: Asumimos que este tipo de productos son muy populares en e-commerce y la gente utiliza muy frecuente el uso de plataformas digitales para comprarlos frente a otras categorías.

2. La categoría computadores registra una variación de ventas no positivas en el primer semestre de 2019 generando pérdidas importantes en comparación a las demás categorías del e-commerce. Una hipótesis para este análisis tan bajo puede ser que no han invertido suficientes recursos para el mejoramiento de sus procesos y la innovación de sus productos. (personas, infraestructura, mercadeo).

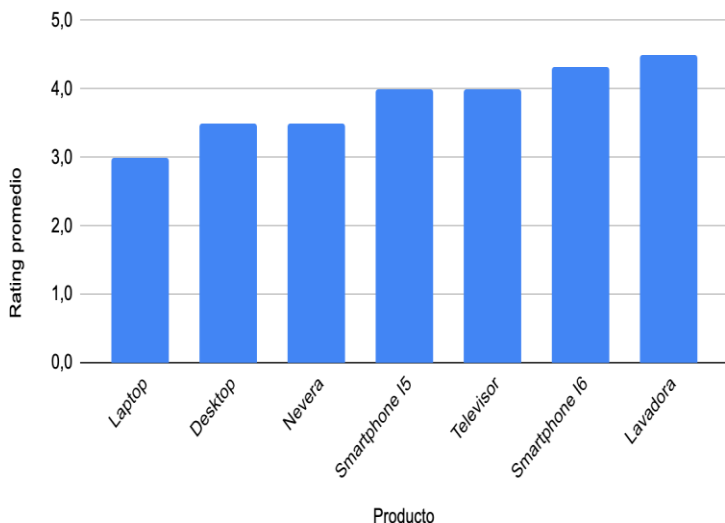
- Supuesto: Se asume que esta categoría no invirtió suficientes recursos en dichos periodos para potencializar la marca y por esto no obtuvo un buen impacto en el mercado.

2. Análisis de datos (6)

Tarea: Para cada uno de los gráficos siguientes, obtén 2 análisis descriptivos y 2 análisis diagnósticos (anunciando los supuestos pertinentes)

Gráfico 5

Rating promedio por producto (Categoría Electrónica)



Análisis descriptivos:

1. La categoría Lavadora es la más fuerte en el Rating promedio, obteniendo casi 5,0 en la valoración del producto.
2. La categoría Laptop es la menos valorada en el Rating promedio, Obteniendo 3,0 en la valoración de producto frente a las demás categorías.

Análisis diagnósticos:

1. El producto Lavadora registra la puntuación más alta en el Rating promedio del e-commerce. Una hipótesis para la alta valoración de este producto son la innovación en toda su línea de productos frente a la competencia del mercado, de igual forma se destaca la inversión que han realizado en personal humano, infraestructura y mercadeo.

- Supuesto: Asumimos que este tipo de productos son muy populares en e-commerce y la gente los utilizade manera frecuente de igual forma utilizan el uso de plataformas digitales para adquirirlos frente a otros productos.

2. La categoría Laptop registra la puntuación más baja en el Rating promedio del e-commerce. Una hipótesis para este análisis tan bajo puede ser que no han invertido suficientes recursos para el mejoramiento de sus procesos y la innovación de sus productos. (personas, infraestructura, mercadeo).

- Supuesto: Se asume que este producto no puntuó de forma positiva debido a que no se invirtió suficientes recursos en innovación de producto y personal humano para potencializar el producto y por esto no obtuvo un buen Rating promedio.

3. Presentación de datos

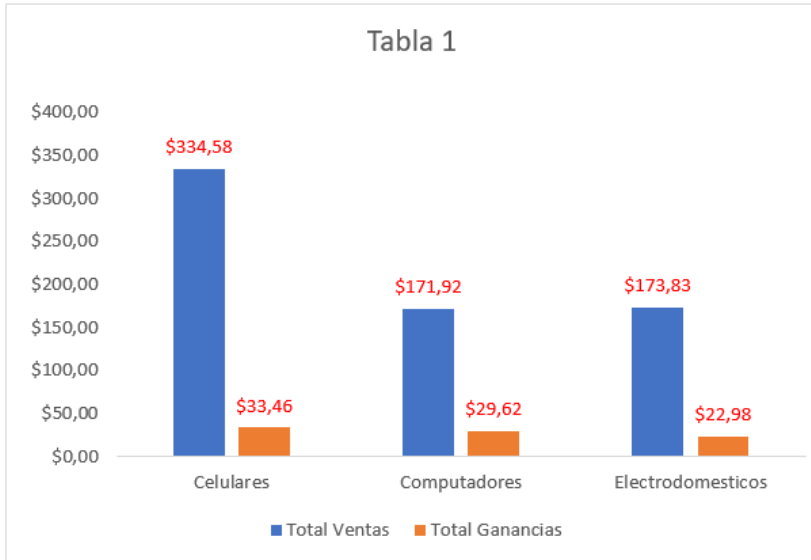
Se quiere apoyar la toma de decisiones de la gerente del equipo de “Electrónica”, y para eso necesitas: (por ahora data aca)

1. Entender qué productos dentro de la categoría “Electrónica” tienen mayor volúmen de ventas y mayor margen de ganancia, así como a los que peor les va. (Anexo 2, Tabla 1)
2. Hay que entender en qué meses del año hay mayor tendencia de ventas para la subcategoría de **mayores ventas**.(Anexo 2, Tabla 2)
3. Para los diferentes smartphones que se tienen, hay que obtener los ratings que les han dado los clientes.(Anexo 2, Tabla 3)

Para esto, tienes una tabla por cada punto. Presenta cada una de esas tablas de manera gráfica, y agrega comentarios para describirlas

3. Presentación de datos

1. Entender qué productos dentro de la categoría “Electrónica” tienen mayor volúmen de ventas y mayor margen de ganancia, así como a los que peor les va. (Anexo 2, Tabla 1)

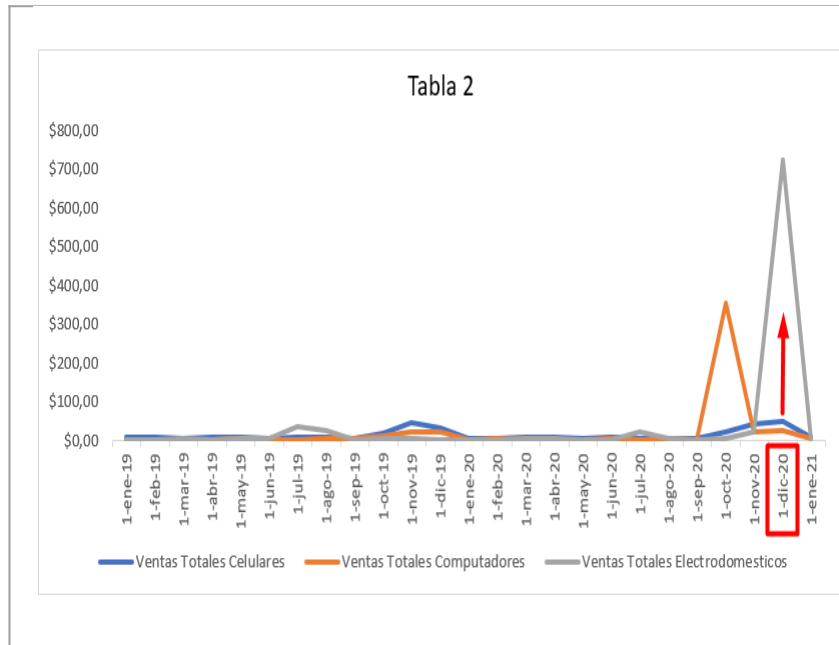


Comentarios:

- El producto que tiene mayor volumen de ventas y mayor margen de ganancias es Celulares.
- El producto computadores tiene las ventas más bajas en comparación a los demás, sin embargo, su margen de ganancias es superior al producto de Electrodomésticos.

3. Presentación de datos

2. Hay que entender en qué meses del año hay mayor tendencia de ventas para la subcategoría de **mayores ventas**. (Anexo 2, Tabla 2)



Comentarios:

- El mayor mes con tendencia mayor en ventas para la subcategoría de mayores ventas es en el mes de Diciembre 2020.
- Se resalta la categoría de Celulares como la más alta en sus ventas totales.

3. Presentación de datos

3. Para los diferentes smartphones que se tienen, hay que obtener los ratings que les han dado los clientes. (Anexo 2, Tabla 3)



Comentarios:

- El Smartphone IS5 ha obtenido una valoración positiva con una nota de calificación Excelente 8 superior al otro producto, sin embargo, obtuvo 1 nota de calificación como pésimo.
- El Smartphone IS6 ha obtenido una valoración excelente 5 inferior al otro producto, y obtuvo una calificación pésima con nota 3.

crehana 