



Universidad  
**Tecmilenio**®



# Certificado de Analítica de negocios

Analíticos descriptivos

Semana 7



Te invito a realizar la siguiente actividad de bienestar-mindfulness antes de comenzar a revisar el tema:

<https://youtu.be/JNCVDK2thZ>



Existen diferentes modelos de análisis. Los más utilizados son los siguientes:



## El análisis descriptivo

- 

Es la interpretación de datos históricos para comprender el comportamiento que ha tenido la comercialización de una empresa.
- 

Realiza comparativos de datos por rangos históricos para tener comparativos específicos y entender mejor sus comportamientos.
- 

Los más comunes son los estados financieros mensuales, trimestrales o anuales, número de usuarios y comparativos de ventas mes a mes.
- 

Nos ayuda a comprender lo que ha sucedido con la comercialización de una empresa durante cierto periodo.



## El análisis descriptivo

01



Ha evolucionado de barras y gráficas a un análisis más profundo de lo que sucedió o está sucediendo con base en comparativos más complicados.

02



Ahora incorpora fuentes de información complejas como el *big data*, sistemas de procesamiento básico y complejo de datos a los que se les conoce como minería de datos.

03



Es uno de los determinantes más significativos en las empresas para ayudar a la toma de decisiones.



El **análisis descriptivo** nos da una panorámica que se ubica en el pasado, es decir, qué fue lo que sucedió, cuándo, cuántas veces y en dónde. De esta forma podemos entender la situación actual de la comercialización de la empresa.



De acuerdo con lo visto en esta semana sobre el análisis descriptivo, reflexiona sobre lo siguiente:



**1.** Dentro de una empresa, ¿quién consideras que debe tener acceso a la cantidad y calidad de datos que otorga el análisis descriptivo?



**2.** Las personas que tienen acceso a los datos, ¿deberían visualizarlos al mismo nivel de detalle y modificarlos?



**3.** Finalmente, revisa las diferentes normas estipuladas por la International Standard Organization, que es la encargada de auditar este tipo de información.





Otro término que también conoceremos es el *web scraping* o raspado web, para conseguir cantidades inimaginables de información (*big data*) estructurada y no estructurada.

Esta técnica se refiere a extraer información de sitios web mediante programas de *software* diseñados para “raspar” la web y extraer solamente la información que nos interesa.

Algunos de los sectores más beneficiados por el *web scraping* es la mercadotecnia, además, ayuda a posicionar a las marcas de las empresas de una forma más eficiente.

