

The background features a vibrant design with overlapping circles in shades of blue, purple, and magenta. On the left, a large light blue circle contains a smaller white circle with a simple white smiley face. At the bottom, there are wavy lines in blue, green, and purple. In the top right corner, there is a grid of small white dots.

**PRESENTACION
ANALISIS EMPRESA**

MAR Y TIERRA GOURMET

GUIA

- Documento de elaboración
- Creación de gráficos y visualizaciones (con la herramienta Power BI)
- Conclusiones de datos principales



VENTAS - BENEFICIOS

- **Ventas totales:** 1 mil millones (1 mil M) en ingresos y 38 mil unidades vendidas.
- **Beneficio total:** 2 mil millones (2 mil M), lo que indica un margen de beneficio muy saludable.

DESCUENTOS

- Descuentos aplicados: 16 mil en total, con un descuento promedio de 1.75 por unidad.

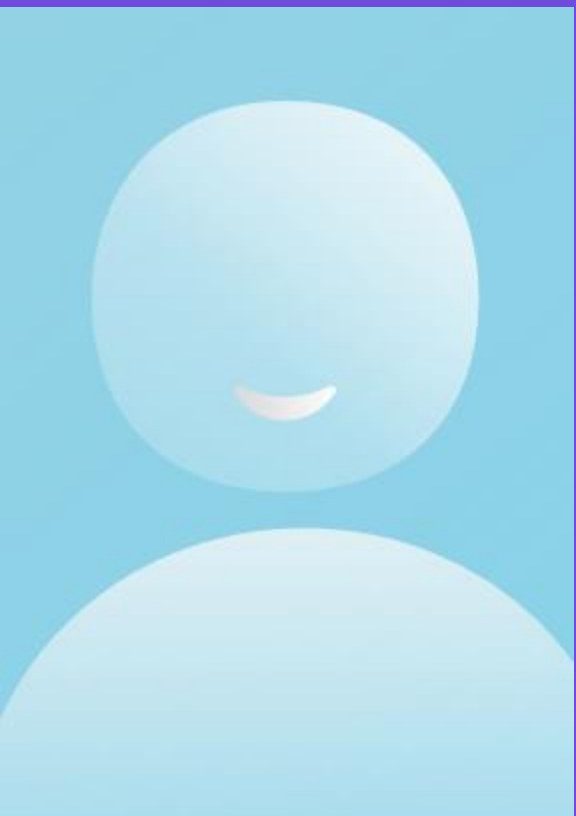
Destacar la aplicación de descuentos, que confirman el buen estado financiero de la empresa, aportados en las cifras de ventas / beneficios

A stylized person icon composed of two overlapping circles. The top circle is light blue with a small white crescent smile. The bottom circle is a slightly darker shade of blue. The background is split into a light blue upper half and a purple lower half, with a large magenta circle on the right side.

**CIFRAS SEGUN
SEGMENTACION**

CLIENTES

DSCUENTOS POR SEGMENTOS



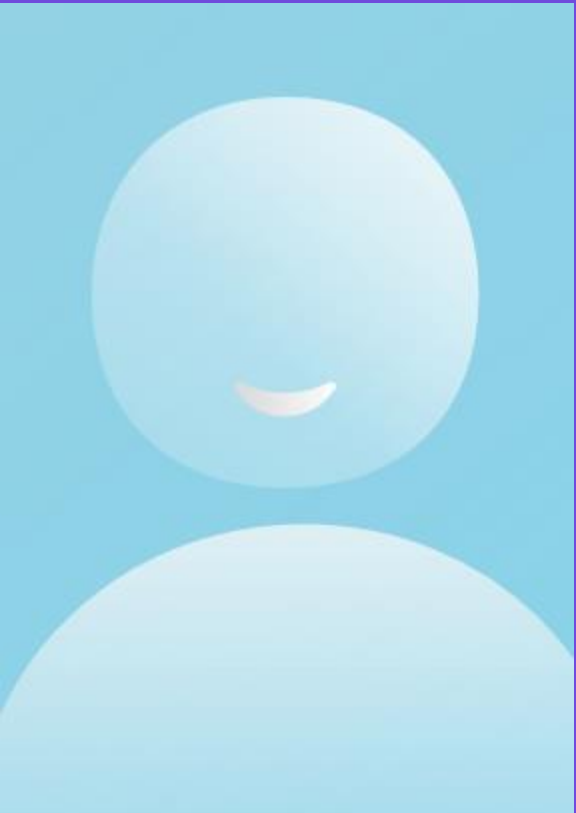
- CONSUMIDOR: 53.15% DE LOS DESCUENTOS (8 MIL)
- CORPORATIVO: 30.42% (5 MIL)
- TELETRABAJO: 16.43% (3 MIL)

GGANANCIAS - SEGMENTO

- CONSUMIDOR: 49.90% DEL BENEFICIO (860 MILL.)
- CORPORATIVO: 30.34% (523 MILL.)
- TELETRABAJO: 19.76% (340 MILL.)



VENTAS - SEGMENTO



- CONSUMIDOR: 52.95% (599 MILL.)
- CORPORATIVO: 29.54% (334 MILL.)
- TELETRABAJO: 17.51% (198 MILL.)

DISTRIBUCION GEOGRAFICA DE LAS VENTAS

Ventas por Región

- Oeste: 0.9 mil M
- Este: 0.9 mil M
- Central: 0.8 mil M
- Sur: 0.6 mil M

Las regiones *Oeste* y *Este* lideran en ventas, mientras que *Sur* tiene menor rendimiento. Esto puede orientar futuras campañas de marketing o expansión hacia zonas con mayor potencial.

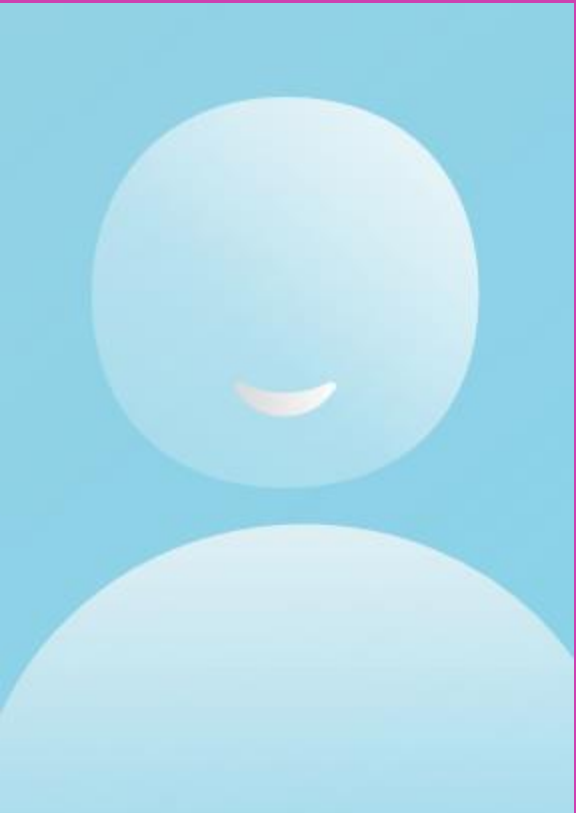
EVOLUCION TEMPORAL DE LAS VENTAS

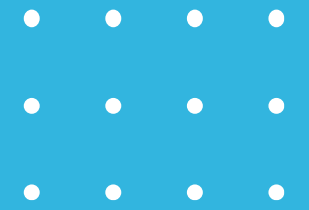


- 2014: 0.2 mil M
- 2015: 0.25 mil M
- 2016: 0.3 mil M
- 2017: 0.35 mil M

Las ventas han crecido de forma sostenida año tras año, lo que indica una tendencia positiva en la evolución del negocio.

Este crecimiento constante puede reflejar una buena estrategia comercial y fidelización de clientes.





DATOS ESTRATEGICOS





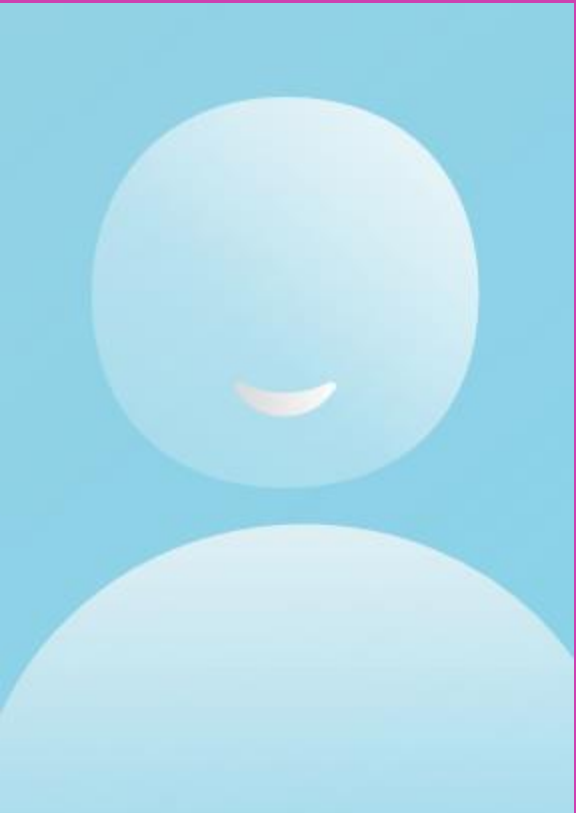
Descuentos

Tienen una correcta distribución: se aplican más descuentos donde hay más volumen de ventas

(de los datos aportados, se comprueban que no afectan a la rentabilidad del negocio)

Segmentos

El **segmento consumidor** es el motor principal del negocio, si bien el segmento corporativo también tiene un peso significativo (en estrategias a futuro, debería tenerse en cuenta la potenciación de este segmento corporativo)





- El **crecimiento anual** positivo (a valorarse si se estudiasen posibles cambios en las estrategias de marketing y expansión que se han desarrollado hasta el momento de este análisis .
- Otra estrategia sería replicar las estrategias que se están llevando a cabo en las regiones más fuertes