



---

## **Base de datos del Proyecto Final**

# **Proyecto: Cargo5 Informe de Clientes**

Antonella Cusano

# Descripción de la temática de los datos

Cargo5 es una startup dedicada al desarrollo de software para digitalizar la operatoria de los transitarios.

Los transitarios son los intermediarios obligatorios en comercio internacional, ellos conectan y asesoran a la persona que quiere enviar un contenedor con la naviera que ofrece el flete marítimo.



---

Estamos en el mercado desde 2019 pero la mayor cantidad de clientes ingresó en 2022 y necesitamos normalizar sus datos.

La base es extraída de la empresa, e incluye los clientes desde inicios del año 2020 hasta el 15 de Agosto 2023 cuando se descargó la información.

**Hipótesis:**

Comprender la estacionalidad del negocio, saber cuáles son los meses de mayor cierre de clientes en cada zona geográfica y en paralelo cuáles serán los meses de renovación de los mismos.

Conocer el valor promedio de compra en cada zona para determinar nuestro mercado objetivo más atractivo.

---

**Objetivo:** Conocer los periodos con mayor suscripción y detectar el valor promedio de compra de cada uno de los clientes por cada región.

**Alcance:** Analizar los datos de los clientes desde principio de 2020 hasta Agosto 2023. Los datos en la base permitirían realizar muchos análisis para distintos sectores. En este trabajo vamos a enfocarnos en brindarle al Gerente comercial (Usuario final) la información detallada en el objetivo

Generaremos un tablero de **nivel táctico** que nos permitirá analizar rápidamente los meses de mayor cierre de clientes que puede derivar en una mayor necesidad de personal, también los mercados más rentables para enfocar los esfuerzos comerciales.

## Conclusión post visualización tablero:

---

A simple vista podemos identificar que la mayoría de nuestros clientes están en Europa, también fue nuestro primer mercado y nuestro mercado objetivo hasta ahora.

Contrario a lo esperado vemos que en general la compra promedio más alta es en el mercado de Latinoamérica, esto es una gran oportunidad ya que es un mercado no desarrollado.

En cuanto a la estacionalidad, podemos ver una caída en la facturación del mes de Agosto en todos los años, este mes coincide con las vacaciones en Europa, sin embargo vemos la facturación suele ser alta el mes anterior y comienza a recuperarse el siguiente.

## Próximas líneas:

---

En el futuro pensamos sumar nueva información asociada a costos de Marketing, de esta manera podríamos determinar no solo cuál es el canal de adquisición más efectivo, sino también el más eficiente en costos, establecer un costo de adquisición por canal, encontrar patrones de comportamientos asociados a canales en cada una de las regiones.

También sería interesante poder sumar información de uso de plataforma de cada uno de los clientes, para determinar si los clientes que más pagan son efectivamente los que más usan la plataforma, cuáles son los módulos más usados, si existe un patrón de comportamiento entre los distintos tipos de clientes.

Al ser una empresa pequeña y con información poco organizada, tenemos mucho trabajo para hacer y muchas oportunidades para aplicar el análisis de datos y mejorar, agilizar y hacer más objetiva la toma de decisiones en cada uno de los niveles.



**Muchas Gracias.**