



CARGO5 INFORME DE CLIENTES

DATA ANALITICS

Antonella Cusano

Indice

Introducción	2
Descripción de la temática de datos.....	3
Hipótesis	4
Objetivo.....	4
Alcance	4
Herramientas tecnológicas implementadas	4
Dataset	5
Base de datos relacionada a Power BI	5
Diagrama Entidad - Relación	6
Listado de entidades y columnas.	7
Entidad “Ventas”.....	7
Entidad “Clientes”.....	8
Entidad “Agente de Ventas”.....	8
Entidad “País”.....	9
Entidad “Región”	9
Entidad “Tipo de Pagos”	9
Entidad “Pagos”.....	9
Entidad “Dimensión Fecha”	9
Entidad “Medidas”	10
Tablero Power Bi	10
1) Portada:.....	10
2) Información General:	11
3) Compras Promedio:.....	14
4) Facturación Mensual:	16
5) Tooltip:	18
Conclusión	19
Próximas líneas	19

Introducción

La mayoría de las industrias han experimentado una transformación significativa en los últimos años, impulsada por la creciente demanda de eficiencia y digitalización.

Sin embargo, el comercio internacional y la logística marítima sigue funcionando como en sus inicios, con procesos manuales, poco escalables y con mucha interacción humana.

Hoy en día, gracias al desarrollo de las agencias de viajes online, es posible reservar un vuelo a cualquier parte del mundo desde la comodidad del hogar.

No sucede lo mismo con la cotización y la reserva de un flete intencional, para esto si o si necesitamos un intermediario, los transitarios, ellos desempeñan un papel fundamental al conectar y asesorar a las personas y empresas que desean enviar contenedores con mercadería con las navieras que ofrecen servicios de flete marítimo.

Los freight forwarders o transitarios reciben solicitudes de presupuestos de sus clientes por medio de mails, llamadas, planillas e igualmente reciben las cotizaciones de navieras en formatos complejos y poco comparables entre sí, haciendo que un proceso de cotización pueda llevar días.

All processes are manual: no connectivity or digitalization



En un contexto donde las tarifas están cambiando a gran velocidad y una demanda en ascenso de agilidad, Cargo5, una startup innovadora en el campo del desarrollo de software, ha emergido como un actor clave en el sector.

Desde su nacimiento, Cargo 5 ha tenido como objetivo digitalizar la operativa de los transitarios para lograr un comercio internacional más transparente y fácil de acceder.

Nuestra propuesta es brindarle una plataforma que le permita al transitario hacer una comparación en tiempo real de los distintos precios de las navieras y realizar una cotización en minutos.

Our solution

All processes are connected, digitalized and faster



Desde el lanzamiento al mercado en 2019, hemos experimentado un crecimiento sustancial en la base de clientes, con un aumento significativo a partir de 2022.

En esta investigación, exploraremos los patrones de comportamiento en los clientes obtenidos en los últimos años. Teniendo en cuenta que la data es relativamente escasa, los resultados nos ofrecen un punto de partida para validar y proponer estrategias comerciales para los próximos años.

Descripción de la temática de datos.

Cargo5 es una startup dedicada al desarrollo de software para digitalizar la operatoria de los transitarios. Trabajo en el área de finanzas y planeamiento desde febrero de 2022.

Como mencionamos anteriormente, la empresa ingresó al mercado en 2019 pero la mayor cantidad de clientes ingresó en 2022 y necesitamos normalizar sus datos para poder analizarlos, hasta el momento la información de clientes estaba distribuida en varias planillas y en el CRM.

La base de datos es extraída de la empresa, con los ajustes necesarios para resguardar la confidencialidad de nuestros clientes. Incluye los clientes desde inicios del año 2020 hasta el 15 de Agosto 2023 cuando se descargó la base.

Adicionalmente incluí información respecto a los clientes e información asociada a la fuente por la que se obtuvo cada uno de ellos.

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. Adicionalmente cruzando con la información de Marketing podemos determinar qué canal de adquisición está funcionando mejor en cada uno de los mercados, cuál trae más clientes y que tan rentables son los clientes obtenidos por cada uno.

Objetivo

Conocer los periodos con mayor suscripción, detectar el valor promedio de compra por mercado y los canales de adquisición que mejor están funcionando.

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, lo que podría derivar en una mayor necesidad de personal o una reorganización del equipo, también mostrará los mercados más rentables que nos servirán de guía para enfocar los esfuerzos comerciales.

Herramientas tecnológicas implementadas

Para el presente trabajo se utilizaron los siguientes programas:

- Excel para la lectura y limpieza de los datasets.
- PowerPoint para la creación de las entregas preliminares y presentación en clase.
- Draw.io para la creación del diagrama entidad-relación (<https://app.diagrams.net/>).
- Power BI Desktop para la creación del tablero de control.

Dataset

La información en crudo fue extraída de la base de datos de clientes, pero fueron varias las modificaciones aplicadas hasta conseguir el resultado final.

Customer name	Year	Month	Country	Payment	Number of	Region	New customé	Payment Date	Currency	Total Amount	Monthly Ticket	Agent	Chanel
COEAW SL	2022	5	Spain	Annual	12	Europe	NO	December 31, 2022	EUR	7,713.00	642.75	Dani	OUT- Cold Approach
COEAW SL	2021	4	Spain	Semi-annual	6	Europe	YES	December 31, 2022	EUR	2,808.00	468.00	Tarek	OUT- Cold Approach
COEAW SL	2021	10	Spain	Semi-annual	6	Europe	NO	December 31, 2022	EUR	3,302.00	550.33	Tarek	OUT- Cold Approach
RRYBX SA	2022	5	Spain	Annual	12	Europe	NO	December 31, 2022	EUR	7,118.00	593.17	Tarek	OUT- Cold Approach
RRYBX SA	2021	9	Spain	Annual	12	Europe	NO	December 31, 2022	EUR	1,688.00	140.67	Tarek	OUT- Cold Approach
RRYBX SA	2021	4	Spain	Annual	12	Europe	NO	December 31, 2022	EUR	4,890.00	407.50	Tarek	OUT- Cold Approach
RRYBX SA	2020	4	Spain	Annual	12	Europe	YES	December 31, 2022	EUR	4,890.00	407.50	Tarek	OUT- Cold Approach
ANCY SDL	2021	7	Spain	Semi-annual	6	Europe	NO	December 31, 2022	EUR	2,484.00	414.00	Tarek	OUT- Cold Approach
ANCY SDL	2021	4	Spain	Semi-annual	6	Europe	YES	December 31, 2022	EUR	2,496.00	416.00	Tarek	OUT- Cold Approach
ANCY SDL	2022	4	Spain	Annual	12	Europe	NO	December 31, 2022	EUR	10,586.00	882.17	Tarek	OUT- Cold Approach
rgoDZ SL	2020	5	Spain	Semi-annual	6	Europe	YES	December 31, 2022	EUR	960.00	160.00	Tarek	OUT- Cold Approach
rgoDZ SL	2020	11	Spain	Semi-annual	6	Europe	NO	December 31, 2022	EUR	960.00	160.00	Tarek	OUT- Cold Approach
rgoDZ SL	2021	5	Spain	Semi-annual	6	Europe	NO	December 31, 2022	EUR	960.00	160.00	Tarek	OUT- Cold Approach
rgoDZ SL	2021	11	Spain	Semi-annual	6	Europe	NO	December 31, 2022	EUR	2,648.00	441.33	Tarek	OUT- Cold Approach
rgoDZ SL	2022	5	Spain	Semi-annual	6	Europe	NO	December 31, 2022	EUR	4,176.00	696.00	Tarek	OUT- Cold Approach
traEE SA	2020	6	Spain	Semi-annual	6	Europe	YES	December 31, 2022	EUR	2,592.00	432.00	Tarek	OUT- Cold Approach
traEE SA	2020	12	Spain	Semi-annual	6	Europe	NO	December 31, 2022	EUR	2,592.00	432.00	Tarek	OUT- Cold Approach
traEE SA	2021	6	Spain	Semi-annual	6	Europe	NO	December 31, 2022	EUR	2,592.00	432.00	Tarek	OUT- Cold Approach
traEE SA	2021	9	Spain	Annual	12	Europe	NO	December 31, 2022	EUR	1,688.00	140.67	Tarek	OUT- Cold Approach
traEE SA	2021	12	Spain	Semi-annual	6	Europe	NO	December 31, 2022	EUR	3,894.00	649.00	Tarek	OUT- Cold Approach
traEE SA	2022	6	Spain	Annual	12	Europe	NO	December 31, 2022	EUR	9,410.00	784.17	Tarek	OUT- Cold Approach
RFF SDL	2020	5	Spain	Semi-annual	6	Europe	YES	December 31, 2022	EUR	2,808.00	468.00	Tarek	OUT- Cold Approach
RFF SDL	2020	11	Spain	Semi-annual	6	Europe	NO	December 31, 2022	EUR	2,808.00	468.00	Tarek	OUT- Cold Approach
RFF SDL	2021	5	Spain	Semi-annual	6	Europe	NO	December 31, 2022	EUR	2,808.00	468.00	Tarek	OUT- Cold Approach
RFF SDL	2022	2	Spain	Semi-annual	6	Europe	NO	December 31, 2022	EUR	2,808.00	468.00	Tarek	OUT- Cold Approach
RFF SDL	2022	5	Spain	Annual	12	Europe	NO	December 31, 2022	EUR	6,676.00	556.33	Tarek	OUT- Cold Approach

- 1) Inicialmente las compras no tenían un ID, se colocaba simplemente el nombre de cliente y el año y mes de compra, para el trabajo cada compra fue identificada con un número consecutivo, pero en la realidad el ID factura es el número de factura legalmente emitido.
- 2) Los clientes estaban identificados con su nombre, se normalizo a través de un ID de cliente.
- 3) Descargamos del CRM la información de cada cliente y sumamos esos datos en distintas columnas de la entidad clientes.
- 4) Normalizamos a partir de un ID, fechas, países, regiones, tipos de pago y cada una de estas características fueron separadas en entidades complementarias como detallamos a continuación.
- 5) La fecha de pago que estaba incluida en la tabla ventas también fue separada para facilitar su análisis, en la práctica creemos que esta información puede venir de la plataforma de cobros por lo que también tendrá un origen separado y en el tablero haremos las relaciones correspondientes.

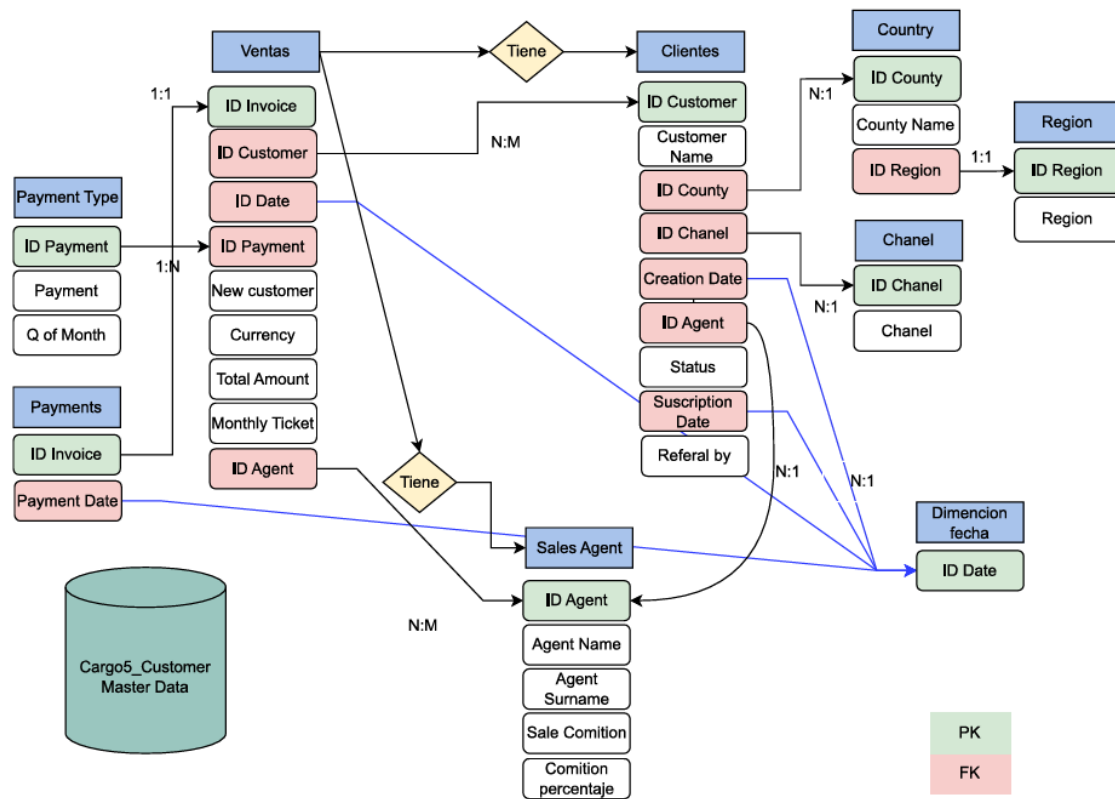
Base de datos relacionada a Power BI

A continuación, se adjunta el Excel con las bases de datos organizada y estructuradas utilizada:

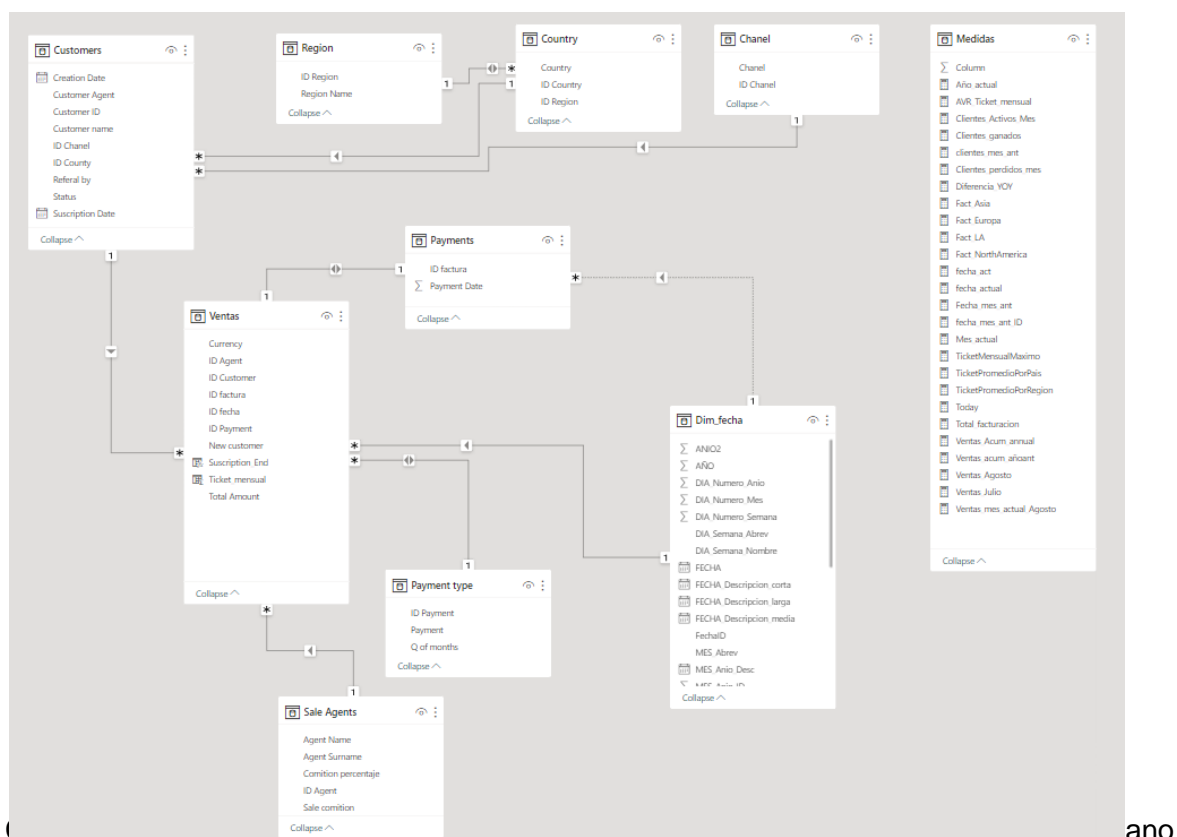
Base de Datos: [Cargo5 Informe de Clientes Antonella Cusano.xlsx - Google Sheets](#)

Diagrama Entidad - Relación

A continuación, mostramos el diagrama diseñado inicialmente:



Finalmente este es el diagrama diseñado en Power Bi:



Manage relationships

Active	From: Table (Column)	To: Table (Column)
<input checked="" type="checkbox"/>	Country (ID Region)	Region (ID Region)
<input checked="" type="checkbox"/>	Customers (ID Chanel)	Chanel (ID Chanel)
<input checked="" type="checkbox"/>	Customers (ID County)	Country (ID Country)
<input checked="" type="checkbox"/>	Payments (ID factura)	Ventas (ID factura)
<input type="checkbox"/>	Payments (Payment Date)	Dim_fecha (FechaID)
<input checked="" type="checkbox"/>	Ventas (ID Agent)	Sale Agents (ID Agent)
<input checked="" type="checkbox"/>	Ventas (ID Customer)	Customers (Customer ID)
<input checked="" type="checkbox"/>	Ventas (ID fecha)	Dim_fecha (FechaID)
<input checked="" type="checkbox"/>	Ventas (ID Payment)	Payment type (ID Payment)

New...

Autodetect...

Edit...

Delete

Close

Listado de entidades y columnas.

Consideramos que hay ocho entidades totales creadas a partir de la base de datos. Dos entidades principales: “Ventas” y “Clientes” dado el volumen de información que poseen. Por otro lado tenemos 6 entidades accesorias para permitir informacion adicional y categorizacion sin repetir informacion: “Agente de Ventas”, “Dimension Fecha”, “Tipo de Pago”, “País”, “Región”, “Pagos”

Entidad “Ventas”

Contiene la información de cada una de las facturas, el ID único de cada una (ID factura), la fecha (ID Fecha), el tipo de pago (ID pago), si es nuevo cliente o no (Nuevo cliente), la moneda de la factura, el total de la factura, el valor de compra mensual, es decir el valor total dividido la cantidad de meses que incluye la compra y por último el ID del agente vendedor.

Ventas		
Nombre del Campo	Tipo de Clave	Tipo de Dato
ID factura	PK	Int(6)
ID Clientes	FK	Int(6)
ID fecha	FK	Int(8)
ID pago	FK	Int (2)
Nuevo cliente		Text(1)
Fecha de pago	FK	Datetime
Moneda		Text(3)
Importe Total		Decimal (18,2)
Compra mensual		Decimal (18,2)
ID Agente	FK	Varchar (5)

Entidad “Clientes”

Contiene la información de los clientes, el ID único de cada uno, el nombre, el código de país al que corresponde, el canal por el que se consiguió, la fecha de creación, el agente a cargo de su gestión, el status del cliente (ganado o perdido), la fecha de suscripción al servicio (fecha de primera compra) y en caso que haya sido referido por otro cliente o un socio el nombre de quien lo sugirió.

Clientes		
Nombre del Campo	Tipo de Clave	Tipo de Dato
Cliente ID	PK	Int(6)
Nombre Cliente		Varchar (25)
ID País	FK	Int(4)
ID Canal	FK	Varchar (50)
Fecha de Creación	FK	Timestamp
Agente de Cliente	FK	Varchar (5)
Estatus		Text(12)
Fecha de Suscripción	FK	Datetime
Referido por		Varchar (25)

Entidad “Agente de Ventas”

Contiene la información de los vendedores, el ID único de cada uno, el nombre y el apellido, si corresponde cobrar comisión por las ventas y el porcentaje de comisión acordado con cada uno.

Agente de Ventas		
Nombre del Campo	Tipo de Clave	Tipo de Dato
ID Agente	PK	Varchar (5)
Nombre de Agente		Varchar (25)
Apellido Agente		Varchar (25)
Comisión por venta		Text(1)
Porcentaje de Comisión		Decimal (3,2)

Entidad “País”

En esta tabla normalice los datos asociados a los países (ID Pais), indicando el nombre de cada uno y la región a la que pertenece.

Pais		
ID Pais	PK	Int(4)
Pais		Varchar (25)
ID Region	FK	Int(2)

Entidad “Región”

En esta tabla normalice los datos asociados a las regiones (ID Region), indicando el nombre de cada una.

Region		
ID Region	PK	Int(2)
Nombre Region		Varchar (25)

Entidad “Tipo de Pagos”

En esta tabla normalice los datos asociados al tipo de pago (ID Pago), indicando el nombre de cada uno y la cantidad de meses que incluye la compra.

Tipo de Pago		
ID Pago	PK	Int (2)
Tipo de Pago		Varchar (12)
Cantidad de meses contratados		Int (2)

Entidad “Pagos”

En esta agregue la fecha de pago para las facturas.

Inicialmente este dato estaba en la tabla de ventas, pero al tratar de usarlo en Powerbi para filtros me complicaba tener varias fechas en una sola entidad. De esta manera pude cruzar la información correctamente.

Pagos		
ID factura	PK	Int(6)
Fecha de Pago	FK	Int(8)

Entidad “Dimensión Fecha”

En esta entidad se normalizan los datos asociados a las Fechas (ID Date), indicando las distintas maneras de referirnos a ellas e información adicional que puede ser útil para los análisis futuros.

Dimension Fecha		
ID Fecha	PK	Int(8)

Entidad “Medidas”

Esta entidad fue creada directamente en PowerBi contiene todas las medidas calculadas creadas.

Hay mayor cantidad de medidas de las efectivamente usadas en el tablero ya que muchas fueron creadas en principio y luego encontré nuevas formas más sencillas y prácticas de adaptarlas. Aun así decidí conservarlas para tener un registro de las pruebas y el progreso.

Tablero Power Bi

Para el armado del tablero se generaron 5 solapas: Portada, Información General, Compras Promedio, Facturación y una última solapa oculta para generar un Tooltip a uno de los gráficos usados en solapas anteriores.

1) Portada:

En esta solapa vemos el nombre del informe, además podemos visualizar la fecha actual y la última actualización de la información, ambas vienen como resultado de medidas creadas al efecto.

También vemos 3 botones que nos muestran los nombres de las 3 solapas que contienen información relevante.



1.a) Botones de Navegación entre solapas visibles:

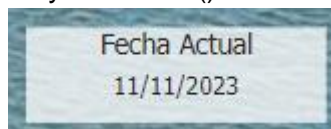
Al igual que en las solapas siguientes vemos los botones que nos llevan a cada una de las solapas visibles del tablero:



1.b) Fecha Actual:

Muestra la siguiente medida:

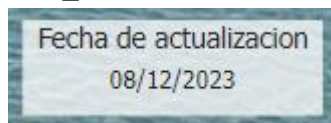
Hoy = TODAY()



1.c) Fecha de última actualización:

Este dato vamos a verlo nuevamente en cada una de las solapas, muestra la siguiente medida, en este caso la fecha es una arbitraria ya que fue el día que descargue la información, en la práctica sería la fecha de la última factura cargada en la entidad "Ventas":

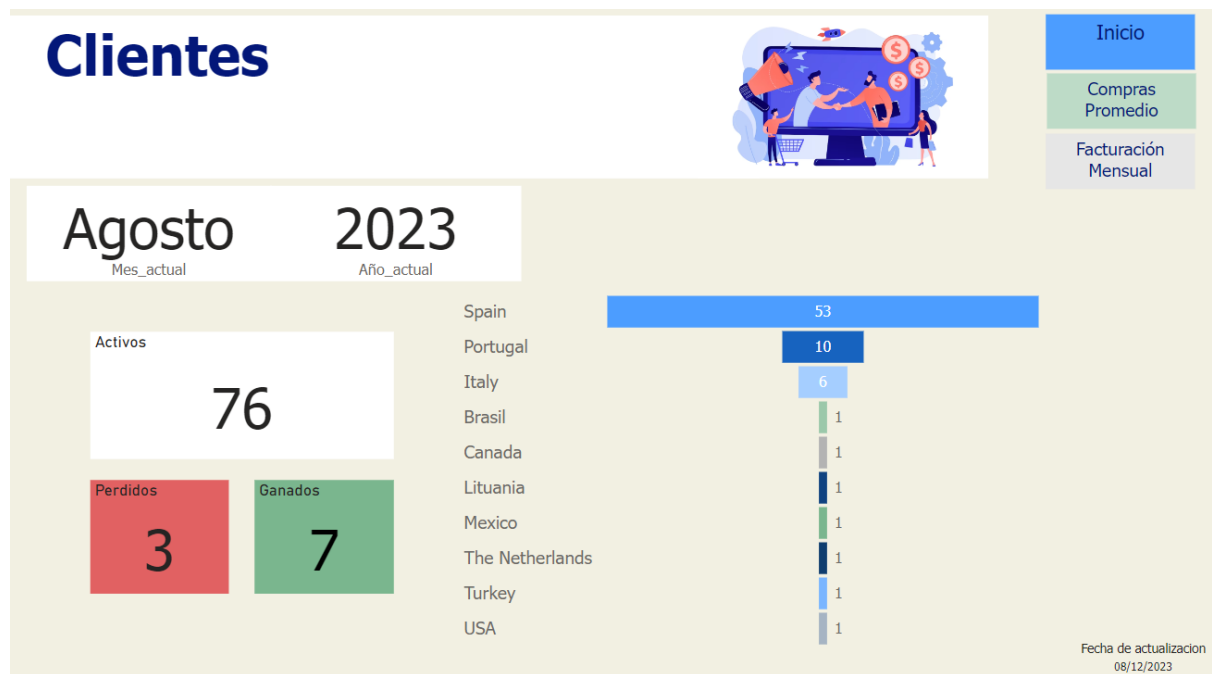
`fecha_actual = DATEVALUE("08/12/2023")`



2) Información General:

Esta solapa nos da información general de los clientes, cantidad de clientes activos en el periodo actual, clientes ganados y perdidos en el último mes.

También tiene un gráfico que nos muestra la cantidad de clientes por país.



Tarjetas en la solapa:

2.a) Mes actual



Conformada por dos tarjetas, una para el mes y otra para el año, las medidas utilizadas en cada uno fueron:

Para el mes:

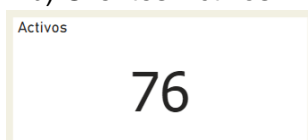
Mes_actual=LOOKUPVALUE

(Dim_fecha[MES_Nombre],Dim_fecha[FECHA],[fecha_actual])

Para el año:

Año_actual = YEAR([fecha_actual])

2.b) Clientes Activos



La tarjeta nos muestra los clientes activos en función de una medida calculada que tiene como parámetro que se cuenten los distintos clientes que tienen una fecha de suscripción anterior al día actual.

Clientes_Activos_Mes =

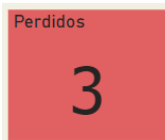
CALCULATE(DISTINCTCOUNT(Ventas[ID Customer]),
FILTER('Ventas', 'Ventas'[Suscription_END] > [fecha_actual]))

Así mismo la fecha de fin de suscripción es una columna calculada en la entidad Ventas, tiene en cuenta la fecha de compra y la cantidad de períodos pagados por anticipado, en función de eso calculamos el vencimiento de la suscripción y podemos identificar si un cliente es activo o no.

```
Suscription_End =
SWITCH(
    Ventas[ID Payment],
    1, DATEADD(Dim_fecha[FECHA_Descripcion_corta], 1, MONTH),
    2, DATEADD(Dim_fecha[FECHA_Descripcion_corta], 2, MONTH),
    3, DATEADD(Dim_fecha[FECHA_Descripcion_corta], 3, MONTH),
    4, DATEADD(Dim_fecha[FECHA_Descripcion_corta], 4, MONTH),
    6, DATEADD(Dim_fecha[FECHA_Descripcion_corta], 6, MONTH),
    7, DATEADD(Dim_fecha[FECHA_Descripcion_corta], 7, MONTH),
    9, DATEADD(Dim_fecha[FECHA_Descripcion_corta], 9, MONTH),
    12, DATEADD(Dim_fecha[FECHA_Descripcion_corta], 12, MONTH), 0)
```

2.c) Clientes Perdidos:

Tarjeta que muestra la cantidad de clientes activos este mes en comparacion al mes anterior, es una medida calculada como diferencia de dos medidas:



Medida:

$\text{Clientes_perdidos_mes} = [\text{clientes_mes_ant}] - [\text{Clientes_Activos_Mes}]$

Medidas necesarias:

- c1) $\text{clientes_mes_ant} = \text{CALCULATE}(\text{DISTINCTCOUNT}(\text{Ventas}[\text{ID Customer}]), \text{FILTER}('Ventas', 'Ventas'[\text{Suscription_END}] > [\text{Fecha_mes_ant}]))$
- c2) Clientes_Activos_Mes explicada en punto anterior (2.b)

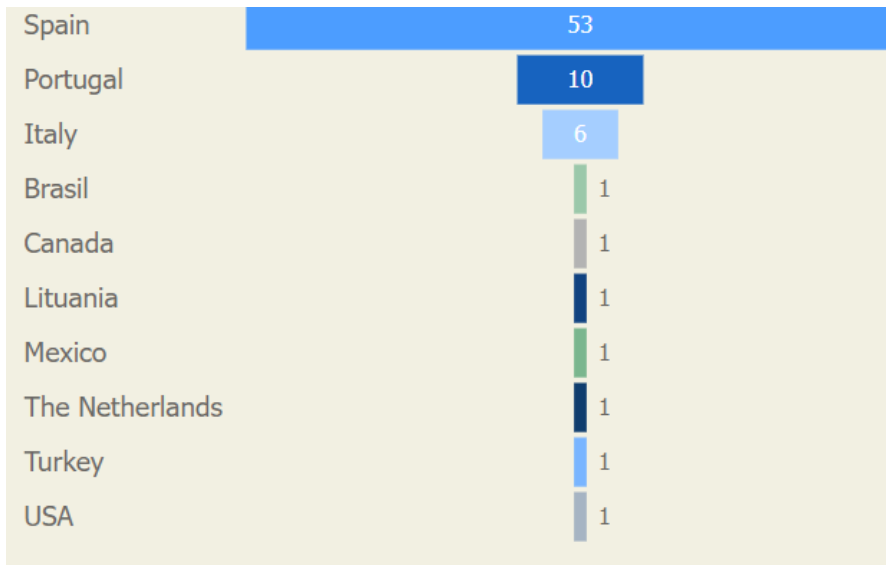
2.d) Clientes Ganados



La tarjeta muestra una medida calculada a partir de contar los clientes diferentes, cuya fecha de compra sea mayor al mes anterior, la fecha de vencimiento de suscripción sea posterior a la fecha actual y además el pago no sea mensual, sino siempre va a contar como nuevo cliente.

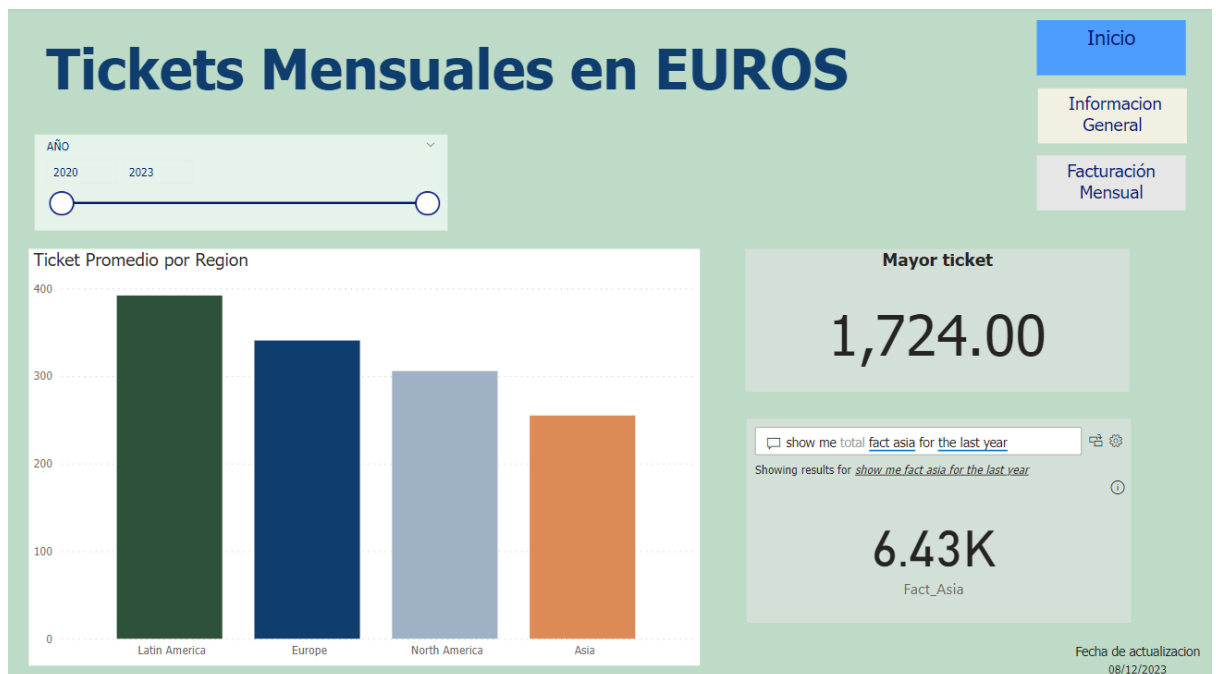
$\text{Clientes_ganados} = \text{CALCULATE}(\text{DISTINCTCOUNT}('Ventas'[\text{ID Customer}]), \text{FILTER}('Ventas', 'Ventas'[\text{Suscription_END}] > [\text{fecha_actual}] \&\& 'Ventas'[\text{ID fecha}] > [\text{fecha_mes_ant_ID}] \&\& 'Ventas'[\text{ID Payment}] <> 1))$

2.e) Clientes por países



Este gráfico nos muestra a partir de la categoría “Nombre de País” la “Cantidad de clientes activos” medida detallada anteriormente (2.b).

3) Compras Promedio:



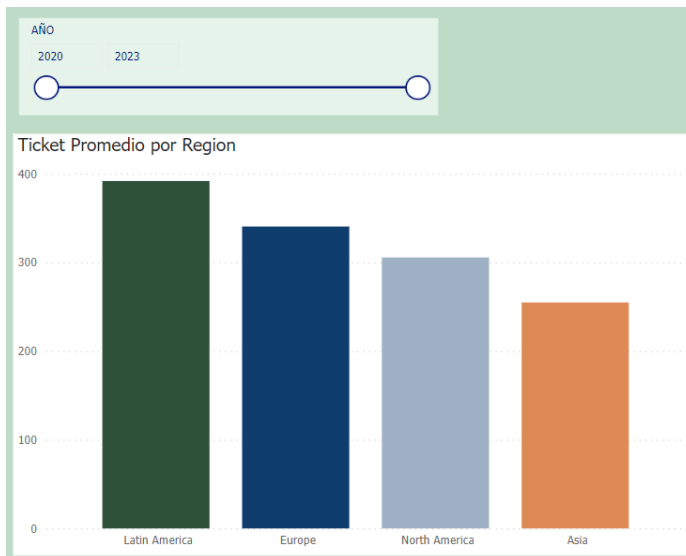
En esta solapa incluimos información sobre las compras, el valor promedio mensual de cada una a la que hacemos referencia como “Ticket”.

Mostramos el promedio de compra en las distintas regiones para evaluar una posible diferencia de rentabilidad entre ellas.

Además, agregue un espacio donde se pueden hacer preguntas por IA, en el ejemplo

sugiere mostrarnos la facturación de Asia para el año anterior.

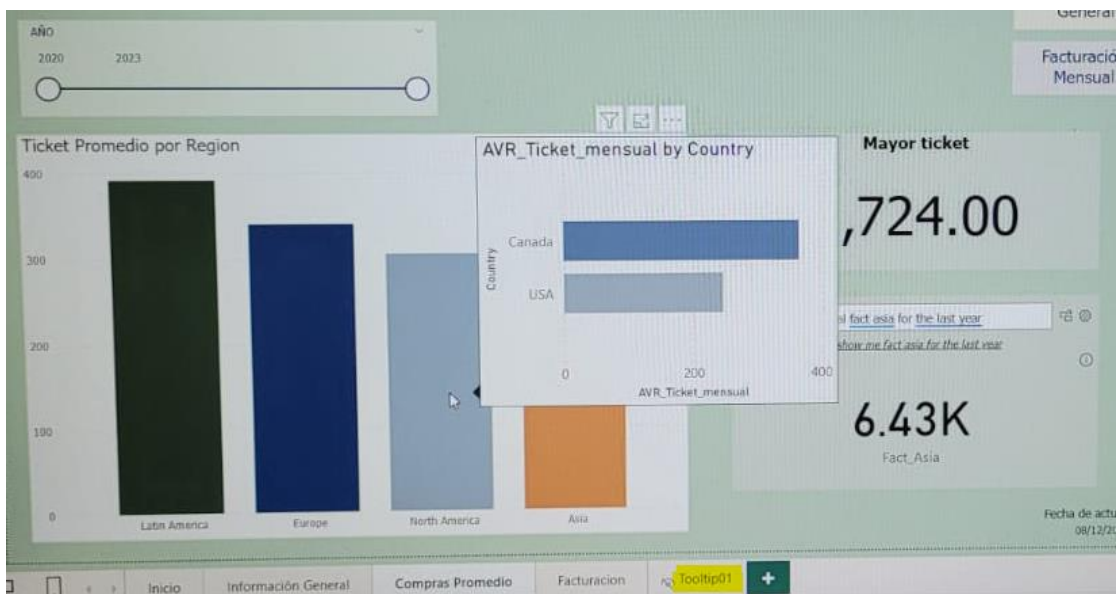
3.a) Ticket Promedio por Región



Usa la siguiente medida categorizada por nombre de Región:
 $AVR_Ticket_mensual = AVERAGE(Ventas[Ticket_mensual])$

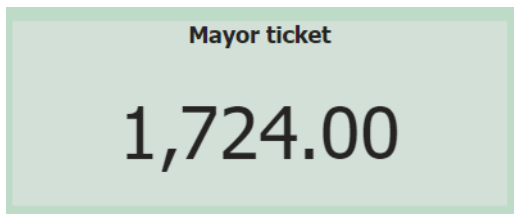
Con el filtro en la parte superior podemos elegir qué año ver.

Adicionalmente este gráfico contiene un nivel mayor de detalle si colocamos el cursor sobre la data de cada región vemos el ticket promedio de cada uno de los países que la componen.



Esto fue realizado a partir de un Tooltip, que es una solapa no visible.

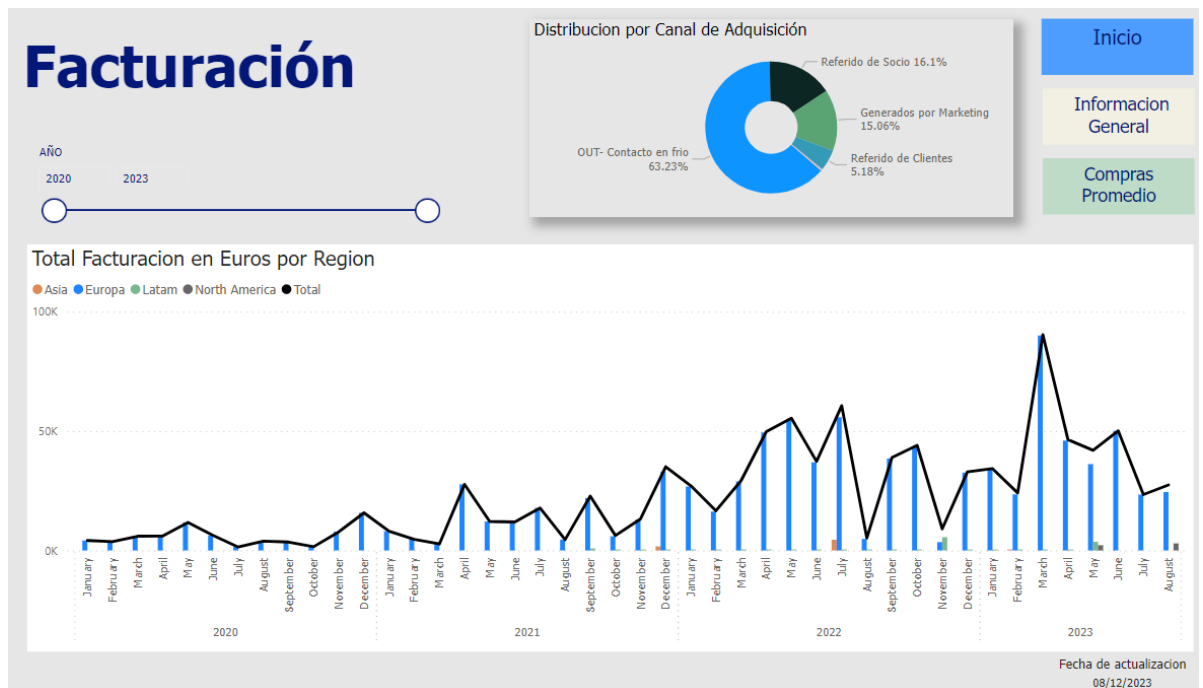
3.b) Tarjeta de Ticket Máximo



Esta tarjeta nos muestra la siguiente medida y fue generada para tener una referencia rápida de cuál es la compra máxima mensual en relación a los promedios de compra por región:

$\text{TicketMensualMaximo} = \text{MAX} ('Ventas'[\text{Ticket_mensual}])$

4) Facturación Mensual:



En esta solapa incluimos información sobre la facturación, el gráfico nos muestra la facturación de cada mes y categorizada por Región, con eso podemos ver el crecimiento y resaltar los meses de mayor o menor venta durante el año.

4.a) Total Facturación en euros por Región, en el gráfico utilizamos las siguientes medidas:

Línea superior:

$\text{Total_facturacion} = \text{sum} (\text{Ventas}[\text{Total Amount}])$

Columnas:

Fact_Asia = CALCULATE([Total_facturacion], FILTER(Region,Region[Region Name] = "Asia"))

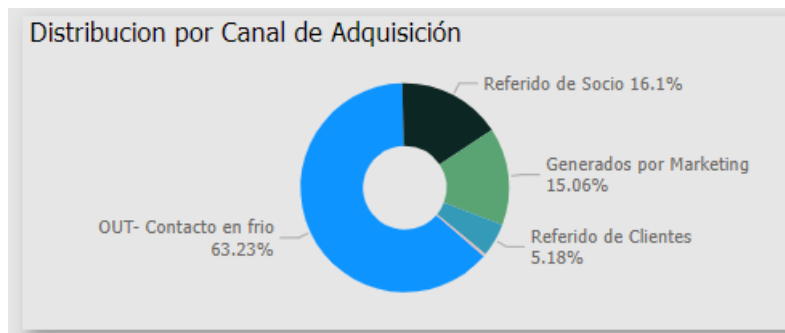
Fact_Europa = CALCULATE([Total_facturacion], FILTER(Region, Region[Region Name] = "Europe"))

Fact_LA = CALCULATE([Total_facturacion],FILTER(Region, Region[Region Name] = "Latin America"))

Fact_NorthAmerica = CALCULATE([Total_facturacion], FILTER(Region,Region[Region Name] = "North America"))

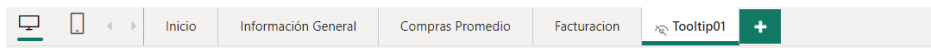
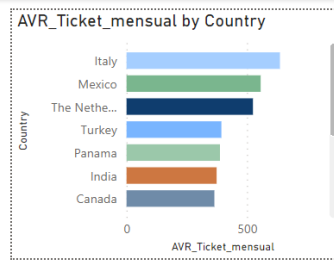
Además el filtro en la parte superior permite elegir si queremos ver un año en particular.

4.b) Distribución por Canal de Adquisición:



Este gráfico utiliza nuevamente la medida de Total_Facturación pero categorizada por los nombres de los diferentes canales, si vamos moviendo el filtro por los años vemos como hay canales que fueron desarrollados en los últimos años y están funcionando muy bien.

5) Tooltip:



Esta solapa oculta contiene el gráfico que hace foco en la compra promedio a nivel de país, podemos ver el Tooltip cuando nos paramos sobre el gráfico de barras en la solapa “Compras Promedio”.

Al igual que en el gráfico 3.a) Ticket Promedio por Región, usamos la siguiente medida, pero categorizada por nombre de País:

`AVR_Ticket_mensual= AVERAGE(Ventas [Ticket_mensual])`

Conclusión

A simple vista desde la primera solapa “Información General” podemos identificar que la mayoría de nuestros clientes están en Europa, y que también fue nuestro primer mercado y nuestro mercado objetivo hasta ahora, ya que la expansión se hizo en esa Región.

Recorriendo la solapa de “Compras Promedio” notamos 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. Cabe aclarar de todas formas que en Latinoamérica hay muy pocos clientes y a pesar de ser el promedio más alto, las compras más altas se encuentran en la región europea.

En cuanto a la estacionalidad, en la solapa “Facturación” 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 que la facturación suele ser alta el mes anterior y comienza a recuperarse el siguiente.

Saber esto nos permite por ejemplo organizar las vacaciones de nuestros vendedores durante ese mes para optimizar el mes anterior y siguiente.

Próximas líneas

Teniendo como base el análisis realizado, en el futuro sería útil 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.