

## **Exercici 6**

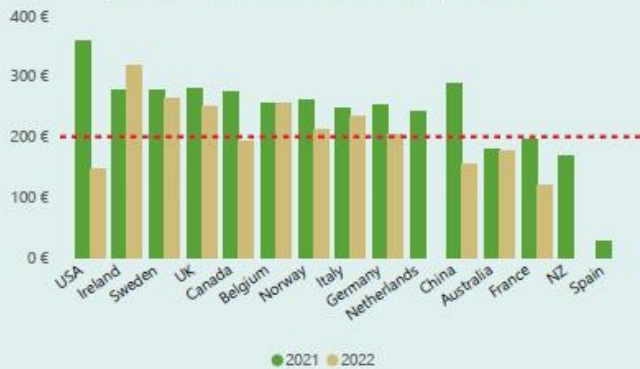
**El teu cap t'ha demanat preparar una presentació per al teu equip en la qual es detallin la informació de tots els gràfics visualitzats fins ara. Per a complir amb aquesta sol·licitud, has de proporcionar una interpretació de les visualitzacions obtingudes. La presentació pot realitzar-se amb la informació general o seleccionant un element en particular, com per exemple, els resultats d'Espanya.**

En esta presentación profundizaremos sobre ciertas métricas a nivel internacional para entender el rol que juega nuestra empresa en los diferentes países desde donde se realizan compras.

Antes de comenzar, debemos recordar que los datos con los que contamos son de marzo 2021 a marzo 2022. Esto significa que para analizar 2021 contamos con 10 meses de datos, mientras que para analizar 2022 solo contamos con los primeros 3 meses.

A continuación se muestra el panel de visualizaciones que desglosaremos en las siguientes páginas:

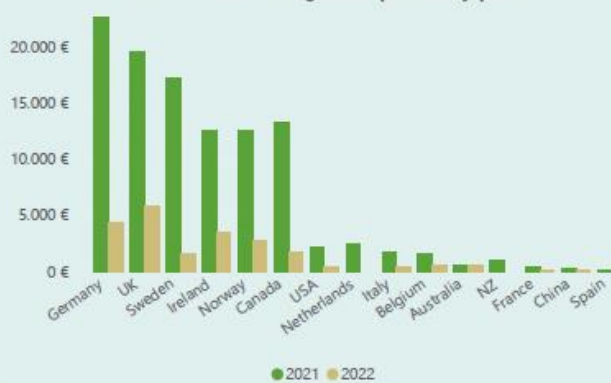
Ex. 1 - Promedio de ingresos por año y país



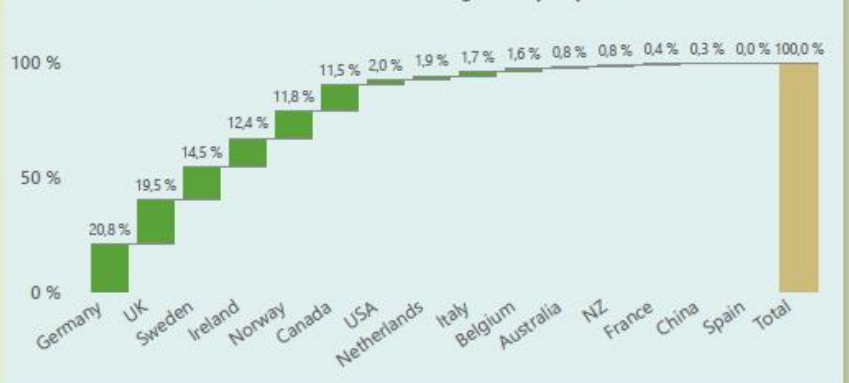
Ex. 4 - Transacciones totales vs rechazadas



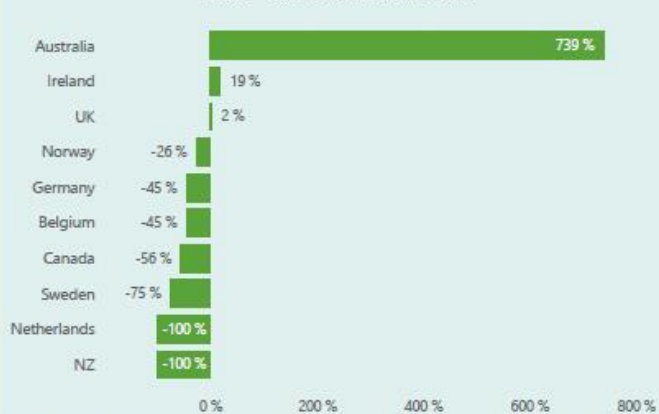
Ex. 3 - Total de ingresos por año y país



Ex. 2 - % del total de ingresos por país



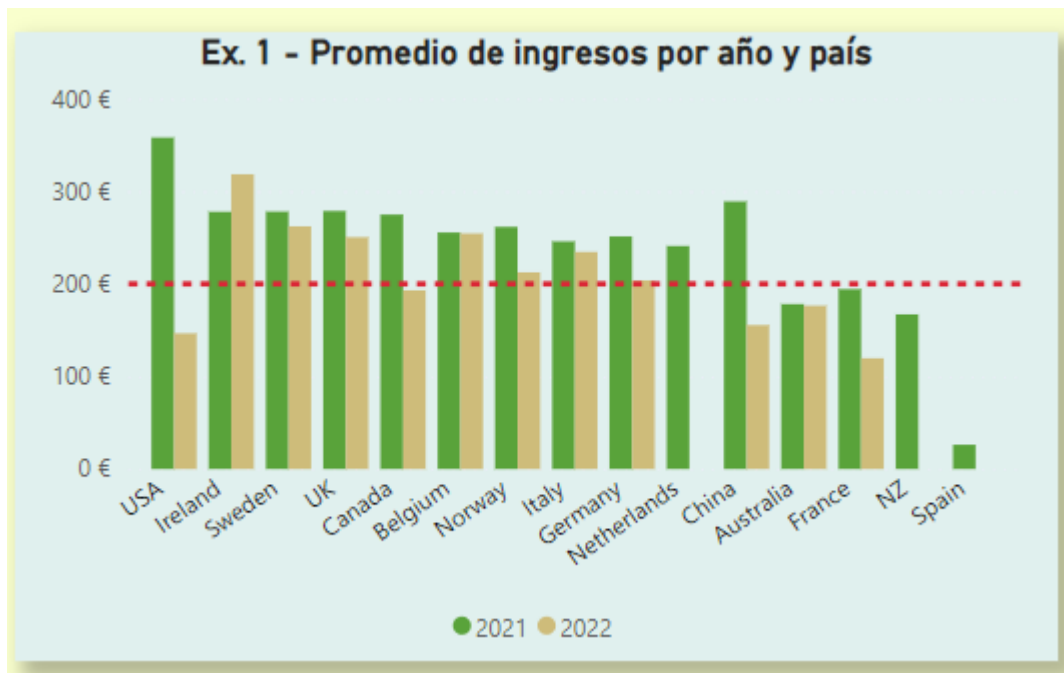
Ex. 3 - Q4 2021 vs. Q1 2022



Ex. 5 - Distribución geográfica de las ventas



➔ Seleccione un país arriba

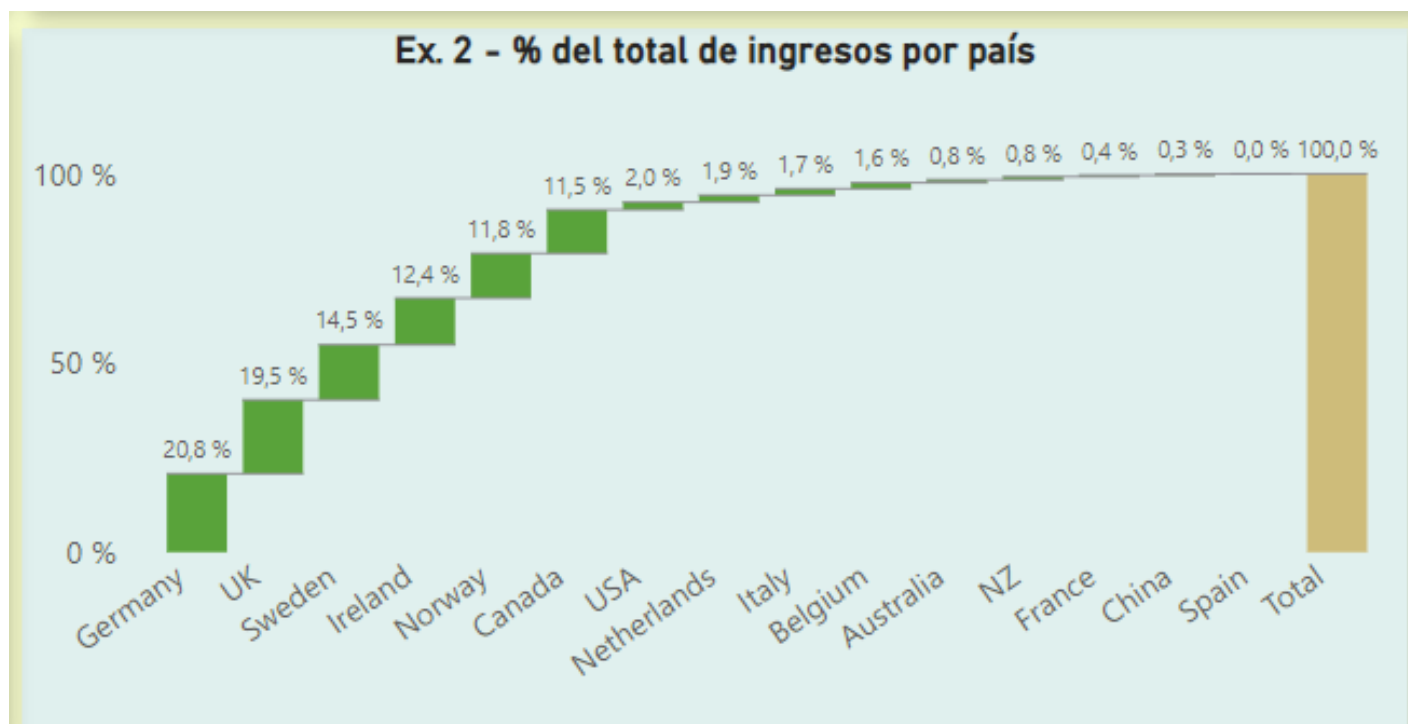


El norte de Europa, nuestro punto fuerte: Irlanda, Suecia, Reino Unido, Noruega y Alemania superan los 200 € de gasto medio en ambos años, y lideran el ranking de volumen de ventas.

Irlanda se destaca como el único país con un mayor ingreso medio en 2022 que en 2021. Este país demuestra estar en un período de crecimiento y los gastos se están incrementando, por lo que se debe considerar aumentar el volumen de campañas para sacar provecho a este crecimiento.

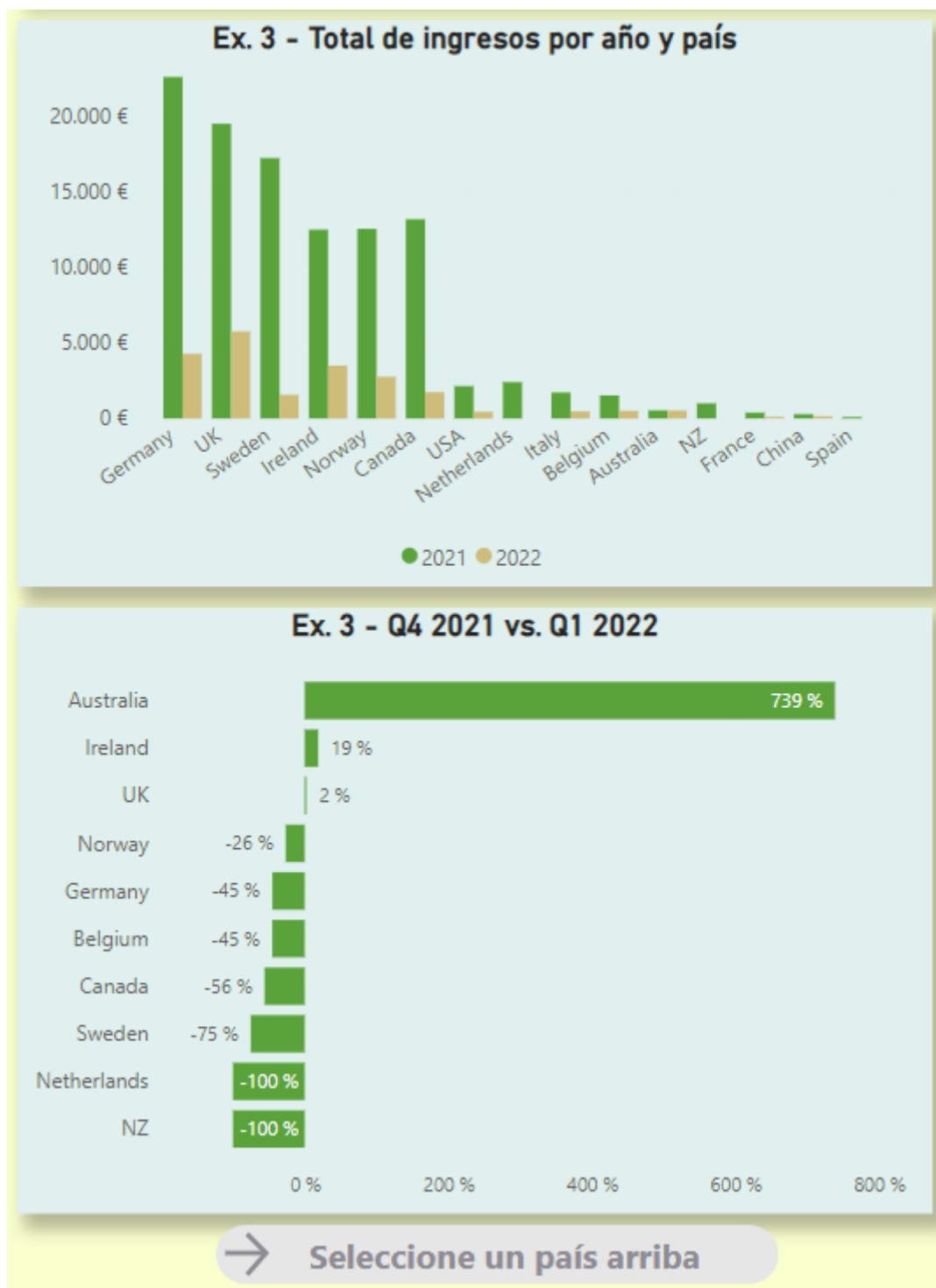
Si tenemos en cuenta la ubicación geográfica de los países donde mejor nos va, Países Bajos representa una oportunidad de negocio. Si bien aún no se registran transacciones en lo que va de 2022, el gasto medio de 2021 en este país superó el objetivo, y este país cuenta con un nivel de ingresos alto, ya que ocupa el segundo puesto en cuanto al [salario mínimo dentro de Europa](#). Deberíamos considerar realizar campañas en este país para captar posibles nuevos clientes.

Resulta relevante también observar los casos de Estados Unidos y China, los dos países con el ingreso medio más alto de 2021. Ambos han sufrido un pronunciado descenso del ingreso medio en lo que va de 2022, pero sabemos que nuestros clientes en estos países pueden realizar gastos elevados. Sería recomendable activar campañas de productos de elevado precio medio, así como promociones por comprar una cantidad elevada de productos.



El mismo patrón que vimos anteriormente se mantiene: Alemania, Reino Unido, Suecia, Irlanda y Noruega generan el mayor porcentaje de ingresos con respecto al total. Es también destacable el rol de Canadá, que aporta un 11,53 % de los ingresos.

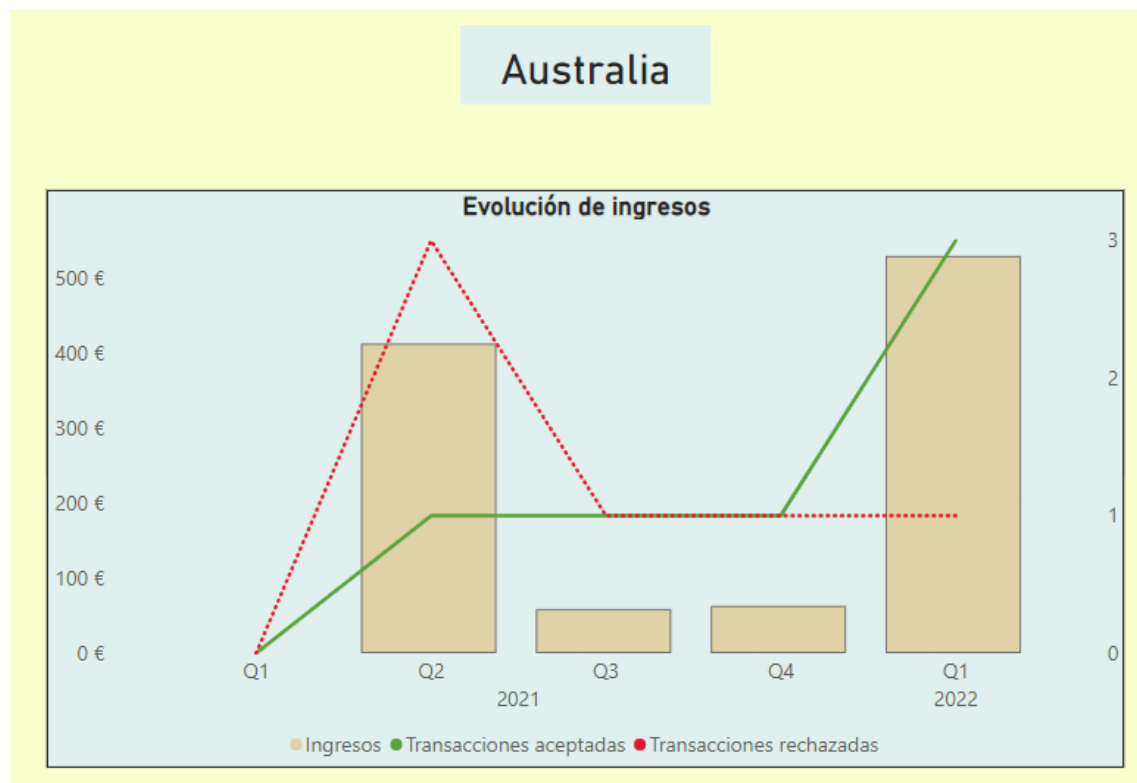
Por otro lado, países como España, China y Francia aportan un porcentaje casi inexistente con respecto al total.



En el gráfico de arriba, podemos observar una caída pronunciada en los ingresos de todos los países, debido a la menor cantidad de datos disponibles en 2022 en comparación a 2021.

Como no tenemos la misma cantidad de datos en ambos años, en el gráfico inferior observamos la evolución de ingresos de Q4 2021 a Q1 2022.

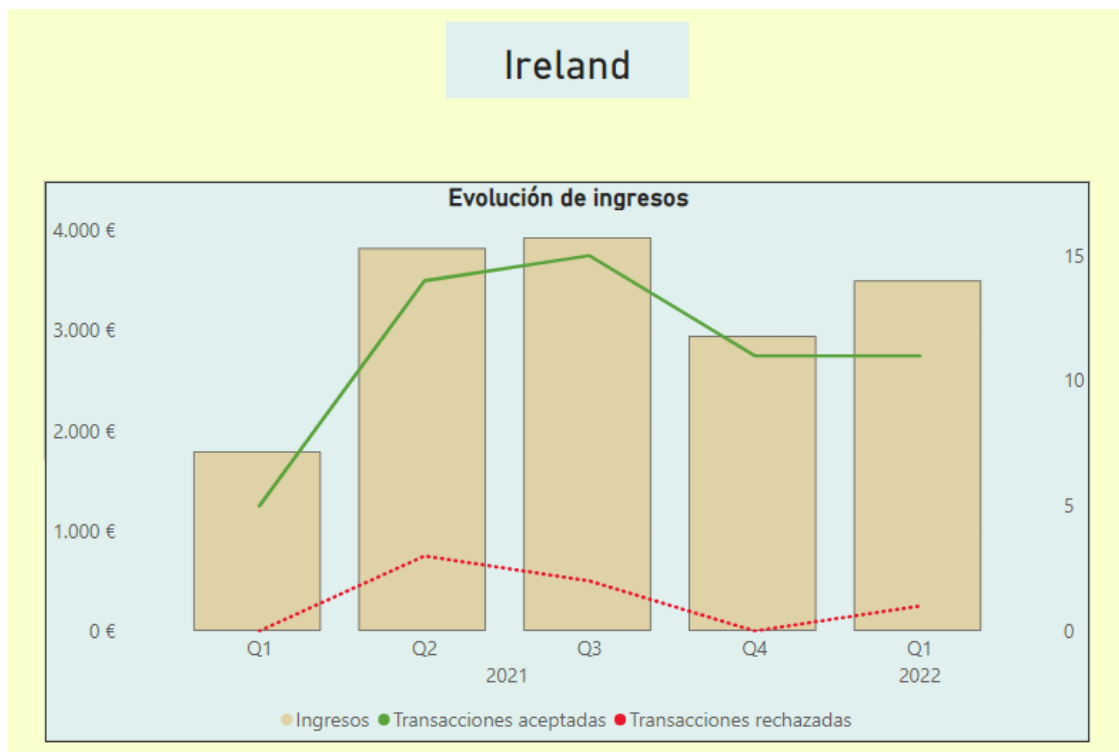
Es particularmente llamativo el aumento en Australia. A continuación, el detalle:



Los ingresos han pasado de 63 € a 529 € en los últimos dos trimestres. Por lo que vemos en el gráfico, Australia ha generado durante el Q1 2022 el mismo volumen de ingresos generado en todo el 2021. Además, durante 2021 este país solo había generado 1 transacción por trimestre, mientras que en Q1 2022 generó 3.

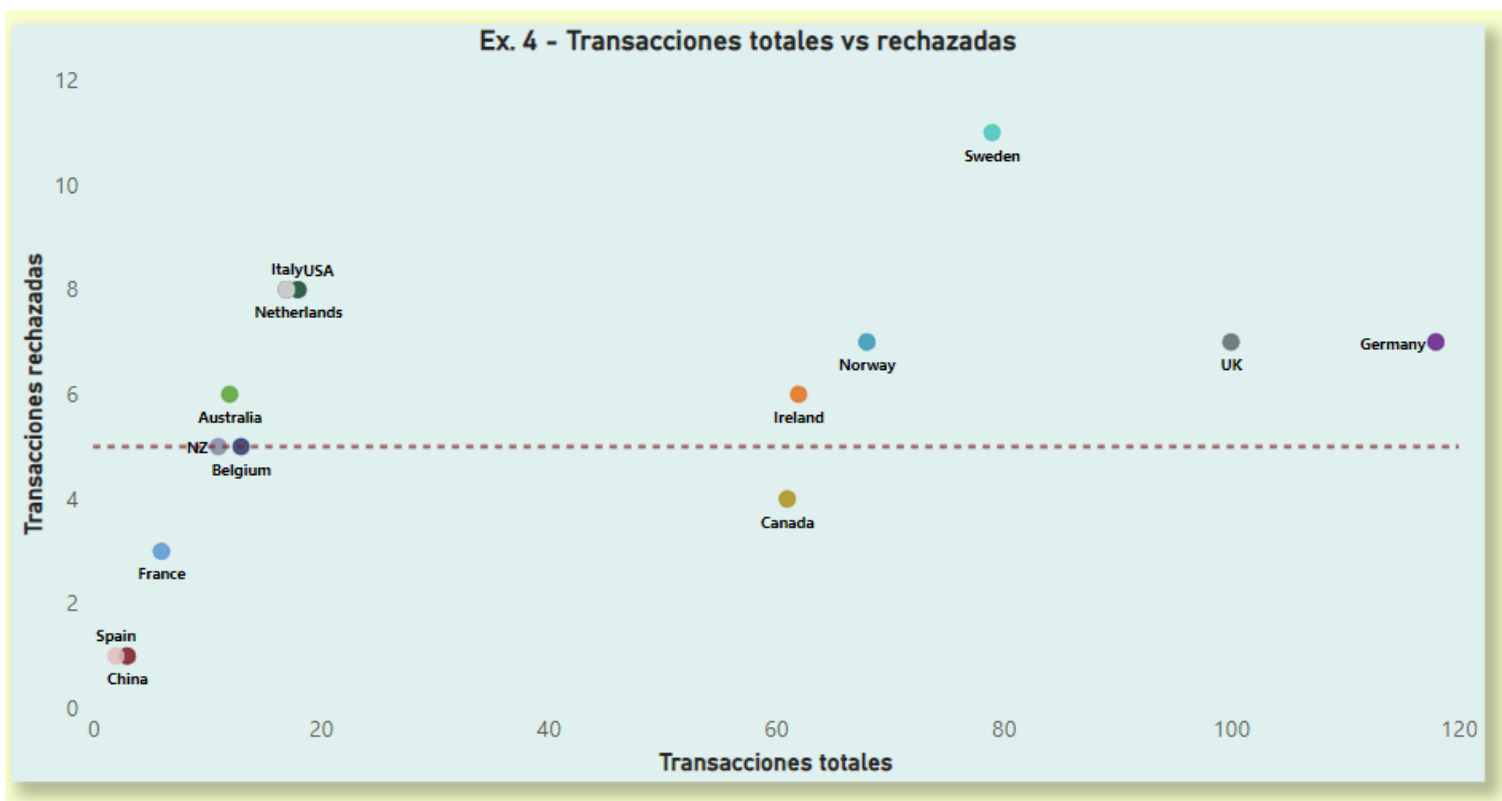
Si bien, según vimos en el gráfico de cascada, Australia solo genera el 0,82 % de los ingresos totales, se puede visualizar un crecimiento de ingresos y transacciones a seguir de cerca en los próximos meses.

Veamos también el caso de Irlanda. Anteriormente, habíamos mencionado que este país es el único cuyo ingreso medio de 2022 supera el de 2021. Ahora, en la comparativa de Q4 2021 vs. Q1 2022, observamos que los ingresos han aumentado un 19 %. Veamos la evolución de ingresos de este país:



Lo primero que debemos aclarar es que no se puede realizar una comparativa de Q1 2021 vs. Q1 2022 dado que solo tenemos datos desde marzo 2021 hasta marzo 2022. Es decir, Q1 2021 solo contempla marzo de 2021, mientras que Q1 2022 contempla enero, febrero y marzo de 2022.

Lo que sí podemos comparar es Q4 2021 vs Q1 2022, donde con un mismo número de ventas (11), los ingresos han aumentado un 19 %. Esto tiene una relación directa con el aumento del gasto medio y la oportunidad de negocio que supone este mercado los próximos trimestres de 2022.



Solo hay cuatro países que cumplen con el objetivo de menos de 5 transacciones rechazadas. España y China, simplemente porque no llegan a las 5 transacciones totales. Francia, a pesar de cumplir con el objetivo, tiene una métrica no muy alentadora, ya que el 50 % de sus transacciones fueron rechazadas.

Dicho esto, es relevante el caso de Canadá, que, **siendo el sexto país en transacciones totales, solo tiene 4 rechazadas, y ostenta el segundo porcentaje más bajo de transacciones rechazadas** (7 %), justo por detrás de Alemania (6 %).

Entre los países que no cumplen el objetivo, aquellos que se ubican a la izquierda del gráfico (Bélgica, Nueva Zelanda, Australia, Italia, USA y Países Bajos) son los que más preocupación generan, ya que entre el 40 % y el 50 % de sus transacciones fueron rechazadas.



### Ex. 5 - Distribución geográfica de las ventas



*Nota: En verde tenemos los países con más de 50 ventas, en naranja los que tienen entre 5 y 50 ventas, y en lila aquellos con menos de 5 ventas.*

Como vemos en el mapa, el continente donde tenemos mayor presencia es Europa. Particularmente, el norte de este continente concentra la mayor cantidad de ventas.

Por fuera de Europa, destaca nuevamente Canadá, que, como mencionamos anteriormente, es el sexto país con mayor volumen de ventas.