

★☆☆ Nivel 1

Instrucciones

Formula entre 3 y 5 preguntas sobre las ventas de los últimos 5 años. Las preguntas deben ser:

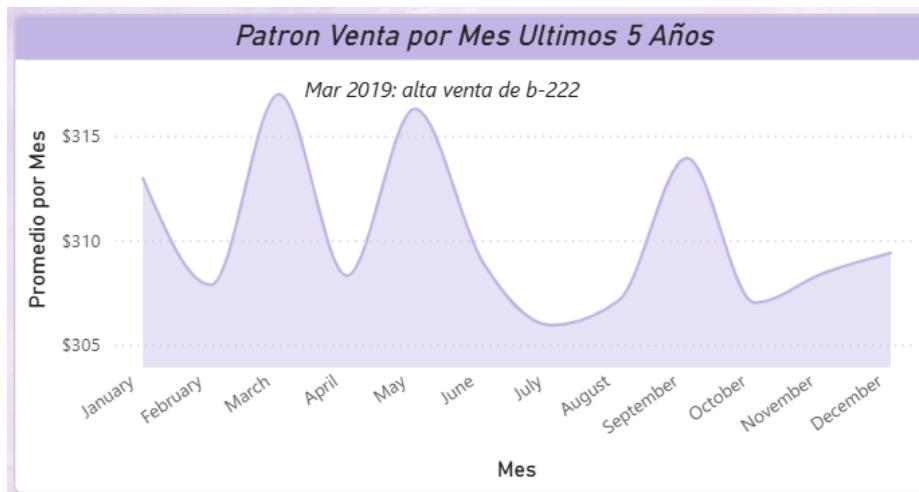
- Relevantes para el negocio.
- Basadas en patrones o curiosidades detectadas.
- Posibles responder con los datos disponibles.

Para cada pregunta:

- Elige el tipo de visualización más adecuado para responderla (gráfico de líneas, barras, mapas, tablas, etc.).
- Añade un título claro a la visualización y un breve comentario con tu interpretación.
- Asegúrate de que cada gráfico sea comprensible por sí solo: piensa que lo verá alguien que no ha hecho el análisis contigo.

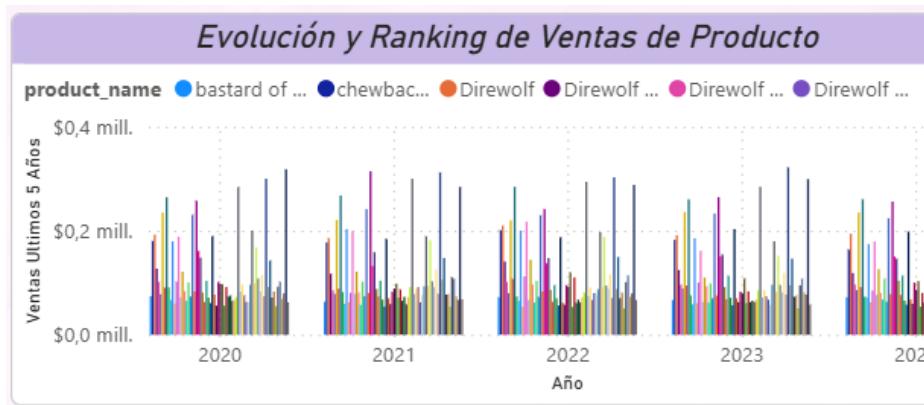
Para desarrollar un análisis sólido del negocio, partí de una serie de preguntas claves basadas en la información disponible. Estas preguntas orientaron la exploración de los datos y permitieron identificar tendencias, oportunidades y áreas de mejora.

1) ¿Qué patrones estacionales existen claramente entre meses a lo largo de los últimos 5 años?



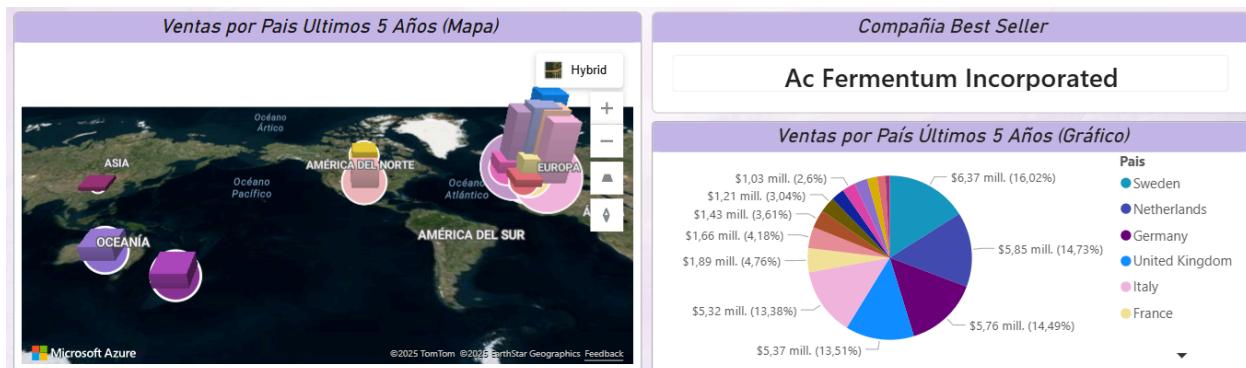
El gráfico de área refleja un comportamiento estacional marcado, con picos de actividad claramente visibles en los meses de **marzo, mayo y septiembre**. El incremento más significativo se observa en **marzo**, impulsado principalmente por un volumen elevado de ventas registradas en distintos días de marzo de 2019. Este aumento se debe, en gran medida, a las operaciones realizadas por la empresa **Ac Fermentum Incorporated** en Alemania, así como por el **usuario 289**, junto con otros usuarios y compañías que también contribuyeron con numerosas transacciones durante ese periodo. En contraste, los meses de **febrero, julio** (identificado como el más débil) y **octubre** presentan un nivel considerablemente menor de ventas, evidenciando zonas de menor actividad dentro del comportamiento anual del negocio.

2) ¿Qué productos impulsan las ventas y cómo cambió su peso relativo año por año?



En el análisis del gráfico combinado, se observa que **The Duel** y **Winterfell** se mantuvieron de manera consistente en los **primeros lugares del ranking de ventas** a lo largo de los últimos cinco años, consolidándose como productos líderes dentro del portafolio. Por otro lado, **Bastard of North**, si bien no representa el volumen de ventas más bajo del catálogo, sí se posiciona **de forma recurrente entre los últimos puestos del ranking**, evidenciando un desempeño significativamente inferior en comparación con los productos de mayor aporte. Esta lectura del ranking permite identificar con claridad cuáles son los productos que sostienen el nivel de ventas año tras año y cuáles requieren una revisión estratégica.

3) ¿Cómo se distribuyen las ventas por país y cuál es su tendencia en los últimos años?



Para evaluar cómo se distribuyen las ventas por región y analizar su tendencia en los últimos años, se utilizaron un **mapa geográfico** y un **gráfico de pastel**, lo que permitió identificar visualmente los mercados con mayor densidad de ventas y aquellos con menor participación. Los resultados muestran que **Suecia, Países Bajos y Alemania** conforman el **top 3 de regiones con mayor volumen de ventas**, destacándose como los principales clusters de alto rendimiento. En contraste, **España y China** se ubican de manera consistente en el **segmento inferior del ranking**, representando las regiones con menor aportación al total de ventas y, por lo tanto, posibles mercados con potencial no aprovechado. Este análisis geográfico facilita detectar oportunidades de expansión y evaluar la estabilidad del desempeño regional a través del tiempo.

4) ¿Cuál era la compañía Best seller global?

El análisis de ventas por compañía revela que la **empresa líder a nivel global** durante el periodo analizado fue **Ac Fermentum Incorporated**, con un **volumen total de ventas de 2.245.063,98 unidades monetarias**. Este resultado la posiciona como la compañía **best seller global**, destacándose significativamente sobre sus competidores y consolidando su liderazgo en el mercado internacional. Este dato permite identificar a los principales actores en el ecosistema de ventas y evaluar su impacto relativo en el desempeño global.

★★★ Nivel 2

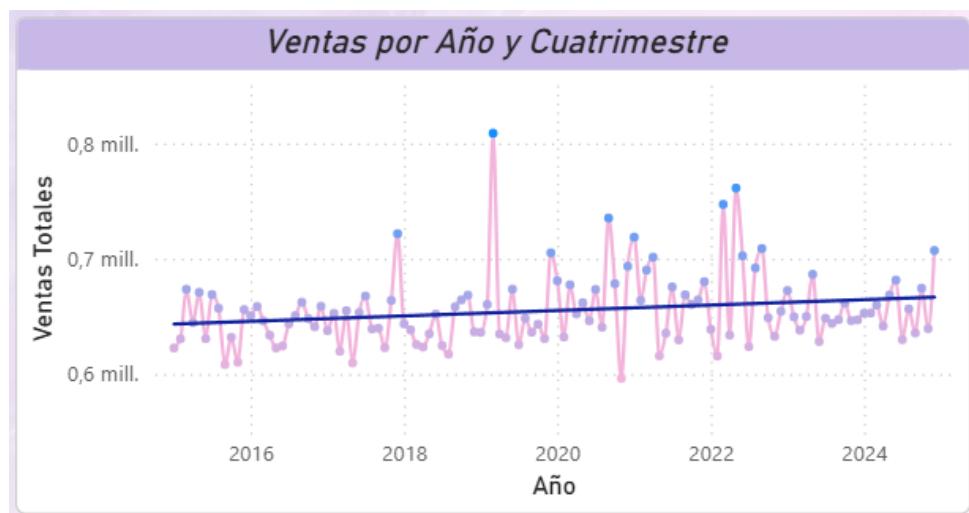
Instrucciones

Usa las visualizaciones que consideres más adecuadas para responder a las siguientes preguntas. Puedes reutilizar o adaptar gráficos del ejercicio anterior.

Preguntas abiertas para guiar la exploración:

- ¿Qué tendencias generales puedes identificar en las ventas en los últimos cinco años?
- ¿Cómo han evolucionado los distintos segmentos del negocio (por producto, canal, región, etc.)?
- ¿Qué comportamiento te ha llamado más la atención o consideras inusual?
- ¿Hay algún patrón de estacionalidad o picos de venta que se repitan?

Las visualizaciones utilizadas y sus respectivas interpretaciones están a continuación:



El gráfico muestra la evolución de las ventas totales por año y cuatrimestre desde 2015 hasta una proyección para 2025, reflejando una tendencia general al alza a lo largo del tiempo. A pesar de las fluctuaciones visibles, con picos (como por ejemplo Marzo 2019) y valles (Noviembre 2020) que pueden deberse a factores estacionales o eventos específicos, la línea de tendencia indica un crecimiento sostenido en el volumen de ventas. Esto sugiere que la empresa ha logrado expandir su desempeño comercial de manera constante, manteniendo un mercado en crecimiento y adaptándose a las variaciones naturales de la demanda. Este comportamiento positivo es un buen indicador para la planificación estratégica y la toma de decisiones futuras.

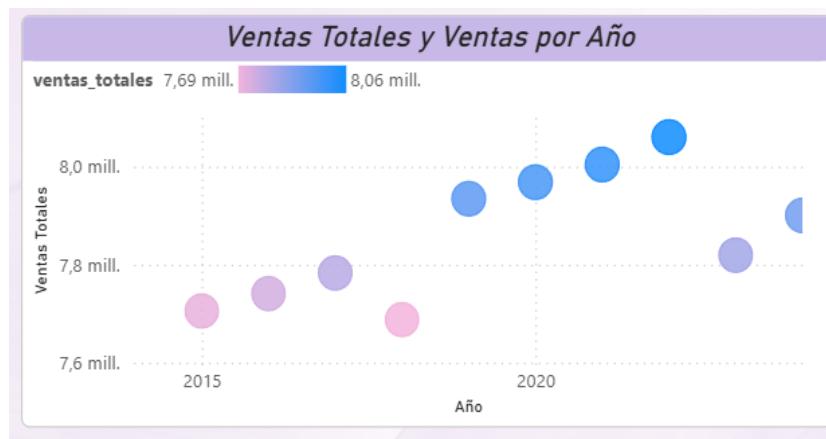


Ventas por Año y Producto:

Este gráfico presenta cómo cada producto ha impactado las ventas totales entre 2015 y 2016. Se observa que algunos productos como *dodou* y *kastra* contribuyeron positivamente al incremento total, mientras que otros, como *riverdan* y *skywalk*, tuvieron un efecto negativo, generando disminuciones en las ventas totales. En conjunto, el gráfico permite identificar qué productos impulsaron el crecimiento y cuáles representaron una carga en ese periodo, facilitando el análisis del mix de productos y su impacto en los resultados globales.

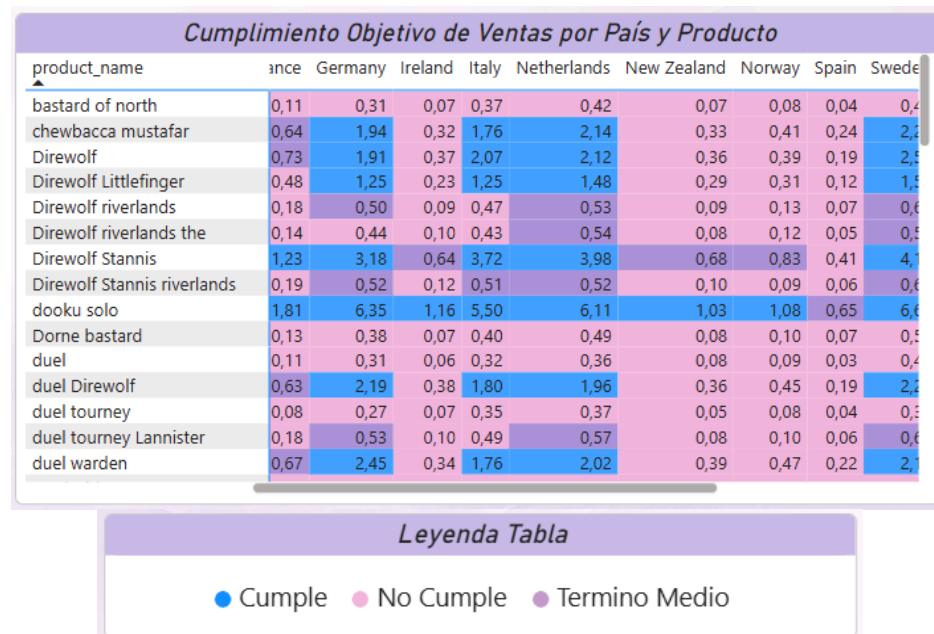
Ventas por Año y País:

En este gráfico se visualiza el aporte de diferentes países al cambio en las ventas totales durante el mismo periodo. Países como Alemania e Italia tuvieron un impacto positivo, impulsando el crecimiento de las ventas, mientras que otros, como Reino Unido y Países Bajos, contribuyeron a la disminución de las ventas totales. Además, países como Belgium aparecen al inicio y al final del gráfico, indicando la comparación entre ambos años. Esta visualización ayuda a identificar regiones geográficas que impulsan o frenan el desempeño comercial, permitiendo una mejor orientación estratégica por mercado.



Se observa una tendencia general de crecimiento en las ventas totales a lo largo del tiempo, especialmente a partir de 2018, donde las burbujas se vuelven más grandes y azules, alcanzando su punto máximo alrededor de 2022. Los años iniciales (2014-2016) muestran ventas más bajas y menos consistentes, evidenciadas por burbujas más pequeñas y colores más claros.

En resumen, este gráfico visualiza claramente cómo las ventas han ido aumentando con el tiempo, destacando los años de mayor éxito comercial y facilitando la identificación de patrones o cambios significativos en el desempeño anual.



Esta visualización permite detectar de un vistazo dónde se cumplen o no los objetivos, identificar tendencias de desempeño por mercado y producto, y enfocar decisiones estratégicas en los segmentos que más lo necesitan. Es especialmente útil para priorizar esfuerzos comerciales y optimizar recursos en mercados con bajo o cambiante rendimiento.

★★★ Nivel 3

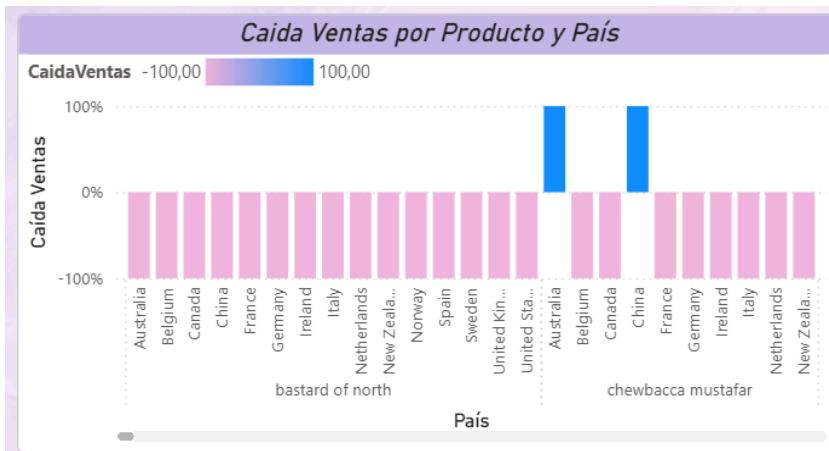
Instrucciones

La empresa para la que trabajas ha experimentado una caída de ventas en los dos últimos años. El CEO está preocupado y quiere entender lo que ha pasado. Dispones de los datos de los últimos 5 años y te solicita un informe que ayude a identificar posibles causas.

No hay ninguna indicación específica de cómo hacerlo: la responsabilidad es tuya como analista de datos.

Preguntas claves del análisis

1. ¿Qué productos y países explican la caída?



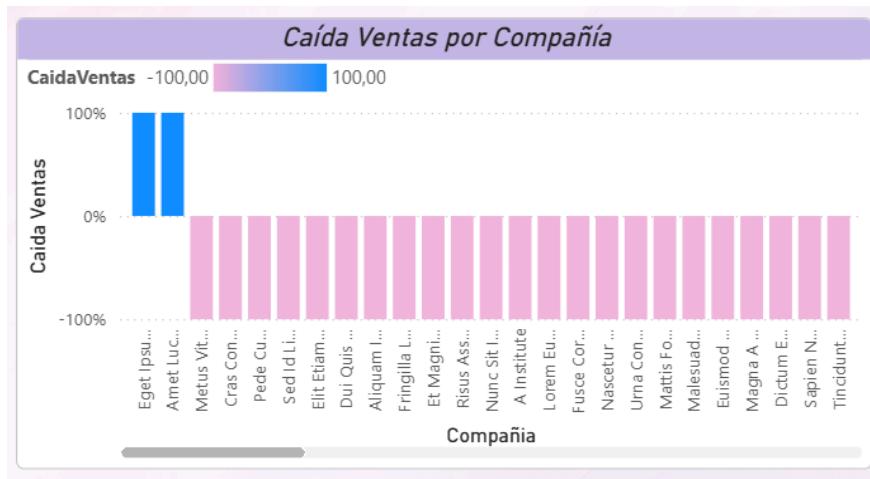
Hallazgos claves

- La mayoría de combinaciones producto–país muestran una caída fuerte en 2023–2024.
- Solo algunos casos aislados aumentan, como Chewbacca Mustafar en Australia.
- Incluso las ventas de productos en los best sellers caen, como AC Fermentum Incorporated en Alemania, que era uno de los pilares de ventas.

Hipótesis

- Caída estructural de la demanda.
- Debilitamiento de la oferta: el catálogo perdió atractivo o competitividad.
- Problemas de distribución o menor presencia comercial en varios países.
- Saturación del mercado y aumento de competencia.

2. ¿La caída afecta por igual a todas las compañías?



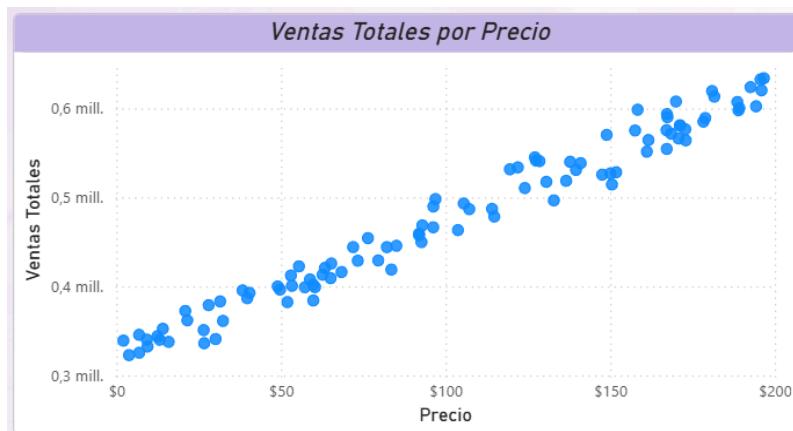
Hallazgos claves

- Solo dos compañías (Eget Ipsum Ltd y Amet Luctus Vulputate Foundation) mantuvieron ventas.
- Todas las demás, incluida AC Fermentum Incorporated, clave en Alemania, tuvieron descensos notorios.

Hipótesis

- Diferencias en la calidad de la estrategia comercial entre compañías.
- Falta de inversión en marketing o ventas en la mayoría del portafolio.
- Los competidores capturaron cuota de mercado.

3. ¿Cómo influye el precio en el nivel de ventas?



Hallazgos claves

- Fuerte relación positiva: los productos más caros concentran más ventas totales.

Hipótesis

- La caída en los productos de mayor precio explicaría buena parte del descenso global.
- Posible pérdida de valor percibido o sensibilidad al precio por parte del cliente.
- Cambios económicos (inflación, menor gasto) afectan más a los segmentos premium.

4. ¿Cómo cambian las ventas bajo diferentes escenarios? (gráfico What If)



Hallazgos claves

- Ayuda a evaluar escenarios futuros.
- También muestra que el mercado es estable y que cambios pequeños (2-5%) tienen impacto visible.

Hipótesis

- La empresa puede recuperar niveles previos con un incremento moderado de ventas si corrige su estrategia.
- Un ajuste bien dirigido podría tener efectos importantes en 2024-2025.

Conclusiones Finales

- La caída de ventas en 2023-2024 es global, afectó a casi todos los productos y países.

- Incluso best sellers como AC Fermentum Incorporated en Alemania cayeron, indicando un problema estructural.
- Solo dos compañías no sufrieron caídas, lo que sugiere brechas internas de ejecución comercial.
- La relación precio/ventas indica que los productos caros, responsables de gran parte de los ingresos, perdieron potencia.
- El gráfico What If confirma que el mercado es relativamente estable y que pequeños cambios en ventas generarían recuperaciones importantes.
- El problema parece deberse a: pérdida de competitividad, menor demanda en segmentos clave, competencia creciente, estrategia comercial insuficiente en la mayoría de compañías.

Recomendaciones para Recuperar Ventas

1. Analizar y recuperar best sellers clave

- Revisar caída de AC Fermentum Incorporated en Alemania.
- Ajustar precio, disponibilidad y estrategia comercial según hallazgos.

2. Replicar estrategias exitosas de compañías que no cayeron

- Tomar como modelo a Eget Ipsum Ltd y Amet Luctus Vulputate Foundation.
- Implementar sus mejores prácticas en marketing, ventas y distribución.

3. Optimizar precios y promociones

- Ajustar precios para mantener competitividad en productos premium.
- Usar simulaciones "What If" para prever impacto de cambios de precio o promociones.

4. Segmentar y priorizar productos y mercados estratégicos

- Focalizar esfuerzos en productos de mayor ingreso y en mercados con mayor caída.
- Renovar productos con menor desempeño para aumentar atractivo y ventas.

5. Monitoreo continuo con reportes

- Mantener seguimiento mensual de ventas por producto, país y compañía.
- Detectar problemas a tiempo y ajustar estrategias rápidamente.

