



Grupo 4: Data Science

Proyecto 2. Introducción al Análisis de Datos

Alumna: María Fernanda Lozano Cancino

Índice

Introducción.....	pág. 3
Análisis de Opciones.....	pág. 3
Opción Sugerida.....	pág. 4
Conclusión.....	pág. 4

Introducción

A partir de la base de datos proporcionada por *Synergy Logistics*, se realizó un análisis para evaluar tres distintas opciones y así poder generar una recomendación para enfocar las prioridades de la estrategia operativa para el año 2021.

Las tres opciones evaluadas fueron las siguientes:

- Las diez rutas más demandadas tanto para importaciones como exportaciones
- Los tres medios de transporte que generan mayor valor (exportaciones e importaciones)
- Los países que generan el 80% del valor total de exportaciones e importaciones

Análisis de Opciones

Opción 1:

Export Origin	Destination	No. Occurrences
South Korea	Vietnam	497
Netherlands	Belgium	437
USA	Netherlands	436
China	Mexico	330
Japan	Brazil	306
Germany	France	229
South Korea	Japan	279
Australia	Singapore	273
Canada	Mexico	261
China	Spain	250
TOTAL VALUE		\$ 45,066,705,000.00

Import Origin	Destination	No. Occurrences
Singapore	Thailand	273
Germany	China	233
China	Japan	210
Japan	Mexico	206
China	Thailand	200
Malaysia	Thailand	195
Spain	Germany	142
Mexico	USA	122
China	UAE	114
Brazil	China	113
TOTAL VALUE		\$ 68,649,705,000.00

En las tablas anteriores se muestran las rutas más concurridas y el número de veces que se han realizado desde el año 2015 a la fecha. Las celdas en color verde muestran el valor total obtenido en exportaciones e importaciones de estas rutas.

Opción 2:

No. Occurrences			TOTAL VALUE		
Transport Mode	Export	Import	Export	Import	Total
Sea	8434	2254	\$ 65,592,622,000.00	\$ 34,938,000,000.00	\$ 100,530,622,000.00
Rail	27800	601	\$ 34,505,043,000.00	\$ 9,123,000,000.00	\$ 43,628,043,000.00
Road	2149	449	\$ 27,280,486,000.00	\$ 5,990,000,000.00	\$ 33,270,486,000.00
Air	2045	344	\$ 32,785,147,000.00	\$ 5,477,000,000.00	\$ 38,262,147,000.00

En las tablas anteriores se muestran los medios de transporte y cuántas veces se usó cada medio, siendo por mar, tren y carretera los más utilizados. Al lado derecho se muestra el ingreso de cada medio. Se observa que no necesariamente los medios más utilizados son los que más valor generan.

Opción 3:

Export Country	Value	%	SUM %
TOTAL	\$160,163,298,000		
China	\$32,977,046,000	20.59%	
France	\$18,614,332,000	11.62%	
USA	\$18,355,306,000	11.46%	
South Korea	\$14,621,146,000	9.13%	
Russia	\$13,223,000,000	8.26%	
Japan	\$11,948,976,000	7.46%	
Germany	\$11,343,233,000	7.08%	
Canada	\$10,684,000,000	6.67%	82.27%

Import Country	Value	%	SUM %
TOTAL	\$55,528,000,000		
China	\$12,233,000,000	22.03%	
Japan	\$8,094,000,000	14.58%	
USA	\$5,291,000,000	9.53%	
Mexico	\$4,621,000,000	8.32%	
Germany	\$4,250,000,000	7.65%	
Singapore	\$4,017,000,000	7.23%	
South Korea	\$3,889,000,000	7.00%	
Malaysia	\$3,560,000,000	6.41%	82.76%

En estas tablas se observan los países que generan el 80% del valor total para exportaciones e importaciones con su respectivo ingreso.

Opción Sugerida

A partir de los resultados obtenidos, se recomienda implementar una **combinación** entre la **primera y tercera opción**. Esto a partir que la mayoría de los países que concentran el 80% del valor total, también se encuentran en las rutas más concurridas.

Conclusión

Derivado de los resultados obtenidos, se puede observar que las rutas con mayor concurrencia tanto de importaciones como de exportaciones presentan un incentivo para las empresas que estén buscando un mercado activo que signifique una oportunidad de ingreso superior a aquellas rutas que pudieran presentar incentivos únicamente por el país. Las limitaciones o incluso restricciones de comercio son factores que evaluar al momento de decidir la ruta bajo la cual se realizará el comercio con la intención de buscar un ingreso con las debidas prioridades operativas. Por otro lado, los países que concentran el 80% del valor total de exportaciones e importaciones son un foco de atención para las empresas y la realización de estrategias de venta para generar el mayor valor posible del flujo de productos.

Es por esto por lo que, la combinación de ambas opciones generaría una metodología operativa que permitiría a la empresa acentuar su crecimiento y maximizar las rutas que le brinden mayores beneficios. De esta manera, los socios comerciales obtendrán una rentabilidad mayor, así como un comercio más eficiente y mejor organizado.