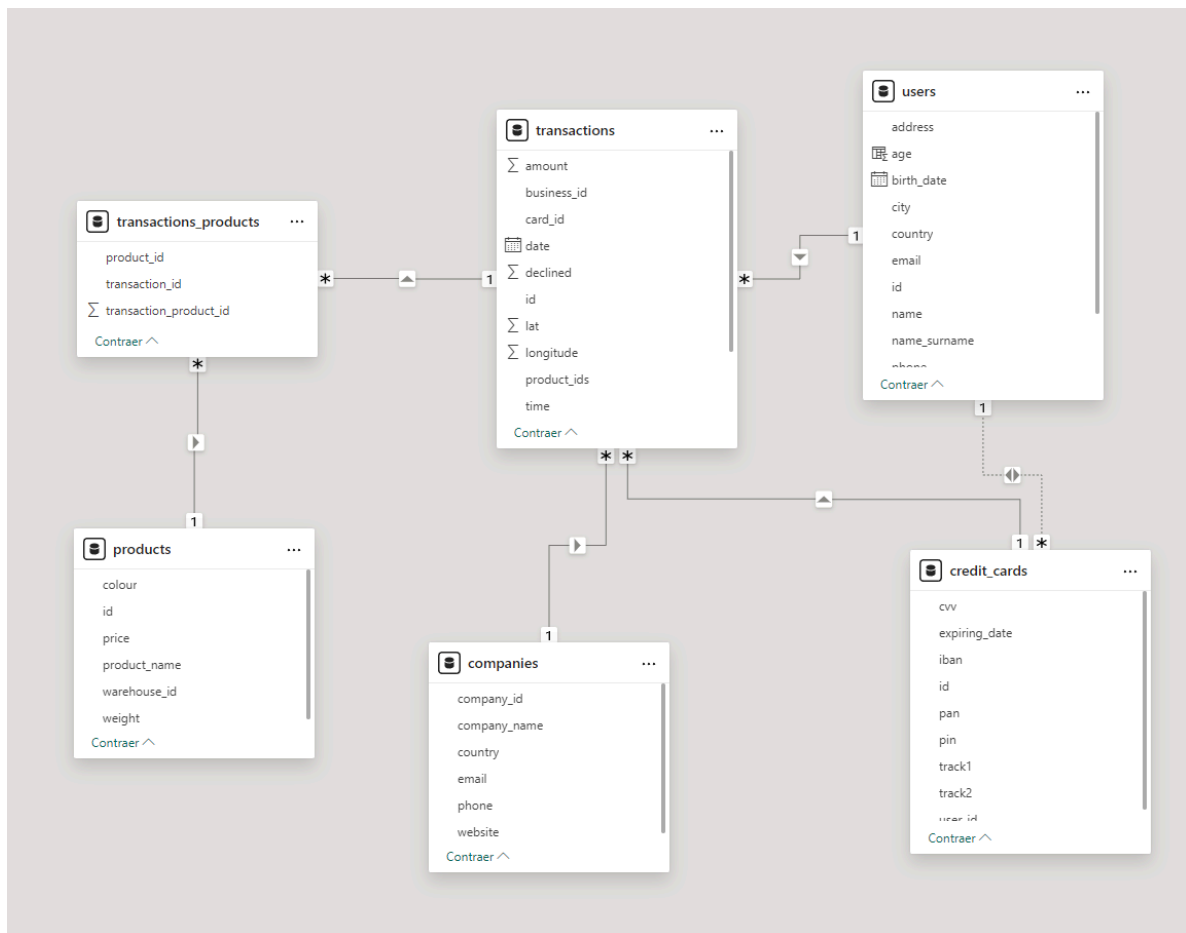


Nivell 1

- Exercici 1

Importa les dades de la base de dades emprada prèviament. Després de carregar les dades, mostra el model de la base de dades en Power BI.

Primer importem les dades *bdtransactions* des de MySQL utilitzat en l'sprint anterior, i elimino la taula "credit_card_status", ja que no la necessitarem per aquest anàlisi. Una vegada carregades les dades, mostrem el model:



Com es pot observar tenim la taula de fets "transactions", la taula pont "transactions_products" que relaciona la de fets amb la taula de dimensió "products" i la resta de taules són de dimensió.

- Exercici 2

La teva empresa està interessada a avaluar la suma total del amount de les transaccions realitzades al llarg dels anys. Per a aconseguir això, s'ha sol·licitat la creació d'un indicador clau de rendiment (KPI). El KPI ha de proporcionar una visualització clara de l'objectiu empresarial d'aconseguir una suma total de 25.000 € per cada any.

Per crear aquest aquest indicador, primer de tot crearem una nova taula anomenada mesures que utilitzarem per emmagatzemar les mesures que necessitem. Crearem una primera mesura "TotalAmount" per tal de tenir la quantitat de les transaccions que no han estat declinades i la mesura "AmountGoal" per utilitzar-la com a camp de número objectiu.

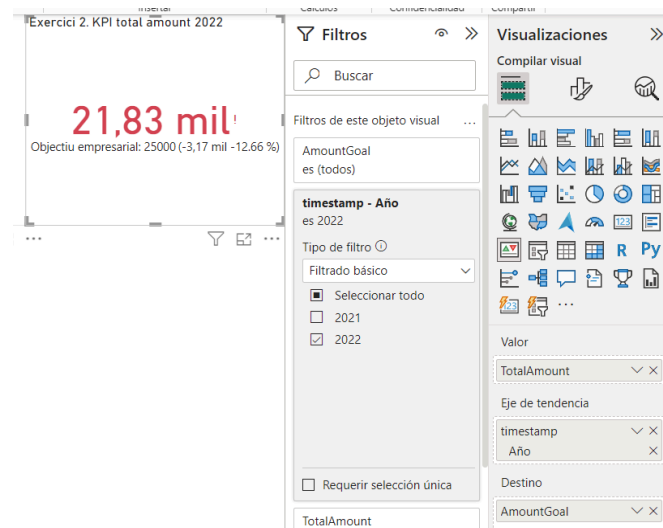
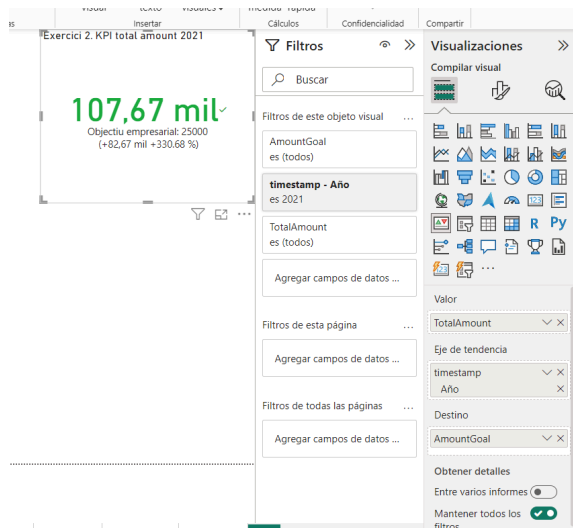
```
TotalAmount = CALCULATE(  
    SUM(transactions[amount]),  
    'transactions'[declined] <> 1  
)  
  
AmountGoal = 25000
```

Per eviar però que en interactuar amb les visualitzacions ens apareixen valors en blanc podem crear una variable a la funció, d'aquesta manera:

```
TotalAmount =  
VAR TotalAmount = CALCULATE(  
    SUM(transactions[amount]),  
    'transactions'[declined] <> 1)  
RETURN  
IF(ISBLANK(TotalAmount),0,TotatAmount)
```

A continuació seleccionem com a visualització la targeta KPI, triem els camps de les mesures creades i en l'eix de tendència seleccionem "timestamp" marcant només l'any. Per últim, a opcions de filtre, fem un filtrat bàsic per l'any 2021.

Amb aquest mateix gràfic podem obtenir el resultat de 2022, però per facilitar la comparació en farem una còpia i canviarem el filtre de l'any per veure'ls al mateix temps.



Canviem també el format de moneda perquè es mostri en euros.

Ejercicio 2. KPI total amount 2021

Ejercicio 2. KPI total amount 2022

107,67 mil€✓
Objectiu empresarial: 25.000 €
(+82,67 mil€ +330.68 %)

21,83 mil€!
Objectiu empresarial: 25.000 €
(-3,17 mil€ -12.66 %)

Els KPI's visualitzen com el 2021 es sobrepassa l'objectiu empresarial en 82,67 mil euros (més del 330,68 percentualment) i en el 2022 encara no s'ha assolit l'objectiu. Està 3,17 mil euros per sota, el que suposa que li falta el 12,66% per arribar-hi.

El motiu que pot explicar perquè no s'ha arribat a l'objectiu empresarial és que l'amount total del 2021 comptabilitza els imports de 10 mesos, va de març a desembre, mentre que el de 2022 només comptabilitza tres mesos, de gener a març.

Año	Trimestre	Mes	Suma de amount
2021	Trim. 1	marzo	6.471,66 €
2021	Trim. 2	abril	15.980,23 €
2021	Trim. 2	mayo	15.364,17 €
2021	Trim. 2	junio	14.241,19 €
2021	Trim. 3	julio	11.373,93 €
2021	Trim. 3	agosto	15.608,04 €
2021	Trim. 3	septiembre	10.503,32 €
2021	Trim. 4	octubre	12.281,17 €
2021	Trim. 4	noviembre	8.888,91 €
2021	Trim. 4	diciembre	15.162,07 €
2022	Trim. 1	enero	8.990,02 €
2022	Trim. 1	febrero	10.941,42 €
2022	Trim. 1	marzo	4.897,62 €
Total			150.703,75 €

- Exercici 3

Des de màrqueting et sol·liciten crear una nova mesura DAX que calculi la mitjana de suma de les transaccions realitzades durant l'any 2021. Visualitza aquesta mitjana en un mesurador que reflecteixi les vendes realitzades, recorda que l'empresa té un objectiu de 250.

Com hem fet abans, primer de tot creem la mesura “Average_2021” i la mesura amb l'objectiu empresarial “Avg_transactions_250_Goal”.

Average_2021 =

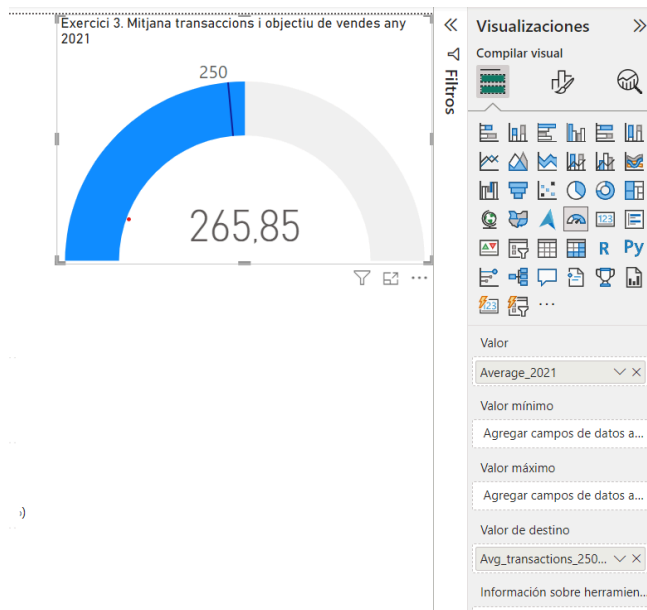
```
VAR Average2021 =CALCULATE(
    AVERAGE(transactions[amount]),
    transactions[Year] = 2021,
    'transactions'[declined] <> 1)
```

RETURN

```
IF(ISBLANK(Average2021), 0, Average2021)
```

Avg_transactions_250_Goal = 250

Després, seleccionem la visualització de medidor i hi afegim aquests camps. Modifiquem el format de l'objecte visual perquè es vegi l'etiqueta d'objectiu.



El marcador indica que per l'any 2021, la mitjana de les transaccions supera l'objectiu empresarial de 250.

- Exercici 4

Realitza el mateix procediment que vas realitzar en l'exercici 3 per a l'any 2022.

Executem els mateixos passos. Primer generem la nova mesura, copiem l'objecte visual anterior i canviem el camp valor per "Average_2022".

Average_2022 =

```
VAR Average2022 =
```

```
CALCULATE(
```

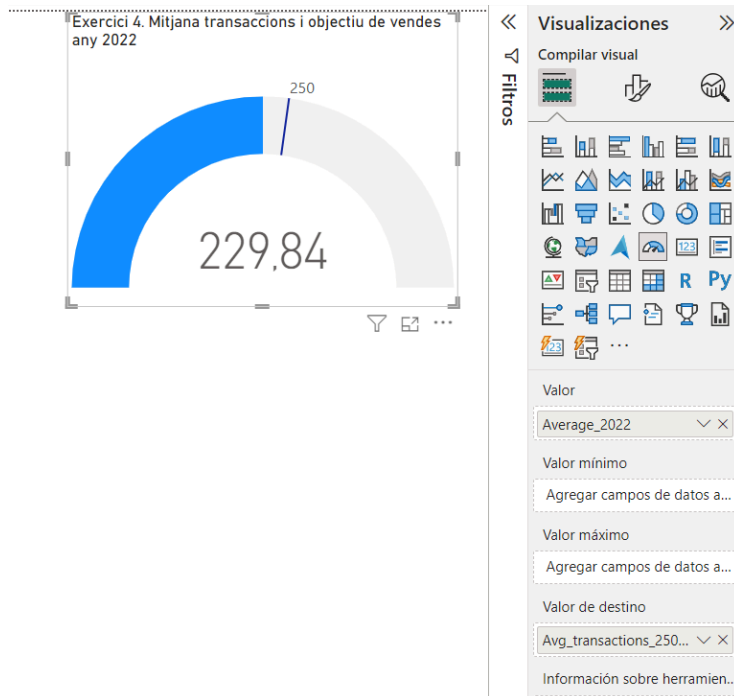
```
    AVERAGE(transactions[amount]),
```

```
    transactions[Year] = 2022,
```

```
    'transactions'[declined] <> 1)
```

RETURN

`IF(ISBLANK(Average2022), 0, Average2022)`



El marcador de 2022 no arriba a l'objectiu de vendes esperat.

La comparació de la mitjana de suma de les transaccions entre els dos anys ens mostra que l'import de les vendes de l'any 2021 ha sigut més alt que no pas el de 2022. La mitjana és més alta el 2021 i el que es porta de 2022 no arriba, de moment, a l'objectiu establert. Això ens pot voler dir que els clients fan menys compres o que els productes que compren són més barats. Per treure informació més exacte, podríem comprar les mitjanes pel mateix període de temps, en aquest cas el mes de març.

- Exercici 5

L'objectiu d'aquest exercici és crear una KPI que visualitzi la quantitat d'empreses per país que participen en les transaccions. La meta empresarial és garantir que hi hagi almenys 3 empreses participants per país. Per a aconseguir això, serà necessari utilitzar DAX per a calcular i representar aquesta informació de manera clara i concisa.

En primer lloc, hem fet la mesura "Companies_per_Country" que amb la funció d'agregació COUNTROWS i SUMMARIZE agrupa les empreses per país i compta els id. I també hem fet la mesura "Companies_per_Country_Goal >" que retorna "Sí" o "No" en funció de si hi ha 3 o més companyies.

```
Companies_per_Country =
```

```
COUNTROWS(
```

```
    SUMMARIZE(
```

```
        companies,
```

```
        companies[country],
```

```
        companies[company_id]
```

```
    )
```

```
)
```

```
Companies_per_Country_Goal >= IF([Companies_per_Country] >= 3, "Sí", "No")
```

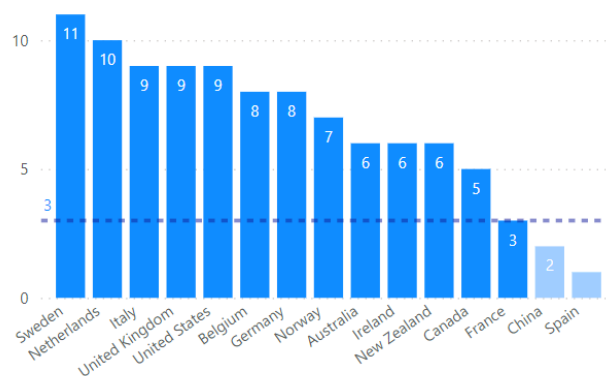
A continuació hem triat una taula amb la quantitat d'empreses per cada país i una icona condicionada a si es compleix o no l'objectiu com element de cel·la.

Exercici 5. Quantitat d'empreses per país

País	Empreses	Té com a mínim 3 empreses participants
Sweden	11	✓ Sí
Netherlands	10	✓ Sí
Italy	9	✓ Sí
United Kingdom	9	✓ Sí
United States	9	✓ Sí
Belgium	8	✓ Sí
Germany	8	✓ Sí
Norway	7	✓ Sí
Australia	6	✓ Sí
Ireland	6	✓ Sí
New Zealand	6	✓ Sí
Canada	5	✓ Sí
France	3	✓ Sí
China	2	✗ No
Spain	1	✗ No

També ho podem visualitzar amb un gràfic de barres on hi apliquem una línia constant amb un valor de 3, per tal de poder visualitzar l'objectiu empresarial. En aquest cas en podem quedar amb aquesta única opció de visualització:

Exercici 5. Quantitat d'empreses per país



Observem, doncs, la proporció d'empreses de cada país i com la Xina i Espanya són els únics que no garanteixen l'objectiu empresarial de tenir-ne un mínim de 3.

Si l'objectiu de la nostra empresa és que empreses de tots els països participin de les transaccions i expendir-nos internacionalment, és clar que primer aconsellaria reforçar la nostra presència a França, Xina i Espanya i després mirar d'obrir-nos a nous mercats. Una vegada tens assegurada una bona font d'ingressos, et pots permetre obrir-te a nous mercats i fer ús d'un bon pla de màrqueting digital, per exemple.

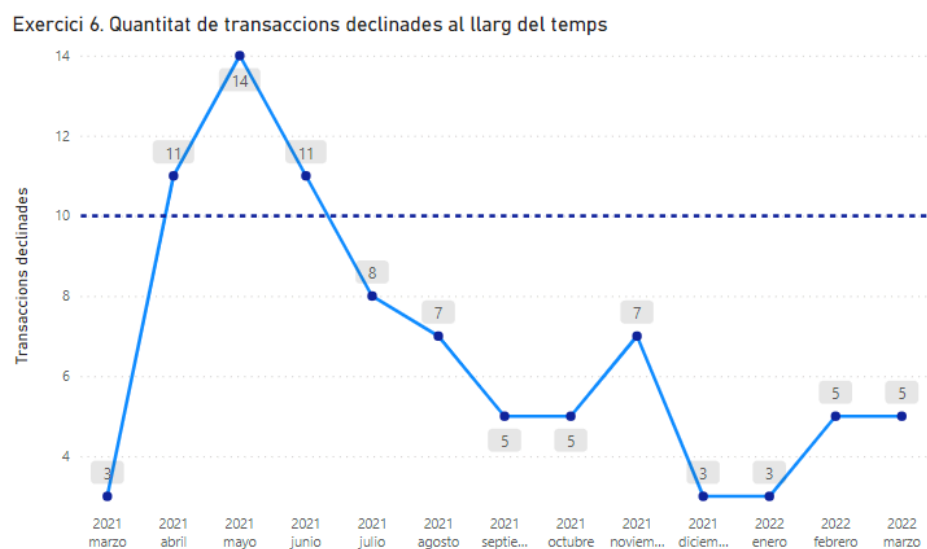
- Exercici 6

Crea una nova KPI que permeti visualitzar la quantitat de transaccions declinades al llarg del temps. L'empresa va establir un objectiu de tenir menys de 10 transaccions declinades per mes.

Hem creat una nova mesura "Declined_transactions" que retorna el total files on la transacció ha sigut declinada i la que conté l'objectiu "Declined_transactions_Goal <".

```
Declined_transactions =  
  
CALCULATE(  
  
    COUNTROWS(transactions),  
  
    transactions[declined] = 1  
  
)  
  
Declined_transactions_Goal < = 10
```

A continuació, hem triat un gràfic de línies per visualitzar el que es demana, configurant les visualitzacions com en els casos anteriors. Hem afegit una línia constant de l'eix Y amb l'objectiu empresarial. D'aquesta manera es pot observar l'evolució de les transaccions per mesos i quan aquestes superen el 10 de la línia constant.

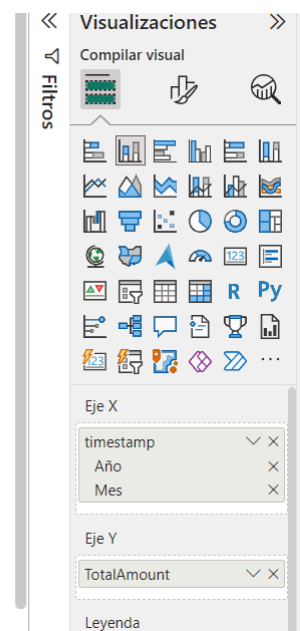
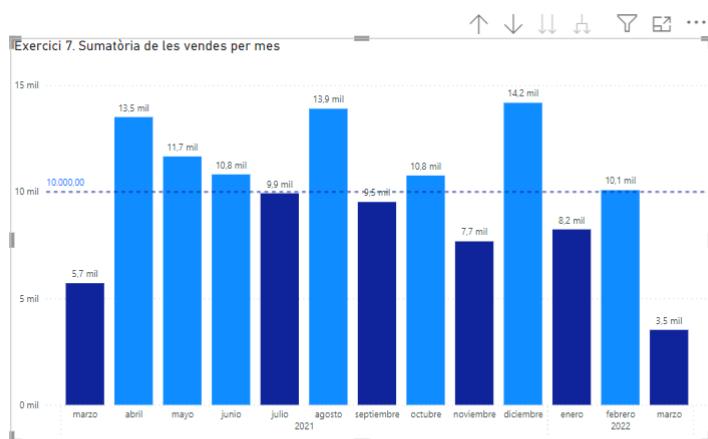


Així doncs, observem com el mesos crítics on es sobrepassa l'objectiu mínim fixat són abril, maig i juny de 2021. Amb aquestes dades el que podem és fer un pronòstic i mirar si aquestes transaccions declinades es produiran també els mesos d'abril, maig i juny de 2022 per fer una prevenció o si més no comprovar si efectivament es compleix aquesta tendència.

- Exercici 7

Crea un gràfic de columnes agrupades que reflecteixi la sumatòria de les vendes per mes. L'objectiu de l'empresa és tenir almenys 10.000 transaccions per mes.

Hem configurat aquesta visualització, utilitzant la columna "timestamp" amb el l'any i el mes en l'eix X i la mesura calculada del amount sense tenir en compte les transaccions declinades en l'eix Y. Després hem afegit la línia de constant amb l'objectiu empresarial i agregat el format condicional que modifica el color de la columna sota aquesta mateixa condició.



Podem observar, que gairebé la meitat dels mesos (6 de 13) no arriba a 10.000€. Hem de tenir en compte que els mesos de març no són sencers, sinó la meitat dels dies, pel que hauríem d'investigar perquè el més profundament la resta de mesos. Penso que una bona explicació és que els mesos amb molt baixes vendes venen precedits justament per mesos que han sigut amb vendes molt altes. Ho veiem clarament amb agost-setembre, octubre-novembre i desembre-gener. També considerar que en funció del tipus de productes que venem hi ha mesos on les vendes acostumen a ser més altes com pot ser la campanya de Nadal o perquè es cobra la paga doble i els clients s'animen a comprar més.

- Exercici 8

En aquest exercici, es vol aprofundir en les transaccions realitzades per cada usuari/ària i presentar la informació de manera clara i comprensible. En una taula, presenta la següent informació:

- Nom i cognom dels usuaris/es (caldrà crear una nova columna que combini aquesta informació).
- Edat dels usuaris/es.
- Mitjana de les transaccions en euros.
- Mitjana de les transaccions en dòlars (conversió: 1 euro equival a 1,08 dòlars).

S'han de fer els canvis necessaris per a identificar als usuaris/es que van tenir una mitjana de 300 o més euros i 320 o més dòlars en les seves transaccions.

Primer hem creat la columna per combinar el nom i cognom dels usuaris/es amb DAX.

```
name_surname = users[name] & " "& users[surname]
```

Amb l'edat també hem creat una nova columna que ens fa el càlcul mitjançant l'any actual i la data de naixement.

```
age = YEAR(TODAY())-YEAR(users[birth_date])
```

Per la mitjana de transaccions en euros i en dòlars hem creat dues noves mesures.

```
Avg_transactions_€ = CALCULATE(  
    AVERAGE(transactions[amount]),  
    'transactions'[declined] <> 1  
)  
  
Avg_transactions_$ = ([Avg_transactions_€] * 1.08)
```

I per identificar als usuaris/es que van tenir una mitjana de 300 o més euros i 320 o més dòlars en les seves transaccions, utilitzarem també una mesura "Avg_users_goal".

```
Avg_users_goal = IF([Avg_transactions_€] >= 300 && [Avg_transactions_$] >= 320,  
    "Yes", "No")
```

Name & Surname	Age	Avg. transactions €	Avg. transactions \$	Avg. goal
Acton Gallegos	35	283.15	305.80	No
Aiko Chaney	38	278.36	300.62	No
Ainsley Herrera	28	105.51	113.95	No
Alan Vazquez	28	257.86	278.48	No
Allika Kinney	28	394.59	426.16	Yes
Allen Calhoun	37	286.60	309.53	No
Amal Kennedy	38	411.64	444.57	Yes
Amber Blevins	45	193.33	208.80	No
Amelia Valenzuela	38	321.39	347.10	Yes
Andrew Strong	27	375.48	405.51	Yes
Astra Baldwin	25	472.18	509.95	Yes
Athena Malone	33	162.56	175.56	No
Avye Key	37	396.04	427.72	Yes
Bert Juarez	36	381.17	411.66	Yes
Bertha Sloan	28	58.16	62.81	No
Beverly Burt	28	82.43	89.02	No
Blake Strickland	41	149.06	160.98	No
Blaze Daniel	26	267.76	289.18	No
Blaze Duke	32	399.62	431.59	Yes
Brennan Wynn	36	264.63	285.80	No
Brent Bates	28	451.66	487.79	Yes
Brett Kirby	36	325.18	351.19	Yes
Brock Doyle	38	28.95	31.27	No
Brody Goodwin	42	478.54	516.82	Yes
Brody Talley	33	458.66	495.35	Yes
Brooke Jensen	43	271.27	292.97	No
Burke Graham	31	414.58	447.74	Yes
Camden Carpenter	43	391.38	422.69	Yes
Camilla Roach	31	445.48	481.12	Yes
Carroll Thompson	37	434.10	468.11	Yes
Total		259,01	279,73	No

Un cop seleccionada la taula, afegim les columnes pertinents i configurem el format condicional perquè ens apareixi un icona quan la sèrie de la mitjana de transaccions és superior a 300 euros i 320 dòlars. També utilitzem les opcions de filtratge per evitar que surtin camps en blanc amb usuaris que no han realitzat cap transacció. Simplement seleccionant que es mostrin els elements quan el valor “no està en blanc”.

- Exercici 9

Redacta un paràgraf breu, de màxim 50 paraules, explicant el significat de les xifres presentades en les visualitzacions de Power BI. Pots interpretar les dades en general o centrar-te en algun país específic. Acompanya les interpretacions realitzades amb la captura de pantalla de les visualitzacions que analitzaràs.

Els ingressos generats l'any 2021 sobrepassen amb escreix l'objectiu empresarial (25.000€) i els de l'any 2022 es troben molt a prop d'assolir-lo (està tan sols un 12,66% per sota). Però és una xifra molt bona si tenim en compte que de l'any 2021 disposem de dades de 9 mesos i mig, i del 2022 només de 2 mesos i mig. Així doncs, les prediccions d'assolir l'objectiu pel 2022 abans de que acabi l'any són molt bones (veure també la visualització de l'exercici 7).

Exercici 2. KPI total amount 2021

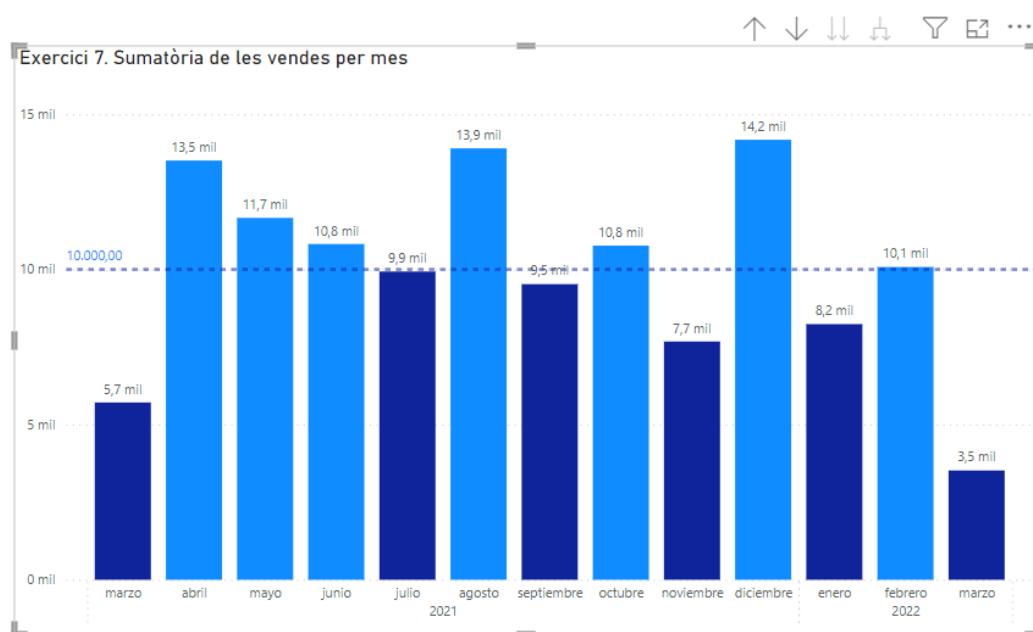
107,67 mil✓

Objectiu empresarial: 25000
(+82,67 mil +330.68 %)

Exercici 2. KPI total amount 2022

21,83 mil!

Objectiu empresarial: 25000
(-3,17 mil -12.66 %)



Per acabar m'agradaria afegir un comentari addicional i personal sobre els objectius empresarials. Penso que en aquest exemple els objectius no estan alineats, ja que per una banda, es fixa un objectiu de rendiment anual de 25.000€ i per l'altra s'estableix un objectiu mensual de 10.000€ el mes, el que per mi no té massa sentit, ja que haurien d'estar relacionats. Jo canviaria, per exemple, l'objectiu anual a 120.000€ (10.000€ al mes per 12 mesos l'any) o baixar una mica el mensual i ajustar l'anual. D'aquesta manera també es perseguirà un objectiu anual més ambiciós, ja que com es veu el 2021 sobrepassa l'objectiu en un 330,68%.

Nivell 2

Exercici 1

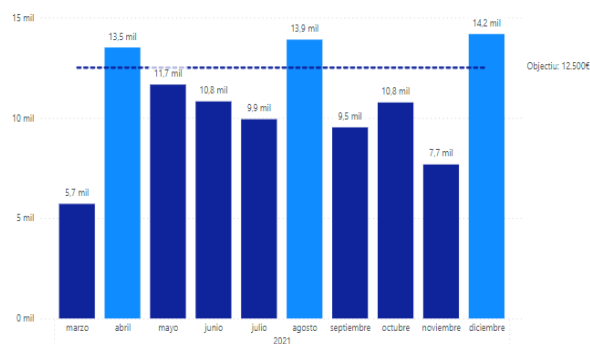
Des de l'àrea de màrqueting necessiten examinar la tendència mensual de les transaccions realitzades l'any 2021, específicament, volen conèixer la variació de les transaccions en funció del mes. Recorda visualitzar la meta empresarial d'aconseguir almenys 12.500 transaccions per mes. En aquest exercici, serà necessari que s'aconsegueixi identificar els mesos en què no es va aconseguir la meta establerta. De ser necessari pots realitzar dues visualitzacions.

En primer lloc creem la mesura amb la meta empresarial:

Transactions_per_Month_12500_Goal = 12500

A continuació, utilitzem un gràfic de columnes apilades i línies amb els camps “timestamp” per any i mes (eix X), la mesura “TotalAmount” a columnes (eix Y) i la meta empresarial en l'eix Y de línia. Configurem la resta d'opcions de visualització amb les etiquetes, formats condicionals, etc. I per últim filtrem els camps en blanc de l'amount i marquem que l'any sigui 2021.

Exercici 1. Tendència mensual de les transaccions. Any 2021



Filtros

Buscar

Filtros de este objeto visual ...

Objetivo: 12.500€ es (todos)

Suma de amount no está en blanco

timestamp - Año es 2021

timestamp - Mes es (todos)

TotalAmount es (todos)

Agregar campos de datos ...

Filtros de esta página ...

Agregar campos de datos ...

La visualització ens mostra que els mesos de març, maig, juny, juliol, setembre, octubre i novembre no s'arriba a l'objectiu d'un mínim de 12.500€.

En aquesta visualització podem fer una lectura similar a la realitzada en l'exercici 7. Primer hem de tenir en compte que el mes de març no s'ha comptabilitzat sencer, sinó amb la meitat dels dies, pel que explicaria que els ingressos siguin la meitat de l'esperat en l'objectiu. Segurament l'agost i desembre la gent disposa de més temps i ingressos de la paga extra per comprar els nostres productes. Si volem millorar la quantitat de transaccions ens els mesos més fluixos es podria provar d'aplicar promocions o altres estratègies de màrqueting.

Exercici 2

En el teu treball, es vol aprofundir en la comprensió de les transaccions realitzades a Alemanya. Per tant, et sol·liciten que desenvolupis mesures DAX per a crear visualitzacions que destaquin la mitjana de vendes a Alemanya. Tingues present que l'empresa té com a objectiu aconseguir una xifra de 250 euros

anuals. Configura la visualització de manera que el valor mínim sigui 100 i el màxim 350, brindant així una representació més efectiva de la informació.

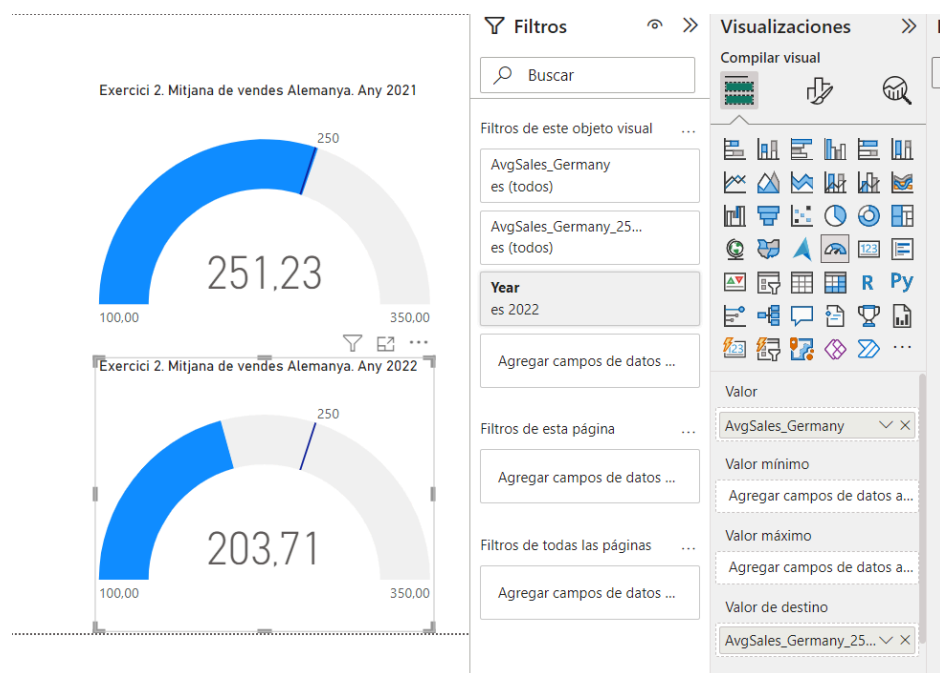
En primer lloc, realitzem una nova mesura DAX que calcula la mitjana de vendes de les empreses Alemanyes:

```
1 AvgSales_Germany =  
2 CALCULATE(  
3     AVERAGE(transactions[amount]),  
4     'transactions'[declined] <> 1,  
5     'companies'[country] = "Germany"  
6 )
```

A continuació, generem l'objectiu de 250€ anuals:

AvgSales_Germany_250_Goal = 250

Finalment, seleccionem la visualització de medidor, a valor hi posem la mesura "AvgSales_Germany" i a valor de destí "AvgSales_Germany_250_Goal", i per últim configurem el mínim a 100 i el màxim a 350. Dupliquem l'objecte visual i un el filtrem perquè mostri l'any 2021 i l'altre el 2022.



La mitjana de vendes d'Alemanya el 2021 arriba a 250 euros anuals, però l'any 2022 es troba 47 euros per sota.

En aquest cas Alemanya, ha tingut una mitjana més alta el 2021 que no pas el 2022, que recordem, 2022 només contempla el primer trimestre, i el 2021 contempla quasi només el segon i tercer trimestre i no conté quasi dades del pimer. Així doncs, podem intuir que el primer trimestre acostuma a ser més baix pel que fa les transaccions.

Exercici 3

Escriu un breu paràgraf, màxim de 25 paraules, indica en quin mes no es va arribar a complir amb l'objectiu proposat de l'exercici 1.

No es va arribar a la meta empresarial d'aconseguir almenys 12.500 transaccions els mesos de març, maig, juny, juliol, setembre, octubre i novembre de l'any 2021. El pitjor mes és març, seguit per novembre i setembre.

Nivell 3

Exercici 1

La secció de màrqueting vol aprofundir en les transaccions realitzades pels usuaris i usuàries. En conseqüència, se't sol·licita l'elaboració de diverses visualitzacions que incloguin:

- **Les mesures estadístiques claus de les variables que consideris rellevants per a comprendre les transaccions realitzades pels usuaris/es.**
- **Quantitat de productes comprats per cada usuari/ària.**
- **Mitjana de vendes realitzades per usuari/ària, visualitza quins usuaris/es tenen una mitjana de vendes superior a 150 i quins no.**
- **Comptabilitzar el preu del producte més car consumit per cada usuari/ària.**
- **Visualitza la distribució geogràfica dels usuaris/es.**

En aquesta activitat, serà necessari que realitzis els ajustos necessaris en cada gràfic per a millorar la llegibilitat i comprensió. En el compliment d'aquesta tasca, s'espera que avaluïs acuradament quines variables són rellevants per a transmetre la informació requerida de manera efectiva.

Per mostrar les mesures estadístiques claus, hem seleccionat una taula amb el nom i cognom de cada usuari/ària i la resta de columnes són la suma, mitjana, màxim, mínim, desviació estàndard, varianza i mediana de l'amount. També hem afegit un filtre de pàgina per poder filtrar per usuaris.

Usuari/ària	Suma de amount	Promedio de amount	Máx. de amount	Mín. de amount	Desviación estándar de amount	Varianza de amount	Mediana de amount
Acton Gallegos	283,15 €	283,15 €	283,15 €	283,15 €	0,00 €	0,00 €	283,15 €
Aiko Chaney	556,71 €	278,36 €	385,28 €	171,43 €	106,92 €	11.432,96 €	278,36 €
Ainsley Herrera	105,51 €	105,51 €	105,51 €	105,51 €	0,00 €	0,00 €	105,51 €
Alan Vazquez	515,71 €	257,86 €	451,94 €	63,77 €	194,09 €	37.668,99 €	257,86 €
Alika Kinney	394,59 €	394,59 €	394,59 €	394,59 €	0,00 €	0,00 €	394,59 €
Allen Calhoun	573,20 €	286,60 €	432,22 €	140,96 €	145,62 €	21.205,18 €	286,60 €
Amal Kennedy	411,64 €	411,64 €	411,64 €	411,64 €	0,00 €	0,00 €	411,64 €
Amber Blevins	193,33 €	193,33 €	193,33 €	193,33 €	0,00 €	0,00 €	193,33 €
Amelia Valenzuela	321,39 €	321,39 €	321,39 €	321,39 €	0,00 €	0,00 €	321,39 €
Andrew Strong	750,95 €	375,48 €	486,54 €	264,41 €	111,07 €	12.335,43 €	375,48 €
Astra Baldwin	472,18 €	472,18 €	472,18 €	472,18 €	0,00 €	0,00 €	472,18 €
Athena Malone	325,12 €	162,56 €	200,04 €	125,08 €	37,48 €	1.404,75 €	162,56 €
Avye Key	792,07 €	396,04 €	462,35 €	329,72 €	66,32 €	4.397,68 €	396,04 €
Bert Juarez	381,17 €	381,17 €	381,17 €	381,17 €	0,00 €	0,00 €	381,17 €
Bertha Sloan	58,16 €	58,16 €	58,16 €	58,16 €	0,00 €	0,00 €	58,16 €
Beverly Burt	82,43 €	82,43 €	82,43 €	82,43 €	0,00 €	0,00 €	82,43 €
Blake Strickland	298,12 €	149,06 €	164,32 €	133,80 €	15,26 €	232,87 €	149,06 €
Blaze Daniel	535,51 €	267,76 €	414,36 €	121,15 €	146,61 €	21.493,03 €	267,76 €
Blaze Duke	799,24 €	399,62 €	418,45 €	380,79 €	18,83 €	354,57 €	399,62 €
Brennan Wynn	6.615,85 €	264,63 €	483,96 €	15,90 €	137,37 €	18.870,33 €	293,49 €
Brent Bates	451,66 €	451,66 €	451,66 €	451,66 €	0,00 €	0,00 €	451,66 €
Brett Kirby	650,36 €	325,18 €	363,51 €	286,85 €	38,33 €	1.469,19 €	325,18 €
Brock Doyle	28,95 €	28,95 €	28,95 €	28,95 €	0,00 €	0,00 €	28,95 €
Brody Goodwin	478,54 €	478,54 €	478,54 €	478,54 €	0,00 €	0,00 €	478,54 €
Brody Talley	458,66 €	458,66 €	458,66 €	458,66 €	0,00 €	0,00 €	458,66 €
Brooke Jensen	271,27 €	271,27 €	271,27 €	271,27 €	0,00 €	0,00 €	271,27 €
Burke Graham	829,15 €	414,58 €	478,87 €	350,28 €	64,30 €	4.133,85 €	414,58 €
Camden Carpenter	391,38 €	391,38 €	391,38 €	391,38 €	0,00 €	0,00 €	391,38 €
Camilla Roach	890,96 €	445,48 €	463,00 €	427,96 €	17,52 €	306,95 €	445,48 €
Camilla Zimmerman	424,18 €	424,18 €	424,18 €	424,18 €	0,00 €	0,00 €	424,18 €
Carly Mathews	423,16 €	211,58 €	248,61 €	174,55 €	37,03 €	1.371,22 €	211,58 €
Total	150.703,75 €	256,74 €	499,23 €	15,05 €	144,01 €	20.739,19 €	257,44 €

Filtros

Buscar

Filtros de esta página

name_surname es (todos)

Tipo de filtro

Filtrado básico

Seleccionar todo

Abra Doyle 1

Acton Gallegos 1

Aiko Chaney 1

Ainsley Herrera 1

Alan Vazquez 1

Alika Kinnev 1

Requerir selección única

Agregar campos de datos ...

Filtros de todas las páginas

Agregar campos de datos ...

Página 2

Visualizaciones

Compilar visual

Bar chart

Line chart

Area chart

Stacked bar chart

Grouped bar chart

Table

Map

Calendar

Form

Report

Dashboard

Other

Columnas

Usuari/ària

Suma de amount

Promedio de amount

Máx. de amount

Mín. de amount

Desviación estándar d...

Varianza de amount

Mediana de amount

Obtener detalles

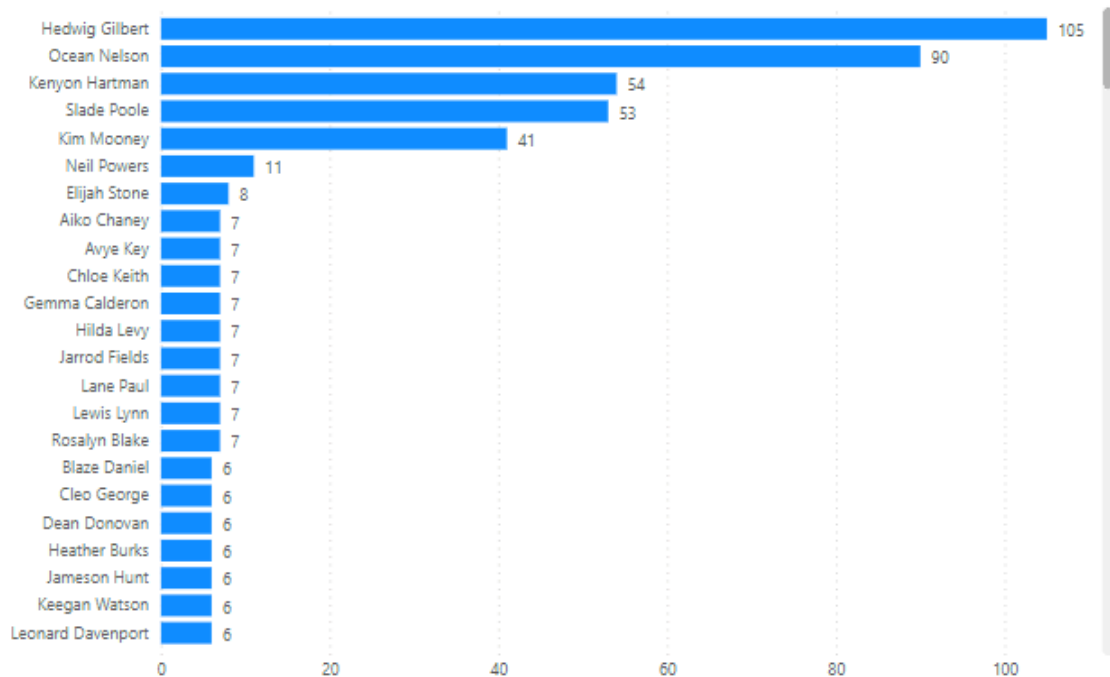
Entre varios informes

Mantener todos los

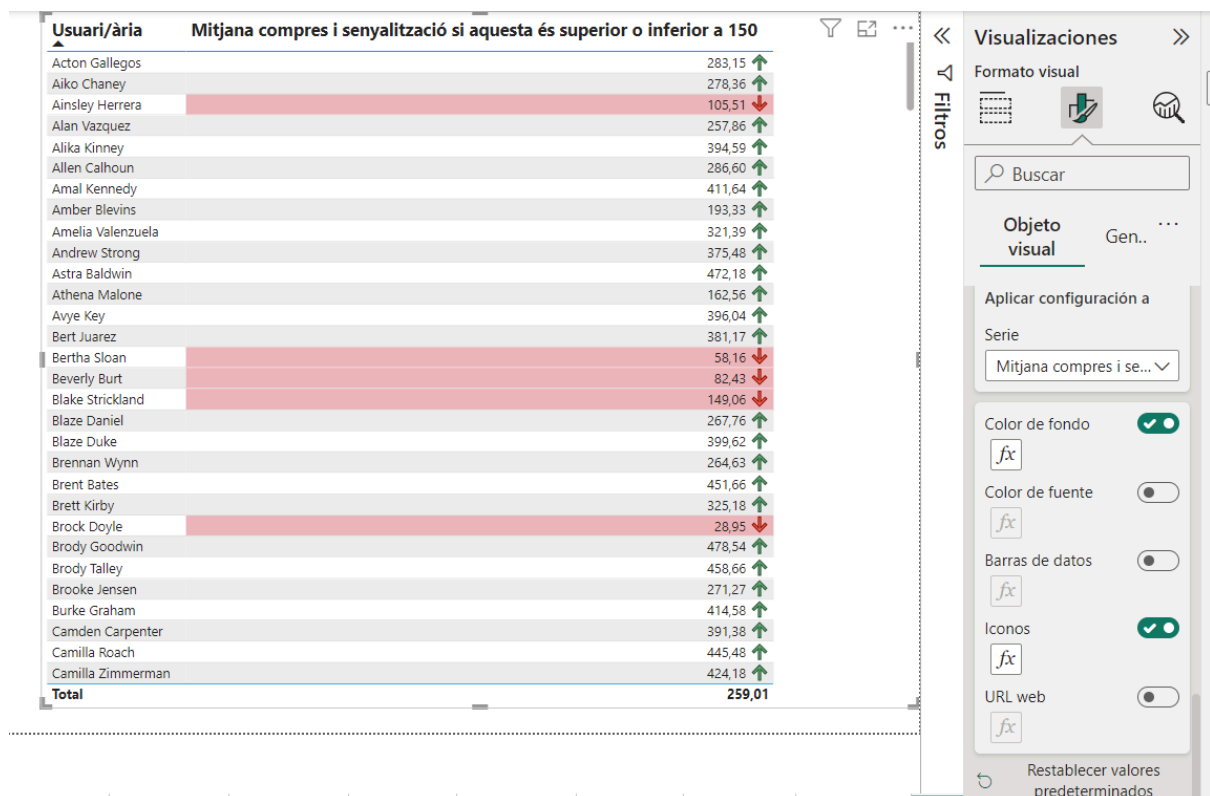
En referència a la quantitat de productes comprats per cada usuari/ària, utilitzem un gràfic de barres apilades amb “name_surname” a l’eix Y i un recompte de “product_id”.

L'usuari que ha comprat més quantitat de productes és Hedwig Gilbert.

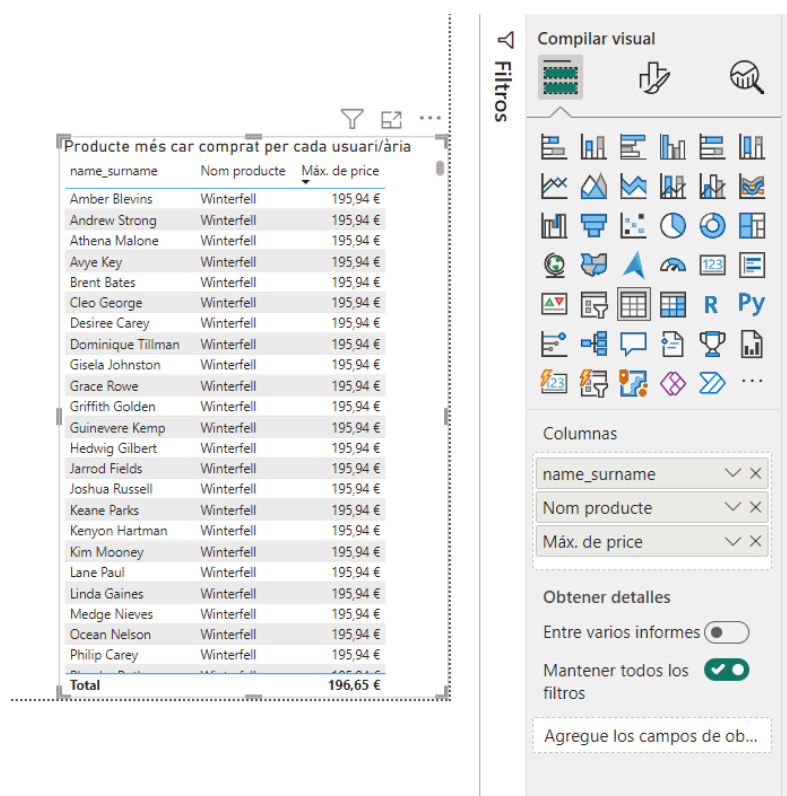
Quantitat de productes comprats per cada usuari/ària



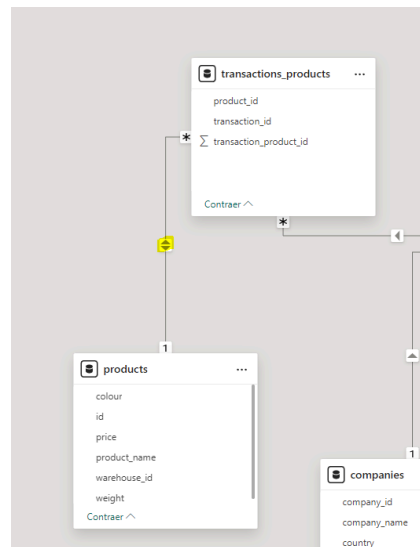
Pel que fa a la mitjana de vendes realitzades per usuaris/àries, i si aquesta mitjana de vendes és superior a no a 150, hem tornat a utilitzar una taula amb la columna `name_surname` de la taula `users` i la mesura creada prèviament `Avg_transactions_€`. Després hem aplicat un format condicional que canvia el color de fons a vermell i l'icona en funció de si la mitjana és superior o inferior a 150. Com es pot observar en la visualització els usuaris estan ordenats per nom de manera ascendent i la primera usuària amb una mitjana inferior a 150 és Ainsley Herrera.



A continuació, fem una visualització per comptabilitzar el preu del producte més car consumit per cada usuari/ària. Triem una taula amb les columnes “name_surname”, “product_name” i “price” al qual hem seleccionat que ens mostri el màxim.

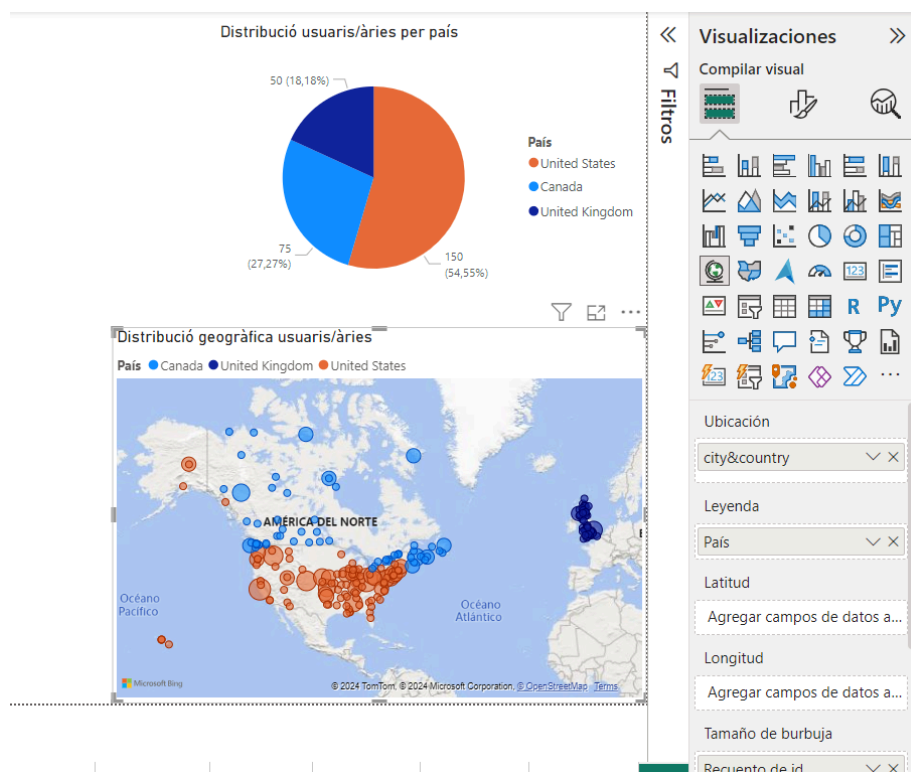


Per fer el gràfic prèviament he modificat el filtratge del model relacional en ambdues direccions.



En tenir ordenada la taula per la columna de preu, veiem com el producte més car és el Winterfell i el seu preu és de 195,94€.

Per acabar, mostrem la distribució geogràfica dels usuaris/es mitjançant dues visualitzacions.



El gràfic circular ens mostra com es distribueixen els usuaris per país. A valors hem utilitzat el recompte de l'id de users. Així doncs veiem com el 54,55% són de USA, el 27,27% de Canadà i el 18,18% restant de Regne Unit.

I el mapa, d'altra banda, ens facilita informació sobre la distribució geogràfica dels usuaris i les usuàries per ciutat. El tamany de la bombolla va en relació a la quantitat d'usuaris. Per configurar aquest mapa, prèviament hem creat una nova columna anomenada "city&country" que concatena la ciutat i el país, i així ens ubica correctament, ja que si utilitzàvem només la ciutat la localitzava en país que no era . A la llegenda utilitzem "country" per diferenciar per color el país i el tamany de la bombolla conté un recompte de l'id de users.