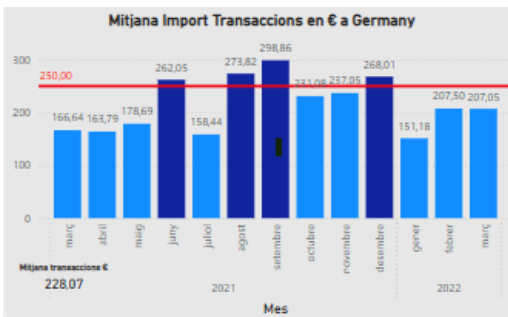


## SPRINT 5. Situació a Alemanya



Mantenim els mínims de visualització per a utilitzar-la a altres països. També posem tots els mesos disponibles al gràfic.

Podem veure que 4 dels mesos l'objectiu dels 250€ com a mitjana mensual es supera 4 mesos (juny, agost, setembre i desembre).

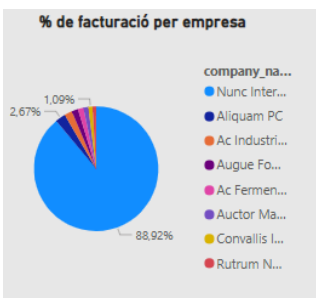
Són objectius quantitius molt poc útils ja que s'estableixen de forma homogènia quan la realitat de les dades es heterogènia.

Proposaríem objectius establerts per a cada més entenent el flux de compres de manera individual i estacional i tenint en compte que la mitjana de transacció a Alemanya es de 228,07€.

Creiem necessari fer un anàlisi molt més qualitatiu de la situació i realitat a Alemanya i per tant ampliem l'estudi en varis punts

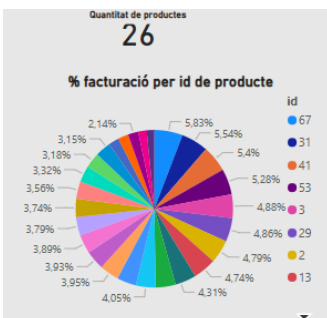
product_id	Recompte de company_id
1	2
2	1
3	2
5	2
7	3
11	2
13	3
17	4
19	1
23	2
29	3
31	1
<b>Total</b>	<b>8</b>

Hem fet una matriu que permet detectar si hi ha més d'una empresa a Alemanya que vengui el mateix article, i així és. Del total de 26 articles que es venen d'Alemanya, n'hi ha 13 que els subministren 2 o més empreses diferents.



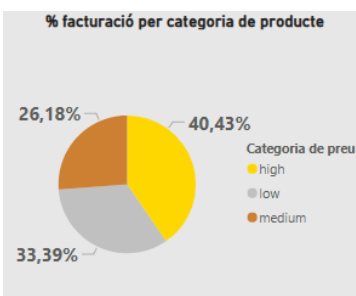
Mitjançant al següent visualització apreciem que hi ha 8 empreses a Alemanya que venen productes que son al nostre port foli de productes.

D'altra banda podem veure com el 93,97% de la facturació d'Alemanya ve d'una mateixa empresa amb **id b-2302** i nom **Nunc Interdum Incorporated**. Aquesta té transaccions per un import de 25.266,56€. El pes de les altres empreses inferior al 1,5% la que més pes té.



Quan ens posem a analitzar els articles per mirar de fer una categorització o segmentació ens adonem que és molt complicat ja que els noms dels articles son una combinació de personatges i escenaris de Game of Thrones i de Star Wars, per tant no podem per una categorització per tipus de producte, especificacions o característiques.

Pel que fa al pes que té la facturació de cada producte podem veure que està molt atomitzat. L'article amb una participació més alta es el **id = 67** amb una participació del 6,27%.



Amb l'objectiu de fer la categorització analitzem la taula de **products** i concloem fer una categorització per preus. Els articles tenen un rang de preus que van dels 2,12\$ als 196,65\$. Fem 3 trams amb un pes del 33,33% cadascun del diferencial de preu. Decidim crear 3 categories de producte per preu que són:

-Low → Preu entre 2,12\$ i 66,66\$

-Medium → Preu entre 66,67\$ i 133,32\$

-High → Preu entre 133,33\$ i 196,65\$

Quan analitzem la facturació per categoria de producte podem veure que en conjunt el 40,01% corresponen a preu High, el 33,91% corresponen a preu Medium i el

26,08% a preu Low. Si analitzem el % d'articles comprats per categoria de producte, els % són molt, molt similars, això ens permet veure la baixa sensibilitat als preus que tenen els articles d'Alemanya.