**Caso de Negocio: Análisis Avanzado de Productos y Segmentación de Precios en Empresa de Comercio Electrónico**

En un entorno de comercio electrónico altamente competitivo, comprender el comportamiento de compra de los consumidores y optimizar la oferta de productos es esencial para mantenerse a la vanguardia. Las empresas deben adaptarse rápidamente a las tendencias y expectativas de los clientes, aprovechando herramientas de analítica e inteligencia artificial (IA) para tomar decisiones informadas que impulsen la satisfacción del cliente y aumenten la rentabilidad.

**Contexto y Desafío** La Empresa XYZ, un líder en comercio electrónico que ofrece una amplia variedad de productos de diferentes categorías, se enfrenta al reto de maximizar sus ventas y mejorar la experiencia de compra. A pesar de contar con datos sobre ventas, precios, calificaciones y comentarios de los productos, la compañía carece de un sistema integral que permita analizar estos datos de manera eficaz para identificar patrones de consumo y segmentar el mercado.

Las preguntas clave incluyen:

* ¿Qué productos se venden más rápidamente y por qué?
* ¿A qué segmento de precios pertenecen los productos más populares?
* ¿Qué impacto tienen las calificaciones de los productos y de los vendedores en las decisiones de compra?
* ¿Son los comentarios de los clientes positivos o negativos y cómo influyen en la percepción del producto?