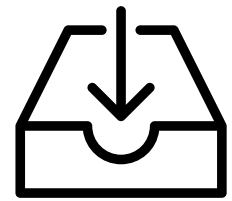


ANÁLISIS EXPLOTARIO

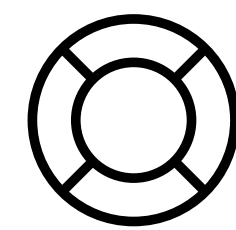
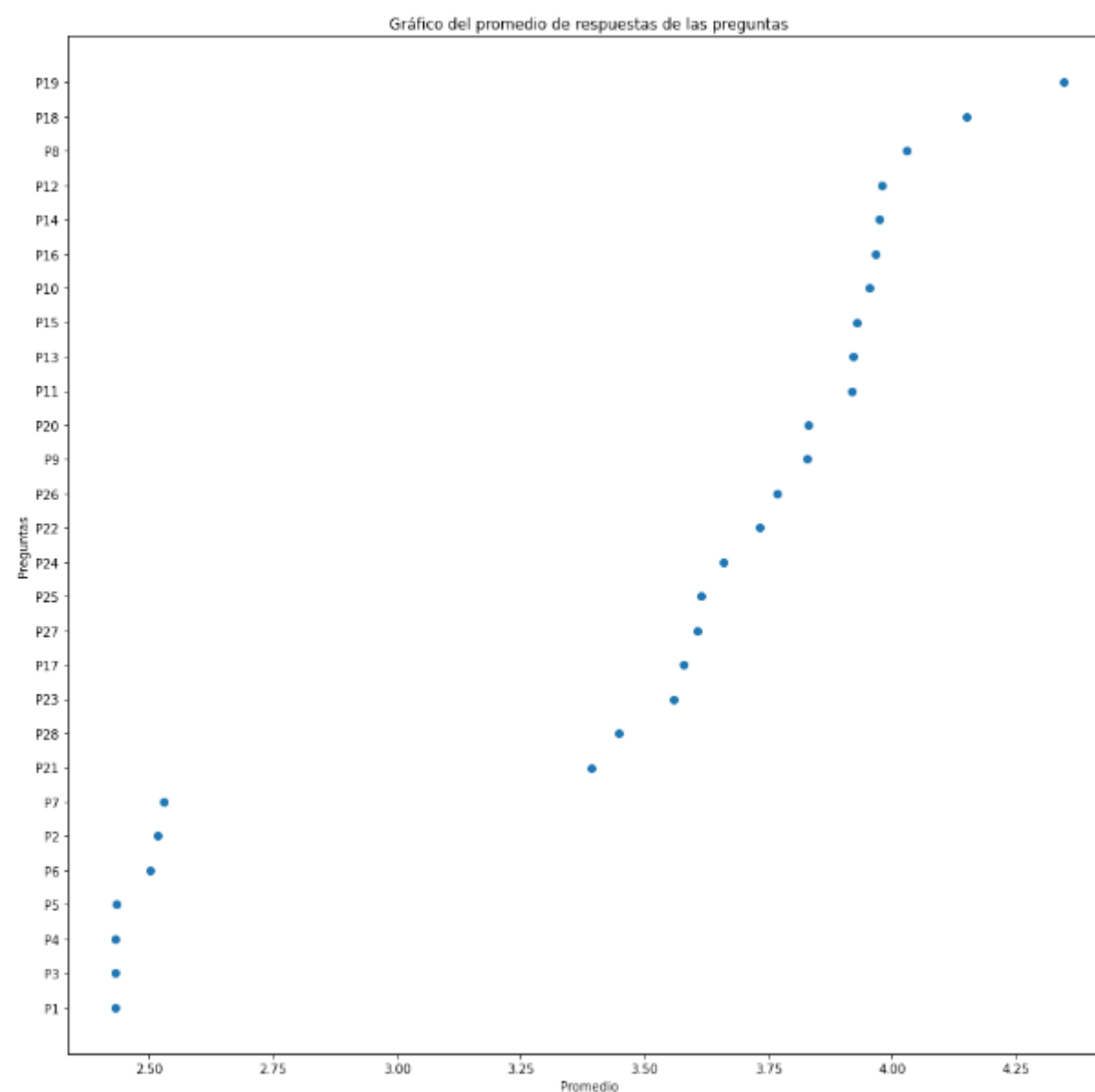
CONTEXTO: SE ANALIZA RESPUESTAS DE CLIENTES CON ESCALA 1 A 5



Carga y limpieza

Limpieza de Datos

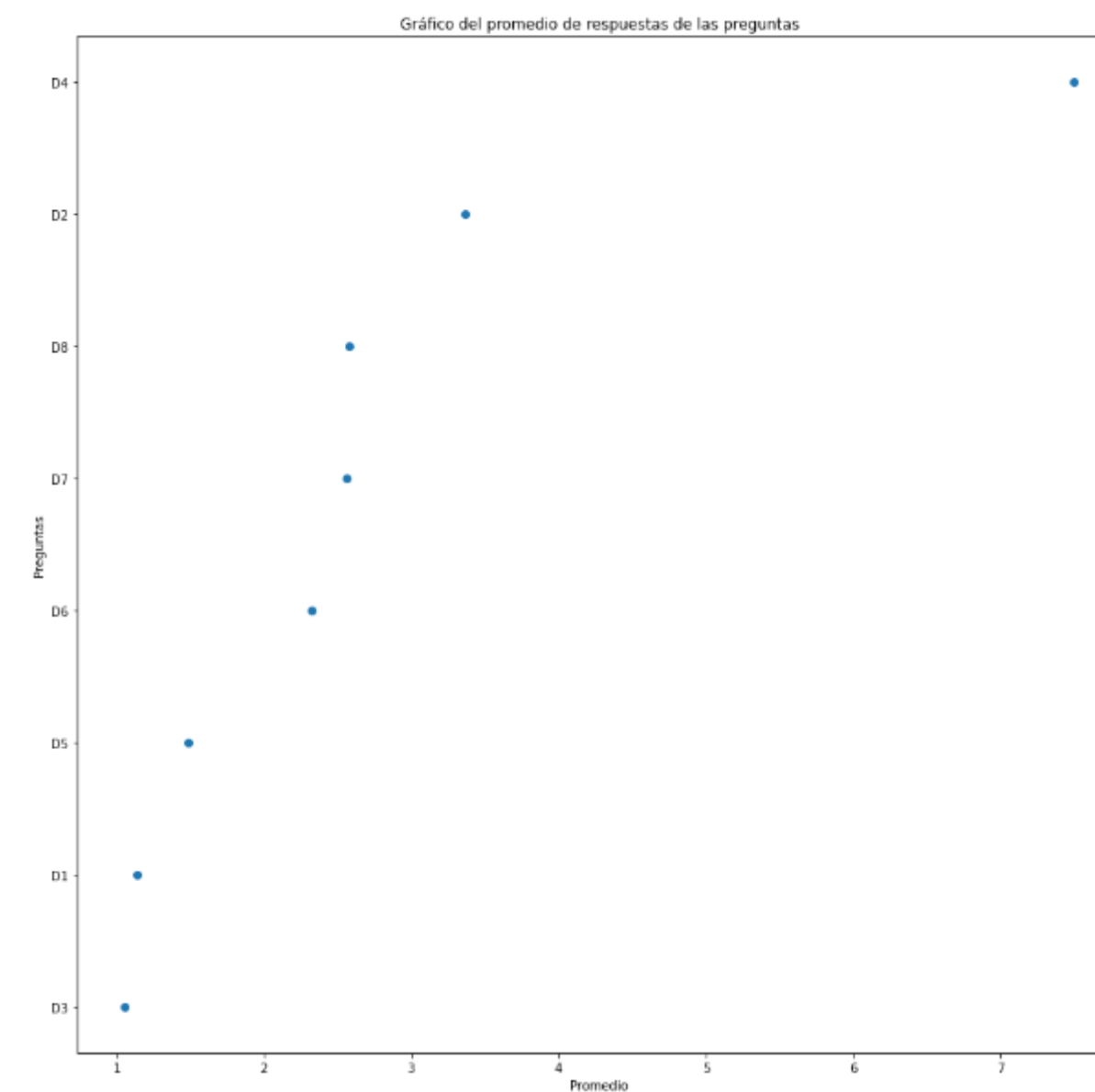
Se observan y ordenan los datos,
para concluir que existen campos
vacíos y datos no relacionados con
la escala: Se elimina 161 columnas



Estandarización

Normalizar

Se normalizan datos dejándolos en una naturaleza numérica generando indicadores estadísticos simples.

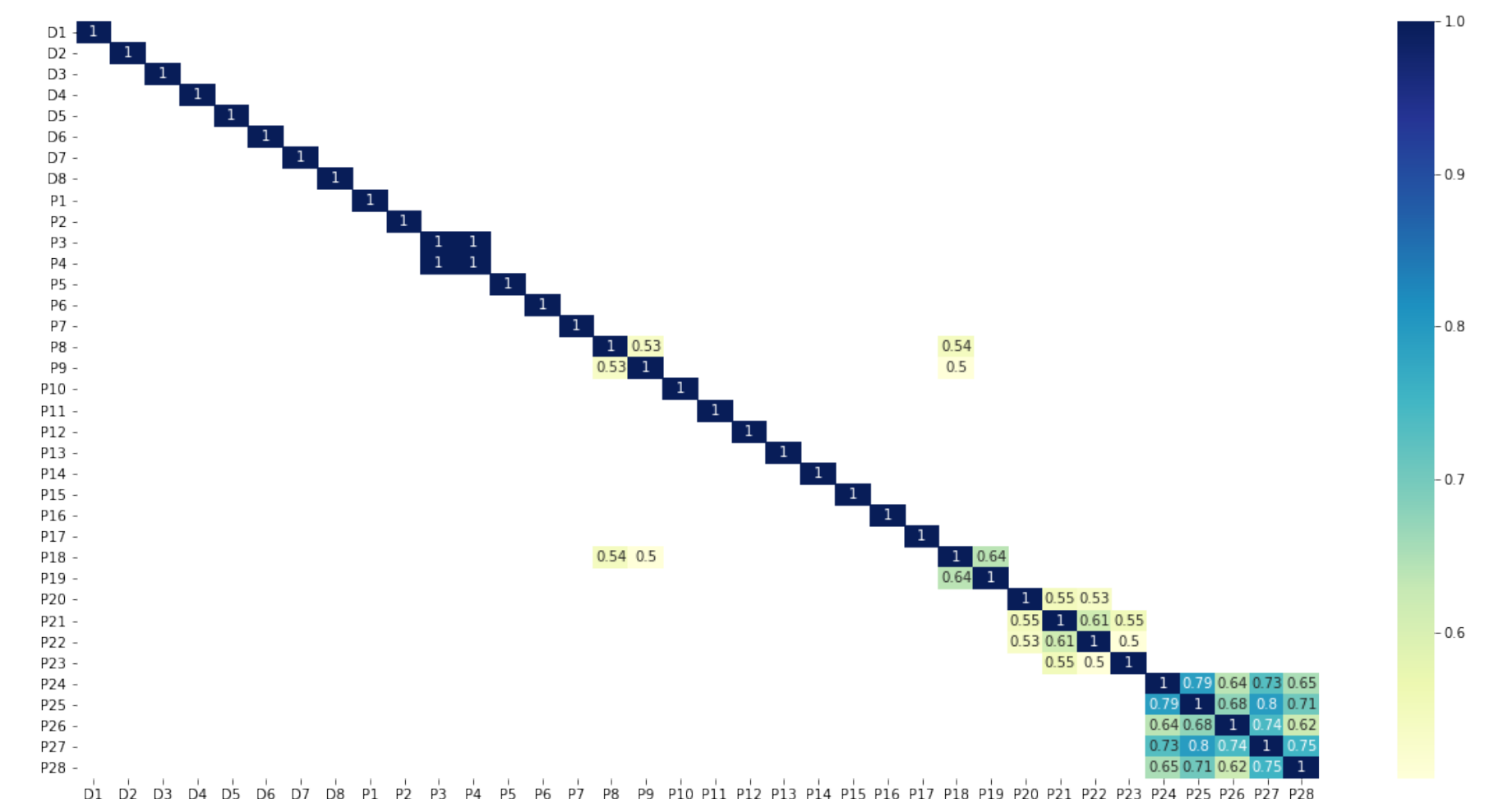


Qué dicen los indicadores directos

Segmentación de clientes

Los indicadores apuntan de manera rápida a:

1. Bajo desempeño de las tiendas
2. Buena recomendación y satisfacción en evaluación
3. Se observa una correlación positiva en 4-5 grupos de preguntas. Tendencia a grupo de clientes



ANÁLISIS EXPLOTARIO

CONTEXTO: SE ANALIZA RESPUESTAS DE CLIENTES CON ESCALA 1 A 5

PROCEDIMIENTO:

- 1. Para ambos casos se realizan regresiones lineales con todas las variables sin discriminar. Al observar los resultados se eliminan las variables, dejando las que son significativamente estadísticas con un 97,5%.
- 2. Exclusivamente no se elimina la variable edad, pese a no ser significativa en la primera iteración
- 3. Al iterar nuevamente, se obtienen resultados adjuntos en donde se destacan las preguntas D2, D7, P8, P17, P20, P22, P23 y P26. Cabe señalar que gracias al beta edad, se puede deducir que la población objetivo a menor edad, mejor satisfacción y recomendación tendrá a la tienda.

BONUS

- 1. Adicionalmente se realizo un análisis factorial de las respuestas, las que permitieron obtener resultados atractivos en la clasificación del cliente, permitiendo segmentarlo y poder realizar interacciones directas en distintos *cluster*. Estos grupos responden a
 - Grupo 1: “Felices con el call center y postventa”
 - Grupo 2: “Coherencia, Pulcro y Orden dentro de la tienda”
 - Grupo 3:”Ubicación y disponibilidad de los productos en tienda”
 - Grupo 4:”TiendaLovers”.

MODELOS DE REGRESIONES LINEALES: Para ambos casos el aporte de beta edad en las regresiones es negativo, -0,031 y -0,0302 respectivamente

Satisfacción	Recomendación
D2 Edad	D2 Edad
D7 Frecuencia de compra	D7 Frecuencia de compra
P08 Ubicación productos es buena	P08 Ubicación productos es buena
P09 Disponibilidad de productos es buena	P17 Disponibilidad de cajas para pago es buena
P17 Disponibilidad de cajas para pago es buena	P20 Todas nuestras tiendas cuentan con un mismo orden y limpieza
P20 Todas nuestras tiendas cuentan con un mismo orden y limpieza	P22 La experiencia brindada por nuestras distintas sucursales, son similares
P21 Todas nuestras tiendas cuentan con la misma variedad de productos	P23 Los productos transmitidos en publicidad la tienda, se encuentran disponibles en tiendas
P22 La experiencia brindada por nuestras distintas sucursales, son similares	P26 Amabilidad ejecutivas call center
P23 Los productos transmitidos en publicidad la tienda, se encuentran disponibles en tiendas	
P26 Amabilidad ejecutivas call center	

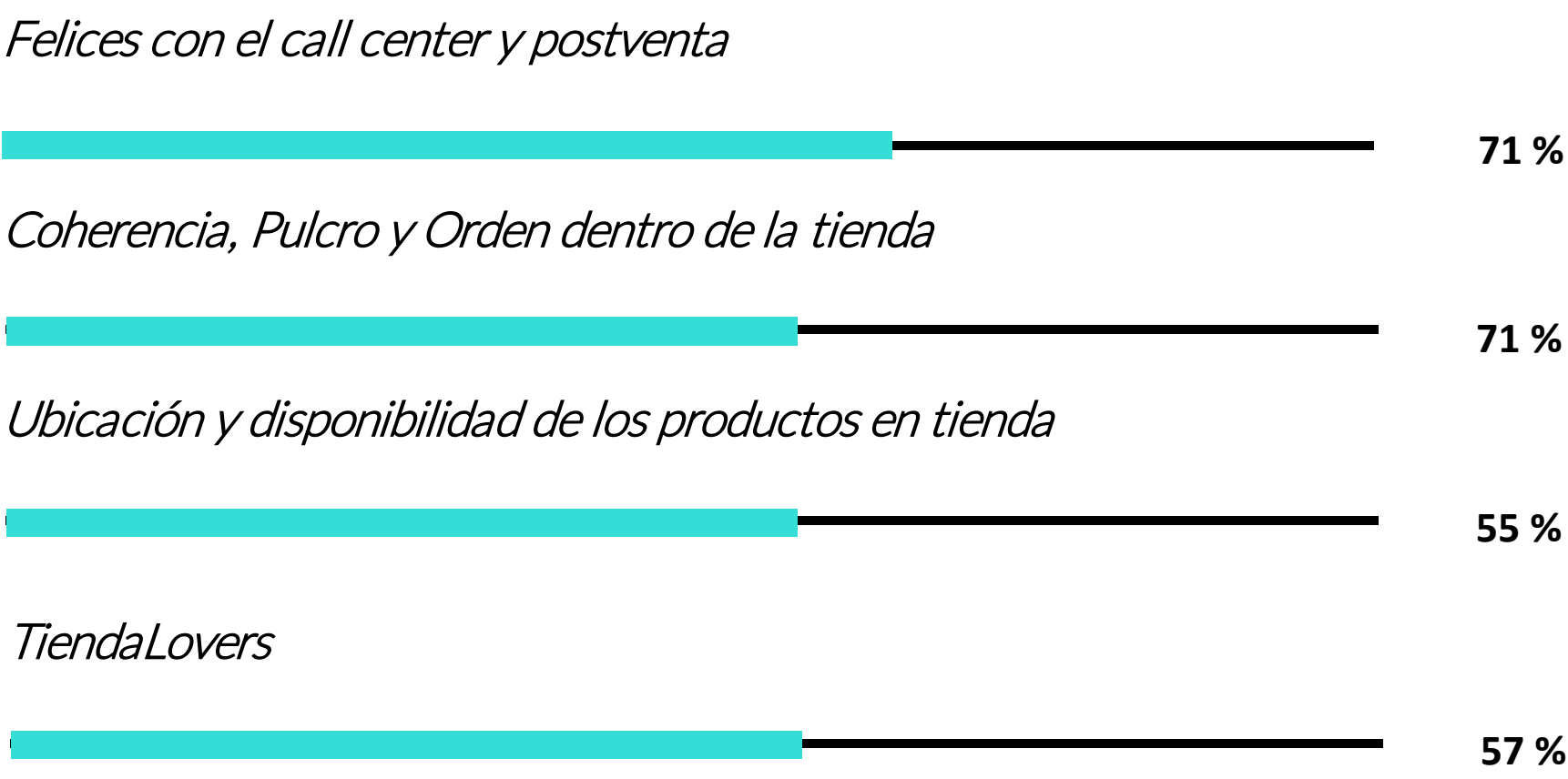
OPORTUNIDADES DE CRECIMIENTO

CONTEXTO: SE ANALIZA RESPUESTAS DE CLIENTES CON ESCALA 1 A 5



RECOMENDACIONES

- 1. Se observa una segmentación clara de clientes, proporcionando 4 grupos, recomendando campañas de marketing directo.
- 2. Gracias a las regresiones, se concluye que la edad y la frecuencia de compra impacta negativamente a la satisfacción y la recomendación. Es decir que los clientes de mayor edad y fidelizados son de gran ayuda en el éxito de esta empresa. Lo que se recomendaría hacer campaña de fidelización constante. De la misma forma debería realizarse un foco para cautivar a los de poca frecuencia.
- 3. Se recomienda estudiar la calidad del producto y profundizar en el servicio de postventa. Pese a ser rápido puede estar fallando el producto que está retornando.



Otro Modelo a proponer:

Se podría generar una escala binaria de satisfechos/recomendados con corte por promedio y confeccionar un regresión logarítmica.