



DICIEMBRE 2024

Análisis del Comportamiento de Compra en Supermercados

Validación de Hipótesis y Estrategias de Marketing

STEIN NAHUEL

EN EL ÁMBITO DEL ANÁLISIS DE DATOS Y LA PREDICCIÓN DE COSTOS EN CAMPAÑAS DE MARKETING, ES CRUCIAL ENTENDER LOS PATRONES DE CONSUMO Y LAS PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES.



→ DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

OBTENER INSIGHTS VALIOSOS QUE PUEDAN GUIAR ESTRATEGIAS DE MARKETING MÁS EFECTIVAS Y PERSONALIZADAS A TRAVÉS DEL ANÁLISIS DE UN CONJUNTO DE DATOS DE UNA CADENA DE SUPERMERCADOS EN EE. UU., MÉXICO Y CANADÁ.



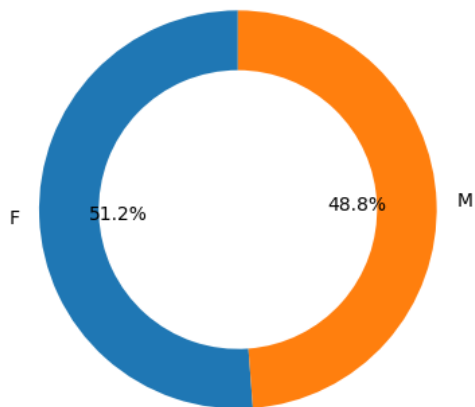
VALIDAR LAS HIPÓTESIS
PLANTEADAS UTILIZANDO EL
CONJUNTO DE DATOS

INSIGHTS VALIOSOS PARA
GUIAR ESTRATEGIAS DE
MARKETING.

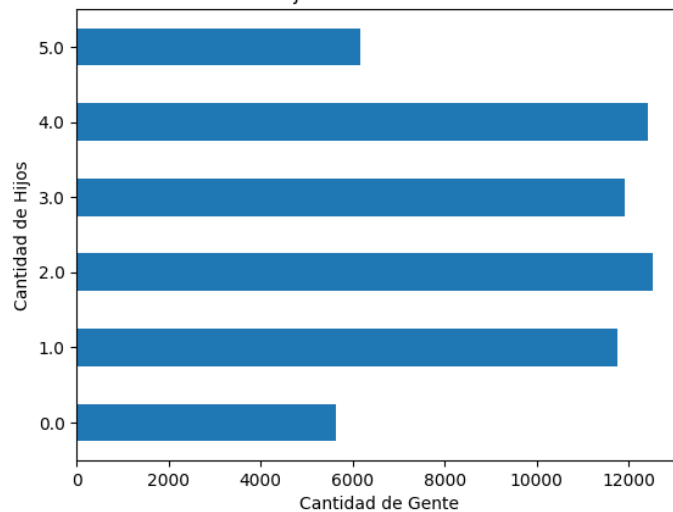


→ ANÁLISIS PREVIO AL PLANTEO DE HIPOTESIS

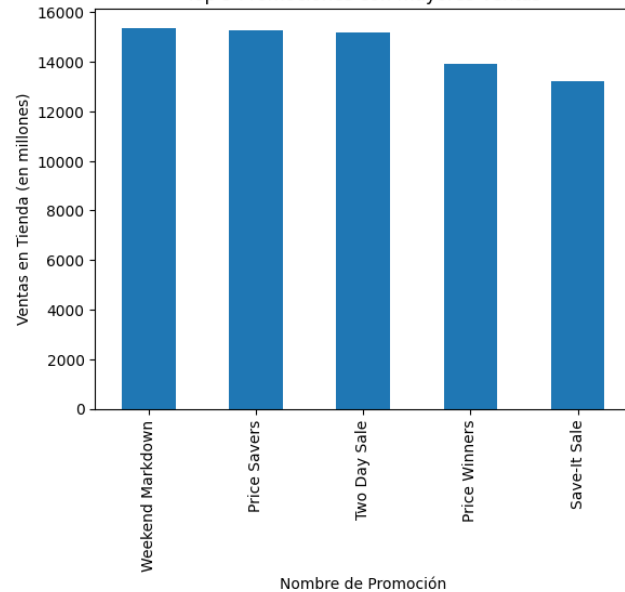
Distribución de Clientes por Género



Cuantos hijos tienen nuestros clientes



Top 5 Promociones con mayores Ventas

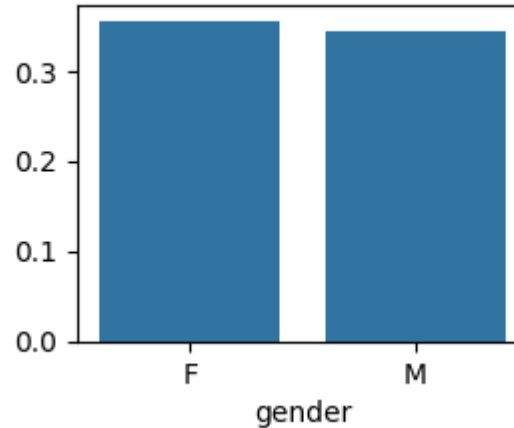


→ HIPOTESIS 1

A mayor cantidad de hijos, se compran productos de mayores unidades por caja.

RESULTADOS: Relación entre cantidad de hijos y unidades por caja.

Proporción de productos bajos en grasa por género



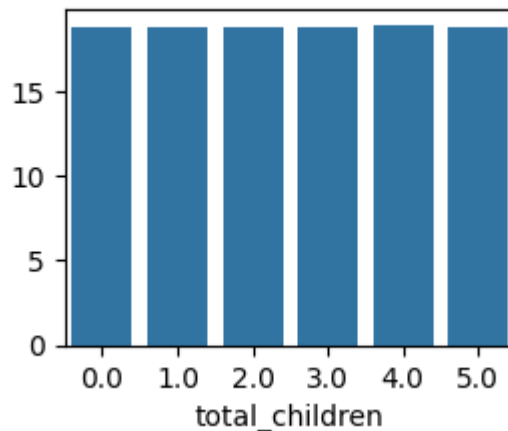
CONCLUSIÓN: Las mujeres tienden a consumir una mayor proporción de productos bajos en grasa.

→ HIPOTESIS 2

Las personas de género femenino consumen una mayor proporción de productos bajos en grasa en comparación con las personas de género masculino.

RESULTADOS: Proporción de productos bajos en grasa por género.

Relación entre cantidad de hijos y unidades por caja



CONCLUSIÓN: No se observa una relación significativa entre la cantidad de hijos y las unidades por caja.

→ HIPOTESIS 3

Los propietarios de viviendas están más inclinados a comprar en tiendas que tienen vivero en comparación con los inquilinos.

RESULTADOS: Preferencia de tiendas con vivero por propietarios vs inquilinos.

Preferencia de tiendas con vivero por propietarios vs inquilinos



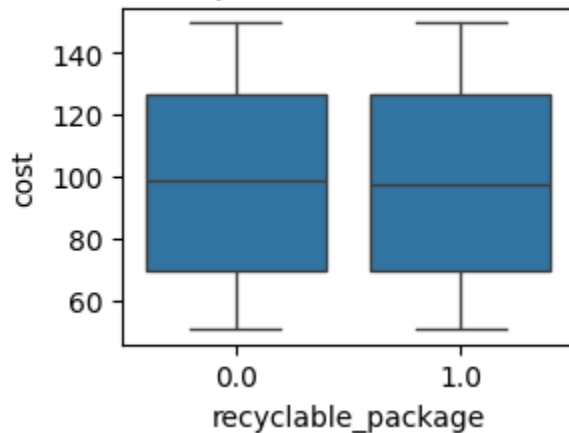
CONCLUSIÓN: No existe diferencia significativa.

→ HIPOTESIS 4

Los productos con empaques reciclables tienen un costo promocional diferente al de los productos no reciclables.

RESULTADOS: Costo promocional de productos reciclables vs no reciclables.

Costo promocional de productos reciclables vs no reciclables



CONCLUSIÓN: Los productos reciclables tienen un costo promocional ligeramente menor.

→ CONCLUSIONES GENERALES

A partir del análisis de las hipótesis planteadas, se pueden extraer las siguientes conclusiones:

Hipótesis 1: El análisis muestra que las personas de género femenino consumen una proporción ligeramente mayor de productos bajos en grasa (35.6%) en comparación con las personas de género masculino (34.5%). Aunque la diferencia es pequeña, sugiere que las campañas de marketing que promueven productos bajos en grasa podrían ser ligeramente más efectivas si se dirigen específicamente a mujeres.

Hipótesis 2: Los resultados no muestran una tendencia clara de aumento en las unidades por caja con el incremento en la cantidad de hijos. Las unidades por caja fluctúan ligeramente sin un patrón ascendente o descendente definido. Por lo tanto, no se puede concluir que la cantidad de hijos influya significativamente en la decisión de comprar productos en mayores cantidades por caja.

Hipótesis 3: Los propietarios de viviendas muestran una preferencia ligeramente mayor por comprar en tiendas que tienen vivero (56.3%) en comparación con los inquilinos (56.2%). Aunque la diferencia es mínima, podría indicar una ligera inclinación de los propietarios hacia tiendas con vivero, posiblemente debido a que tienen más espacio para plantas y jardines.

Hipótesis 4: Los productos con empaques reciclables tienen un costo promocional ligeramente menor (99.22) en comparación con los productos no reciclables (99.32). Aunque la diferencia es pequeña, sugiere que los productos reciclables no necesariamente implican un costo promocional más alto. Las campañas que promueven la sostenibilidad y el uso de empaques reciclables podrían no requerir un costo promocional significativamente diferente al de los productos no reciclables.

ANÁLISIS DETALLADO:

https://github.com/Apolo073/DataScience-Entrega1/blob/main/Comportamiento_Compra%2BStein.ipynb



SE CONTINUARÁ REALIZANDO ANÁLISIS AL RESPECTO.
MUCHAS GRACIAS