

UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES

FACULTAD DE INGENIERÍA

**75.06 Organización de Datos Trabajo Práctico 1**

**Segundo Cuatrimestre de 2018**

Grupo 36

|  |  |
| --- | --- |
| Franchi, Eugenia | 100855 |
| Sanjines, Aaron | 99176 |
| Zugna, Federico | 95758 |
| Delgadillo, Cesar | 89835 |

**Link de GitHub:**

# Índice

# Introducción

Este informe se encarga de analizar los datos sobre un conjunto de eventos de web analytics de usuarios que visitaron [www.trocafone.com](http://www.trocafone.com), su plataforma de ecommerce de Brasil. Trocafone es un side to side Marketplace para la compra y venta de dispositivos electrónicos que se encuentra actualmente operando en Brasil y Argentina.

La empresa realiza distintas actividades que van desde la implementación de plataformas de trade-in (conocidos en la Argentina como Plan Canje), logística directa y reversa, reparación y recertificación de dispositivos (refurbishing) y venta de productos recertificados por múltiples canales (ecommerce, marketplace y tiendas físicas).Amablemente se nos proporcionó acceso a los datos, en unos archivos .CSV, en los cuales se encontraba la siguiente información:

* **timestamp:** Fecha y hora cuando ocurrió el evento. (considerar BRT/ART).
* **event:** Tipo de evento
* **person:** Identificador de cliente que realizó el evento.
* **url:** Url visitada por el usuario.
* **sku:** Identificador de producto relacionado al evento.
* **model:** Nombre descriptivo del producto incluyendo marca y modelo.
* **condition:** Condición de venta del producto
* **storage:** Cantidad de almacenamiento del producto.
* **color:** Color del producto
* **skus:** Identificadores de productos visualizados en el evento.
* **search\_term:** Términos de búsqueda utilizados en el evento.
* **staticpage:** Identificador de página estática visitada
* **campaign\_source:** Origen de campaña, si el tráfico se originó de una campaña de marketing
* **search\_engine:** Motor de búsqueda desde donde se originó el evento, si aplica.
* **channel:** Tipo de canal desde donde se originó el evento.
* **new\_vs\_returning:** Indicador de si el evento fue generado por un usuario nuevo (New) o por un usuario que previamente había visitado el sitio (Returning) según el motor de analytics.
* **city:** Ciudad desde donde se originó el evento
* **region:** Región desde donde se originó el evento.
* **country:** País desde donde se originó el evento.
* **device\_type:** Tipo de dispositivo desde donde se genero el evento.
* **screen\_resolution:** Resolución de pantalla que se está utilizando en el dispositivo desde donde se genero el evento.
* **operating\_system\_version:** Version de sistema operativo desde donde se origino el evento.
* **browser\_version:** Versión del browser utilizado en el evento

Por otro lado, los siguientes tipos de eventos se encuentran disponibles (en el campo event) sobre los cuales se brinda una breve descripción:

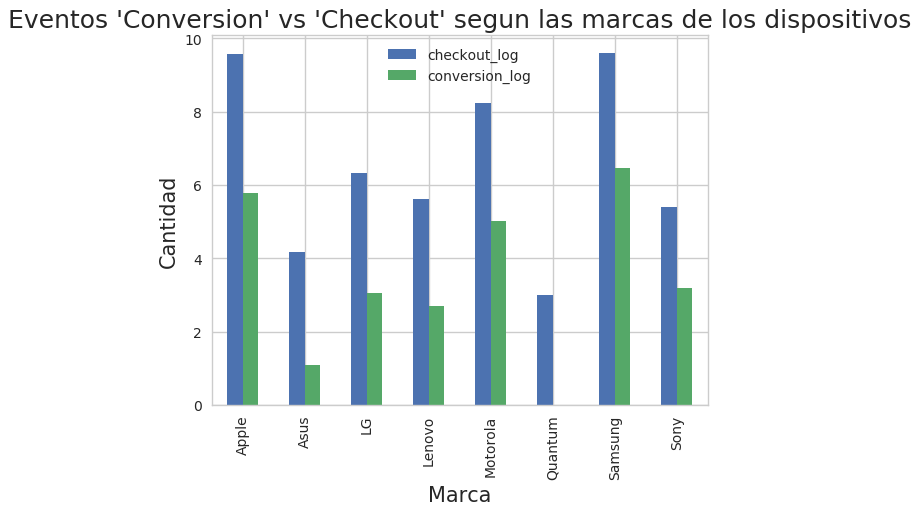
* **“viewed product”:** El usuario visita una página de producto.
* **“brand listing”:** El usuario visita un listado específico de una marca viendo un conjunto de productos.
* **“visited site”:** El usuario ingresa al sitio a una determinada url.
* **“ad campaign hit”:** El usuario ingresa al sitio mediante una campana de marketing online.
* **“generic listing”:** El usuario visita la homepage.
* **“searched products”:** El usuario realiza una búsqueda de productos en la interfaz de búsqueda del site.
* **“search engine hit”:** El usuario ingresa al sitio mediante un motor de búsqueda web.
* **“checkout”:** El usuario ingresa al checkout de compra de un producto.
* **“staticpage”:** El usuario visita una página
* **“conversion”:** El usuario realiza una conversión, comprando un producto.
* **“lead”:** El usuario se registra para recibir una notificación de disponibilidad de stock, para un producto que no se encontraba disponible en ese momento.

# Comparación por marca

Para comenzar, primero vamos a realizar un análisis comparando por la marca de cada celular, teniendo en cuenta que tanto el Iphone como el Ipad son productos correspondientes a la marca Apple.

## Eventos según marcas

Lo primero que se realiza es la construcción de una tabla para poder visualizar los eventos “checkout” y “conversión” según las marcas de los dispositivos.

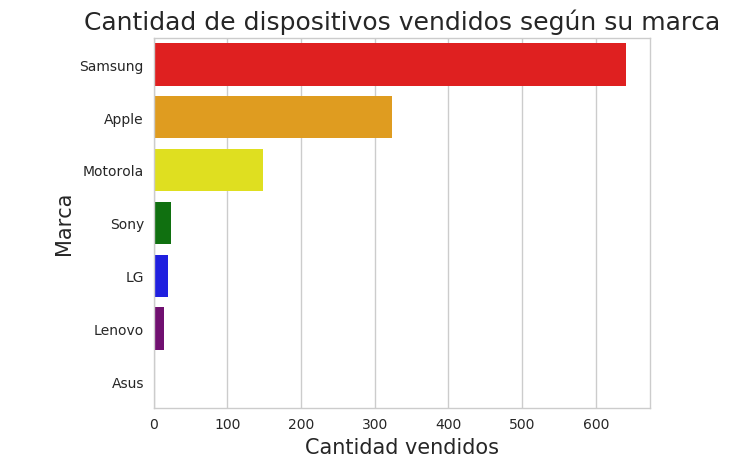


*Figura 2.1 Eventos según las marcas*

Como se puede observar en el gráfico, el usuario realiza muchos más checkouts que conversiones. Las dos marcas que lideran esta tabla son las dos marcas líderes del mercado como Apple y Samsung seguidos de cerca por Motorola.

## Cantidad de dispositivos vendidos según la marca

Ahora veremos la cantidad de dispositivos vendidos según la marca de cada uno.



*Figura 2.2 Cantidad de dispositivos vendidos según marca*}

Se observa en el gráfico que los dispositivos de marca Samsung son los más vendidos junto con los Apple y los Motorola, habiendo mucha diferencia con el siguiente que es Sony. La amplia diferencia que hay entre Samsung y Apple puede ser por la alta cantidad de modelos de celulares activos que tiene en el mercado.

## Dispositivos Samsung más vendidos

## Dispositivos Apple más vendidos

## Dispositivos Motorola más vendidos

## Conclusión

## Comparacion por fecha

## Cantidad de Actividad por combinacion de Mes y Día

## Cantidad de Compras por combinacion de Mes y Día

## Cantidad de Checkout por combinacion de Mes y Día

## Conclusión

## Comparación por ubicación

## Cantidad de ingresos por país

## Cantidad de eventos por Region de Brazil

## Conclusión

## Comparación por ad campaign

## Cantidad de ingresos a compra por Ad de Google

## Cantidad de Ingresos a Venta por Ad de Google

## Conclusión

## Clasifucación de celulares por apariencia

## Cantidad Vendida Color Preto

## Cantidad de Ventas con respecto a la condición del producto

## Ventas de los mayores vendedores según condiciones más populares

## Conclusión

## Datos por sku

## Conclusión

## URL

## Conclusión

## Condicion Final

# Conclusión Final