****

**U.B.A. FACULTAD DE INGENIERÍA**

**Organización de Datos 75.06/95.58**

**TRABAJO PRÁCTICO N°1**

***Análisis exploratorio caso: Trocofone***

**Grupo 23**

#### **Curso 2018 - 2do Cuatrimestre**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **APELLIDO, Nombres** | **N° PADRÓN** | **Dirección de Mail** |
| Jorge Anca | 82399 | Ancajorgel@yaho.com.ar |
| FEDERICO ELIAS |  |  |
| MARIA SOLEDAD ESCOBAR BENITEZ, |  |  |
| IGNACIO PEDRO KOMARNICKI, |  |  |

Índice

[Objetivo 3](#_Toc525314742)

[Referencia a los datos 3](#_Toc525314743)

[Modelo de Dominio 4](#_Toc525314744)

[Análisis 5](#_Toc525314745)

[Conclusiones 5](#_Toc525314746)

# Objetivo

El objetivo del primer TP es realizar un análisis exploratorio del set de datos proporcionados por la empresa Tracocafone.

Los datos están compuestos por un conjunto de eventos de web analytics de usuarios que visitaron [www.trocafone.com](http://www.trocafone.com), su plataforma de ecommerce de Brasil

El link para obtener el set de datos para el TP1 es el siguiente: <https://drive.google.com/file/d/1gUddcLLujjFfwZslypUv1LESTM6KiwJn/view?usp=sharing>

# Referencia a los datos

En el link anterior se pueden encontrar el archivo events.csv el cual contiene las siguientes columnas:

* **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.

# Modelo de Dominio

A continuación hacemos un breve resumen de la empresa cuyos datos vamos a analizar para posibilitar un mejor entendimiento del modelo de dominio ya que es uno de los pilares en los que se basa data Science junto con las ciencias matemáticas y computacionales.



Trocafone implementa un modelo de negocio conocido como ReCommerce que plantea la compra, reacondicionamiento y venta de productos previamente usados. Su principal foco es solucionar la problemática de confianza entre personas al momento de realizar una transacción por un producto electrónico usado en un marketplace tradicional.

Trocafone es líder de programas de Trade- Esta modalidad consiste en otorgarle al cliente el beneficio de un descuento para la compra de un nuevo producto a cambio de la entrega de uno previamente usado. Este tipo de programa puede ser aplicado en distintos tipos de negocios, conocido en algunos casos como “plan canje”.

Desde el punto de vista tecnológico, Trocafone brinda a sus socios una plataforma que permite evaluar y cotizar un equipo para poder otorgar a los clientes un descuento en la compra de un dispositivo nuevo. Esto se encuentra respaldado por un conjunto de microservicios que se encargan de:

* Verificar que el dispositivo esté libre de cualquier tipo de bloqueo que imposibilite su adquisición (por ejemplo que no se encuentre declarado en ninguna lista negra).
* Facilitar la interacción del usuario permitiendo la detección automática de su modelo.
* Permitirle a los socios la validación de los descuentos otorgados por el programa de trade-in de forma automática.
* Proceso de re-acondicionamiento de los equipos

Trocafone además de brindar la solución tecnológica, se encarga del soporte logístico para acompañar en estos programas a sus socios. Para ello debe gestionar la logística inversa ya que recibe los celulares de los usuarios desde distintas partes y de diferentes maneras ( por correo, personalmente en centros habilitados y debe llevarlos a los centros de reacondicionamiento para la evaluación de los mismos y reparación, en caso de ser necesaria.

# Análisis

# Conclusiones