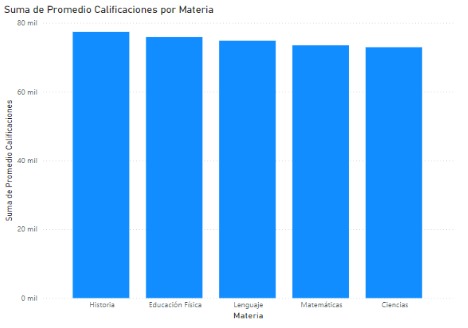
**LAB 18**

**EJERCICIO 1**

**ESCENARIO 1**

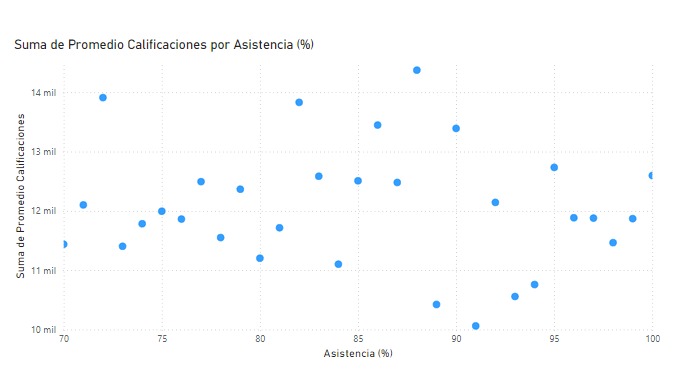
**• Gráfico de Barras – Comparación de Desempeño Estudiantil por Materia**

****

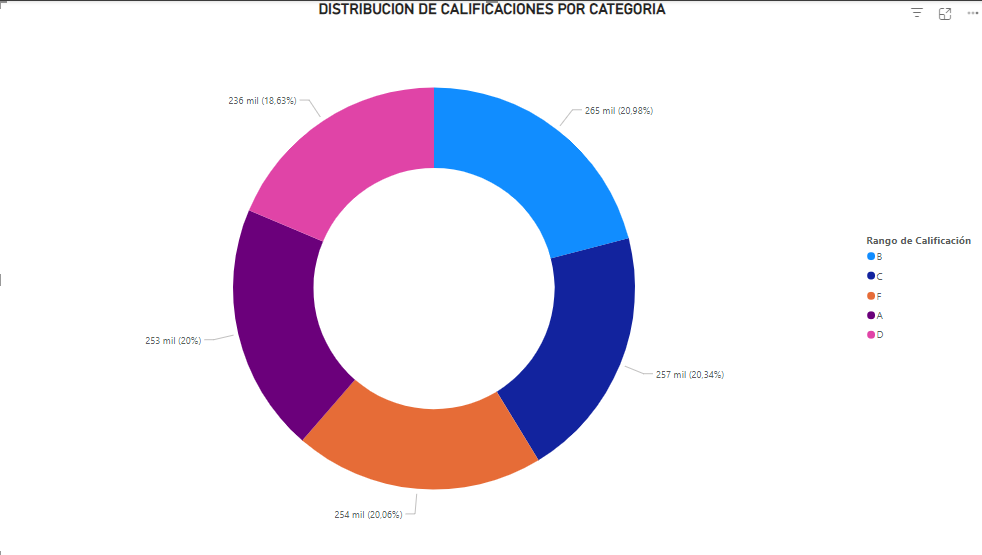
**• Gráfico de Líneas – Evolución de Matrículas Anuales:**

****

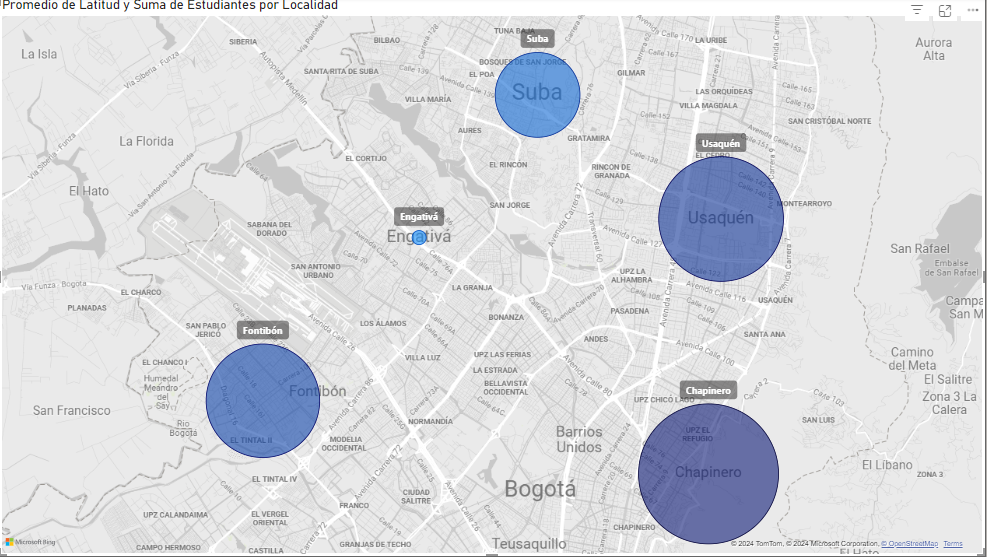
**• Gráfico de Dispersión – Relación entre Asistencia y Desempeño:**

****

**• Gráfico Circular – Distribución de Calificaciones por Categoría:**

****

**• Mapa – Distribución de Estudiantes por Localidades:**

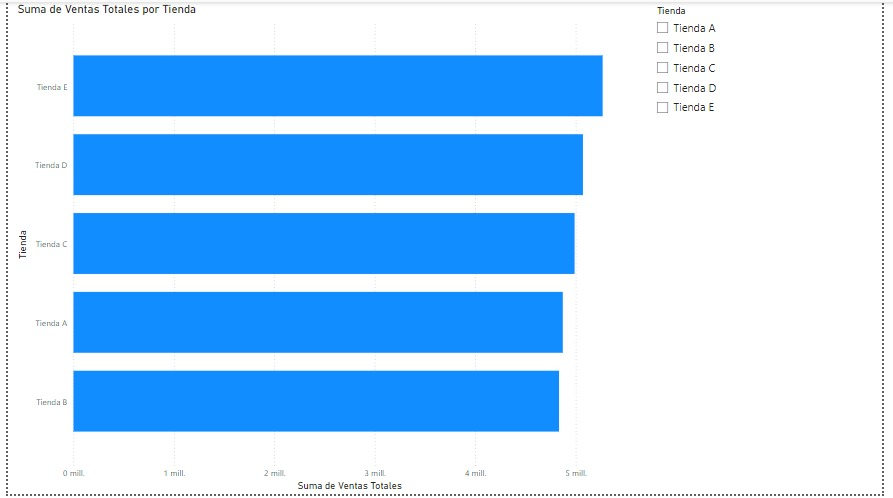
****

**CONCLUSIONES:**

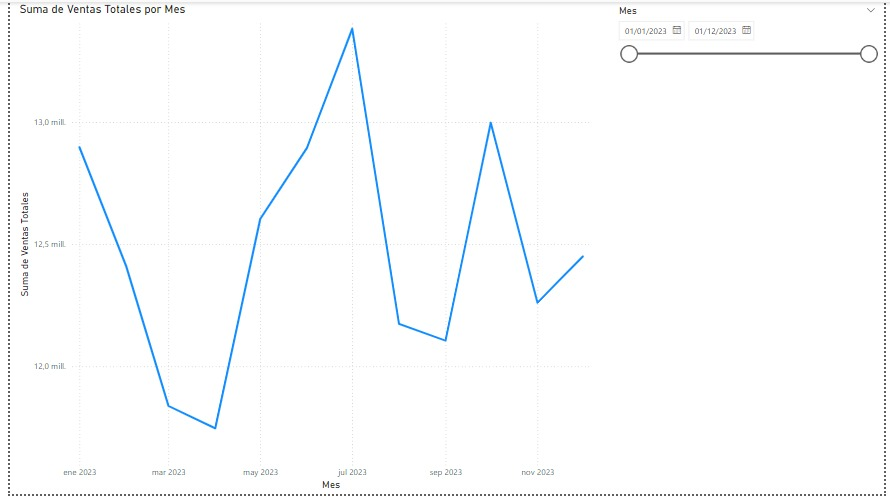
* **Integración de Información:** Garantizar la calidad y uniformidad de los datos de diversas fuentes (sistemas educativos, registros de asistencia, etc.).
* **Interacción:** Facilitar a los usuarios la filtración y segmentación de los datos por diversas categorías variables (educación, formación, género, etc.) para llevar a cabo análisis más exhaustivos**.**
* **Reportes Activos:** Desarrollar reportes que se actualicen automáticamente conforme sea necesario que se introduzcan datos nuevos.
* **Evaluación Predictiva:** Investigar la posibilidad de emplear modelos de aprendizaje automático. Para anticipar el rendimiento futuro de los alumnos o detectar elementos que influyan en ellos. afectan la abandono escolar.
* **Difundir los hallazgos:** Elaborar paneles de control precisos y breves para transmitir los descubrimientos a diversas audiencias (administradores, docentes, parientes). Al poner en práctica estas visualizaciones y análisis, el centro educativo podrá tomar medidas al implementar estas visualizaciones y análisis. dando lugar a decisiones más fundamentadas y fundamentadas en datos, lo que mejora la eficiencia de las decisiones basadas en información.

**ESCENARIO #2**

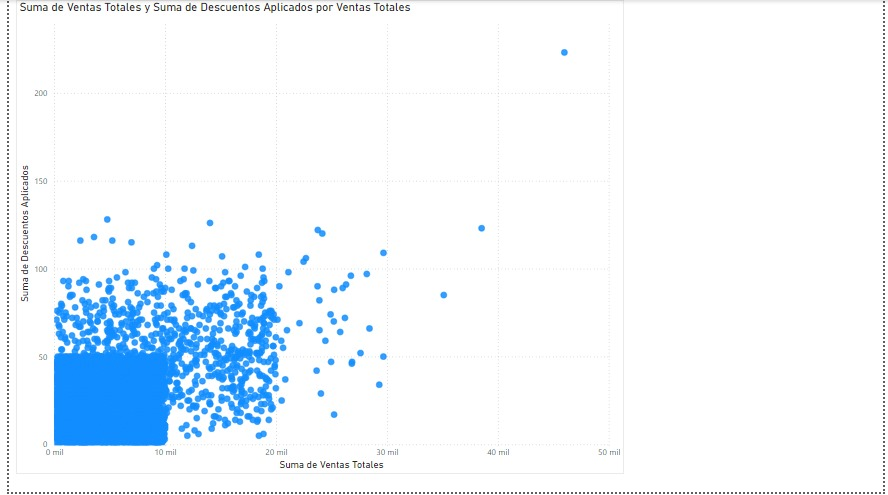
**• Gráfico de Barras – Ventas por Tienda**

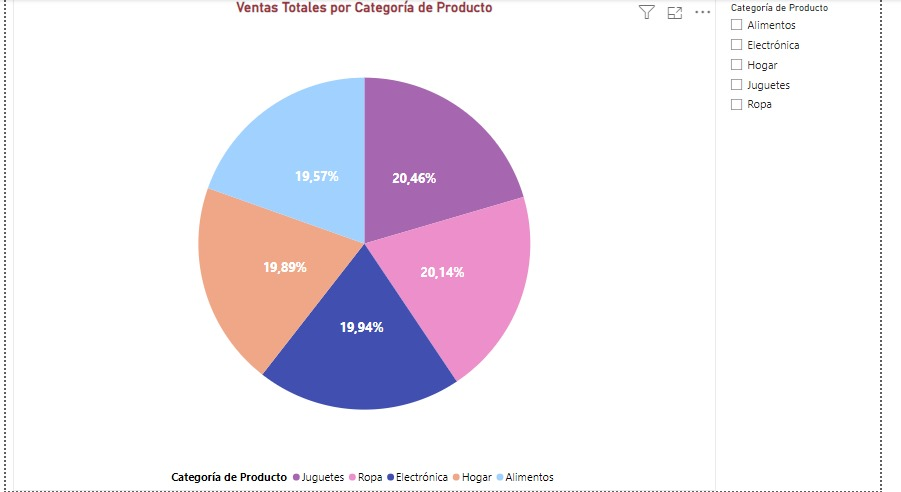
****

**• Gráfico de Líneas – Evolución de Ventas Mensuales**

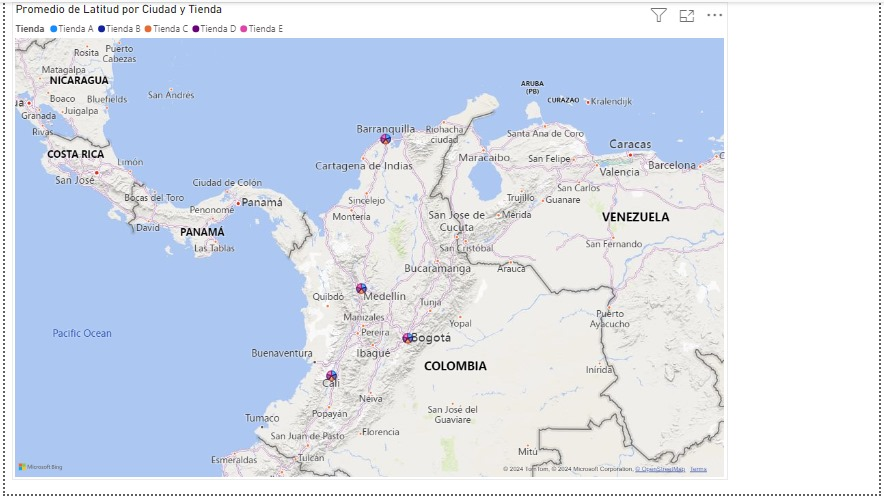
****

**• Gráfico de Dispersión – Relación entre Descuentos y Ventas**

**• Gráfico Circular – Distribución de Ventas por Categoría de Producto**

****

**• Mapa – Distribución de Ventas por Tienda y Ciudad**

****

**CONCLUSIONES:**

Posibles consecuencias se busca identificar productos que suelen comprarse juntos para poder mejorar las recomendaciones y promociones cruzadas.

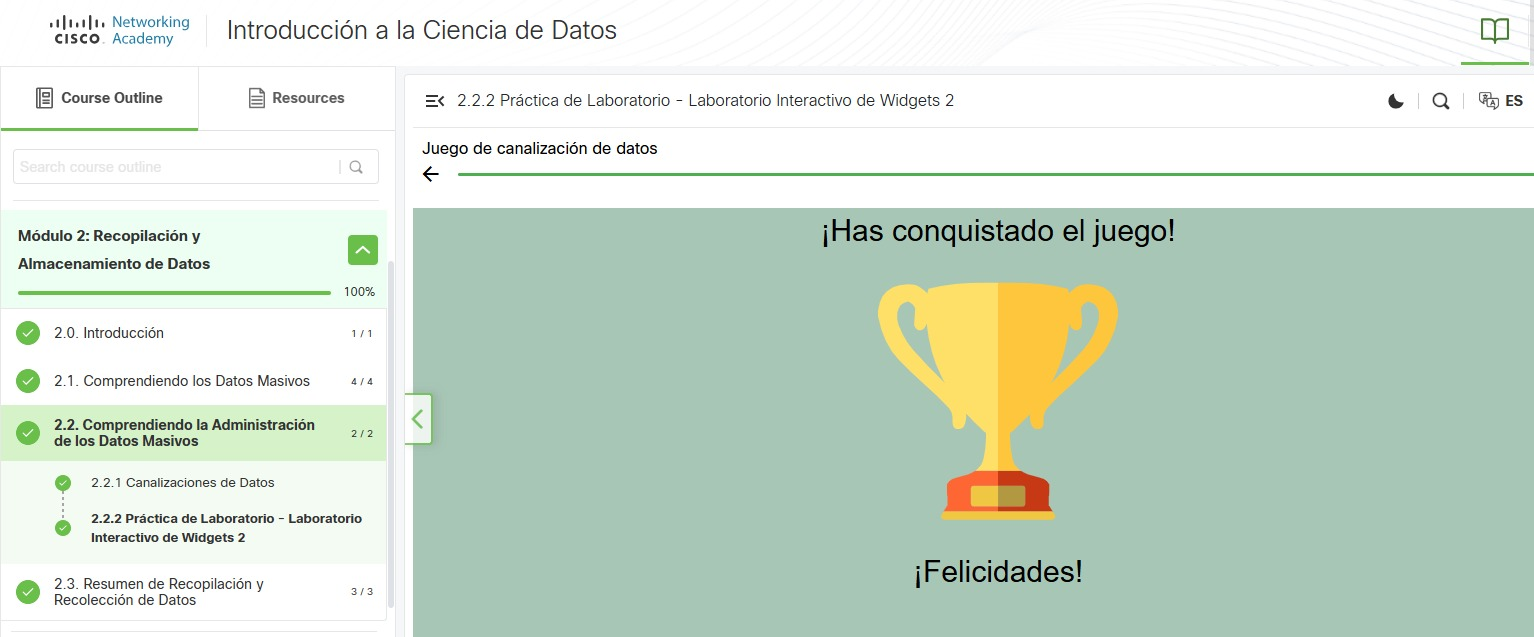
El primer paso es conocer a nuestros clientes, identificando sus preferencias de compra para así poder ofrecerles promociones adaptadas a sus necesidades.

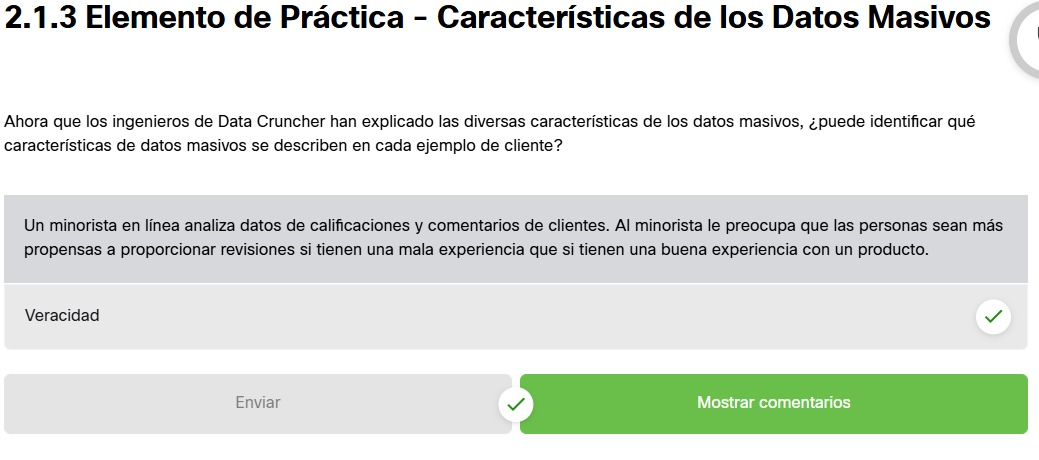
Comparar cómo se está desempeñando la cadena en relación con sus competidores. Al usar estas herramientas de visualización y análisis, la tienda minorista podrá tomar decisiones más acertadas y basadas en datos, lo que permitirá mejorar la eficiencia y aumentar las ganancias.

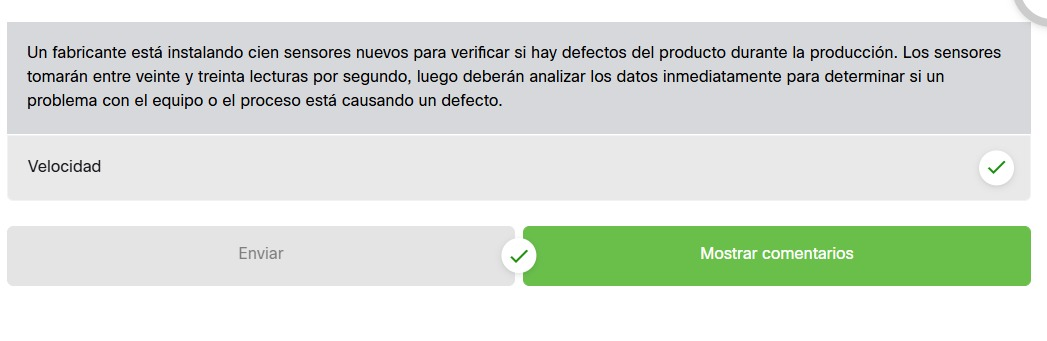
**.**

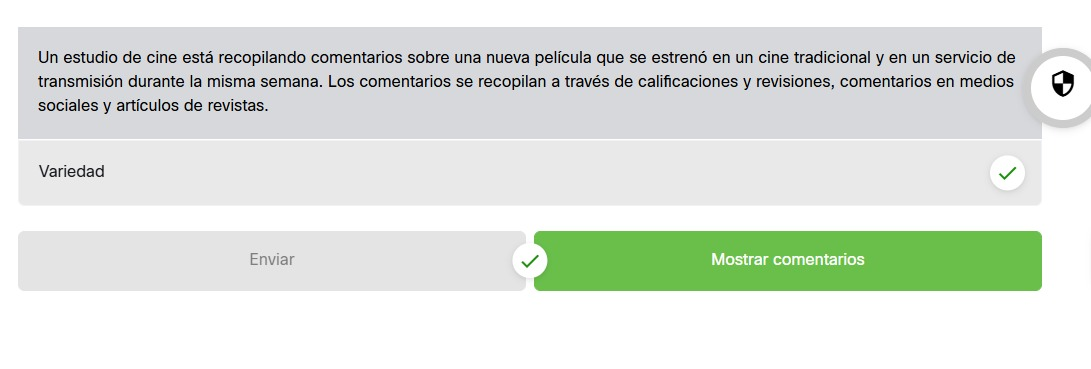
**PARTE 2**

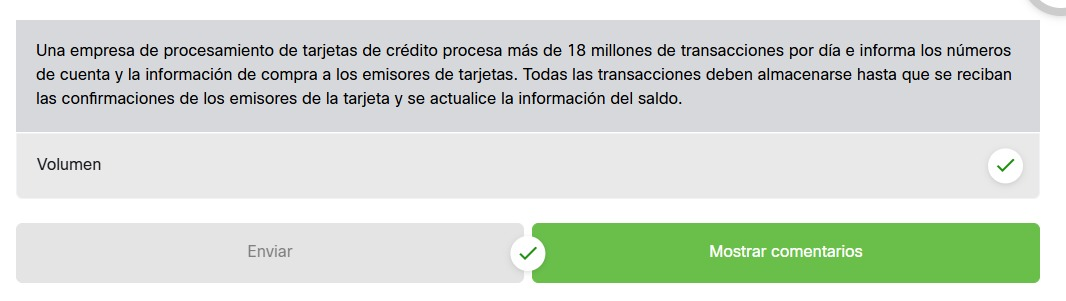
****

****

****

****

****

****