



# RESULTADO DE APRENDIZAJE

Unidad 5

Jared Alvarez Esparza

IDS31

Extracción de conocimiento de BD

## **INTRODUCCIÓN**

El presente reporte analiza un conjunto de datos transaccionales de una tienda retail durante el año 2024. El propósito es comprender el comportamiento de ventas, desempeño de productos y categorías, así como identificar patrones relevantes en los clientes.

Además, se incluye un análisis descriptivo del churn (pérdida de clientes), un dashboard con gráficas personalizadas y una interpretación detallada de los hallazgos con recomendaciones aplicables.

Este estudio sirve como base para la toma de decisiones estratégicas relacionadas con marketing, promociones, inventarios y retención de clientes.

## **EXPLICACIÓN DEL CASO SELECCIONADO**

El caso seleccionado corresponde a una tienda retail ficticia que opera a nivel nacional. Se analiza un dataset sintético que contiene transacciones de compra, precios, productos, clientes.

El objetivo central del caso es obtener una visión integral del negocio:

- ¿Qué se vende más?
- ¿Cuándo se vende más?
- ¿Qué tipo de clientes compran más?
- ¿Qué oportunidades existen para retención y crecimiento?

## **JUSTIFICACIÓN**

Comprender el comportamiento transaccional y las métricas clave del negocio es crucial ya que:

- Permite detectar picos de ventas (promociones, temporadas).
- Ayuda a identificar qué productos impulsan más ingresos.
- Facilita la segmentación de clientes según patrones de compra.
- Optimiza inventarios y asignación de recursos de marketing.

Este estudio ofrece información valiosa para decisiones tácticas y estratégicas.

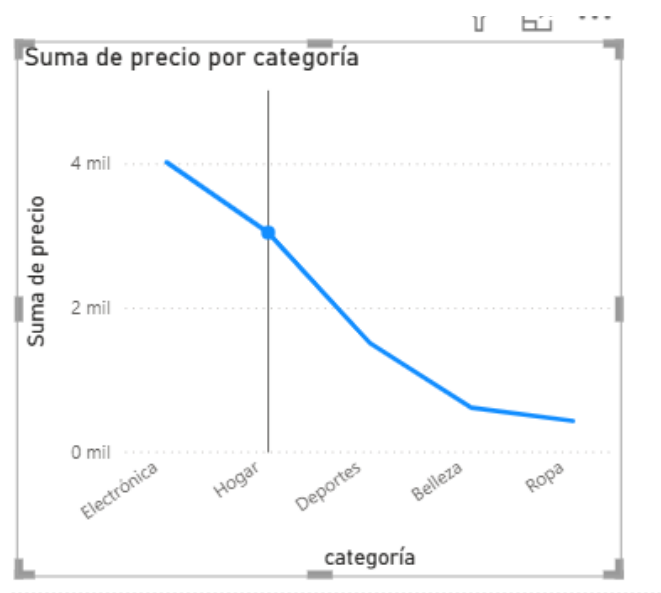
## **PREGUNTAS QUE RESPONDE EL ANÁLISIS**

1. ¿Cómo evolucionaron las ventas mes a mes durante 2024?
2. ¿Qué categorías y productos generaron la mayor parte de los ingresos?
3. ¿Cómo se comporta el perfil RFM (recencia, frecuencia, monetario) de los clientes?

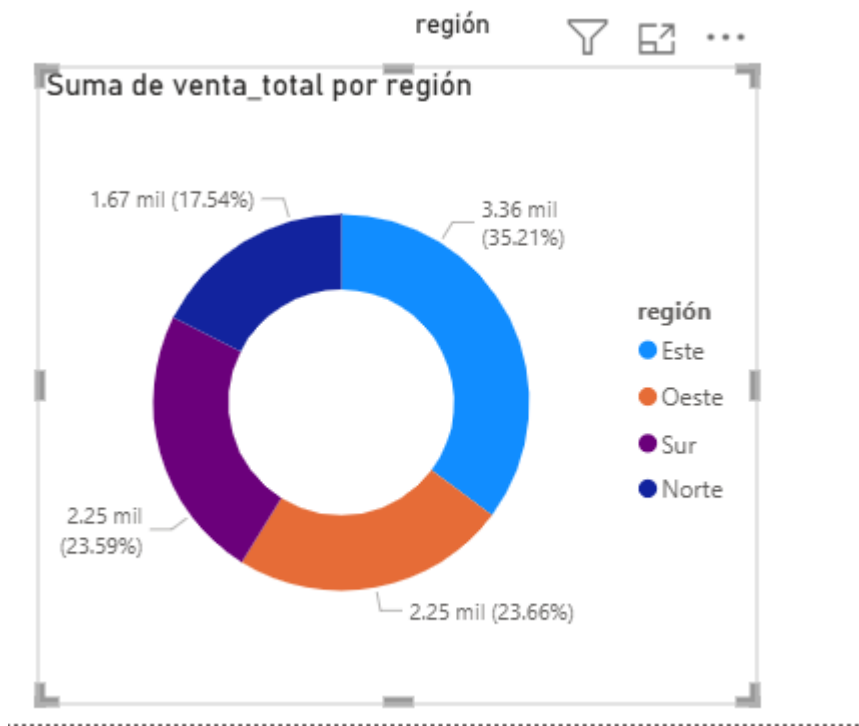
## Gráfica de ventas mensuales



## Ventas por categoría



## Ventas por región



## INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

1. Ventas mensuales  
Se detectan picos importantes en junio (temporada de promociones) y finales de noviembre (Black Friday), lo que indica alta sensibilidad a descuentos.
2. Categorías con mayor aporte  
Electrónica y Hogar son las categorías más fuertes en ventas. Esto señala que conviene reforzar inventario y estrategias promocionales en esos rubros.
3. Segmentación tipo RFM  
Un pequeño grupo de clientes de alta frecuencia y alto valor monetario concentra buena parte de los ingresos. Representan un segmento *VIP* que debe ser prioritario.
4. Recomendaciones generales
  - Implementar campañas de retención para clientes con alta recencia y bajo monetario.
  - Incentivar upgrades o bundles en clientes medianos.
  - Reforzar promociones en meses de bajo volumen.
  - Identificar causas regionales del churn mediante encuestas o entrevistas.

## **Conclusión**

En conclusión el análisis permitió identificar los patrones más importantes del negocio, destacando la estacionalidad en ventas, las categorías que generan mayor ingreso y los segmentos de clientes con mayor valor. También se detectaron variaciones relevantes en el churn entre regiones. Estos hallazgos ofrecen una base clara para mejorar estrategias de ventas, retención y atención al cliente.