Análisis de Ventas

**Electrónicos PK**

**Introducción**

**A continuación, se presenta el análisis realizado sobre las ventas de la empresa Electrónicos PK2, enfocado en el comportamiento de compra de los clientes tanto en línea como en tienda.**

**Hallazgos**

1. **Gastos por transacción**

**¿Los clientes en diferentes regiones gastan más por transacción?**

**Para efectos de esta pregunta con la data provista no pude determinar la cantidad de transacciones, valoré primero tomar el monto como una transacción, pero al verificar si eran registros únicos determiné que habían valores duplicados**

1. **Regiones con menores y mayores compras**

**¿Qué regiones gastan más / menos?**

**Según muestra la gráfica la región que mas compra es Puntarenas y la que menos compra es Cartago**

**Aunque la empresa cuenta con presencia en las 7 provincias, Heredia, Guanacaste y Alajuela no aparecen con registro de ventas.**

1. **Relación entre el rango de edad y las regiones**

**¿Existen diferencias en la edad de los clientes entre regiones?**

**Haciendo una segmentación por rangos de edad se puede deducir que:**

* **Los clientes de mayor edad (>80) provienen de la provincia de Cartago**
* **Los clientes más jóvenes (<31) provienen principalmente de la provincia de Puntarenas, seguido de San Jose y Limón.**

**Si es así, ¿podemos predecir la edad de un cliente en una región en función de otros datos demográficos? Pensaría que sí se puede sin embargo de momento no tengo todo el conocimiento para hacerlo**

1. **Correlación entre el rango de edad y el tipo de compra**

**¿Existe alguna correlación entre la edad de un cliente y si la transacción se realizó en línea o en la tienda?**

**Según la gráfica se puede observar que los clientes cuyo rango de edad es >80 realizan sus compras únicamente en línea.**

**Los clientes cuya edad oscila entre los 66-80 años realizan sus compras mayormente en línea también, al igual que los clientes cuya edad oscila entre los 51-65 años**

**En cuanto a los clientes cuya edad oscila entre los 31-50 años su preferencia de compra es similar tanto en línea como en tienda**

**Y finalmente los clientes más jóvenes o menores de 31 prefieren hacer sus compras mayormente en tienda.**