**Sección 1: Análisis de Datos (40 minutos)**

**Parte A: Análisis de un conjunto de datos (20 minutos)**

1. **Instrucciones:**
   * Se proporciona un archivo con datos de clientes y sus interacciones en una línea de ventas (customer\_data).
   * Mediante el uso de Python o R analizar el conjunto de datos y responder a las siguientes preguntas:
2. **Preguntas:**
   * ¿Cuál es el perfil promedio de un cliente (edad, ubicación, frecuencia de compra)?
   * Identifica los 10 clientes con el mayor valor de vida (Lifetime Value) y explica cómo los seleccionaste.
   * Encuentra las tres variables que más influyen en la probabilidad de que un cliente haga una compra.

**Parte B: Generación de Estrategias de Marcación (20 minutos)**

1. **Instrucciones:**
   * Usando el mismo conjunto de datos, el candidato debe desarrollar una estrategia de marcación de clientes que maximice las ventas.
2. **Preguntas:**
   * Describa una estrategia para priorizar las llamadas a clientes, incluyendo cualquier segmentación de clientes que considere relevante.
   * ¿Qué métricas utilizarías para evaluar el éxito de esta estrategia de marcación?

**Sección 2: Análisis de Causa Raíz (20 minutos)**

1. **Instrucciones:**
   * Se proporciona un segundo conjunto de datos (service\_campaign\_data) que incluya indicadores clave de desempeño (KPIs) de una campaña de servicio al cliente (por ejemplo, tiempo de resolución, satisfacción del cliente, número de quejas).
   * Realice un análisis de causa raíz para mejorar estos indicadores.
2. **Preguntas:**
   * Identifica las principales causas de insatisfacción del cliente.
   * Propón tres acciones específicas para mejorar el tiempo de resolución de las solicitudes de los clientes.
   * ¿Cómo medirías el impacto de estas acciones en los KPIs?