Actividad 1.

Al equipo de investigación de mercado de AdRight se le asigna la tarea de identificar el perfil del cliente típico de cada producto de cinta de correr ofrecido por CardioGood Fitness. El equipo de investigación de mercado decide investigar si hay diferencias entre las líneas de productos con respecto a las características de los clientes. El equipo decide recopilar datos sobre las personas que compraron una cinta de correr en una tienda de CardioGoodFitness durante los tres meses anteriores. Los datos se almacenan en el archivo CardioGoodFitness.csv. El equipo identifica las siguientes variables de los clientes que se van a estudiar:

* Producto comprado,TM195, TM498 o TM798;
* sexo;
* edad, en años;
* educación, en años;
* estado civil, soltero o con pareja;
* ingresos anuales del hogar (en dólares);
* número medio de veces que el cliente tiene previsto utilizar la cinta de correr cada semana;
* número medio de kilómetros que el cliente espera caminar/correr cada semana;
* y estado físico autocalificado en una escala de 1 a 5, en la que 1 es mala forma y 5 es excelente forma.

Realizar análisis descriptivos para crear un perfil de cliente para cada línea de cintas de correr de CardioGood Fitness.