

Análisis Univariado

Para este análisis se considerará el conjunto de datos `MarketingDirecto.csv`.

1. Presentar y visualizar la distribución del historial de compra del cliente. Analizar los resultados

Variable cualitativa

Tabla de Frecuencia

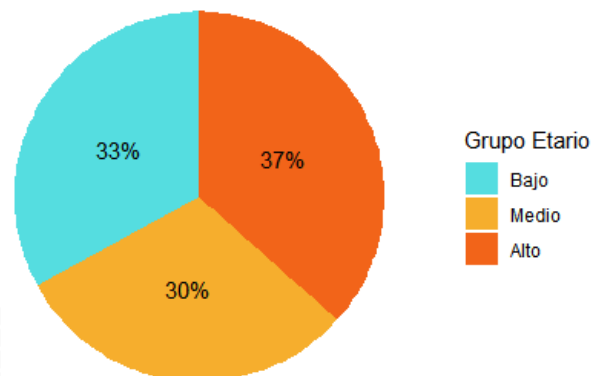
	ni	fi	pi
Bajo	230	0.3299857	32.99857
Medio	212	0.3041607	30.41607
Alto	255	0.3658537	36.58537

Total Observations in Table: 697

	Bajo	Medio	Alto
	230	212	255
	32.999%	30.416%	36.585%

Number of Missing Observations: 303 (30.3%)

Distribución del Grupo Etario



% de clientes

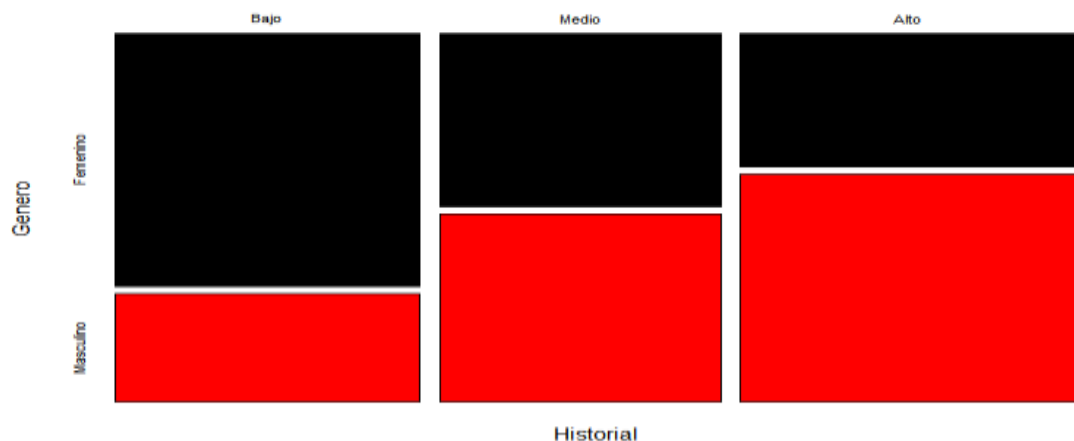
Nuestra variable cualitativa muestra un comportamiento similar en las 3 categorías con tendencia a los clientes con historial de compra alta o recurrente. Cabe mencionar que la variable cuenta con datos Missing de 30% de los datos, la cual hay que ver como se relaciona la variable con los demás y definir la forma de tratar los datos faltantes.

2. Analizar y visualizar si existe asociación entre el historial de compra y el género del cliente

Variables cualitativas

	Femenino	Masculino
Bajo	161	69
Medio	102	110
Alto	94	161
Column Total	357	340
	0.512	0.488

Distribución del historial de compra según género



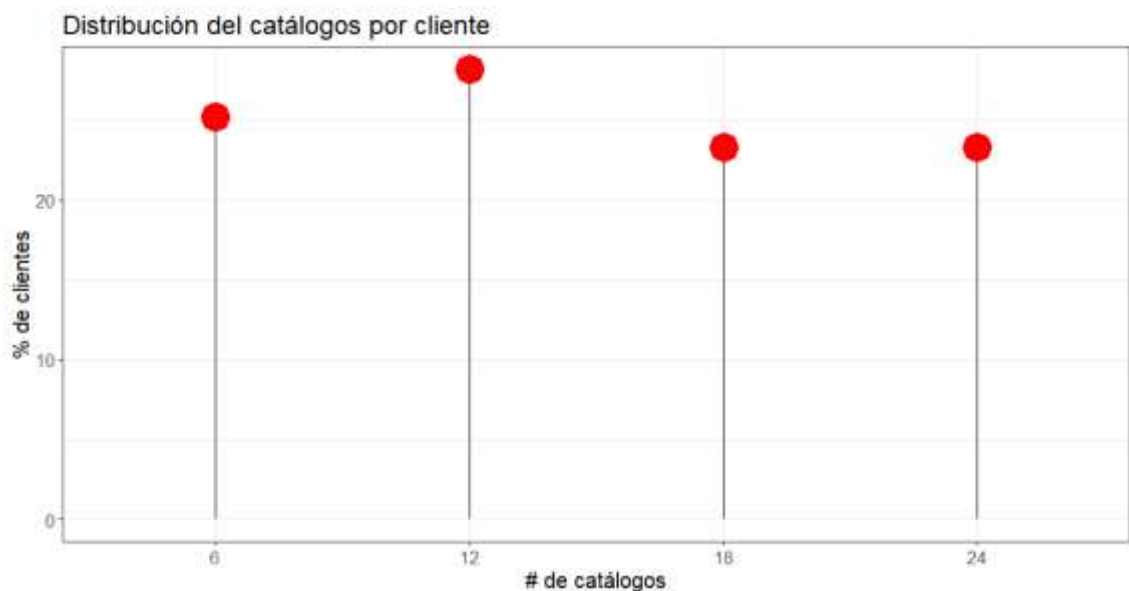
Se analizó los datos sin el tratamiento de Missing, preliminarmente se observa que la proporción de compras en hombres y mujeres es inversa, las mujeres tienen un historial de compra baja mientras que los hombres tienen el historial de compra alto. Tendría que analizarse la variable Género con otras variables como Salario o catálogos de este modo identificar que tan correlacionadas están y definir que tanto están influenciando en la compra, para ver si las campañas de marketing se están redireccionando bien.

3. Presentar y visualizar la distribución del número de catálogos enviados. Analizar los Resultados

Variable cuantitativa discreta

Total Observations in Table: 1000

6	12	18	24
252	282	233	233
25.200%	28.200%	23.300%	23.300%



Según los datos analizados para la variable, más del 50% de clientes han recibido de 6 a 12 catálogos, se tendría que analizar cuál es la influencia de esta variable con las ventas para ver si hay influencia en el poder adquisitivo del cliente al enviarle los catálogos o por lo contrario no influencia.

4. Presentar y visualizar la distribución del salario de los clientes. Analizar los resultados

Tenemos una variable asimétrica, con outliider que tienden a salarios altos

```
vars    n    mean    sd median trimmed    mad    min    max range skew
x1      1 1000 56103.9 30616.31 53700 54306.25 34841.1 10100 168800 158700 0.42
      kurtosis    se
x1      -0.57 968.17
```

