

## De Prati

De Prati es la tienda departamental mas grande del Ecuador, destacando en el sector del comercio minorista, con un particular enfoque en la moda, tecnología, hogar y belleza. Su sede principal se encuentra en la ciudad de Guayaquil donde tuvo sus inicios hace alrededor de 80 años y, que en este tiempo ha liderado en la innovación del retail ecuatoriano, expandiéndose con tiendas físicas en Quito, Manta, Machala y otras ciudades y adicionalmente implementando el e-commerce en los últimos años.

De Prati está invirtiendo en digitalización, optimización de experiencia del cliente y omnicanalidad, el cual es la estrategia de un negocio que integra todos los canales de comunicación y venta de una empresa, por lo que la licitación ayuda a mejorar su eficiencia comercial y logística, que son altamente relevantes para su competitividad.

### Contexto país y sectorial

Factores que afectan a De Prati en Ecuador:

- **Energía:** La crisis energética que afecta operaciones físicas y sistemas digitales.
- **Economía y consumo:** Inflación y menor poder adquisitivo llevan a los consumidores a buscar promociones y cuotas, impulsando la compra digital.
- **Inseguridad:** Complica la logística de última milla y reduce afluencia a tiendas físicas.
- **Logística:** Incremento en costos de transporte y retrasos, generando problemas de stock y afectando tiempos de entrega.

### Identificación del dolor del negocio

Abandono frecuente de compras en el carrito del e-commerce en De Prati online. Este problema es crucial dado que en Ecuador el abandono suele superar el 70%, afectando directamente las ventas y la tasa de conversión online.

### Definición formal del problema

**Quién:** Clientes que navegan en la web o app De Prati.

**Qué:** Abandonan el carrito antes de completar la compra.

**Cuando:** Principalmente en momentos de alta demanda (fines de semana, campañas, días de descuento).

**Dónde:** Etapas del checkout: pago, envío, talla, stock.

**Magnitud:** Tasas superiores al 65% representan pérdidas significativas.

**Por qué importa:** Reduce ventas, afecta planificación de inventario, y la percepción de compra digital.

### Métricas iniciales

1. Tasa de abandono del carrito (% carritos abandonados vs. iniciados).
2. Tasa de abandono en cada etapa del checkout.
3. Tiempo promedio en cada fase del checkout.
4. Número de incidencias en métodos de pago y stock.
5. Impacto económico estimado de carritos abandonados.

### Justificación

El problema puede resolverse con datos porque cada interacción en el e-commerce queda registrada: comportamiento de usuarios, puntos donde abandonan, incidencias técnicas. Analizando estos datos se pueden identificar las causas reales para optimizar la experiencia, mejorar procesos específicos y medir el impacto económico de las mejoras implementadas.