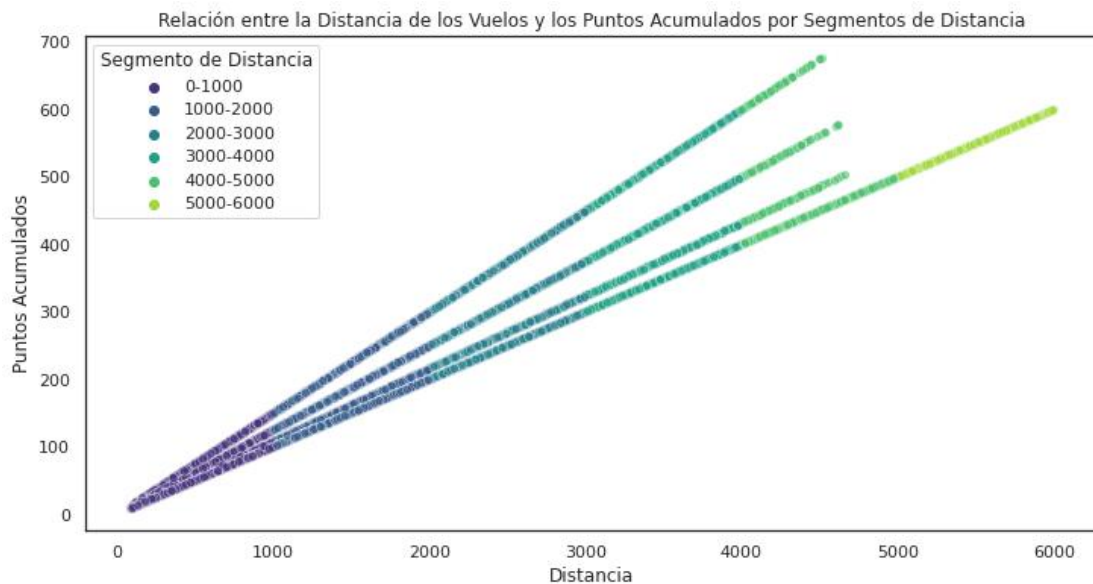


# Informe Detallado para la Empresa: Análisis de Datos de Clientes y Vuelos

## 1. Relación entre la Distancia de los Vuelos y los Puntos Acumulados por los Clientes



**Descripción:** Este gráfico de dispersión muestra la relación entre la distancia de los vuelos y los puntos acumulados por los clientes, categorizados por segmentos de distancia.

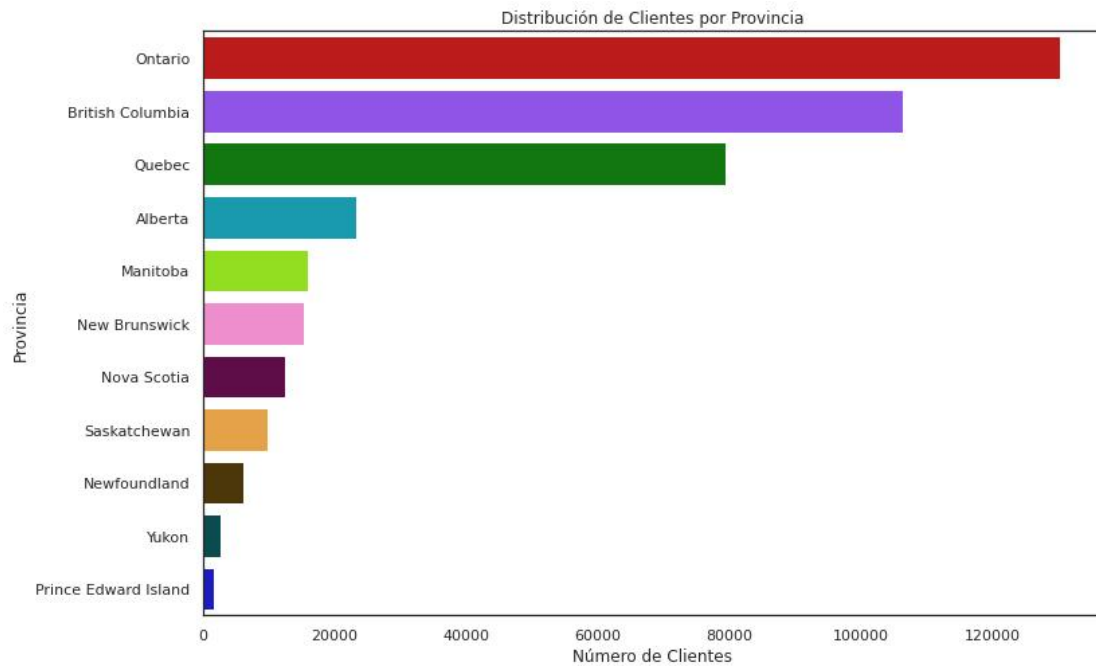
### Análisis:

- Los datos indican una relación lineal positiva entre la distancia y los puntos acumulados.
- Los clientes que viajan distancias mayores tienden a acumular más puntos.
- Los segmentos de distancia están claramente diferenciados, lo que sugiere que los puntos acumulados son proporcionales a la distancia recorrida.

### Recomendación:

- Implementar programas de recompensas que incentiven a los clientes a realizar vuelos de mayor distancia para acumular más puntos.
- Analizar si los clientes están utilizando estos puntos y cómo afectan las decisiones de compra de vuelos futuros.

## 2. Distribución de Clientes por Provincia



**Descripción:** Este gráfico de barras muestra la distribución de clientes en diferentes provincias.

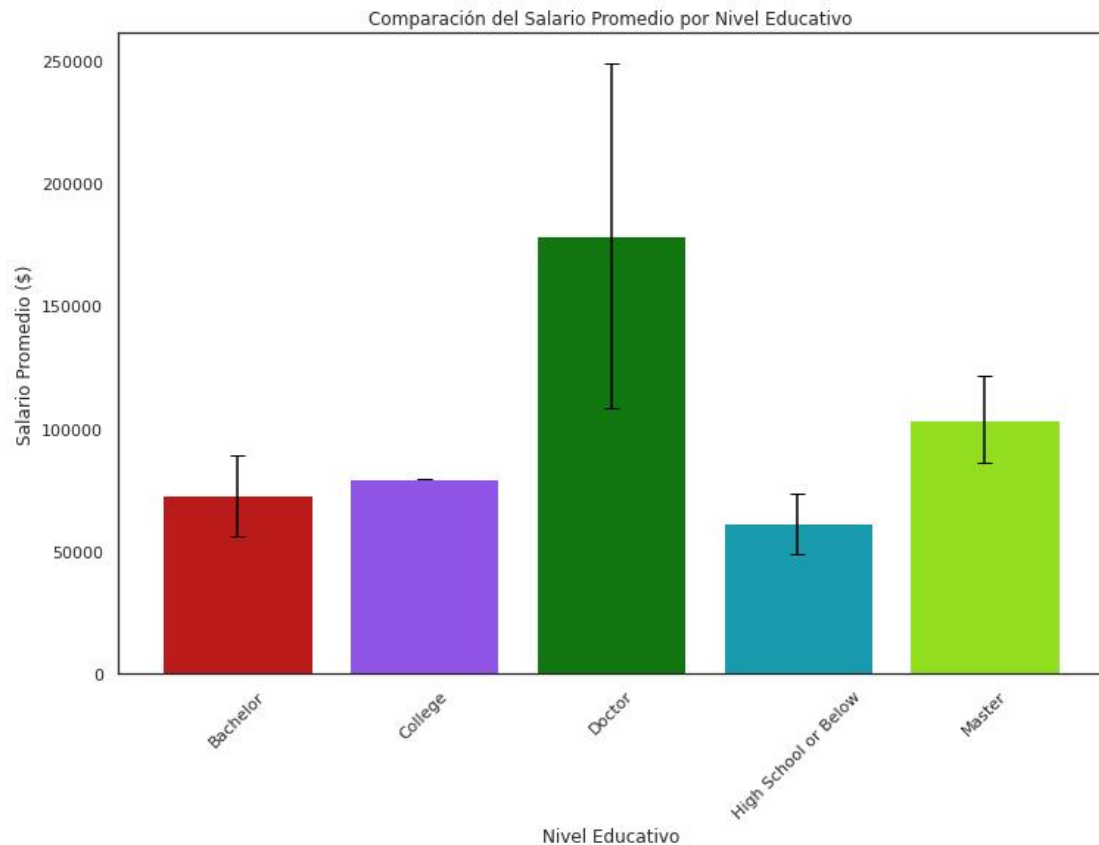
### Análisis:

- Ontario tiene el mayor número de clientes, seguido de British Columbia y Quebec.
- Las provincias con menos clientes incluyen Yukon, Newfoundland y Prince Edward Island.

### Recomendación:

- Concentrar esfuerzos de marketing en provincias con menos clientes para equilibrar la distribución y expandir la base de clientes.
- Analizar las características específicas de los clientes en Ontario, British Columbia y Quebec para replicar estrategias exitosas en otras provincias.

### 3. Comparación del Salario Promedio entre Diferentes Niveles Educativos



**Descripción:** Este gráfico de barras con barras de error muestra el salario promedio y la variabilidad por nivel educativo.

#### Análisis:

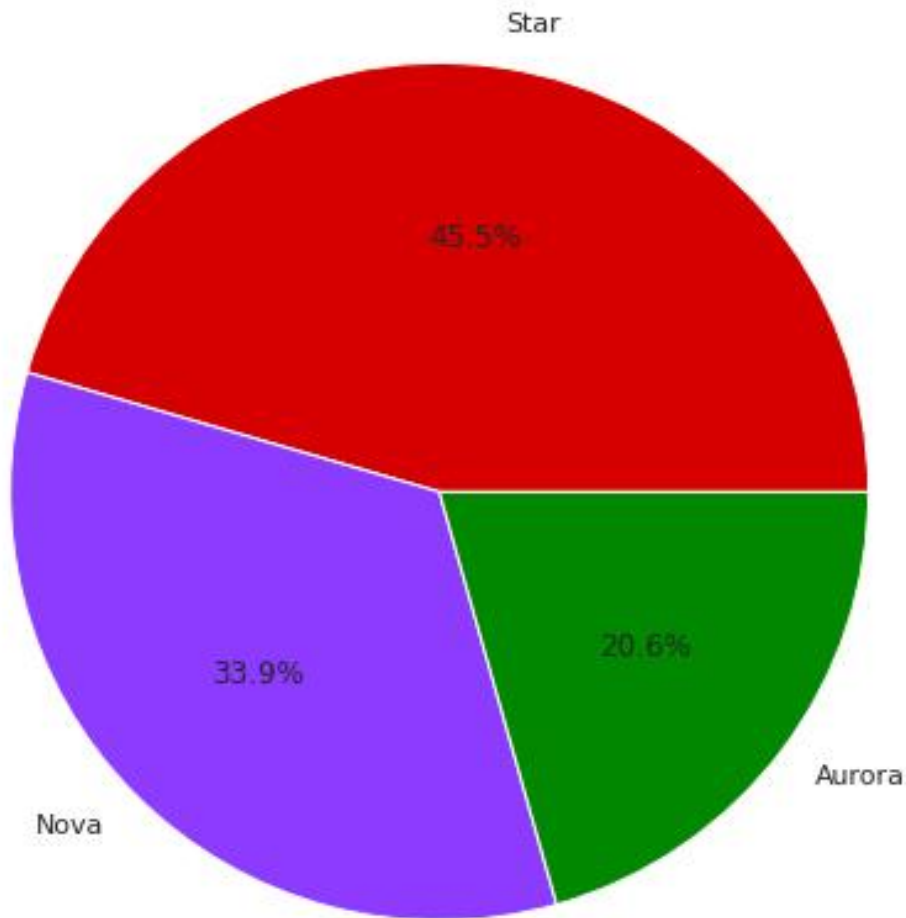
- Los individuos con un título de Doctor tienen el salario promedio más alto, seguido por aquellos con un título de Master.
- Los individuos con educación secundaria o inferior tienen los salarios más bajos.
- Hay una considerable variabilidad en los salarios de los individuos con un título de Doctor.

#### Recomendación:

- Ofrecer programas de fidelización específicos para clientes con niveles educativos más altos, que tienen un mayor poder adquisitivo.
- Considerar promociones o descuentos para clientes con educación secundaria o inferior para mejorar su lealtad.

#### 4. Proporción de Clientes con Diferentes Tipos de Tarjetas de Fidelidad

Proporción de Tipos de Tarjeta de Fidelidad



**Descripción:** Este gráfico de pastel muestra la proporción de clientes con diferentes tipos de tarjetas de fidelidad.

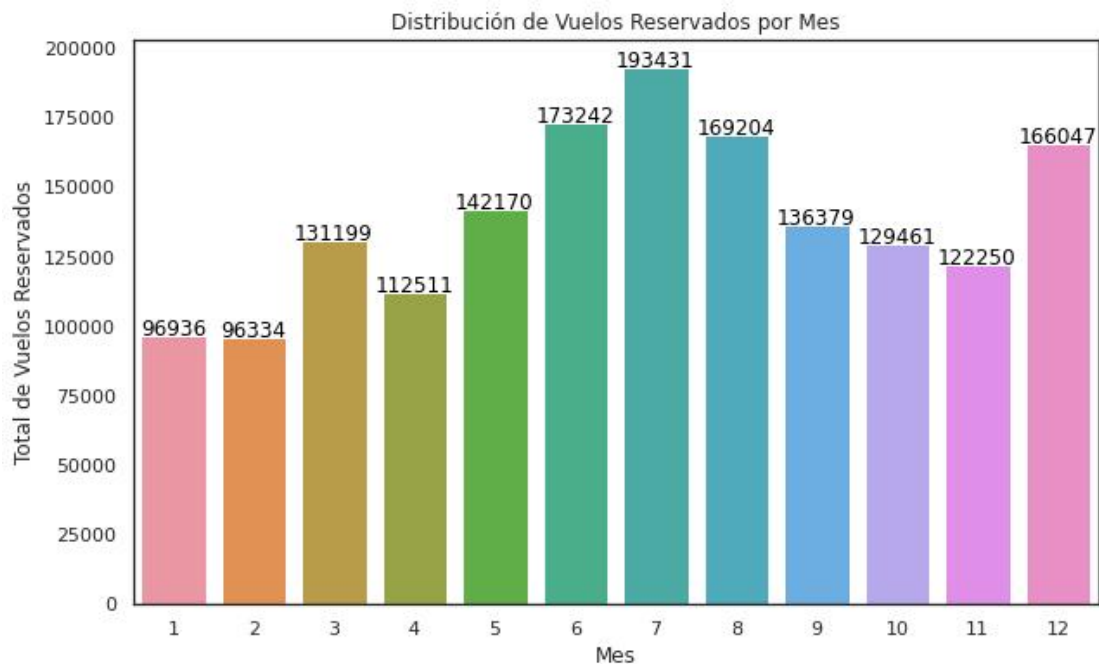
##### **Análisis:**

- La mayoría de los clientes poseen la tarjeta "Star" (45.5%), seguida de "Nova" (33.9%) y "Aurora" (20.6%).

##### **Recomendación:**

- Analizar los beneficios de cada tipo de tarjeta para comprender por qué la "Star" es la más popular.
- Promover las tarjetas "Nova" y "Aurora" para equilibrar la distribución y quizás actualizar los beneficios de estas tarjetas.

## 5. Distribución de Vuelos Reservados por Mes



**Descripción:** Este gráfico de barras muestra la distribución de vuelos reservados por mes.

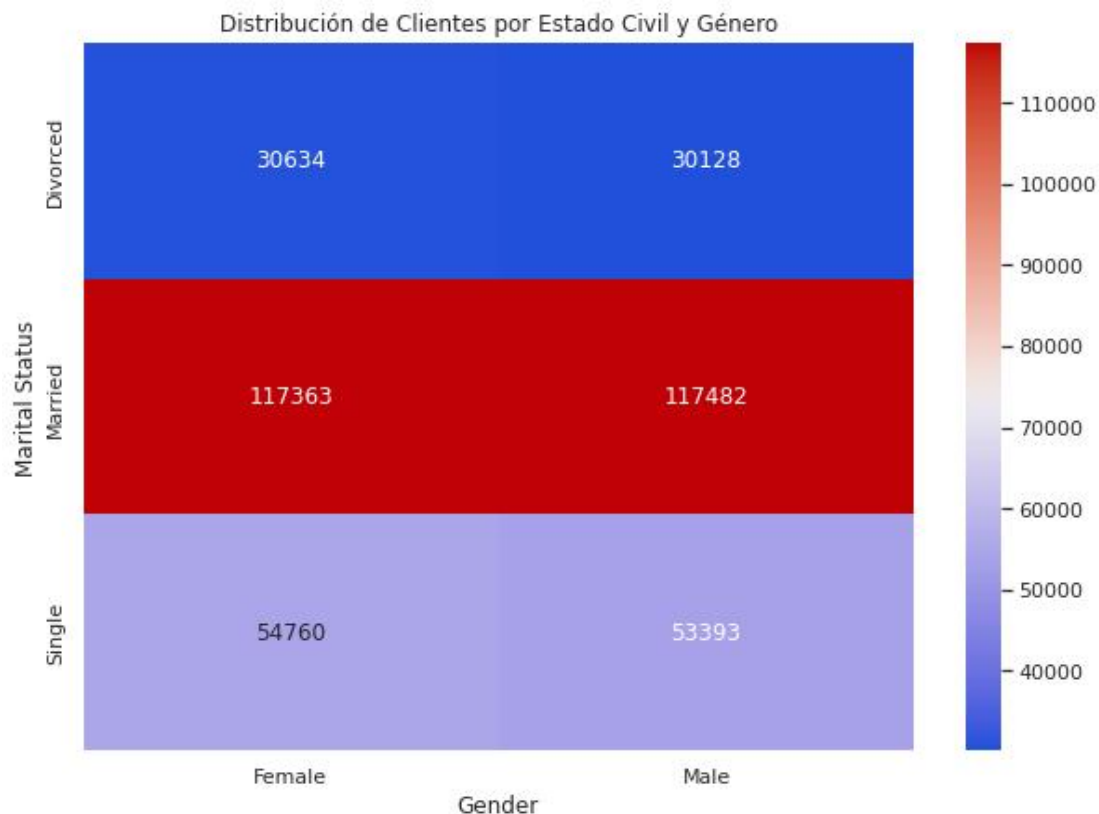
### Análisis:

- Junio y Julio son los meses con mayor número de vuelos reservados, lo que podría estar relacionado con las vacaciones de verano.
- Los meses de invierno, especialmente enero y febrero, tienen menos vuelos reservados.

### Recomendación:

- Implementar campañas promocionales durante los meses de baja demanda (enero y febrero) para incentivar las reservas.
- Mantener y fortalecer las estrategias de marketing durante los meses pico (junio y julio) para maximizar las ventas.

## 6. Distribución de Clientes según su Estado Civil y Género



**Descripción:** Este heatmap muestra la distribución de clientes por estado civil y género.

### Análisis:

- Hay una distribución equilibrada de géneros entre los estados civiles.
- Los clientes casados constituyen la mayor parte de la base de clientes, seguidos por los solteros y los divorciados.

### Recomendación:

- Desarrollar programas de fidelización específicos para clientes casados, ya que constituyen la mayoría.
- Explorar ofertas y promociones específicas para solteros y divorciados para incrementar su lealtad y participación.

## Conclusiones Generales

Los análisis gráficos proporcionan información valiosa sobre la base de clientes y el comportamiento de reserva de vuelos. Se recomiendan estrategias de marketing y programas de fidelización específicos para diferentes segmentos de clientes, basados en sus características demográficas y patrones de comportamiento. Este enfoque permitirá una mejor adaptación a las necesidades de los clientes y potencialmente incrementará la retención y satisfacción del cliente.