Santiago Rodríguez Woo

A01707834

Primero se filtraron 20 variables categóricas y se filtraron las cuales tienen una columna donde el valor de ‘frequency’ es mayor a 1, lo que nos da un total de 22 variables, posteriormente se creó un gráfico de barras para describir la frecuencia de diferentes tipos de herramientas en relación con los clientes (184\_store\_devices). En este caso, que el tipo de herramienta 0, el smartphone, tiene una frecuencia de 54, lo que nos indica que es el artículo con más interacción con los clientes.

La segunda gráfica se trata de un gráfico de dispersión, en este caso, podemos notar que la mayoría de los artículos tienen una frecuencia baja (de 5 o menos), lo que nos indica que 15 artículos tienen una baja interacción con los clientes (que generalmente son las herramientas analógicas).

Por último, tenemos un gráfico de ‘pastel’, el cual nos ayuda a visualizar la manera en la que están distribuidos los porcentajes de cada dato que se tiene, como se puede esperar, el articulo 0 (Smartphone), tiene un 34.6% de frecuencia de todos los datos mientra que aproximadamente 16 artículos no pasan del 4%, lo que nos indica un grán desbalance a la hora de la interacción con los clientes.