

# EFECTO DEL MARKETING EN LOS HÁBITOS DE CONSUMO DE ADULTOS

MEDINA GASCA, SWIETENIA NAOMI, ID:  
00486352

CARLOS IRVING BECERRIL VILLAVERDE, ID:  
00235237

BARONA TOVAR, BENJAMIN, ID: 00491857

DOCENTE: RAFAEL VILLEGAS VELASCO

**6 DE JULIO 2025**



# Problemática

Este proyecto busca analizar datos de campañas de marketing, decisiones de compra y características para comprender cómo el marketing digital moldea los hábitos de consumo en adultos.





# Objetivo General

Analizar la influencia del marketing digital en los hábitos de consumo de adultos a través del procesamiento de datos de campañas, comportamientos de compra y datos sociodemográficos. Esto nos permitirá identificar patrones, correlaciones y factores clave para que las empresas desarrollen estrategias de marketing más efectivas y éticas.

## Objetivos específicos

**01** Análisis Descriptivo de Datos

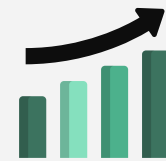
**02** Identificación de Factores Influyentes

**03** Modelado Predictivo

**04** Visualización de resultados



# Alcance del proyecto




## Enfoque

Este proyecto se enfoca en consumidores adultos a nivel global, utilizando datos históricos de encuestas de marketing.



## Proceso

Se realizará en Google Colab con Python usando librerías como Pandas, Matplotlib, Numpy, Seaborn, y la visualización en Tableau.





# Justificación de Herramientas y Tecnologías de Análisis de Datos



**Fuentes de Datos que  
usaremos**



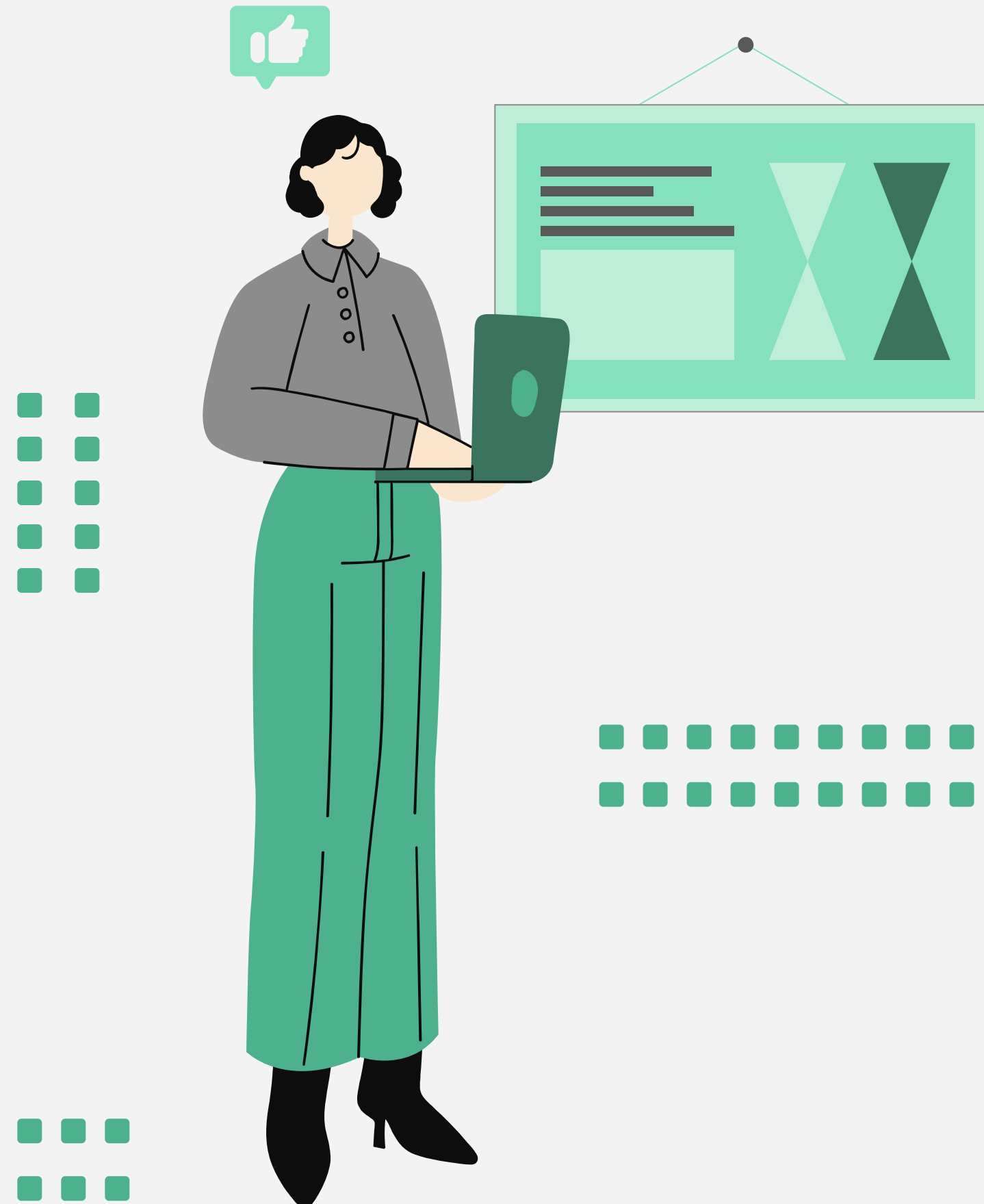
**Google Colab y  
Python para Análisis**



**Tableau para  
Visualización**



# Nuestras Bases de Datos Usadas



## Marketing Analytics

- <https://www.kaggle.com/datasets/jackdaoud/marketing-data>
- API generada por Kaggle
- ifood\_df.csv

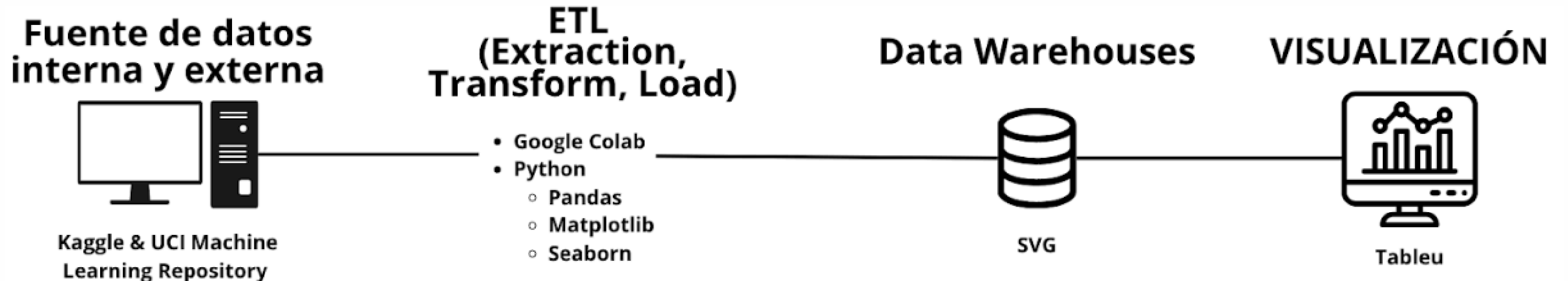
## Análisis de comportamiento de compras

- shopping\_behavior\_updated.csv

## Tendencias de marketing

- shopping\_trends.json

# Arquitectura del sistema



# Supuestos



01

¿Gastan más en promedio los clientes con suscripción activa que los que no tienen suscripción?

02

¿Existe una relación entre la frecuencia de compra y la temporada del año?

03

En iFood, ¿las personas con hijos pequeños ( $Kidhome > 0$ ) gastan más en productos dulces ( $MntSweetProducts$ )?

04

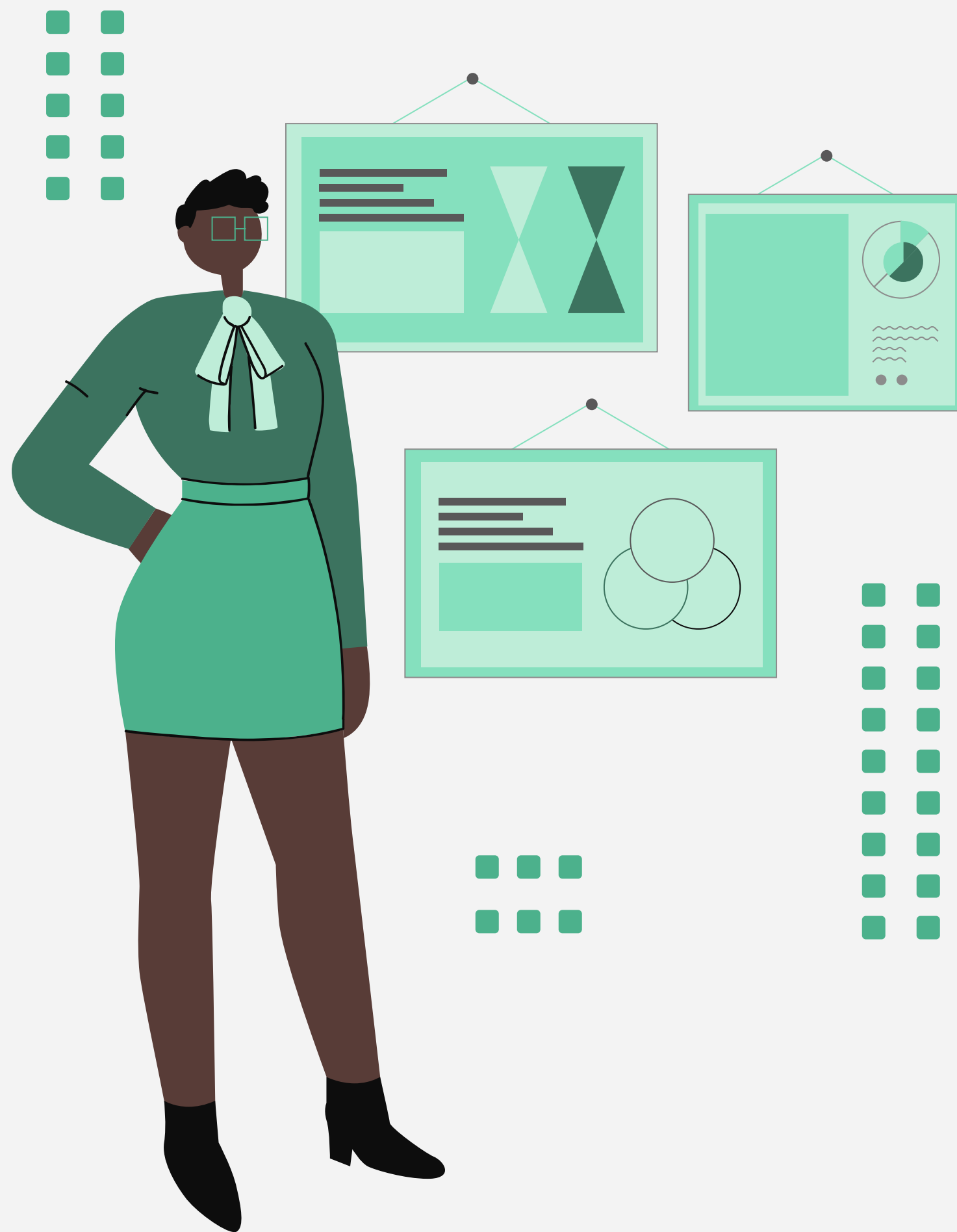
¿Cuál es el número total de compras realizadas a través de la web, catálogo y tienda física?

05

¿Cuál es el promedio de días desde la última compra ( $Recency$ ) de los clientes? iFoodBD







# Gracias