**Análisis prueba IA 2 vs prueba pragma**

Los puntos fuertes de esta prueba son:

1. Proporciona una variedad de escenarios y preguntas que permiten evaluar diferentes habilidades y conocimientos en análisis de datos.
2. Incluye una combinación de preguntas teóricas y prácticas, lo que permite evaluar tanto el conocimiento conceptual como la capacidad de aplicar técnicas y herramientas en situaciones reales.
3. Se solicita la presentación de respuestas organizadas y claras, lo que demuestra la capacidad de comunicar los resultados de manera efectiva.
4. Se requiere el uso de visualizaciones y gráficos para presentar los resultados, lo que demuestra la capacidad de representar datos de manera visualmente atractiva y comprensible.
5. Se solicita mostrar las fórmulas utilizadas y los resultados de los cálculos, lo que demuestra la capacidad de realizar análisis cuantitativos y mostrar el proceso utilizado.
6. Incluye datos reales y situaciones empresariales, lo que permite evaluar la capacidad de aplicar los conocimientos y habilidades en contextos prácticos.

**MANERAS DE SOLUCIONAR**

**Prueba de Analista de Datos II**

1. Exploración inicial de los datos:

Realiza un análisis exploratorio de los datos proporcionados para identificar posibles problemas, como datos faltantes o valores atípicos. Utiliza herramientas de visualización y estadísticas descriptivas para comprender la distribución de los datos.

1. Cálculo del monto total de ventas en USD por mes:

Utiliza las columnas de "Monto" y "Moneda" para calcular el monto total de ventas en USD para cada mes. Para ello, debes convertir los montos en EUR a USD utilizando una tasa de cambio proporcionada o alguna fuente confiable de datos de tasas de cambio históricas.

1. Análisis comparativo del rendimiento de ventas entre los productos más vendidos y los menos vendidos:

Agrupa los datos por producto y calcula el monto total de ventas para cada producto. Luego, ordena los productos de mayor a menor según sus ventas y compara los resultados para identificar los productos más vendidos y los menos vendidos.

1. Cálculo del promedio de asistencias y ventas para todos los empleados:

Calcula el promedio de asistencias y ventas para todos los empleados utilizando las columnas "Asistencias" y "Ventas". Esto te dará una idea general del rendimiento promedio de los empleados.

1. Gráfico de dispersión para visualizar la relación entre asistencias y ventas:

Crea un gráfico de dispersión donde el eje x represente las asistencias y el eje y represente las ventas de cada empleado. Esto permitirá identificar si existe alguna correlación visual entre ambas variables.

1. Análisis de correlación entre asistencias y ventas:

Para evaluar la correlación entre asistencias y ventas, puedes calcular el coeficiente de correlación, como el coeficiente de correlación de Pearson. Un valor cercano a 1 indica una correlación positiva, mientras que un valor cercano a -1 indica una correlación negativa.

1. Cálculo de la tasa de clics (CTR) de la campaña:

Divide el número total de clics entre el número total de impresiones y multiplica por 100 para obtener el porcentaje de clics (CTR).

1. Cálculo de la tasa de conversión de la campaña:

Divide el número total de conversiones entre el número total de clics y multiplica por 100 para obtener el porcentaje de conversión.

1. Análisis de resultados de CTR y tasa de conversión:

Compara la CTR y la tasa de conversión con los estándares de la industria para evaluar el rendimiento de la campaña. Identifica posibles áreas de mejora y sugiere estrategias para aumentar la efectividad de la campaña.

**SIMILITUDES Y DIFERENCIAS**

**Similitudes:**

1. Ambas pruebas están diseñadas para evaluar las habilidades y conocimientos de un analista de datos.
2. En ambas pruebas, se proporcionan conjuntos de datos que contienen información relevante para realizar análisis.
3. Las dos pruebas involucran tareas relacionadas con el análisis de datos, la interpretación de resultados y la presentación de hallazgos.
4. En ambas pruebas, se solicita la creación de visualizaciones y gráficos para presentar los resultados de manera efectiva.
5. Se espera que en ambas pruebas el candidato realice cálculos y análisis estadísticos.

**Diferencias:**

1. Temas y datos: La primera prueba se enfocaba en el análisis de datos para una empresa que presta servicios de banca digital y marketing, mientras que la segunda prueba se centra en el análisis de ventas en una plataforma de comercio electrónico y el rendimiento de los empleados.
2. Naturaleza de los análisis: En la primera prueba, se requería la segmentación de clientes y el análisis de campañas de marketing digital, mientras que en la segunda prueba se realizaron análisis de ventas, correlación entre variables y rendimiento de empleados.
3. Técnicas utilizadas: En la primera prueba, se mencionaba la implementación de un modelo de segmentación, mientras que, en la segunda prueba, se realizaron cálculos de promedios, análisis de dispersión y cálculos de tasas de clics y conversión.
4. Tipo de datos: En la primera prueba, se mencionaba el uso de datos sobre comercios, transacciones y tasas de rebote, mientras que, en la segunda prueba, se trataba de datos sobre ventas, asistencias y rendimiento de marketing.
5. Objetivos: Las pruebas tenían objetivos diferentes. La primera prueba se centraba en el entendimiento y segmentación de clientes para campañas de marketing, mientras que la segunda prueba abordaba el rendimiento de ventas y empleados, y la mejora de campañas publicitarias.