

Deber 2 – Detección de Oportunidades de Negocio (20%)

Actividad Grupal 4-5 personas

Fecha de entrega: viernes previo a la siguiente clase hasta las 23:59 a través de Blackboard

Revise con detenimiento las siguientes instrucciones para realizar esta asignación. Recuerde fue socializada en clases en la sesión con el docente:

1. Contexto del Negocio:

El equipo de Business Analytics de la empresa Retail presentó a la Junta Directiva un informe sobre transacciones no presenciales (2022–2024), sin embargo, la organización quedó insatisfecha con el informe presentado en términos de su solidez para evaluar decisiones de inversión. Aunque se evidenció crecimiento del canal digital, persisten dudas sobre la solidez de los resultados y su valor para decidir inversiones en el ecosistema omnicanal:

- Variables demográficas históricamente clave (edad, género, nivel educativo, estrato, zona) muestran asociaciones bajas o nulas con ciertas categorías, desafiando hipótesis de la empresa.
- Las categorías tradicionales (ropa, calzado, cosméticos) se analizaron sin desagregar su intensidad/frecuencia de compra.
- No se profundizó en servicios emergentes (educación, pasajes, hoteles, delivery), críticos para alianzas (ventas/pauta cruzada) bajo alta incertidumbre.

La Junta solicita un análisis predictivo y de segmentación que reduzca la incertidumbre y sustente decisiones de inversión en tecnología, logística y marketing digital. Para ello, se dispone de la base del Observatorio de Comercio Electrónico 2020–2024 (~60.000 consumidores) con variables demográficas, patrones de compra, dispositivo y valoración del servicio. (Ver Anexo 1 Guía de Códigos de Bases de Datos Final)

2. Objetivos

General

Realizar un análisis exploratorio de los patrones de compra online en Ecuador utilizando Power BI, con el fin de identificar factores explicativos de la intensidad de consumo, visualizar segmentos de clientes y diseñar tableros ejecutivos que orienten las decisiones de inversión, marketing digital y alianzas omnicanal.

Específicos

- Explorar la base de datos del Observatorio de Comercio Electrónico 2020–2024 en Power BI.
- Construir visualizaciones que permitan comparar la intensidad de compra en categorías estratégicas.
- Elaborar indicadores clave (KPIs) que midan la satisfacción y el desempeño en el canal digital.

- Segmentar los resultados por variables demográficas y digitales para identificar perfiles de consumidores.
- Integrar un tablero ejecutivo en Power BI que traduzca los hallazgos en recomendaciones estratégicas para la Junta Directiva.

3. Orientaciones de Trabajo

- Explore la base de datos y seleccionen aquellas variables que consideren más relevantes para responder a las inquietudes de la Junta.
- Representen los hallazgos a través de visualizaciones que faciliten la comparación entre categorías, segmentos y niveles de satisfacción.
- Definan al menos dos indicadores clave que aporten a la evaluación del desempeño digital y a la identificación de oportunidades de mejora.
- Organicen los resultados en un tablero que integre los distintos ángulos de análisis (consumo, satisfacción, perfiles de clientes, dispositivos).

4. Crear un reporte:

Cada grupo debe entregar:

- Un tablero en Power BI con un conjunto de visualizaciones que apoyen la toma de decisiones de la Junta Directiva.
- Crear un resumen ejecutivo en el mismo tablero que responda a las siguientes preguntas:

¿Qué categorías o segmentos merecen prioridad en inversión y marketing digital?

¿Qué oportunidades de alianzas y promociones cruzadas se evidencian a partir de los datos?

¿Cómo debería adaptarse la estrategia omnicanal de Retail para capturar valor en los próximos tres años? ¿Qué categorías o segmentos merecen prioridad en inversión y marketing digital?

¿Qué oportunidades de alianzas y promociones cruzadas se evidencian a partir de los datos?

¿Cómo debería adaptarse la estrategia omnicanal de Retail para capturar valor en los próximos tres años?

Suba a Blackboard dos archivos: el reporte en power bi en formato. bix de respaldo de los cálculos realizados. Criterios de Evaluación: revisar rúbrica en blackboard previo al envío del deber para asegurar el cumplimiento pleno de los objetivos solicitados.

Recursos Adicionales:

- En el caso de Power Bi el mejor centro de consulta es la guía [que ofrece la misma herramienta](#)
- Consulten las notas de clase, lecturas y los materiales adicionales proporcionados por el profesor durante el encuentro asincrónico disponibles en Blackboard.

Anexo 1. Ver Anexo 1 Guía de Códigos de Bases de Datos Final

Variables	Etiqueta en Base de Datos	Descripción de la Recolección
Demográficos	P1. Edad	Edad en años del encuestado
	P2. Género	Género reportado: 1 Masculino, 2 Femenino
	P3. Nivel educativo	1 ninguno, 2 primaria, 3 bachiller, 4 técnico, 5 universitaria
	P4. Estrato	1 bajo, 2 medio-bajo, 3 medio, 4 medio-alto, 5 alto
	P5. Zona de residencia	1 urbana, 2 rural
	P6. Frecuencia de uso de internet	escala 1 (varias veces al día) a 5 (ocasionalmente)
Transacciones	P7. Transacciones bancarias	escala 1 (nunca) a 5 (siempre)
	P8. Medio de pago preferido	1 tarjeta de crédito, 2 debito, 3 efectivo contra entrega, 4 depósito en cuenta, 5 otros
Compra	P9. Compra bienes uso personal ROPA Y CALZADO	1 nunca a 5 siempre
	P10. Compra bienes uso personal CELULARES	1 nunca a 5 siempre
	P11. Compra bienes uso personal COMPUTACIÓN	1 nunca a 5 siempre
	P12. compra bienes uso personal SALUD/ MEDICINAS	1 nunca a 5 siempre
	P13. Compra de servicio EDUCACIÓN	1 nunca a 5 siempre
	P14. Compra de servicios PASAJES	1 nunca a 5 siempre
	P15. Compra de servicios TIQUETES	1 nunca a 5 siempre
	P16. Compra de servicios HOTELES	1 nunca a 5 siempre
	P17. Compra de servicios Delivery/comida restaurant	1 nunca a 5 siempre
Dispositivo	P18. Dispositivo de compra	1 celular, 2 computador, 3 portátil, 4 Tablet, 5 Smart Tv
Valoración del Servicio	P19. Experiencia con el e-commerce TIEMPOS DE ENTREGA	Escala 1 a 5 - 1 Nada Satisfecho a 5 Muy Satisfecho
	P20. Experiencia con el e-commerce COSTO DE ENVÍO	Escala 1 a 5 - 1 Nada Satisfecho a 5 Muy Satisfecho
	P21. Experiencia con el e-commerce OPCIONES DE ENTREGA Y RETIRO	Escala 1 a 5 - 1 Nada Satisfecho a 5 Muy Satisfecho
	P22. Experiencia con el e-commerce DESCUENTOS Y PROMOCIONES	Escala 1 a 5 - 1 Nada Satisfecho a 5 Muy Satisfecho

	P23. Experiencia con el e-commerce ATENCIÓN AL CLIENTE DURANTE LA COMPRA	Escala 1 a 5 - 1 Nada Satisfecho a 5 Muy Satisfecho
	P24. Experiencia con el e-commerce SERVICIO POSTVENTA	Escala 1 a 5 - 1 Nada Satisfecho a 5 Muy Satisfecho