

TABLA DE CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN.....	1
2. PLANTEAMIENTO DE OPORTUNIDAD.....	2
3.1. Objetivo general.....	4
3.2. Objetivos específicos.....	4
4. ALCANCES.....	5
5. RESULTADOS ESPERADOS.....	5
6. MARCO CONCEPTUAL.....	6
6.1. Promociones.....	6
6.2. Modelo de Abraham y Lodish.....	7
6.2.1. Ajuste por estacionalidad.....	7
6.2.2. Identificación de las promociones y desestacionalización.....	9
6.2.3. Detección de outliers.....	9
6.2.4. Suavización de los datos, re-estacionalización y reinserción de tendencia.....	9
6.2.5. Ajuste por stock.....	9
6.2.6. Ajuste de la línea base por factores de mercado.....	10
7. METODOLOGÍA.....	11
7.1. Entendimiento del negocio.....	11
7.2. Selección de los datos.....	12
7.3. Transformación de los datos.....	12
7.4. Selección y ejecución de herramienta de minería de datos.....	13
7.5. Análisis de resultados.....	13
7.6. Interpretación de los resultados.....	13
8. ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE LOS DATOS.....	14
8.1. Situación global del negocio.....	14
8.2. Análisis descriptivo por productos.....	17
8.2.1. Categoría Coches Travel System 2.....	19
8.2.2. Categoría Toallitas Húmedas.....	20
9. DESARROLLO METODOLÓGICO.....	21
9.1. Selección de Datos.....	21
9.2. Descripción del modelo.....	22
9.2.1. Normalización de productos.....	22
9.2.2. Corrección por quiebres de stock.....	23
9.2.3. Creación de variables para el modelo.....	24

9.2.4.	Cálculo de tendencia y estacionalidad.....	24
9.2.5.	Extracción de promociones y suavización de datos.....	26
9.2.6.	Comparación de resultados.....	26
10.	ANÁLISIS DE SIGNIFICANCIA DEL MODELO.....	27
11.	RESULTADOS DEL MODELO.....	29
11.1.	Categoría Butacas 3.....	29
11.2.	Categoría Coches Travel System 2.....	31
11.3.	Categoría Coches Travel System 3.....	33
11.4.	Categoría Extractores Eléctricos 1.....	34
11.5.	Categoría Extractores Eléctricos 2.....	36
11.6.	Categoría Extractores Eléctricos 3.....	38
11.7.	Categoría Mamaderas Plásticas 4.....	40
11.8.	Categoría Mochilas 1.....	41
11.9.	Categoría Moisés y Colecho 2.....	42
11.10.	Categoría Moisés y Colecho 3.....	44
11.11.	Categoría Sillas convertibles 2.....	46
11.12.	Categoría Sillas Convertibles 3.....	48
11.13.	Categoría Toallitas Húmedas.....	49
12.	RESUMEN DE RESULTADOS DEL MODELO.....	51
13.	METODOLOGÍA ACTUAL DE EVALUACIÓN DE PROMOCIONES.....	52
14.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	53
14.1.	Conclusiones.....	53
14.2.	Recomendaciones.....	54
14.3.	Trabajos futuros.....	55
15.	BIBLIOGRAFÍA.....	56