



# Tecnológico de Monterrey

Actividad 6: Reto Final

Ángel Roberto González Angulo

A01735880

Semana 1 - 5

Plataformas de analítica de negocios para organizaciones

(Grupo 101)

Maestro: Alfredo García Suárez

09 de agosto de 2023

## Introducción

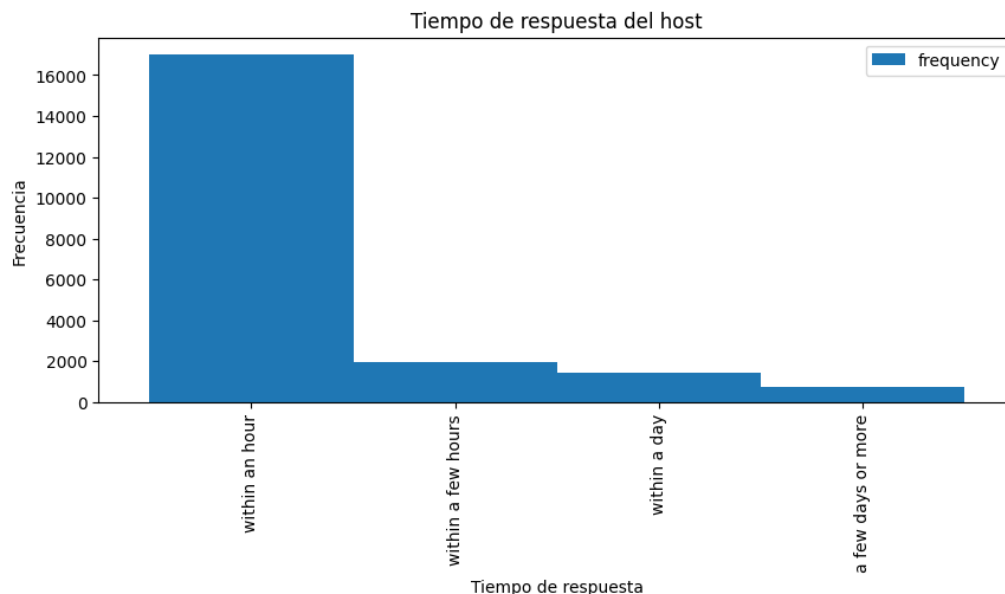
Para esta actividad se utilizó la base de datos en Excel llamada “DF\_Mexico” la cual estaba enfocada a la plataforma “Airbnb”, donde se realizó un proceso de limpieza incluyendo no solo valores nulos, también la verificación de Outliers y extracción de características.

## Análisis de variables

Las variables que se colocaron en el código de la plataforma Visual para obtener el análisis de frecuencias fueron las siguientes:

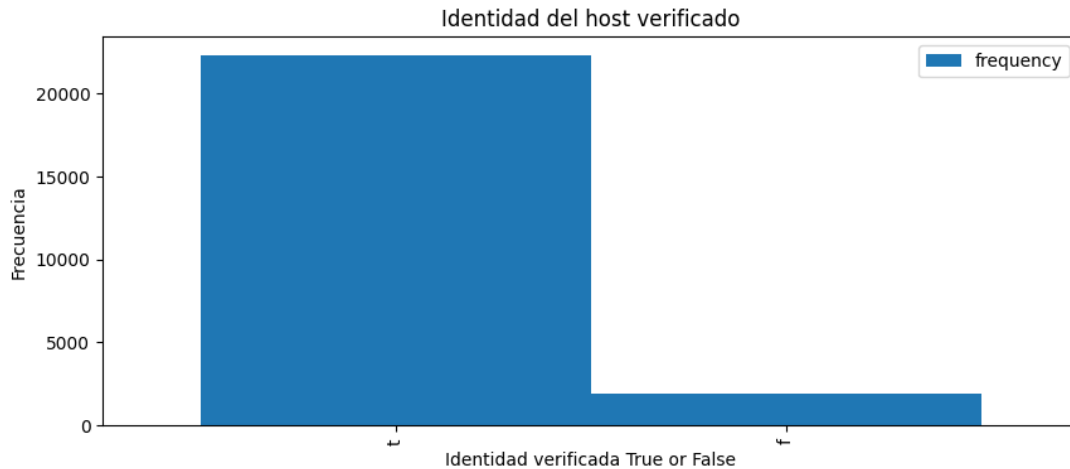
### “Tiempo de respuesta del Host” (host\_response\_time)

Esta variable describe el tiempo de respuesta que tiene el host con el potencial cliente al estar en la plataforma Airbnb, en este sentido se puede notar el claro interés del host por tener al cliente totalmente consciente por cualquier duda o preparación para poder dar el servicio siendo el tiempo de respuesta de una hora ampliamente recurrente.



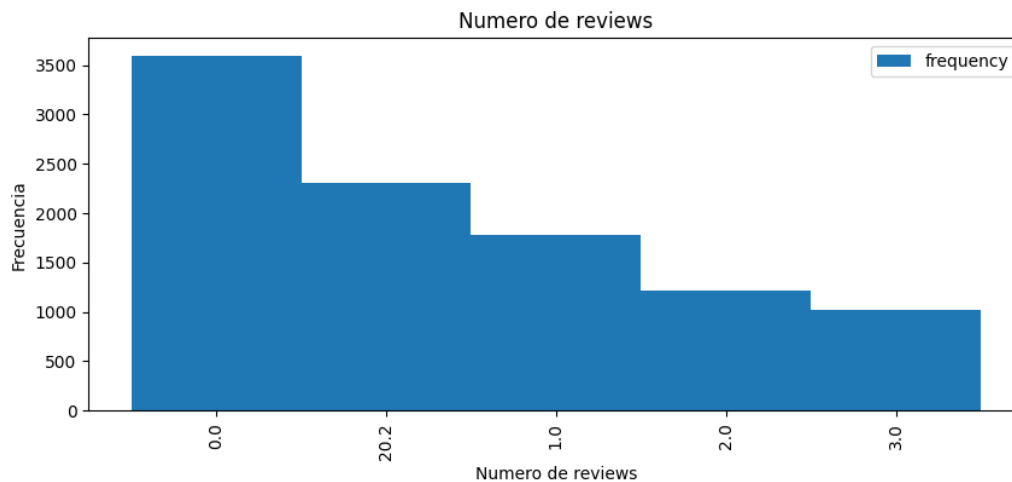
### “Identidad del host verificada” (host\_identity\_verified)

Esta variable describe si el host tiene la verificación de su identidad en la plataforma, en este caso, la mayoría lo tienen ya que definitivamente es una variable que produce seguridad al querer tener el servicio y puede ser determinante al seleccionar una reserva u otra.



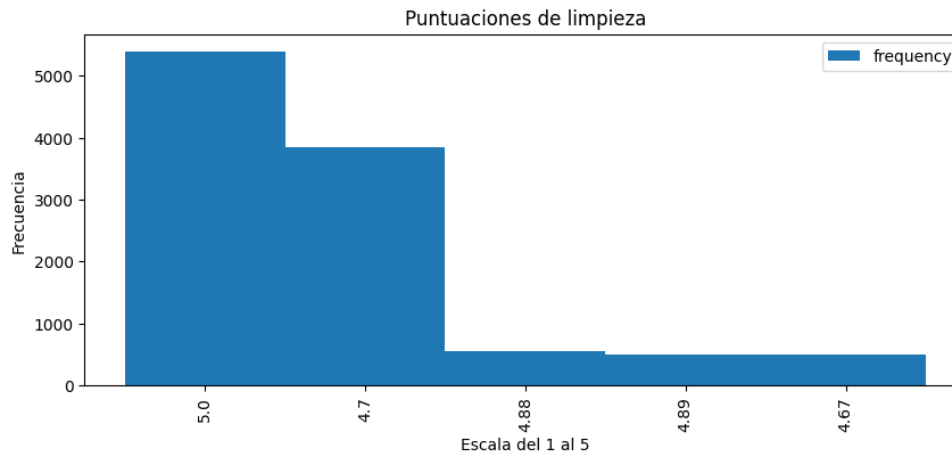
### “Número de reviews” (number of reviews)

Esta variable da a conocer el numero de reviews que los clientes dejan al tener el servicio, muchos clientes no suelen dejar reviews y eso se puede reflejar tanto en el código de frecuencias como en la gráfica.



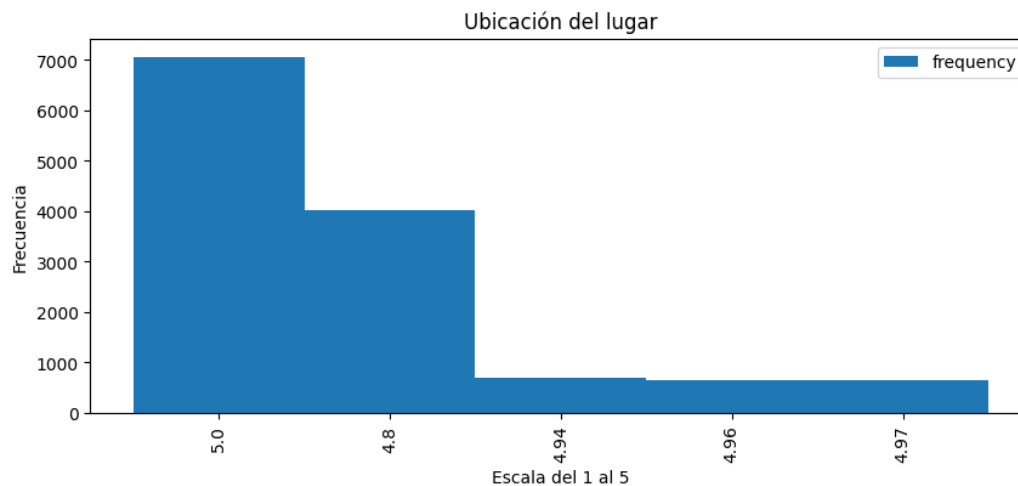
### “Puntuaciones de limpieza” (review\_scores\_cleanliness)

Siguiendo con las variables con escala de Likert, se tienen las puntuaciones de limpieza, en estas se puede ver que la gran mayoría de propiedades tienen un nivel de cuidado bastante alto en cuanto a la salubridad, esto es importante pues se puede observar un nivel alto en la calidad de los lugares dentro de la plataforma.



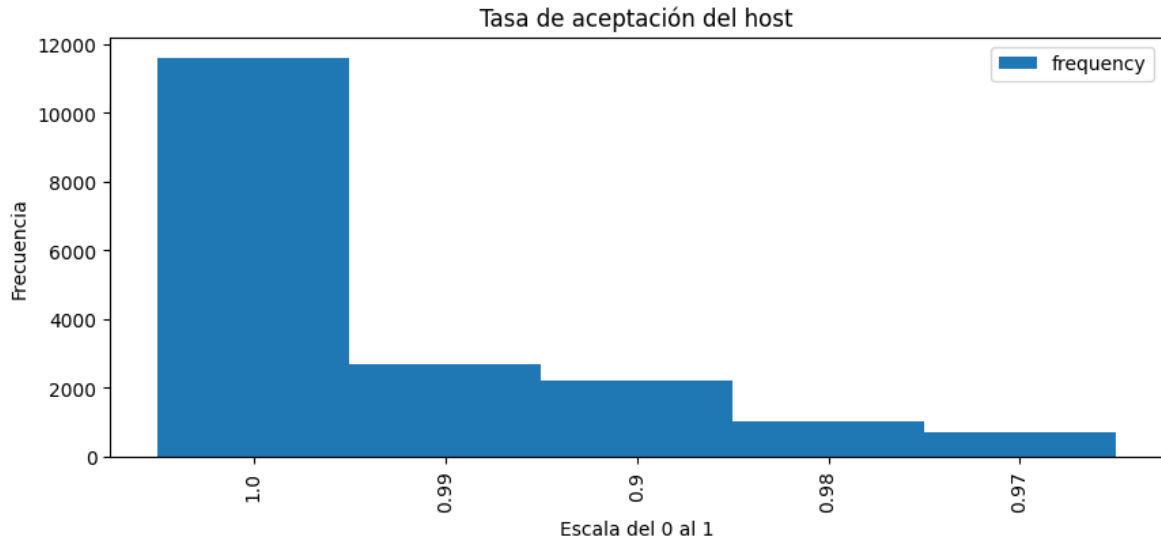
### “Ubicación del lugar” (review scores location)

Este apartado tiene que ver con la ubicación del lugar en cuestión y saber si se encontraba con el agrado de la gente que agendó, esta variable es de las más polémicas ya que se suele dar un contexto suficientemente riguroso para el potencial cliente, igual se encuentra como escala Likert y la gran mayoría de resultados son positivos por igual.



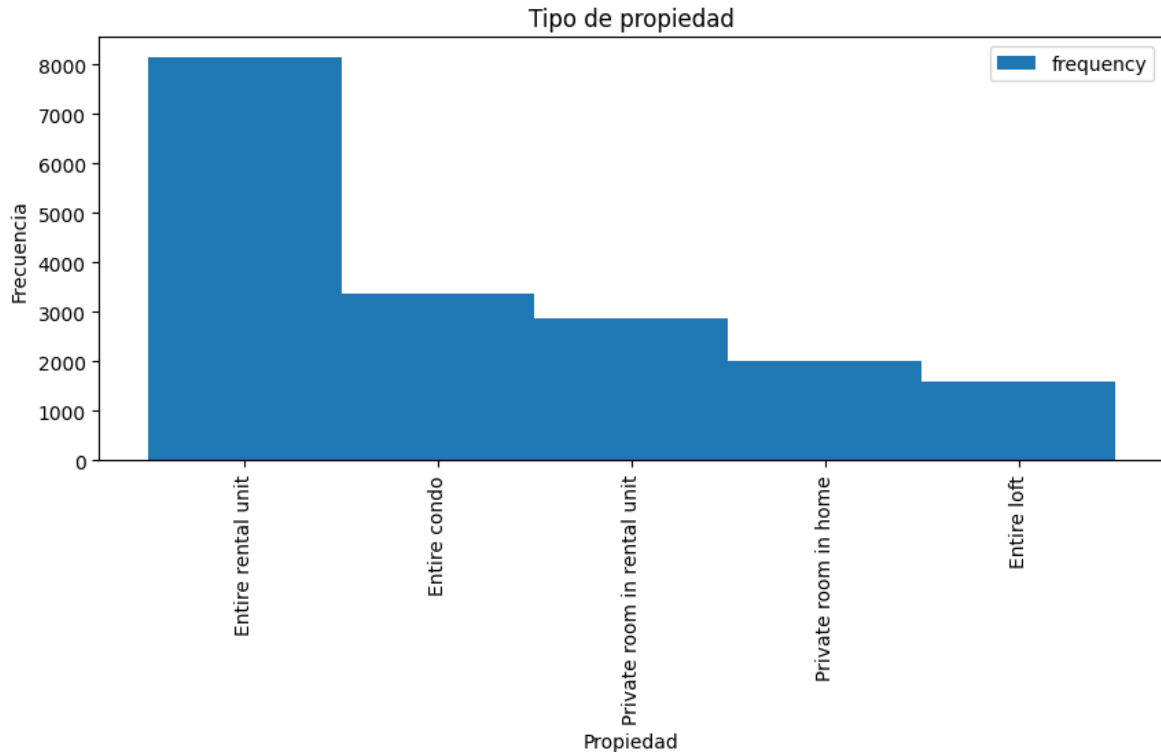
### “Tasa de aceptación del host” (host acceptance rate)

Esta variable está asociada al acompañamiento y el host del lugar, sí fue claro, conciso, acompañó a los clientes a través de preguntas, asesoramiento y simpleza al momento de agendar un lugar, en este caso, el parámetro es va del 0 al 1. La mayoría de los hosts tienen una excelente puntuación.



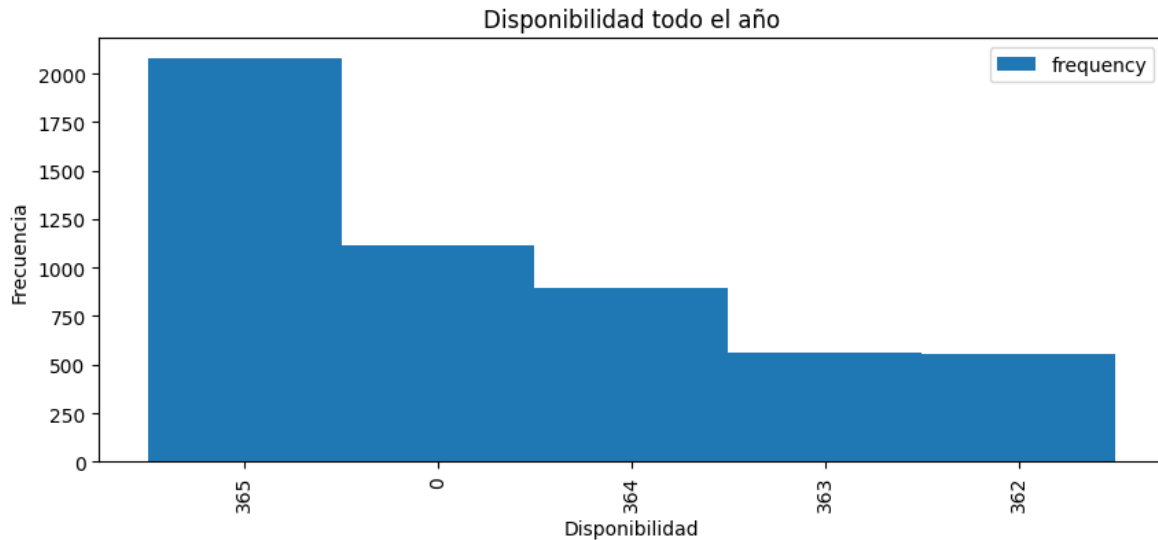
“Tipo de propiedad” (property type)

Esta variable es completamente descriptiva para saber los tipos de propiedad que tienen un mayor efecto dentro de la plataforma de Airbnb, en este sentido se puede decir con seguridad que el tipo de propiedad más popular es la “unidad de alquiler completa”, seguida está el “condominio completo” y finalmente cerrando las unidades más populares está la “Habitación privada en unidad de alquiler”



### “Disponibilidad en todo el año” (availability 365)

Esta variable también es completamente descriptiva para conocer si los recintos están disponibles durante todos los días del año, este dato en concreto tiene un comportamiento interesante puesto que el primer lugar es para los lugares 365 pero seguido están aquellos lugares que ya no tienen disponibilidad, siendo en este caso el 0, se podría inferir que hay muchos lugares inactivos, aunque también podría deberse a un error de captura.



### “Puntuación en la comunicación” (review scores communication)

Esta variable también cuenta con la escala Likert del 1 al 5, en este caso se trata de la comunicación entre potencial cliente, luego cliente y el host, esto seguramente con el acompañamiento, seguimiento, amabilidad y fluidez para resolver dudas, conflictos, situaciones, etc. En este caso se sigue manteniendo una constante calidad donde los puntajes más altos son los que aparecen con mayor frecuencia en la gráfica.



### “Puntuación sobre el valor” (review scores value)

Esta variable también resulta polémica entre los hosts de Airbnb porque nunca se especifica o se da contexto sobre este medidor dado que el “valor” es parte de la subjetividad de cada cliente, aunque se podría tomar como experiencia general en cada cliente. Siendo tomado así, se puede obtener una puntuación total del servicio de Airbnb al tener unos buenos lugares y hosts, siendo precisamente el caso porque de nuevo se hace uso de la escala Likert y los valores más altos son los que tienen una mayor frecuencia.



### **Conclusión**

Esta ultima actividad posee todos los elementos que hemos visto en clase, desde identificar los formatos de las variables en un data frame, pasar por el llenado de valores nulos y orden de los datos, después clasificarlos y aplicar limites matemáticos para la limpieza de outliers, finalmente tenemos la extracción de los datos, visualización e interpretación donde se usó a CDMX y la plataforma de Airbnb para el análisis donde todas sus variables fueron registradas como positivas, en vistas generales y sin tomar en cuenta otras variables, se podría decir con seguridad que Airbnb es una plataforma confiable, con buenos estándares de calidad y organización en el servicio, la única recomendación que se podría hacer es la falta de fortaleza en alguno de sus indicadores que deberían ser reformulados, contextualizarlos o eliminarlos en caso de ser innecesarios o redundantes.

