

UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA

ESCUELA POLITÉCNICA SUPERIOR DE CÓRDOBA

MÁSTER UNIVERSITARIO EN INTELIGENCIA COMPUTACIONAL  
E INTERNET DE LAS COSAS

ANALÍTICA WEB (AW)

---

## Generación de informes

---

*Estudiante:*

Mabrouka Salmi

< z12salsm@uco.es >



UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA

10 de abril de 2024

## Índice

<b>1</b>	<b>Introducción</b>	<b>1</b>
<b>2</b>	<b>Selección de Informes</b>	<b>1</b>
<b>3</b>	<b>Informes Generados</b>	<b>1</b>
3.1	Idiomas a Soportar en el Sitio Web . . . . .	1
3.2	Hora Óptima para Promoción . . . . .	1
3.3	Publicidad en Navegadores . . . . .	1
<b>4</b>	<b>Implementación</b>	<b>2</b>
<b>5</b>	<b>Conclusiones</b>	<b>3</b>

## Índice de figuras

1	Frecuencia de Idiomas . . . . .	2
2	Frecuencia de Horas . . . . .	2
3	Frecuencia de Navegadores . . . . .	3

## 1 Introducción

El presente documento tiene como objetivo presentar los informes generados a partir del dataset proporcionado, con el fin de tomar decisiones estratégicas para el sitio web de Dataiku. Se han seleccionado tres áreas clave para analizar: los idiomas que debería soportar el sitio web, la hora óptima para una promoción y la publicidad en navegadores. Sin embargo, todo el código está disponible en este [Cuaderno de Colab](#).

## 2 Selección de Informes

**Idiomas a Soportar en el Sitio Web:** Analizaremos los idiomas más utilizados por los usuarios para determinar los que deberían ser soportados en el sitio web.

**Hora Óptima para Promoción:** Identificaremos la hora del día en la que se registra el mayor número de accesos al sitio web, lo que nos ayudará a determinar el momento más adecuado para una promoción.

**Publicidad en Navegadores:** Analizaremos qué navegadores son más utilizados por los usuarios y cuáles podrían ser más propensos a hacer clic en anuncios, para decidir en cuáles centrar nuestra estrategia publicitaria.

## 3 Informes Generados

### 3.1 Idiomas a Soportar en el Sitio Web

Para determinar los idiomas a soportar, hemos analizado el campo “br\_lang” (idioma del navegador del usuario). Calculamos la frecuencia de cada idioma y los presentamos en orden descendente, como se puede ver en la figura 1.

Basándonos en estos datos, Se recomienda encarecidamente que el sitio web admita inglés y francés, ya que son los idiomas más utilizados en la navegación por parte de los usuarios, luego se recomienda relativamente admitir portugués y alemán.

### 3.2 Hora Óptima para Promoción

Analizamos la distribución de accesos por hora y encontramos que la franja horaria con mayor cantidad de accesos es de 12:00 a 17:00 horas, como se muestra en la figura 2. Por lo tanto, recomendamos realizar la promoción durante esta ventana de tiempo para maximizar el alcance.

### 3.3 Publicidad en Navegadores

Hemos analizado la frecuencia de acceso por navegador y encontramos que Mozilla es el navegador más utilizado, seguido por Opera y ThumbnailAgent. Recomendamos centrar

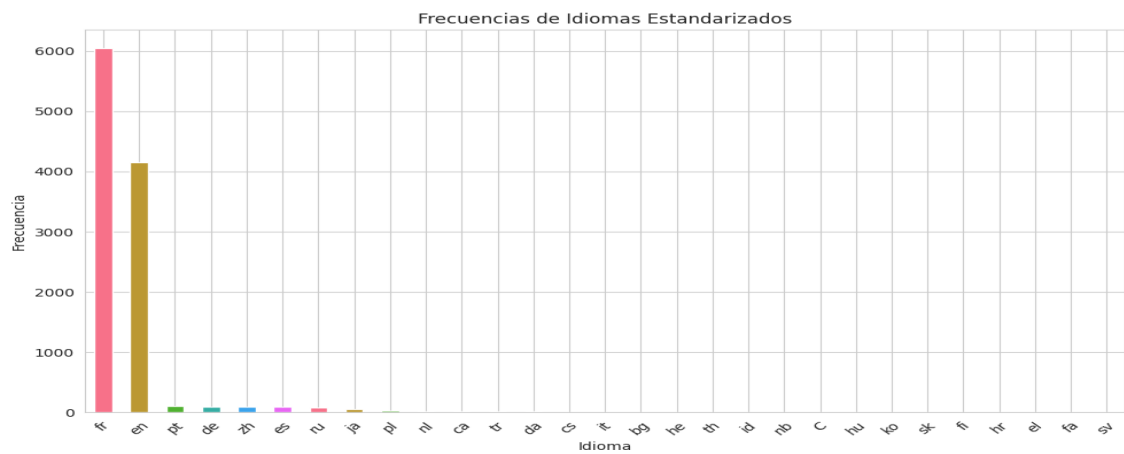


Figura 1: Frecuencia de Idiomas

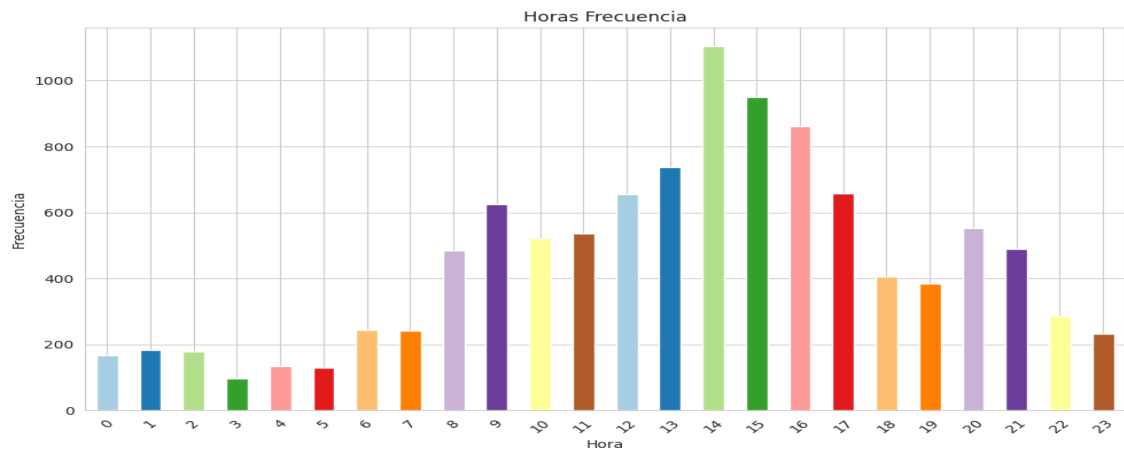


Figura 2: Frecuencia de Horas

la estrategia publicitaria en Mozilla debido a su mayor cuota de mercado y popularidad entre los usuarios, mientras que los otros fueron utilizados raramente, como se puede ver en la figura 3.

## 4 Implementación

Para generar estos informes, se ha utilizado un script en Python que carga el dataset, realiza los cálculos necesarios y genera los informes. A continuación, se proporciona el código para su implementación:

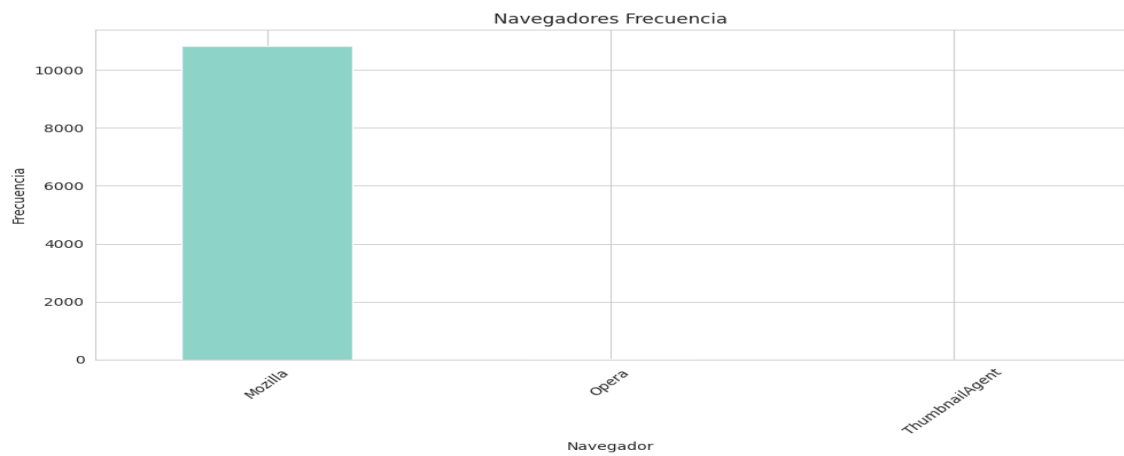


Figura 3: Frecuencia de Navegadores

## 5 Conclusiones

Los informes generados proporcionan información valiosa para la toma de decisiones estratégicas en el sitio web de Dataiku. Basándonos en estos informes, recomendamos soportar varios idiomas, realizar promociones durante la tarde y centrar la publicidad en el navegador Mozilla.

Este análisis puede ser útil para optimizar la experiencia del usuario, aumentar el alcance de las promociones y mejorar la eficacia de la publicidad en el sitio web de Dataiku.