



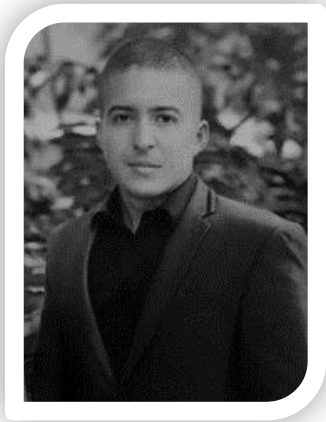
ETAPA DE LABS
PROYECTO FINAL

Millennium Insights Data

Grupo 9

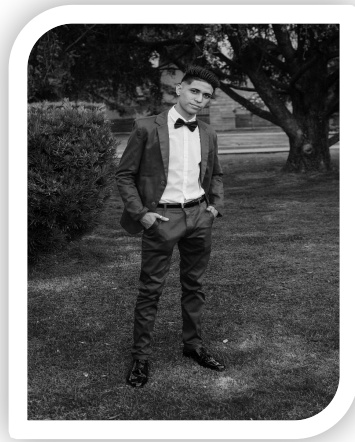


EQUIPO



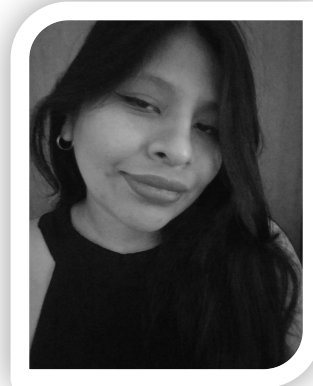
Santiago Mira

*Analítica de Datos
Dashboards
Ingeniería de Datos



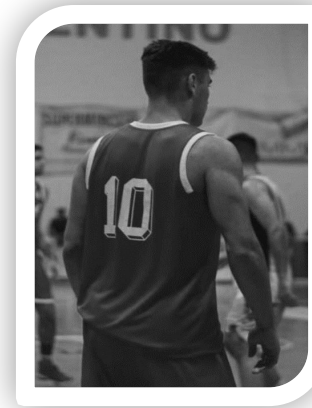
Gerard Carrizo

*Ingeniería de Datos
Analítica de Datos
Arquitectura de Datos



Micaela Callahuanca

*Arquitectura de Datos
Analítica de Datos
Gestión de Información



Mateo López

*Ingeniería de Datos
Analítica de Datos
Arquitectura de Datos



Jairo Díaz

*Gerencia del Proyecto
Analítica de Datos
Ingeniería de Datos



PRESENTACIÓN

- 1. Contexto**
- 2. Objetivos**
- 3. Justificación y Alcance**
- 4. Esquema General Proyecto**
- 5. KPIs**
- 6. Repo Github**
- 7. Ingeniería de Datos**



1

- **Contexto**

- **Sobre Nosotros:**

Somos **Millennium Insights Data (MID)**, una empresa de consultoría en ciencia de datos, que analiza y procesa información extraída de las plataformas GOOGLE y YELP, cuyo objeto es apoyar los procesos de toma de decisiones, fundamentados en el **estudio detallado de las reseñas realizadas por clientes y usuarios** de diferentes negocios comerciales.

- **Sobre el Proyecto:**

Millennium Insights Data (MID) ha sido contratada por la cadena hotelera latinoamericana [GHL](#), como parte integral del equipo estratégico que busca expandir las marcas de GHL hacia los Estados Unidos. Luego de cumplir el cronograma de mesas técnicas de trabajo, GHL y MID acordaron realizar un primer ejercicio de ingeniería informática que cubrirá dos (2) objetivos básicos.



2

• Objetivos

- I. Completar el **producto mínimo viable de una aplicación web (móvil & PC)**, que permita a los clientes de GHL ingresar una ciudad destino en los **Estados Unidos**, **y realizar consultas para conocer la calificación (ranking) de los hoteles de la localidad, fundamentando el análisis en las reseñas generales** que previamente han hecho los visitantes a dichos establecimientos.

- II. **Agregar una interfase** (integrada a la aplicación descrita en el punto 1), que ofrezca a los clientes de GHL, una vez escogido el hotel , **la información y visualización sobre potenciales sitios de interés** circundantes bajo cinco (5) categorías principales: **parques de atracciones, arte y entretenimiento, servicios financieros, 'shopping', y lugares históricos.**

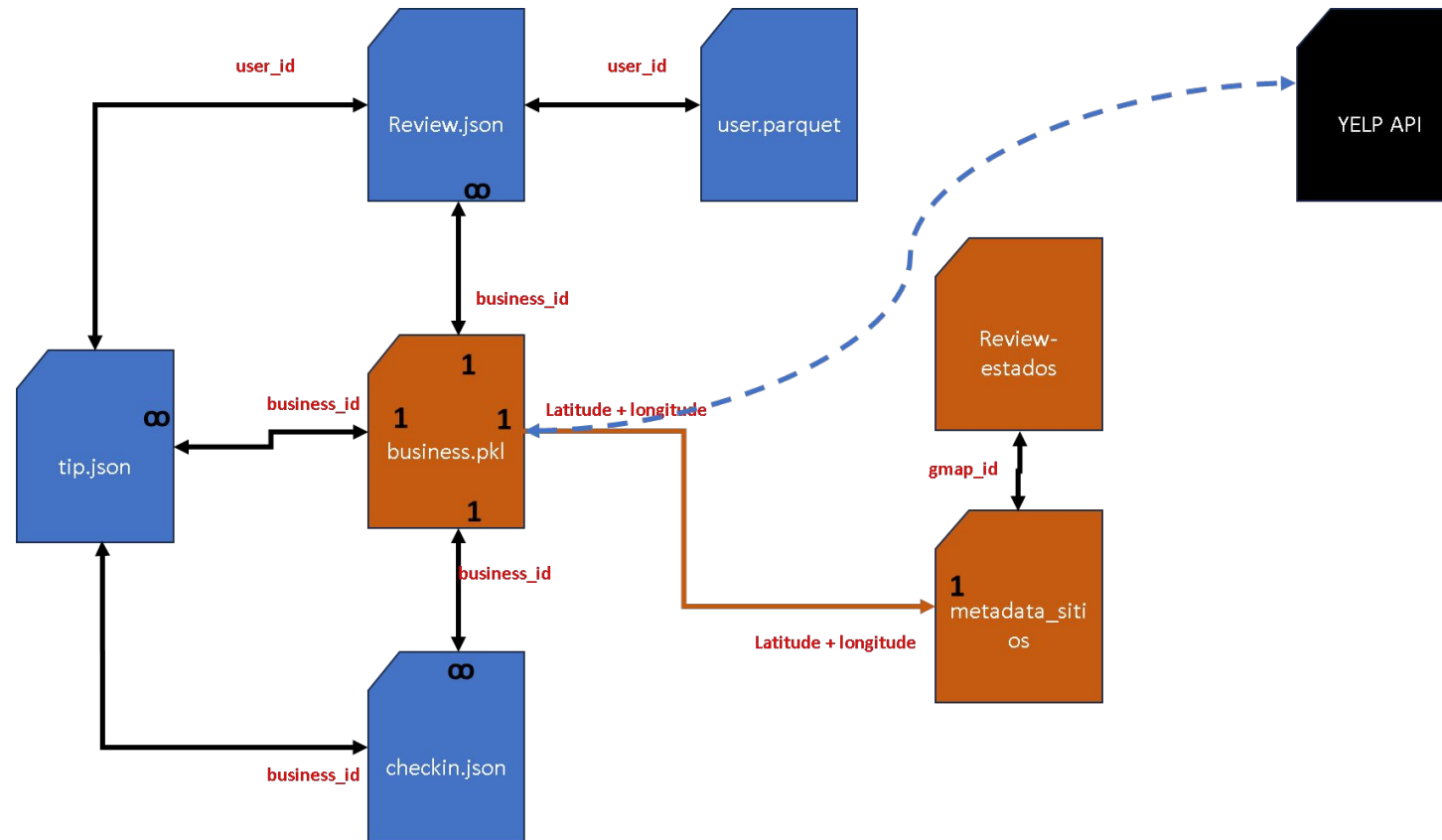


3

• Justificación y Alcance

• Análisis preliminar de información:

Primera aproximación sobre 'datasets' proveídos. Análisis de tablas y relacionamiento.



3

- **Justificación y Alcance**

- **Análisis preliminar de información:**

Primera aproximación sobre 'datasets' proveídos. Análisis en POWER BI ☐ Hoteles.

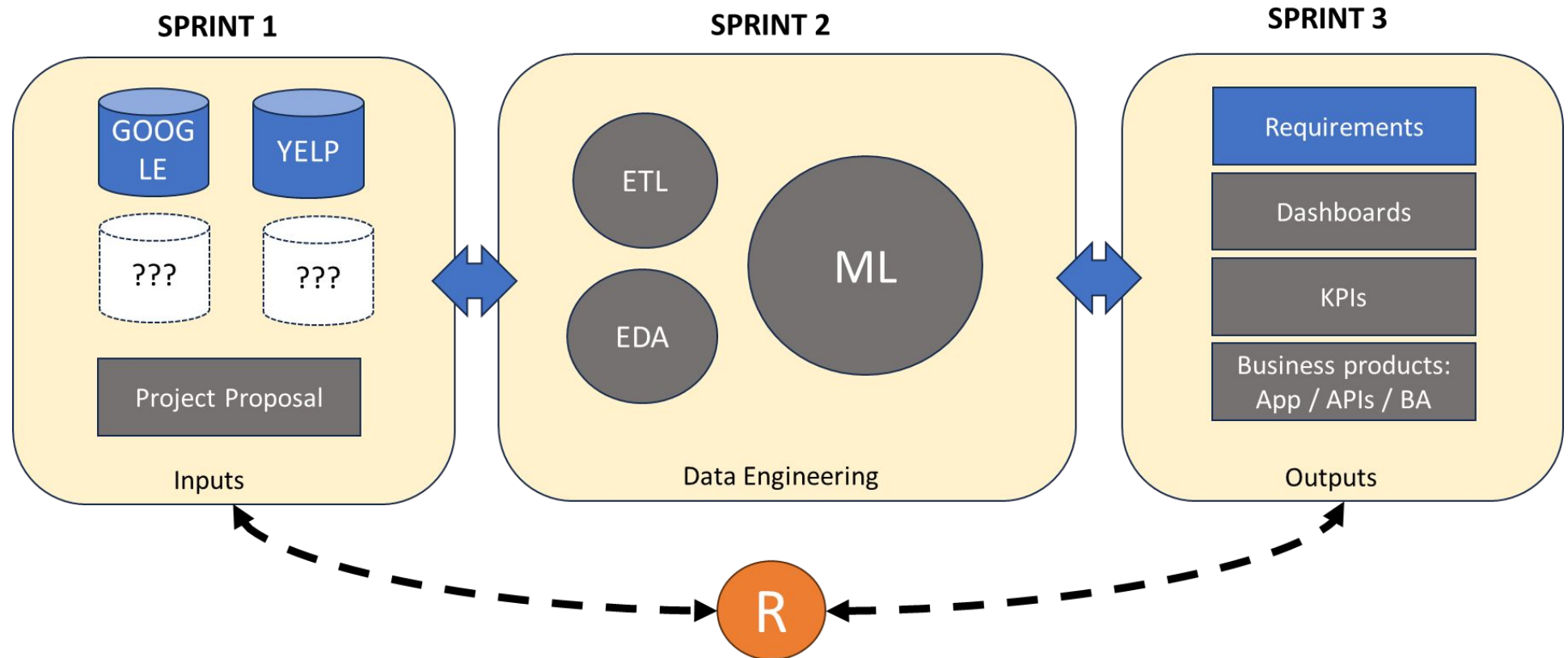


Google Maps



4

- Esquema General del Proyecto



5

- **KPIs**

- I. Determinar la satisfacción con la calidad del servicio de los hoteles analizados, midiendo el aumento o la disminución porcentual de aquellas reseñas que son categorizadas como 'buenas' por parte de clientes y usuarios de dichos establecimientos. Se sugiere una medición con periodicidad anual como marco temporal del indicador.

$$\% \text{ satisfacción calidad de servicio} = \frac{\text{cantidad reviews 'buenas' año actual}}{\text{cantidad reviews 'buenas' año anterior}}$$

- II. Determinar el flujo de visitantes que tienen los hoteles analizados durante las diferentes estaciones del año, midiendo el aumento o la disminución porcentual del total de reseñas realizadas por parte de clientes y usuarios de dichos establecimientos, con objeto de contrastar la popularidad del establecimiento según la época del año. Se sugiere una medición con periodicidad trimestral como marco temporal del indicador.

$$\% \text{ popularidad segun época del año} = \frac{\text{número total reviews trimestre actual}}{\text{número total reviews trimestre anterior}}$$



- KPIs

- III. Determinar el potencial turístico poblacional de la zona aledaña a los hoteles analizados, midiendo el aumento o la disminución porcentual del total de reseñas hechas por parte de clientes y usuarios que visitan establecimientos circundantes categorizados como de interés turístico; **parques de atracciones, arte y entretenimiento, servicios financieros, 'shopping', y lugares históricos**. Se sugiere una medición con periodicidad anual como marco temporal del indicador.

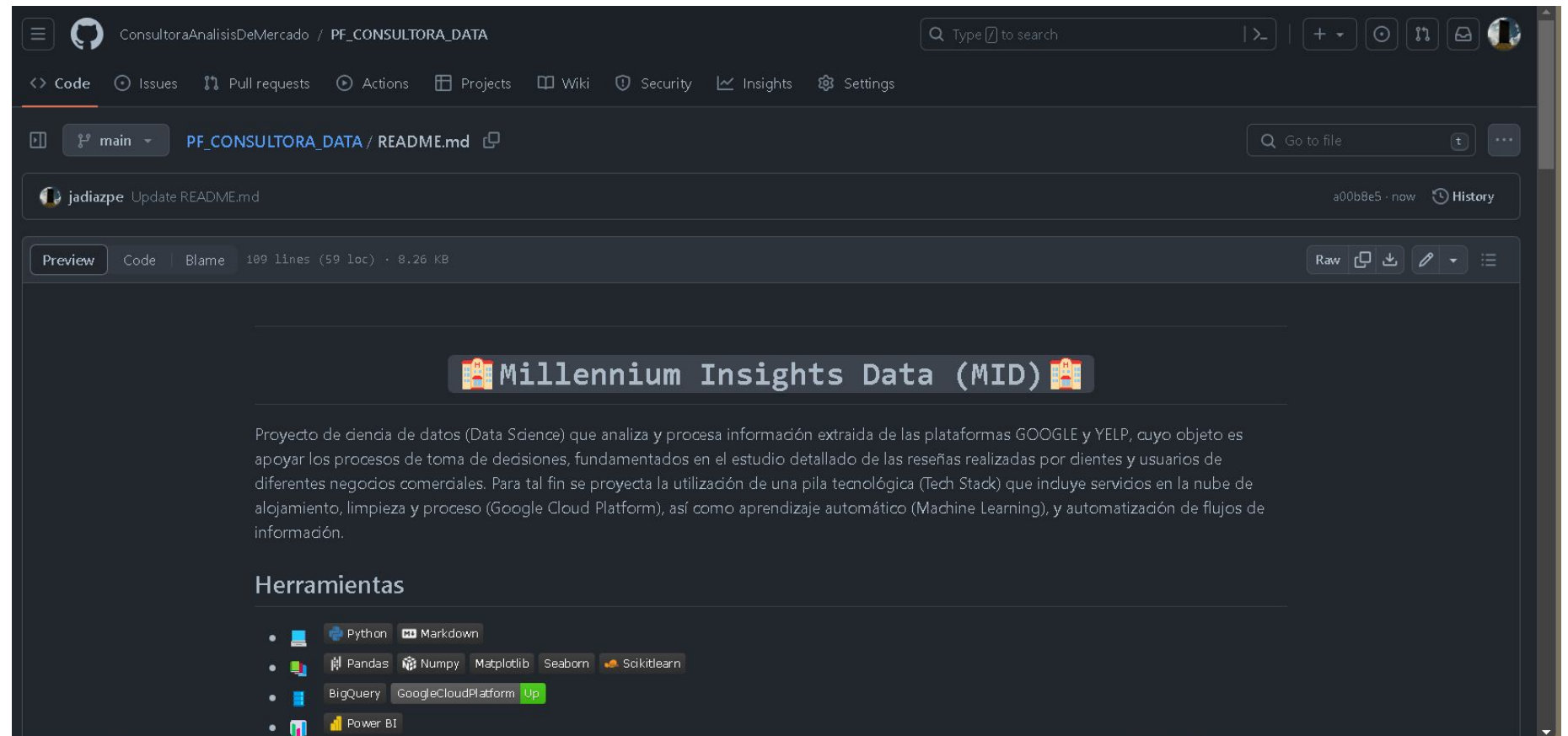
$$\% \text{ potencial turístico} = \frac{\Sigma \text{ número total reviews por cada categoría año actual}}{\Sigma \text{ número total reviews por cada categoría año anterior}}$$



6

- Repo GitHub

https://github.com/ConsultoraAnalisisDeMercado/PF_CONSULTORA_DATA/blob/main/README.md



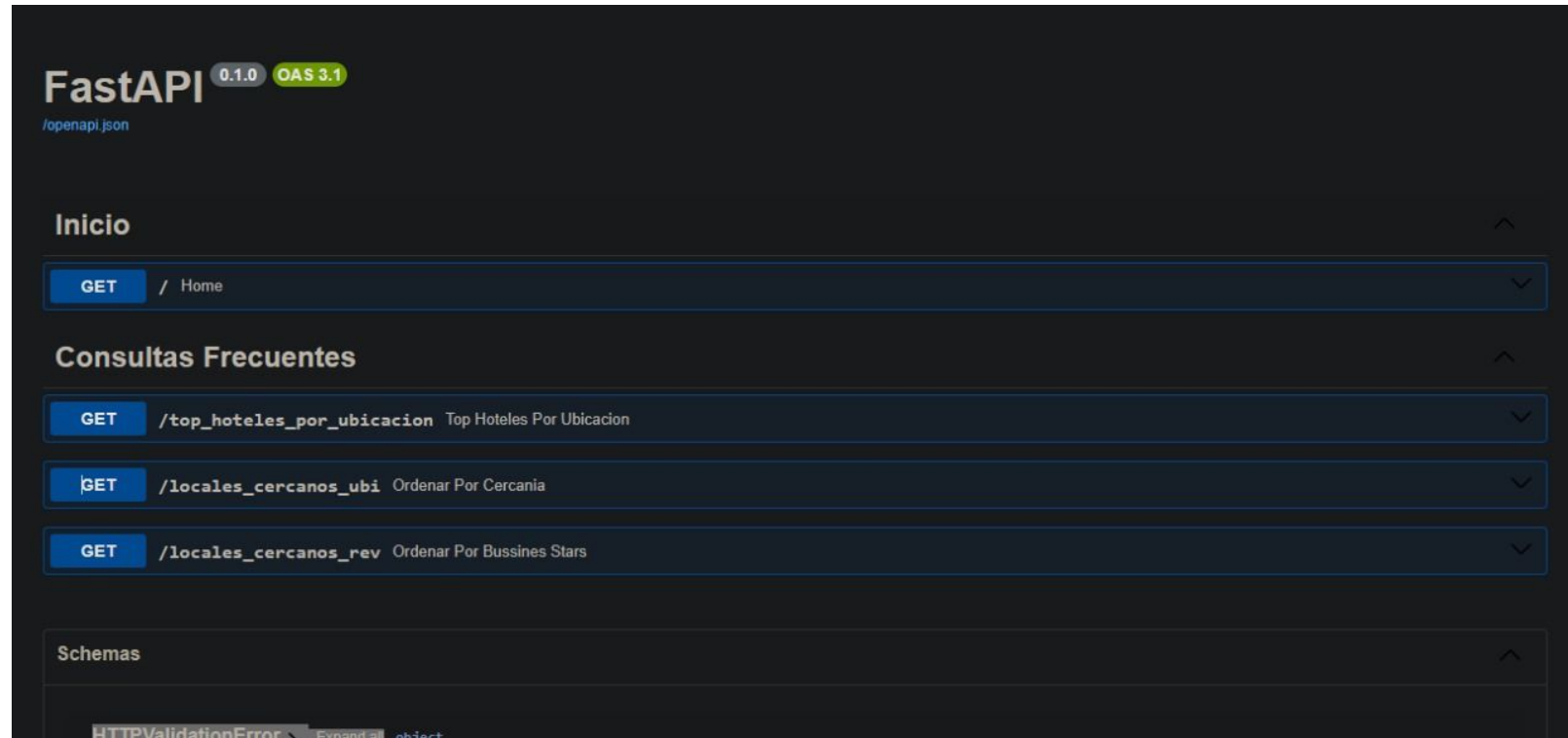
7

- **Ingeniería de Datos**

- **Revisión profunda de 'datasets' proveídos**
- **Trabajos ETL | EDA**
- **Trabajos con Funciones**
- **Testeos de fusión de tablas**
- **Pruebas con FastApi**

7

- Ingeniería de Datos



7

G R A C I A S

Millennium Insights Data