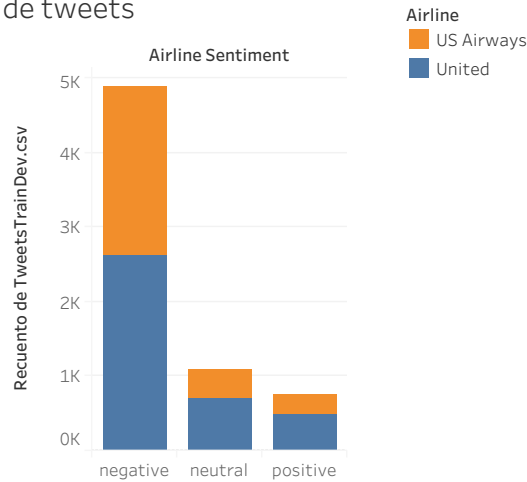


# Análisis de Sentimiento de Tweets de las compañías US Airways y United

Distribución de Tweets	Principales motivos de queja	Tweets negativos por día	Tweets analizados por horas	Conclusiones
------------------------	------------------------------	--------------------------	-----------------------------	--------------

Primero analizamos **cómo están distribuidos** los Tweets de nuestra compañía respecto a la competencia según **cómo están clasificados por el Análisis de Sentimiento**.

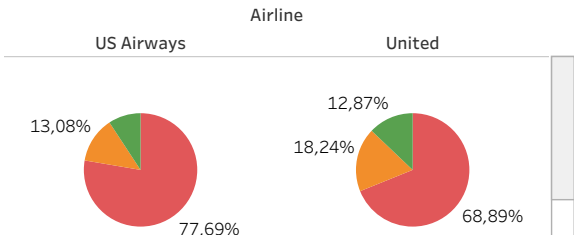
## Comparación de número de tweets



US Airways cuenta con un total de **2.913 tweets** frente a los **3.822** con los que cuenta **United**.

La **cantidad de Tweets de United** según la clasificación es **mayor en todos los casos**.

## Distribución de tweets según clasificación



En cuanto a los porcentajes, podemos ver que **US Airways** tiene una **mayor proporción de Tweets negativos** frente a **United**, con una **diferencia** de casi **9 puntos**.

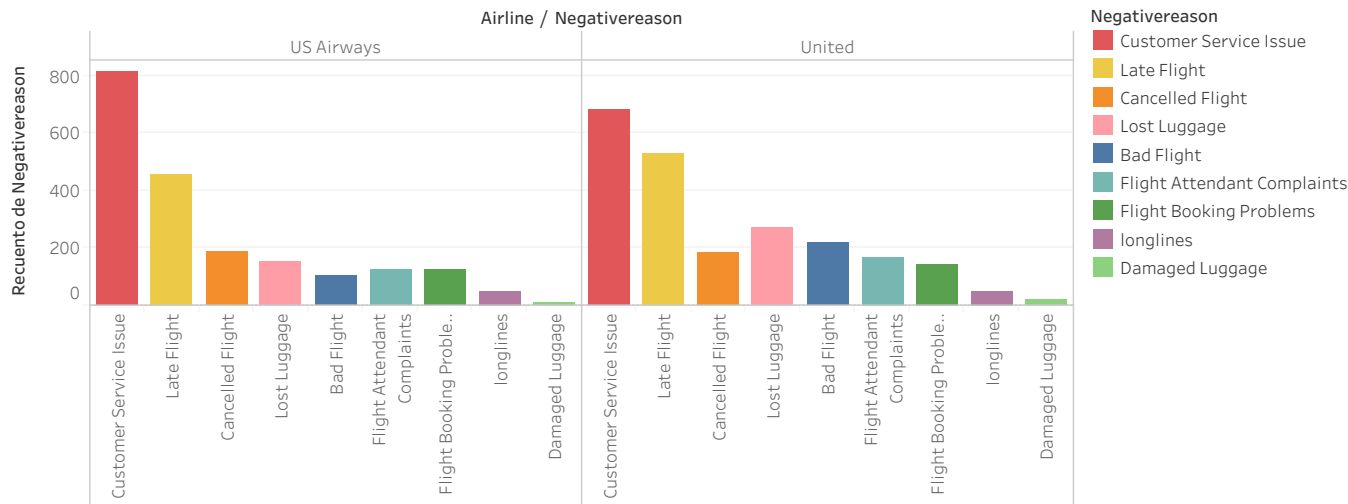
Sin embargo, la **diferencia va decreciendo** en los **tweets neutros y positivos**, aunque **United** sigue **ganando en cuanto positivos** con una **diferencia de 3 puntos**.

# Análisis de Sentimiento de Tweets de las compañías US Airways y United

Distribución de Tweets	Principales motivos de queja	Tweets negativos por día	Tweets analizados por horas	Conclusiones
------------------------	------------------------------	--------------------------	-----------------------------	--------------

Ahora analizamos los **distintos motivos** que tienen los usuarios en cuanto a los **Tweets negativos**, de cara a conocer cuáles son los **aspectos que más fallan**, y por lo tanto, los que debemos **mejorar con mayor importancia**.

## Motivos de queja en tweets negativos



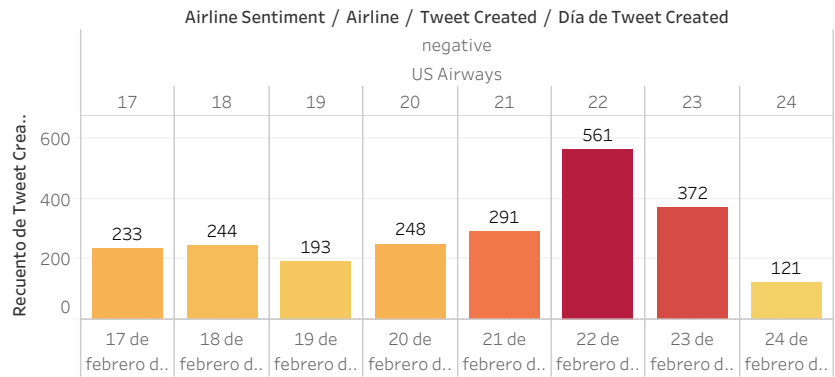
Como podemos observar, los **motivos principales** de queja en **ambas compañías** son: **problemas con la atención al cliente** y **vuelos retrasados**.

Nuestro **aspecto a mejorar** respecto a la competencia es sin duda los **problemas de atención al cliente**...

# Análisis de Sentimiento de Tweets de las compañías US Airways y United

Distribución de Tweets	Principales motivos de queja	Tweets negativos por día	Tweets analizados por horas	Conclusiones
------------------------	------------------------------	--------------------------	-----------------------------	--------------

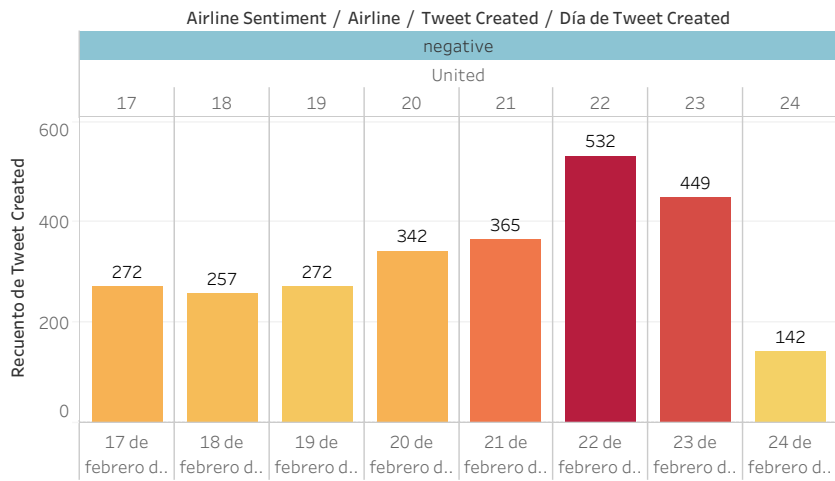
Tweets negativos por día de US Airways



- Día de Tweet Created
- 17 de febrero de 2015
  - 18 de febrero de 2015
  - 19 de febrero de 2015
  - 20 de febrero de 2015
  - 21 de febrero de 2015
  - 22 de febrero de 2015
  - 23 de febrero de 2015
  - 24 de febrero de 2015

En esta comparativa vemos el número de **Tweets con Análisis negativo** de ambas compañías.

Tweets negativos por día de United

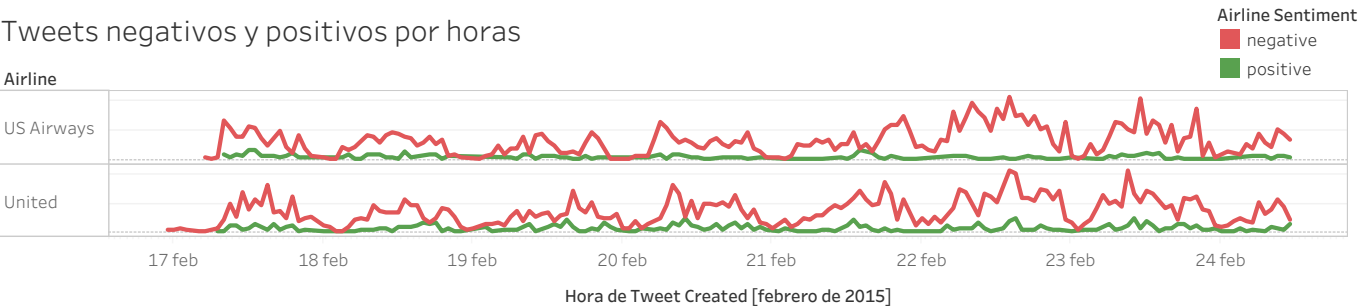


Podemos observar que las **reseñas negativas** de United son siempre mayores **excepto** en el caso del **22 de febrero** (domingo).

# Análisis de Sentimiento de Tweets de las compañías US Airways y United

Distribución de Tweets	Principales motivos de queja	Tweets negativos por día	Tweets analizados por horas	Conclusiones
------------------------	------------------------------	--------------------------	-----------------------------	--------------

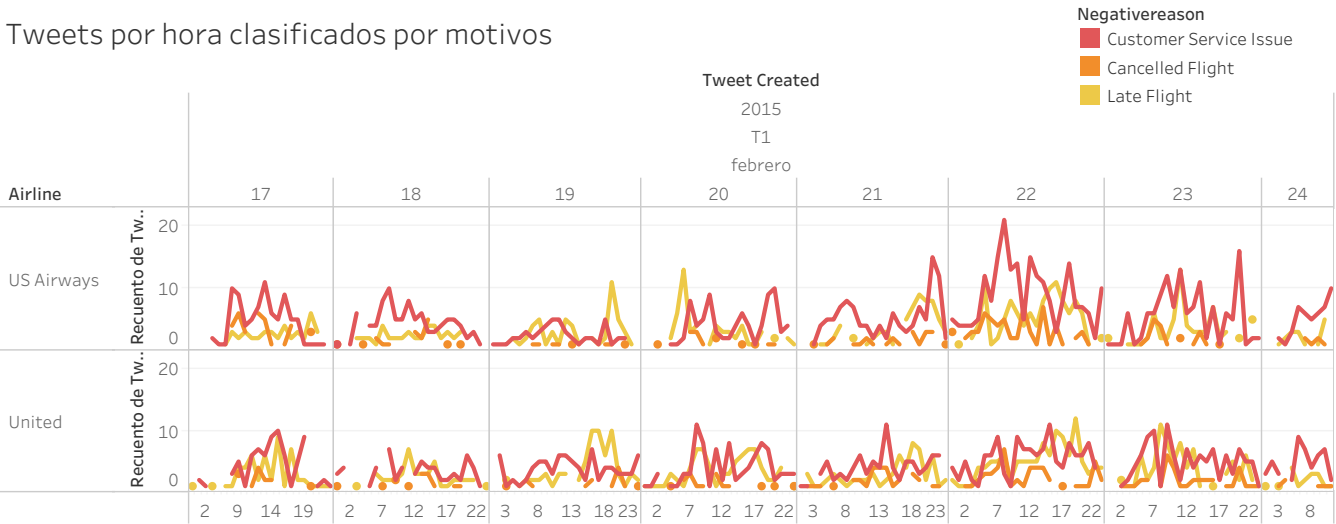
## Tweets negativos y positivos por horas



Comparando la **cantidad de Tweets** de ambas compañías según si son **positivos o negativos**, vemos que estos surgen en los **mismos momentos** del día, por lo que **no hay diferencia** respecto a la competencia.

Sin embargo, sí que hay una **diferencia** a destacar claramente y es que **United** tiene **muchos más tweets positivos** en los momentos donde hay más quejas en general, por lo que el **servicio al cliente** debe ser **mejor** que el nuestro.

## Tweets por hora clasificados por motivos

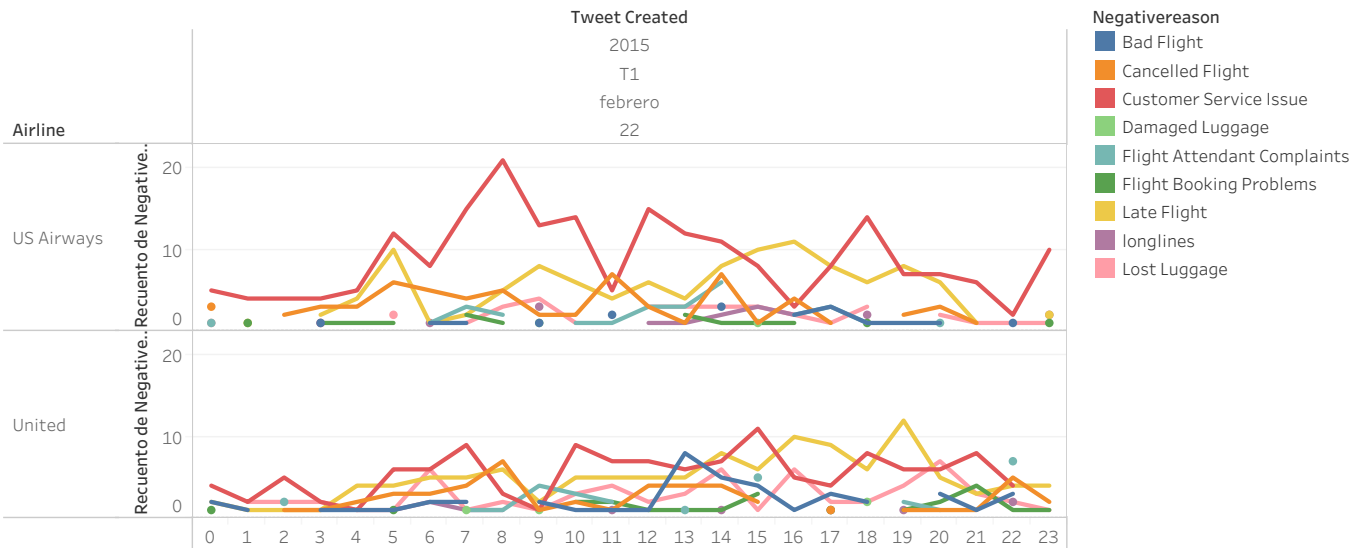


Si nos fijamos en los **motivos principales de queja**, observamos que el **servicio de atención al cliente** es casi siempre **mayor** que United, destacando el **día 22**, que se dispara.

# Análisis de Sentimiento de Tweets de las compañías US Airways y United

Distribución de Tweets	Principales motivos de queja	Tweets negativos por día	Tweets analizados por horas	Conclusiones
------------------------	------------------------------	--------------------------	-----------------------------	--------------

## Motivos de queja el día 22 de febrero



Aquí incidimos en el día 22 de febrero.  
Viendo los Tweets que más sucedían ese día y el motivo de estos, pudimos observar lo siguiente:  
Hubo una falta grave de personal durante ese día, que coincide que es domingo, por lo tanto, debemos estudiar la posibilidad de aumentar el personal durante ese día.

@USAirways Its pretty ridiculous that at PHX sky harbor you have 4 (!) employees working check in on a SUNDAY afternoon. 30 min amp; counting.