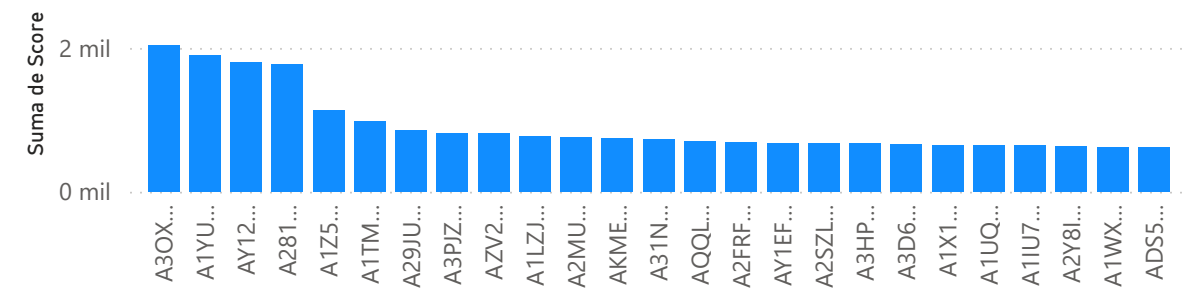


¿Tienen los usuarios a dejar solo reseñas con puntajes extremos?

- **Objetivo:** Evaluar si los usuarios suelen opinar solo cuando tienen una experiencia muy buena (5) o muy mala (1).

Suma de Score por UserId



Resultados:

- Algunos usuarios tienen puntajes acumulados muy altos (>2,000), lo que indica que han publicado múltiples reseñas.
- No se observa una distribución uniforme. Hay muchos usuarios con solo una o pocas reseñas.

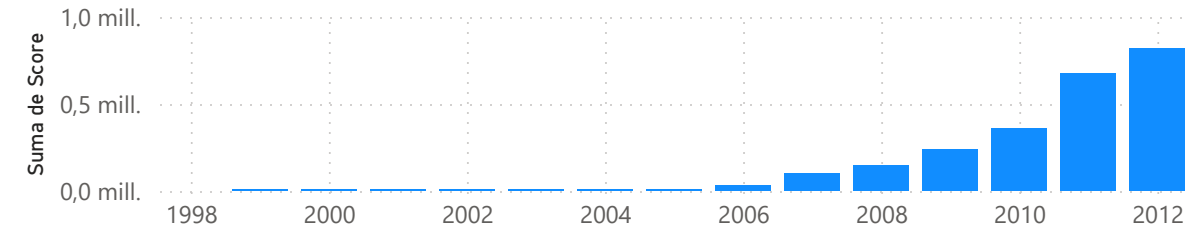
Conclusión:

- La mayoría de los usuarios publica pocas reseñas, y los que más participan tienden a dar calificaciones altas (ya que la suma de puntaje crece).
- Esto confirma el **sesgo de polarización**, donde los usuarios suelen opinar cuando su experiencia fue **muy buena (5)** o **muy mala (1)**, y rara vez en puntos intermedios.

¿Cómo ha cambiado la calificación promedio con el tiempo?

- **Objetivo:** Ver si hay una tendencia general (a la baja o al alza) en las reseñas con el paso de los años.

Suma de Score por Año



Resultados:

- A partir de 2008, el número de calificaciones (y su suma) aumenta considerablemente.
- 2012 es el año con el mayor volumen de puntuaciones acumuladas.

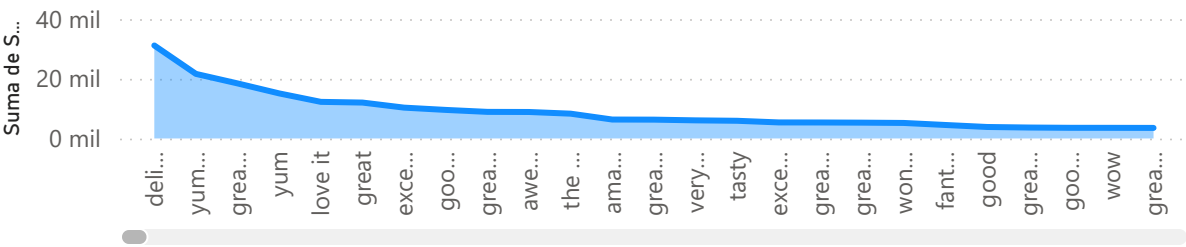
Conclusión:

- El volumen de reseñas creció con el tiempo, lo que puede deberse a la expansión de Amazon y a más productos disponibles.
- Aunque no se muestra el **promedio por año**, el aumento en el volumen sugiere mayor participación y más diversidad de opiniones en años recientes.

Existe relación entre el resumen (Summary) y el puntaje dado?

- **Objetivo:** Detectar si ciertas palabras clave en los resúmenes están asociadas a calificaciones altas o bajas.

Suma de Score por Summary



Resultados:

- Palabras como *"delicious"*, *"great"*, *"love it"*, *"excellent"*, *"best"* están asociadas a altas sumas de puntaje.
- Resúmenes con palabras neutras o negativas no aparecen en los primeros lugares.

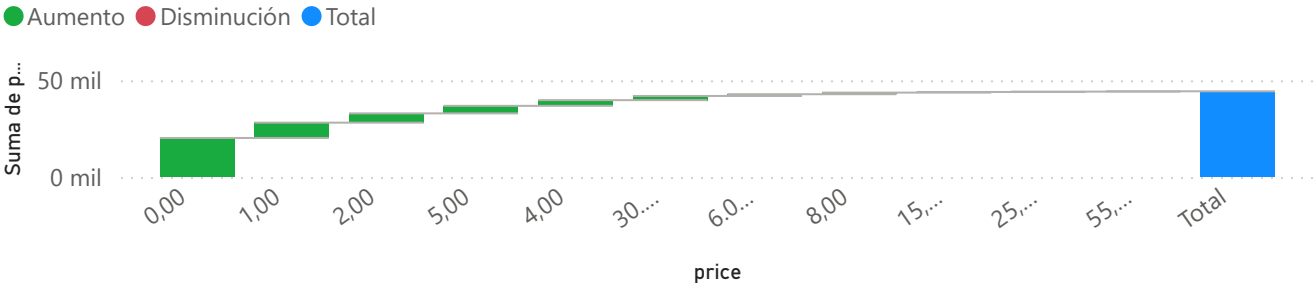
Conclusión:

- Existe una clara relación entre el resumen y la calificación.
- Las palabras con tono positivo aparecen en resúmenes de calificaciones altas, por lo tanto, se pueden usar como **predictor de sentimiento**.

¿Las actividades más caras tienden a ser individuales o grupales?

- **Objetivo:** Evaluar si hay relación entre el precio de la actividad y el número de participantes.

Suma de participants por price



Resultados:

- A mayor precio, el número de participantes disminuye.
- Actividades con precio entre \$0-\$20 tienen la mayor cantidad de participantes.
- Las de mayor costo (>\$100) tienen muy pocos participantes.

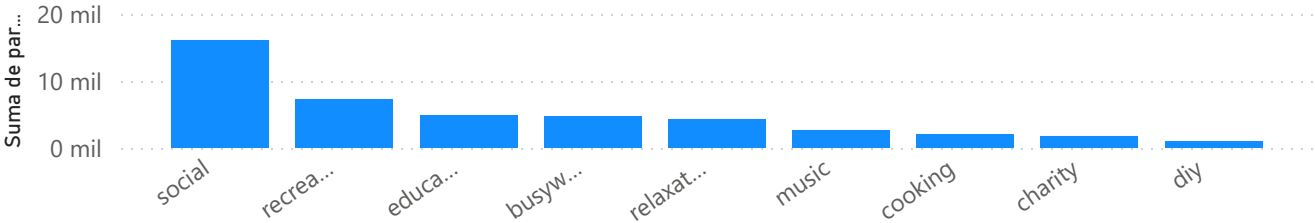
Conclusión:

- Las actividades costosas tienden a ser **individuales o de grupos muy pequeños**.
- Las actividades económicas son más atractivas para **grupos grandes**, posiblemente por ser recreativas o sociales.

¿Qué tipo de actividad es más común para grupos grandes?

- **Objetivo:** Clasificar las actividades según el tamaño del grupo al que suelen estar destinadas.

Suma de participants por type



Resultados:

- Tipo **“social”** tiene por mucho la mayor suma de participantes.
- Le siguen “recreational” y “education”, aunque con mucha menor participación.
- Tipos como “diy”, “relaxation” y “charity” tienen pocas personas involucradas.

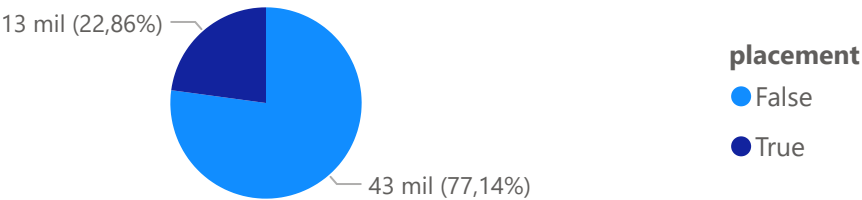
Conclusión:

- Las actividades **sociales** dominan como las preferidas por grupos grandes.
- Esto es clave para diseñar programas comunitarios, escolares o familiares donde se busca alta participación.

Influencia de las Habilidades de Comunicación en la Colocación

• **Objetivo:** Evaluar cómo las habilidades de comunicación afectan la probabilidad de obtener una colocación laboral.

Suma de communication_skills por placement



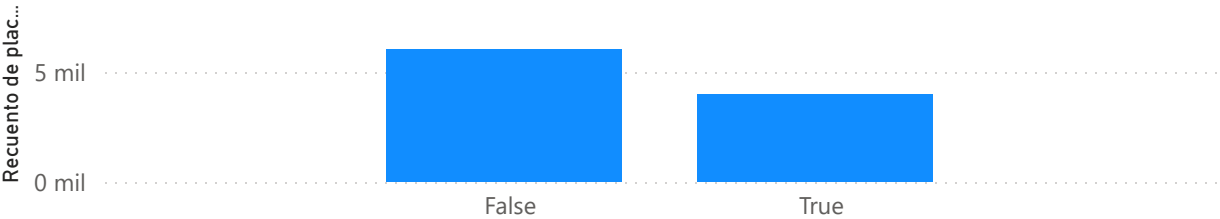
Conclusión: Las pasantías proporcionan experiencia práctica, muy valorada por los empleadores. Este estudio puede cuantificar su impacto en la empleabilidad.

Resultado: Los estudiantes con experiencia en pasantías probablemente tienen una mayor tasa de colocación, destacando la importancia de la experiencia práctica.

: Rol de la Experiencia en Pasantías en los Resultados de Colocación

• **Objetivo:** Analizar si tener experiencia en pasantías aumenta la probabilidad de obtener una colocación laboral.

Recuento de placement por internship_experience



Conclusión: Las habilidades de comunicación son esenciales en entrevistas y entornos laborales. Este estudio puede mostrar su impacto relativo frente a otros factores.

Resultado: Las puntuaciones más altas en habilidades de comunicación probablemente están asociadas con mayores tasas de colocación, pero el análisis puede revelar si son más importantes que las métricas académicas.