**KPIs ( KEY PERFORMANCE INDICATORS )**

Las plataformas de reseñas como es YELP contienen como base las reseñas de los consumidores respecto a los productos y servicios de las empresas que se encuentran afiliadas.

Si bien es cierto YELP ofrece a los empresarios afiliados herramientas como **Yelp Ads, Deals, Reservations, Highlights, profile upgrades**, etc. con los cuales tratan de incrementar la tasa de conversión por ejemplo, DREM DATA INSIGHTS se va a enfocar en generar indicadores en la información disponible de las **reseñas** y en las **visitas** de los usuarios a los locales.

Para ello luego de hacer el análisis exploratorio de datos podemos plantear los siguientes KPIs:

1. TASA DE CRECIMIENTO DE CANTIDAD DE RESTAURANTES POR CIUDAD (**Sector/Plataforma**): Se calculara dividiendo la cantidad de restaurantes afiliados a la plataforma YELP en el mes actual sobre la cantidad de restaurantes afiliados el mes anterior.
2. TASA DE CRECIMIENTO DE USUARIOS YELP (**Plataforma**): Se calculara dividiendo la cantidad de usuarios registrados en YELP del mes actual sobre la cantidad de usuarios registrados del mes anterior.
3. PROMEDIO DE VALORACIONES POR CIUDAD (**Sector**/**Plataforma**): Se calculara el promedio de las valoraciones que figuran en las reseñas del mes actual.
4. TASA DE RELACION VALORACIONES POSITIVAS: Se calculara dividiendo el total de **valoraciones positivas**(>=4) sobre el total de valoraciones.
5. TASA DE RELACION **CANTIDAD** **VALORACIONES POSITIVAS** SOBRE **CANTIDAD** **CHECKINS** (**Negocio**): Se calculara dividiendo el total de **valoraciones positivas**(>=4) en el mes actual sobre la cantidad de checkins del mes actual.
6. TASA DE FIDELIDAD DE USUARIOS (**Negocio**): Se calculara dividiendo el total de usuarios que hicieron reseñas el mes actual y que también lo hicieron el mes pasado.
7. TASA DE RECUPERACION DE USUARIOS (**Negocio**): Se calculara dividiendo el total de usuarios que hicieron reseñas no positivas y que el mes actual mejoraron su valoración.

* Próximamente se analizara la relación rango de precio / valoración