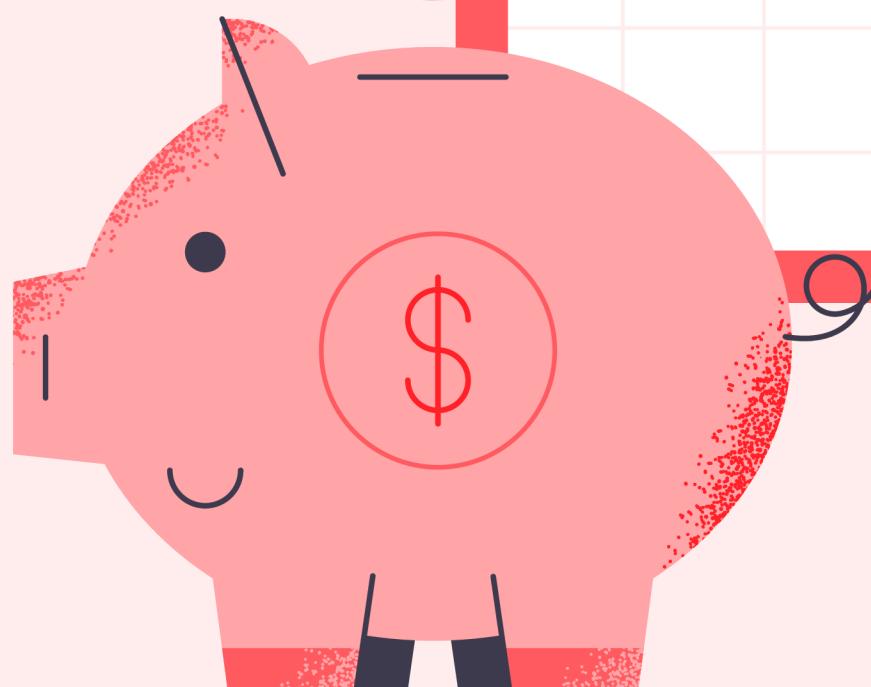




# BUSINESS INTELLIGENCE

- Shirley Tompson
- Samantha Lezma
- Yannella Lopez



# ACERCA DE \*

## Airbnb

Airbnb basa su modelo en una plataforma digital que conecta anfitriones con huéspedes para estancias y experiencias, combinando oferta online (búsqueda, reserva y pago) con servicio offline prestado por los anfitriones en los alojamientos.

## Misión

Crear un mundo en el que cualquier persona pueda pertenecer en cualquier lugar, fomentando conexión y hospitalidad a través de su comunidad global de anfitriones y huéspedes.

## Visión

Impulsar una forma de viaje auténtica, local, inclusiva y sostenible donde las personas se sientan bienvenidas y conectadas, apoyándose en su comunidad y en la confianza para hacer posible “pertener en cualquier lugar”.



# PROBLEMÁTICA \*

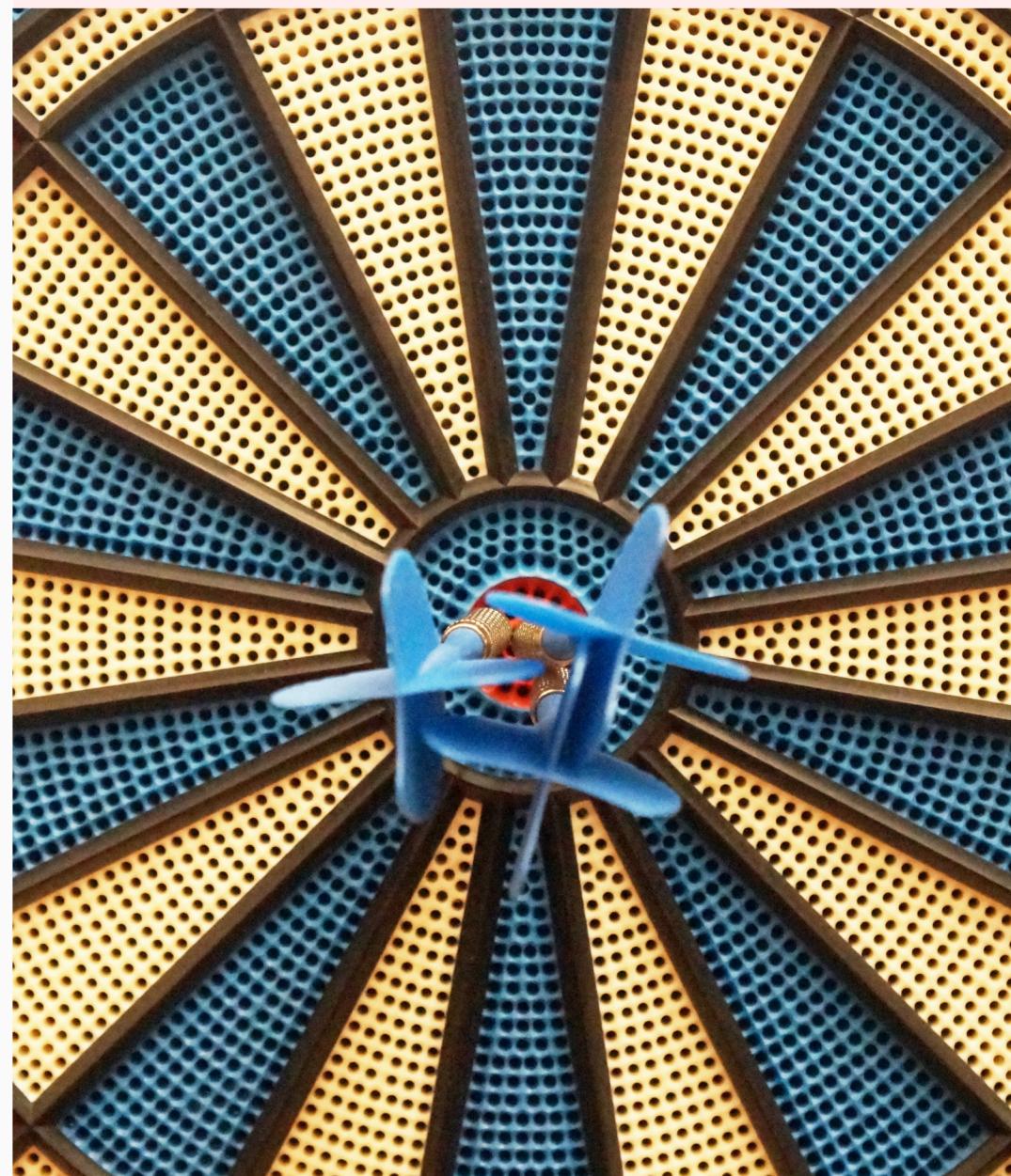
Airbnb enfrenta el desafío de gestionar una gran cantidad de datos provenientes de millones de propiedades, reservas y reseñas a nivel global. La información no siempre está estandarizada ni limpia, lo que dificulta la identificación de factores clave como la ocupación de propiedades, la satisfacción de los huéspedes y el desempeño de los anfitriones. Esto limita la capacidad de tomar decisiones estratégicas basadas en datos, afectando la competitividad de Airbnb frente a otras plataformas de hospedaje.



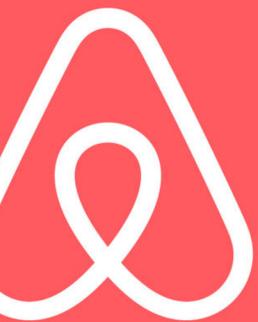
# OBJETIVO GENERAL \*



Aplicar Business Intelligence (BI) que permita identificar los factores que afectan la ocupación de propiedades, la satisfacción de huéspedes y la rentabilidad de anfitriones en Airbnb, con el fin de mejorar la competitividad en el mercado de hospedaje.



# OBJETIVOS ESPECÍFICOS



Identificar las zonas y ciudades con menor tasa de ocupación, para reconocer mercados con mayor riesgo de pérdidas de reservas.



Medir el nivel de satisfacción de huéspedes a partir de calificaciones y reseñas, para detectar clientes con experiencias negativas y mayor probabilidad de abandono.



Evaluar el impacto del estatus de anfitrión (superhost vs no superhost) sobre la ocupación y satisfacción, para medir la efectividad del programa de reconocimiento.



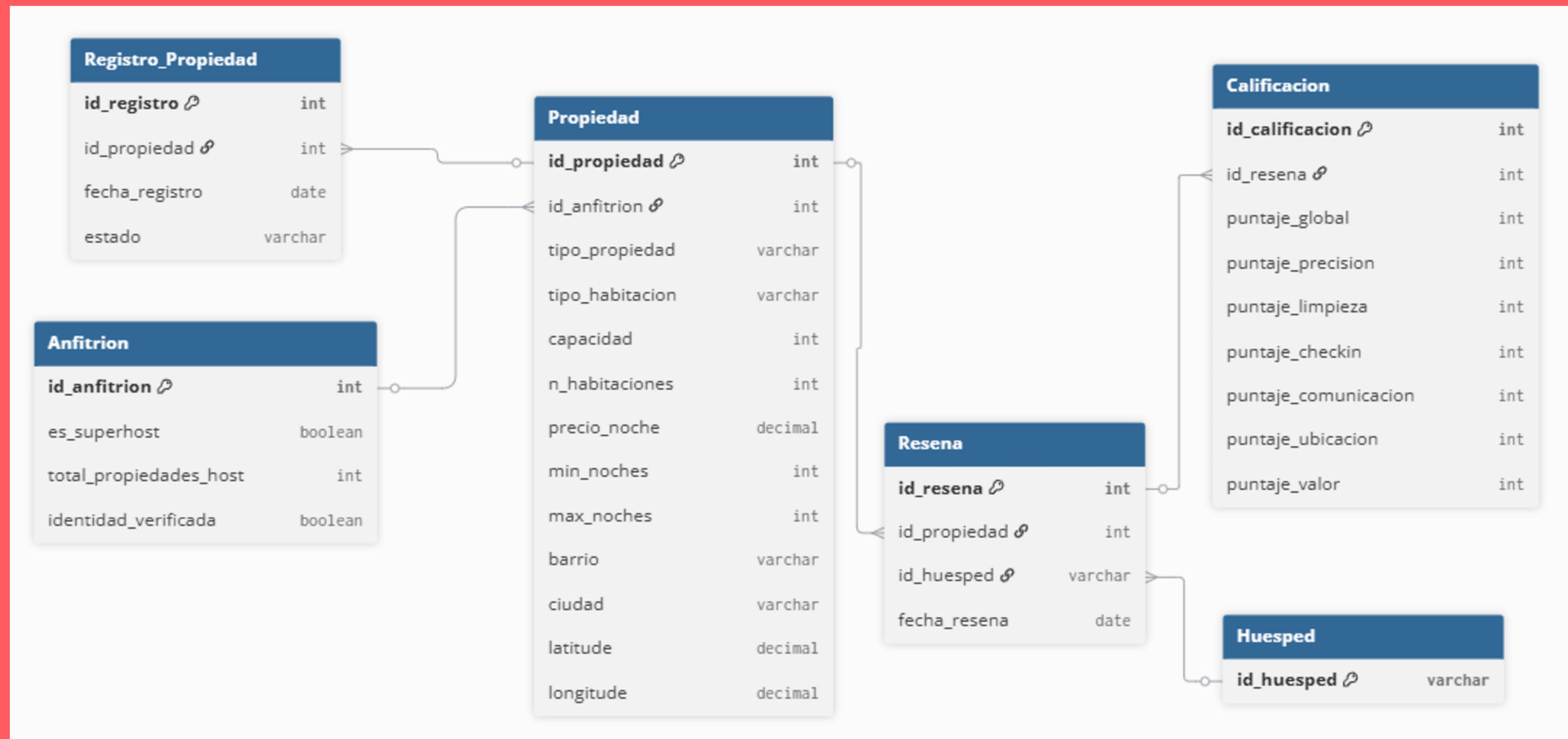
Analizar la variación de precios por temporada, tipo de propiedad y ubicación, para recomendar tarifas que mejoren la competitividad y los ingresos.



Determinar la relación entre la cantidad de reseñas negativas y el desempeño de los anfitriones, para anticipar riesgos de baja rentabilidad y abandono de clientes.



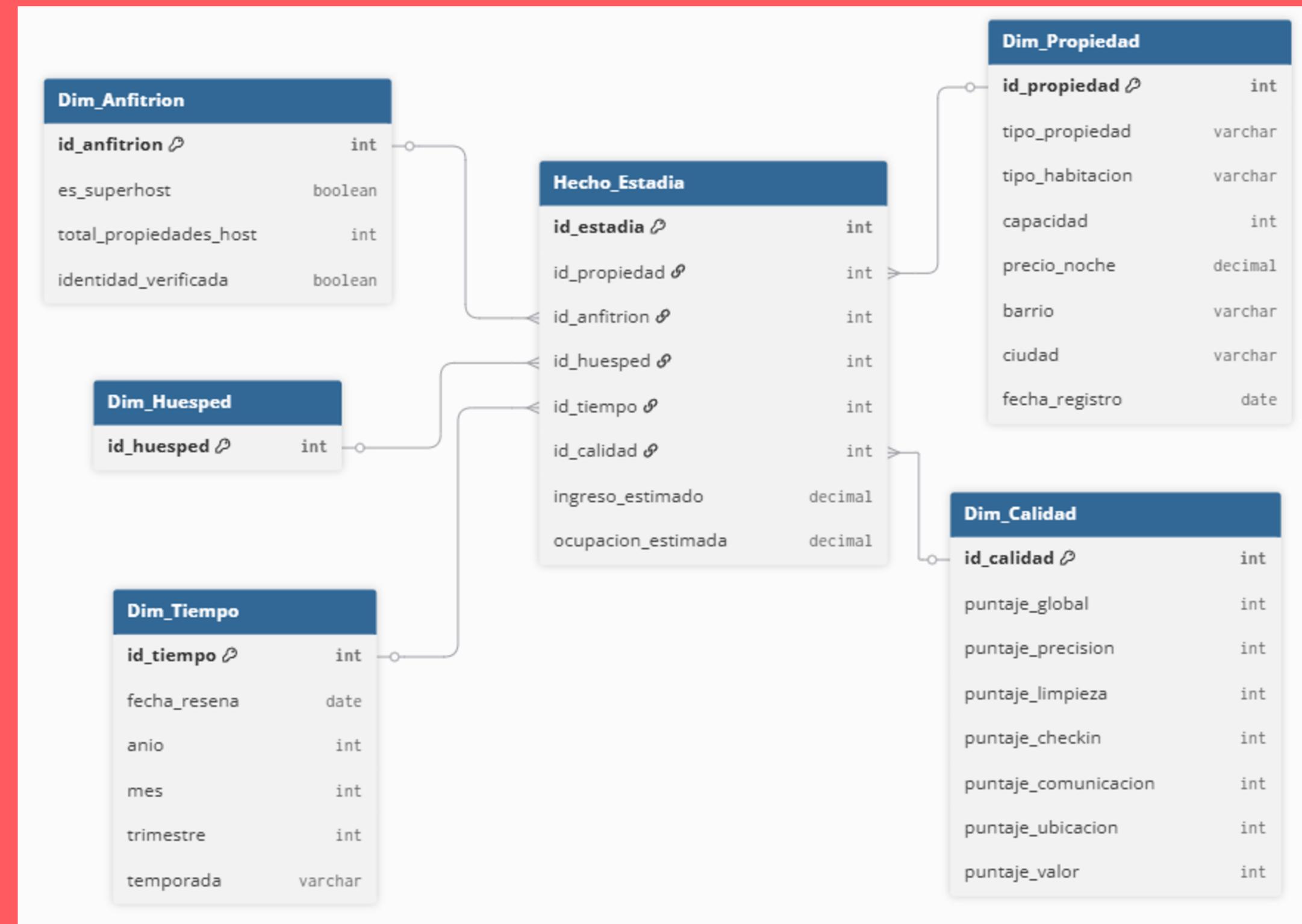
# MODELOS TRANSACCIONALES



# DICCIONARIO DE DATOS TRANSACCIONAL

Tabla	Campo	Tipo	Descripción
resena	id_resena	INT	Identificador único de la reseña/estadía
	id_propiedad	INT	FK hacia la propiedad
	id_huesped	INT	FK hacia el huésped que hizo la reseña
	fecha_resena	DATE	Fecha de la reseña
propiedad	id_propiedad	INT	Identificador único de la propiedad
	id_anfitrion	INT	FK hacia el anfitrión de la propiedad
	tipo_propiedad	VARCHAR	Tipo de propiedad (casa, departamento, etc.)
	tipo_habitacion	VARCHAR	Tipo de habitación (entire place, private room, etc.)
	capacidad	INT	Cantidad máxima de huéspedes
	precio_noche	DECIMAL	Precio por noche
	min_noches	INT	Estancia mínima de la propiedad
	max_noches	INT	Estancia máxima de la propiedad
	barrio	VARCHAR	Barrio donde se ubica la propiedad
anfitrion	ciudad	VARCHAR	Ciudad donde se ubica la propiedad
	id_anfitrion	INT	Identificador único del anfitrión
	es_superhost	BOOLEAN	Indica si es Superhost
	total_propiedades_host	INT	Cantidad de propiedades que gestiona
huesped	identidad_verificada	BOOLEAN	Indica si tiene identidad verificada
	id_huesped	INT	Identificador único del huésped
	calificacion	INT	Identificador único de la calificación
	id_resena	INT	FK hacia la reseña correspondiente
	puntaje_global	INT	Puntaje global de la reseña
	puntaje_precision	INT	Puntaje de precisión
	puntaje_limpieza	INT	Puntaje de limpieza
	puntaje_checkin	INT	Puntaje de check-in
	puntaje_comunicacion	INT	Puntaje de comunicación
	puntaje_ubicacion	INT	Puntaje de ubicación
registro_propiedad	puntaje_valor	INT	Puntaje valor / relación precio-calidad
	id_registro	INT	Identificador del registro histórico de la propiedad
	id_propiedad	INT	FK hacia la propiedad
	fecha_registro	DATE	Fecha de registro o actualización

# MODELOS DIMENSIONALES



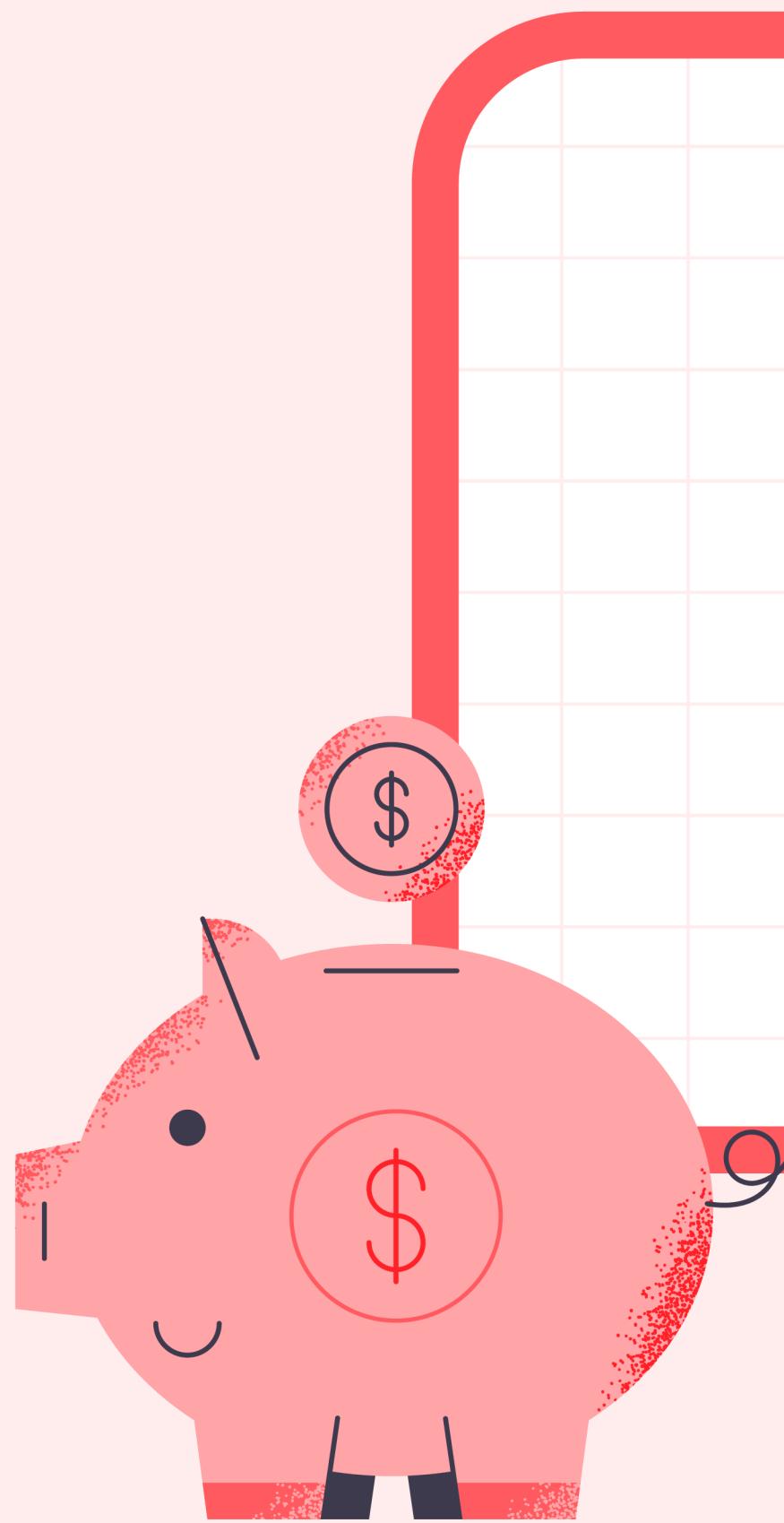
# DICCIONARIO DE DATOS DIMENSIONAL

Tabla	Campo	Tipo	Descripción
dim_huesped	id_huesped	INT	Identificador único del huésped
dim_anfitrion	id_anfitrion	INT	Identificador único del anfitrión
	es_superhost	BOOLEAN	Indica si es Superhost
	total_propiedades_host	INT	Cantidad de propiedades que gestiona
	identidad_verificada	BOOLEAN	Indica si tiene identidad verificada
dim_propiedad	id_propiedad	INT	Identificador único de la propiedad
	tipo_propiedad	VARCHAR	Tipo de propiedad normalizado
	tipo_habitacion	VARCHAR	Tipo de habitación normalizado
	capacidad	INT	Capacidad máxima de huéspedes
	precio_noche	DECIMAL	Precio por noche
	barrio	VARCHAR	Barrio normalizado
	ciudad	VARCHAR	Ciudad normalizada
	fecha_registro	DATE	Fecha de registro de la propiedad
	estado	VARCHAR	Estado de la propiedad (activa, pausada, eliminada)
dim_calidad	id_calidad	INT	Identificador único de la calificación
	puntaje_global	INT	Puntaje global de la reseña
	puntaje_precision	INT	Puntaje de precisión
	puntaje_limpieza	INT	Puntaje de limpieza
	puntaje_checkin	INT	Puntaje de check-in
	puntaje_comunicacion	INT	Puntaje de comunicación
	puntaje_ubicacion	INT	Puntaje de ubicación
	puntaje_valor	INT	Puntaje valor / relación precio-calidad
dim_tiempo	id_tiempo	INT	Identificador único del tiempo
	fecha_resena	DATE	Fecha de la reseña
	anio	INT	Año
	mes	INT	Mes
	trimestre	INT	Trimestre
	temporada	VARCHAR	Temporada (Alta, Baja, Media)
hecho_estadia	id_estadia	INT	Identificador único de la estadía
	id_propiedad	INT	FK hacia dim_propiedad
	id_anfitrion	INT	FK hacia dim_anfitrion
	id_huesped	INT	FK hacia dim_huesped
	id_tiempo	INT	FK hacia dim_tiempo
	id_calidad	INT	FK hacia dim_calidad
	ingreso_estimado	DECIMAL	Ingreso estimado de la estadía
	ocupacion_estimada	DECIMAL	% de ocupación estimada



**USMP**  
UNIVERSIDAD DE  
SAN MARTÍN DE PORRES

Facultad de  
Ingeniería y  
Arquitectura



# MUCHAS GRACIAS

