

RESUMEN DEL ANÁLISIS (DIVVY TRIPS – Q1 2019 & Q1 2020)

1. Objetivo del análisis

El objetivo principal fue identificar diferencias en el comportamiento de uso entre los usuarios casual y member durante los trimestres Q1 de 2019 y 2020, con el fin de proponer estrategias que aumenten la conversión de usuarios casual a miembros.

2. Datos utilizados

Se emplearon los datasets Divvy Q1 2019 y Q1 2020, que contienen información de viajes, tiempos, estaciones, tipo de usuario, tipo de bicicleta y duración del viaje (calculada manualmente). Se añadieron columnas de día de la semana y mes.

3. Limpieza de datos

- Eliminación de filas con valores faltantes.
- Corrección del formato de fechas y horas.
- Creación de ride_length (ended_at - started_at).
- Formato de duración en [h]:mm:ss.
- Exclusión de outliers (>12 horas).
- Estandarización de valores member/casual.

4. Resultados del análisis

4.1 Distribución de viajes

Los members realizan un volumen mayor de viajes; los casual realizan viajes más largos.

4.2 Duración promedio

Los casual muestran mayor duración media, indicando uso recreativo.

Los members muestran patrones consistentes de commuting.

4.3 Uso por día de la semana

Casual: más uso en fines de semana.

Member: más uso entre semana.

4.4 Tendencias por mes (enero-marzo)

El uso aumenta progresivamente de enero a marzo debido al clima.

4.5 Tipo de bicicleta

Casual usan más bicicletas eléctricas.

Members usan más bicicletas clásicas.

4.6 Estaciones más utilizadas

Casual: zonas turísticas.

Members: zonas residenciales y de oficinas.

5. Conclusiones

- Members usan el sistema regularmente y con viajes cortos.
- Casual realizan viajes largos y recreativos.
- Existe una oportunidad clara para convertir casual a miembros.

6. Recomendaciones

1. Campañas dirigidas a casual con descuentos por frecuencia.
2. Mejor redistribución de bicicletas en horas punta para members.
3. Optimizar estaciones más usadas por cada tipo de usuario.