

# AMAZON SALES



## **OBJETIVO:**

Verificar la recepción positiva o negativa de los productos por medio de las calificaciones y el análisis de sentimiento de los comentarios dejados por los usuarios.

# PRODUCTOS

**PRODUCTOS**  
**1351**

**CATEGORÍAS**  
**9**

**SUBCATEGORÍAS**  
**29**

**PROMEDIO DE**  
**CALIFICACIÓN**  
**4.09**

**CALIFICACIÓN POR**  
**ENCIMA DEL PROMEDIO**  
**74.54%**



**4.31**

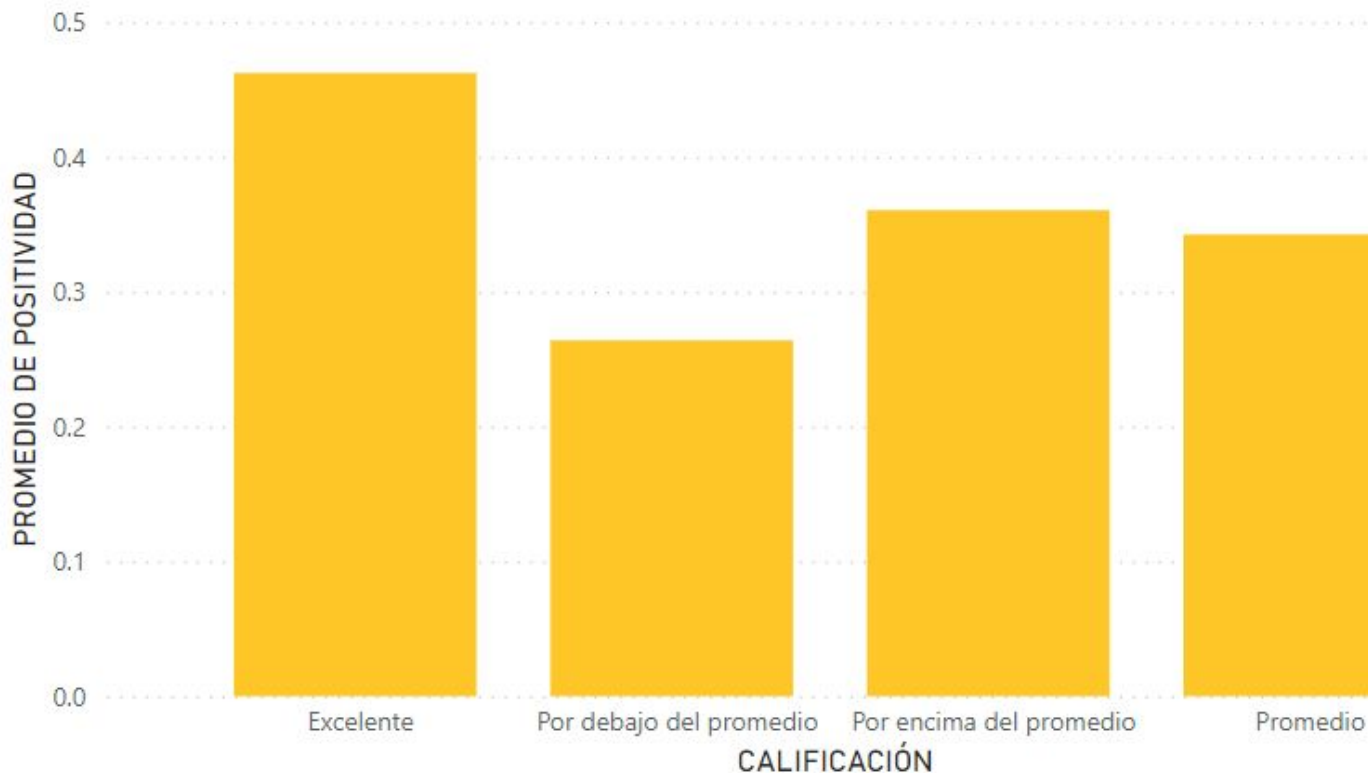
**categoría con mejor calificación en promedio**  
**office products**



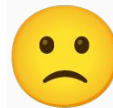
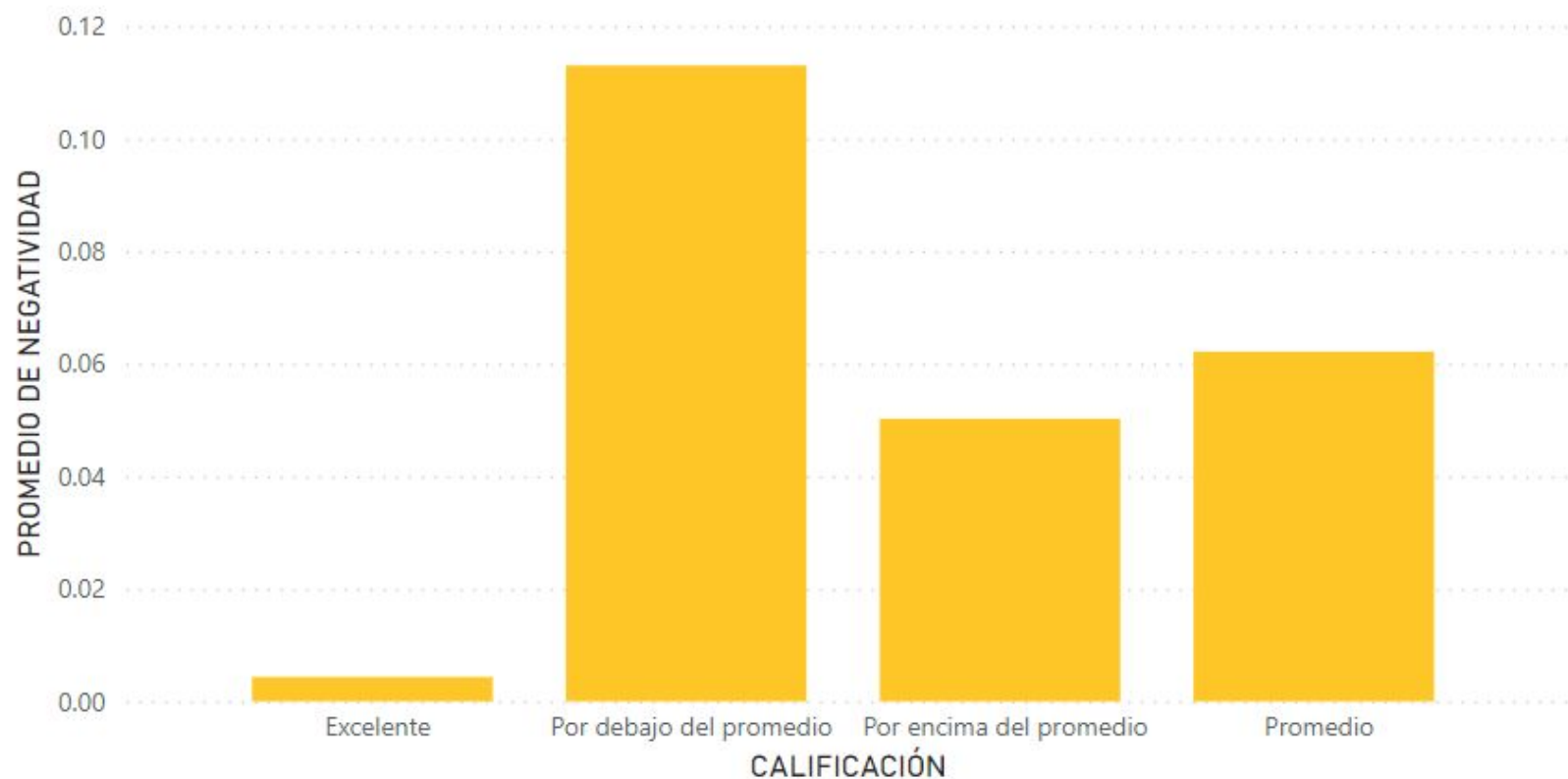
**4.60**

**subcategoría con mejor calificación en promedio**  
**tablets**

# ANÁLISIS DE SENTIMIENTO - POSITIVIDAD VS CALIFICACIÓN

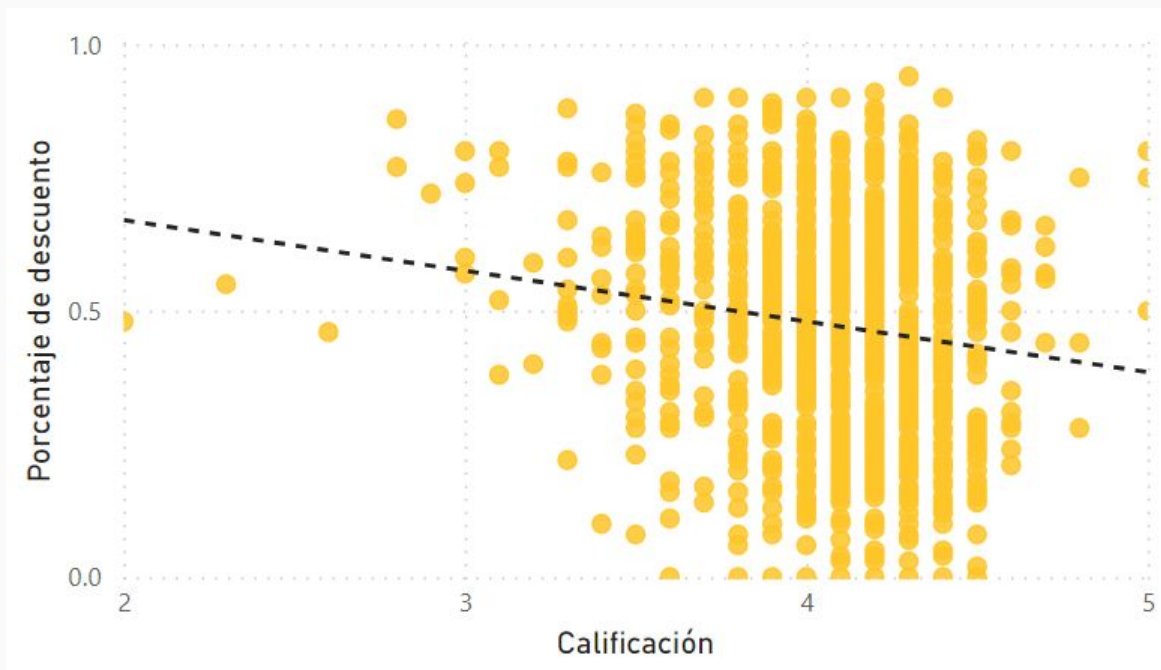


# ANÁLISIS DE SENTIMIENTO - NEGATIVIDAD VS CALIFICACIÓN



# Hipótesis 1

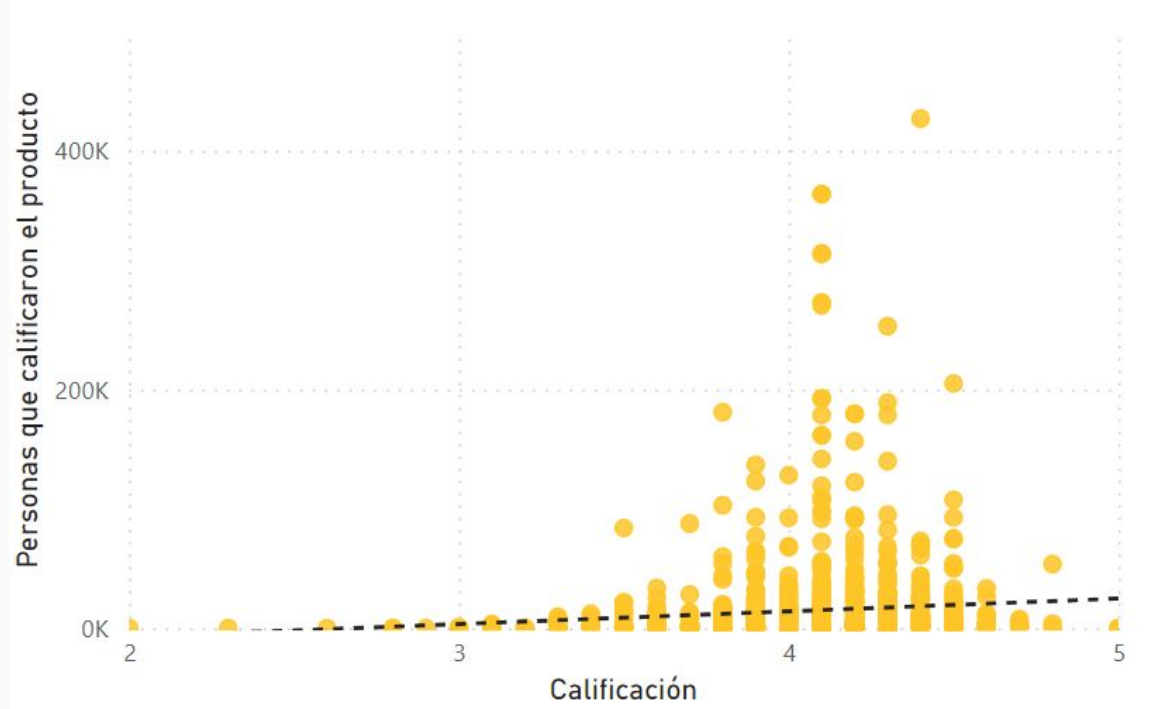
*Cuanto mayor sea el descuento, mejor será la puntuación.*



Se descarta

## Hipótesis 2

*Cuanto mayor sea el número de personas que evaluaron el producto, mejor será la calificación*



Se descarta

# CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

-La calificación más alta dada a los productos es de 5 mientras que la más baja es solo de 2.

-Un 74.54% de calificaciones está por encima del promedio.

- La categoría con más productos es de Computers & Accessories.

-La categoría con más comentarios es Home & Kitchen

-El análisis de sentimientos es necesario para encontrar tendencias en los comentarios dejados por usuarios, esto puede facilitar la toma de decisiones en la mejora de los productos ofrecidos.

-La relación entre descuento, comentarios y calificación también puede ser útil ya que puede determinar si el usuario toma en cuenta más el precio con descuento o la calidad y utilidad del producto.