



ANÁLISIS DE ESTRATEGIAS DE PRECIOS EN EL SECTOR HOTELERO

FALCONE CARLA
Proyecto Final – Data Science II –
Coderhouse

RESUMEN DE METADATA

01

ABSTRACTO

RESUMEN DE METADATA

02

03

**PREGUNTAS, HIPÓTESIS Y
CONCLUSIONES**

INSIGHTS FINALES

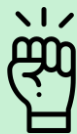
04



01

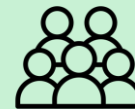
ABSTRACTO

ABSTRACTO



MOTIVACIÓN

El sector hotelero opera en un entorno dinámico, donde la estrategia de precios influye directamente en la rentabilidad. Analizar patrones de tarifas diarias (ADR) y comportamiento de reservas permite optimizar precios según estacionalidad, tipo de cliente y demanda anticipada.



AUDIENCIA

Este análisis está orientado a profesionales del rubro hotelero, gerentes de revenue management, analistas de datos en turismo y empresas tecnológicas que desarrollan sistemas de gestión hotelera.



02

RESUMEN DE METADATA

RESUMEN DE METADATA



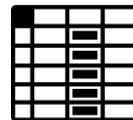
DATASET

Hotel Booking Demand



OBSERVACIONES

119.000 reservas



VARIABLES

32



TIPO DE DATOS

Categorías: hotel, customer_type, arrival_date_month, country, etc

Numéricas: adr, lead_time, stays_in_week_nights, etc.

Temporales: arrival_date (generada a partir de año, mes y día).



03

PREGUNTAS, HIPÓTESIS Y CONCLUSIONES

PREGUNTAS, HIPÓTESIS Y CONCLUSIONES



PREGUNTA

¿Cuál es la distribución de precios por noche (ADR)?



HIPÓTESIS

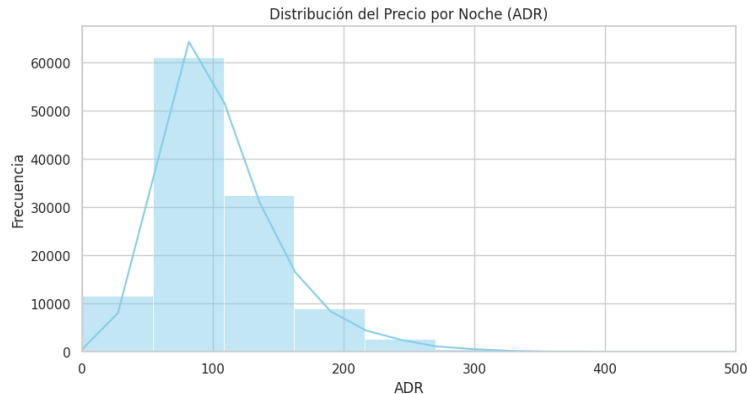
La mayoría de las reservas se concentran en tarifas moderadas, pero existen valores atípicos de precios muy altos.

PREGUNTAS, HIPÓTESIS Y CONCLUSIONES



- La mayoría de los precios se concentran entre 0 y 200.
- Existen valores atípicos con tarifas por noche muy altas, pero son poco frecuentes.
- Esto confirma que hay una alta concentración de tarifas económicas a moderadas.

CONCLUSIÓN



PREGUNTAS, HIPÓTESIS Y CONCLUSIONES



PREGUNTA

¿Cómo varía el ADR promedio a lo largo del año?



HIPÓTESIS

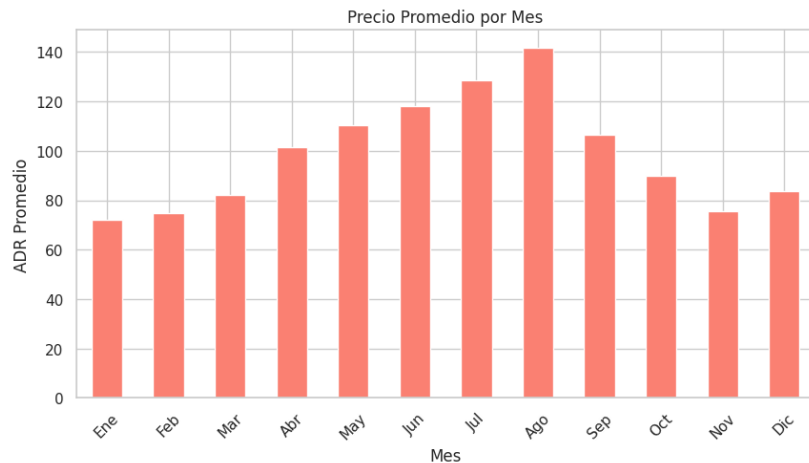
Hay mayor ADR en los meses de temporada alta como verano y vacaciones.

PREGUNTAS, HIPÓTESIS Y CONCLUSIONES



CONCLUSIÓN

- Se observan picos en meses como junio, julio y agosto, lo cual coincide con temporada alta (verano europeo).
- Esto valida la hipótesis de que los precios fluctúan estacionalmente.



PREGUNTAS, HIPÓTESIS Y CONCLUSIONES



PREGUNTA

¿Qué tipo de hotel (urbano o resort) tiene mayores precios?



HIPÓTESIS

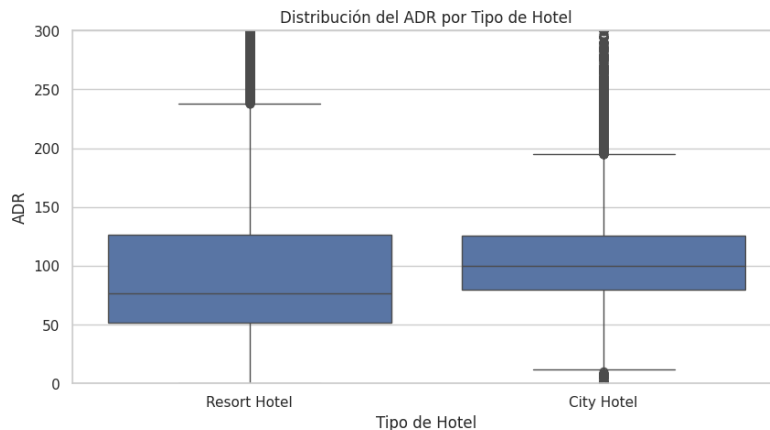
Los hoteles tipo Resort tienen un ADR más alto que los urbanos.

PREGUNTAS, HIPÓTESIS Y CONCLUSIONES



- El tipo Resort Hotel tiene una distribución más amplia y con valores más altos de ADR.
- El City Hotel muestra precios más moderados y estables.
- Se confirma que los resorts tienden a cobrar más por noche.

CONCLUSIÓN



PREGUNTAS, HIPÓTESIS Y CONCLUSIONES



PREGUNTA

¿Qué días de la semana tienen más reservas?



HIPÓTESIS

Las reservas aumentan durante los fines de semana, especialmente viernes y sábado.

PREGUNTAS, HIPÓTESIS Y CONCLUSIONES



CONCLUSIÓN

- Se observa un incremento claro a partir del Jueves hasta el Sábado.
- Si bien coincide con la lógica de mayor ocupación durante fines de semana, se observa que los Domingos hay una gran caída en las reservas, y los Lunes aumenta.





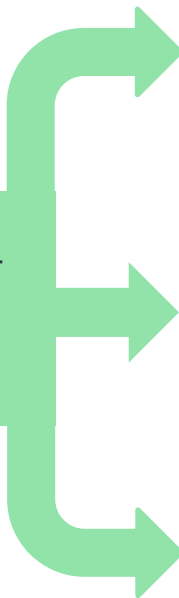
04

INSIGHTS FINALES

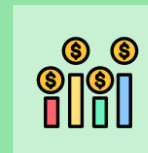
INSIGHTS FINALES



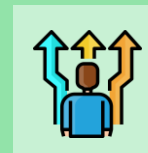
La mayoría de los precios por noche (ADR) se concentran entre 50 y 200 EUR.



Establecer un rango base de precios competitivos dentro del intervalo más común.



Analizar manualmente los outliers para detectar oportunidades (upselling) o problemas de datos.



Segmentar la oferta para atender tanto al cliente promedio como al premium.



INSIGHTS FINALES



Estacionalidad en la demanda, vinculada a vacaciones de verano y otros eventos turísticos



Utilizar precios dinámicos para maximizar ingresos en temporada alta.



Preparar campañas de promoción para temporada baja y aumentar la ocupación.



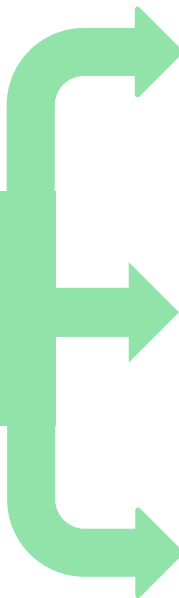
Ajustar el personal y recursos del hotel en función de los picos de demanda esperados.



INSIGHTS FINALES



Los hoteles tipo Resort tienen un ADR promedio más alto que los City Hotel.



Aprovechar el posicionamiento premium del hotel resort con estrategias de upselling (ej. paquetes de spa).



Revisar si el hotel urbano tiene margen para subir precios sin afectar la ocupación.



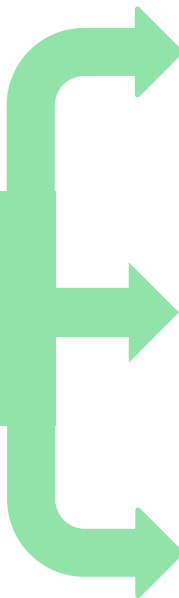
Comunicar claramente las diferencias de valor entre ambos tipos de hoteles para justificar precios.



INSIGHTS FINALES



Los viernes y sábados concentran la mayor cantidad de reservas, especialmente en hoteles tipo resort..



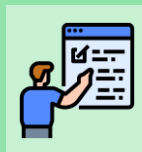
Aplicar tarifas dinámicas según el día de la semana, con precios más altos para fines de semana).



Ofrecer descuentos o promociones entre semana para atraer más huéspedes en días de baja demanda.



Planificar la dotación del personal y los servicios según los picos de ocupación por día.





MUCHAS GRACIAS