

Comportamiento de compradores de viaje online

¿Cómo compran sus viajes los viajeros?

Autora: Melina Randazzo

Contenido

1. Contexto y audiencia
2. Preguntas de interés
3. Análisis exploratorio de datos
4. Insights y recomendaciones
5. Referencias



Contexto y audiencia

Contexto

En el entorno digital actual, los viajeros dedican una cantidad significativa de tiempo en línea investigando sobre sus destinos, buscando recomendaciones y comparando opciones. La dinámica económica contemporánea ha impulsado a un mayor número de personas a invertir sus ahorros en experiencias de viaje, incrementando la demanda de servicios turísticos.

Audiencia

Este informe está diseñado para proporcionar información valiosa a profesionales de marketing y del sector turístico, con el objetivo de optimizar sus estrategias y alinear sus ofertas de viajes para maximizar las ventas y satisfacer las crecientes expectativas de los consumidores.

Este enfoque refuerza la importancia del contexto digital y económico, y deja claro que el informe busca ser una herramienta para los profesionales del sector.

Preguntas de interés

Preguntas Generales

- ¿Cuál es la distribución de compra de viajes según el estado laboral de las personas?
- ¿Cómo varía la compra de viajes según el dispositivo preferido para acceder a la página web?
- ¿Existe una relación entre el número de conexiones sociales que han viajado y la decisión de compra de un viaje?
- ¿El seguimiento de la página web influye en la probabilidad de compra de un viaje?
- ¿Qué relación existe entre el tiempo promedio diario que una persona pasa en la página web y su decisión de compra?

Preguntas Específicas

- ¿Cómo afecta la cantidad de miembros en la familia a la decisión de compra de un viaje?
- ¿Qué papel juega la edad en la decisión de compra de viajes?

Análisis exploratorio de datos



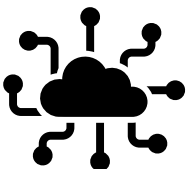
11760 Viajeros



6 Dispositivos utilizados

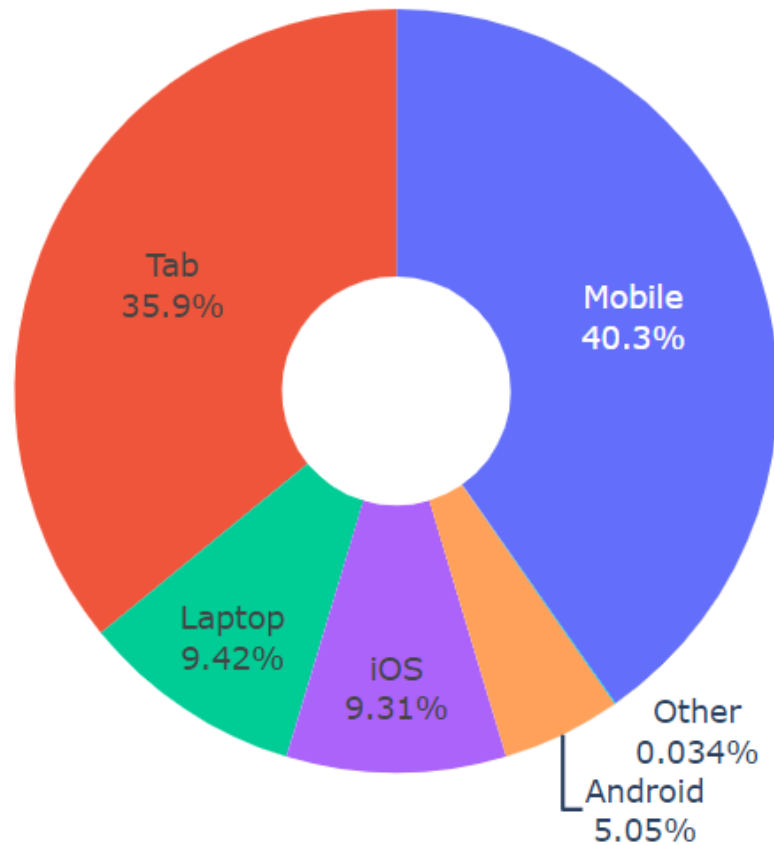


16 Destinos elegidos



17 Variables (numéricas, textos y booleanas)

Dispositivos utilizados



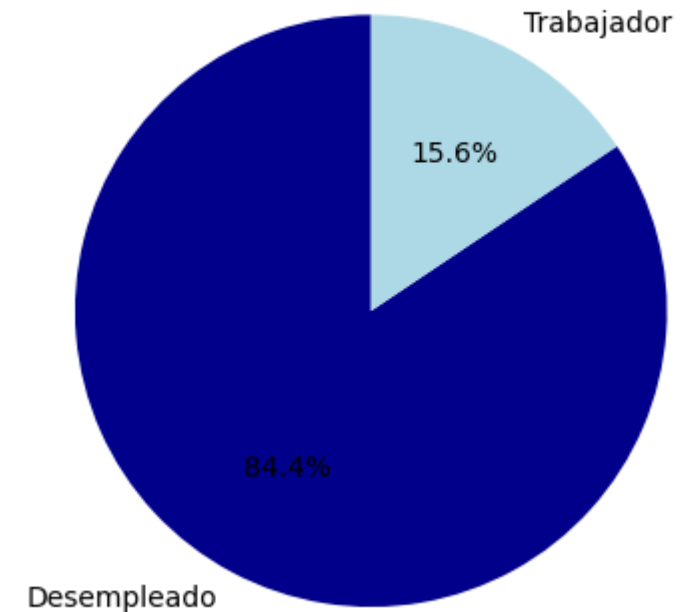
Destino o motivo de viaje



¿Cuál es la distribución de compra de viajes según el estado laboral de las personas?

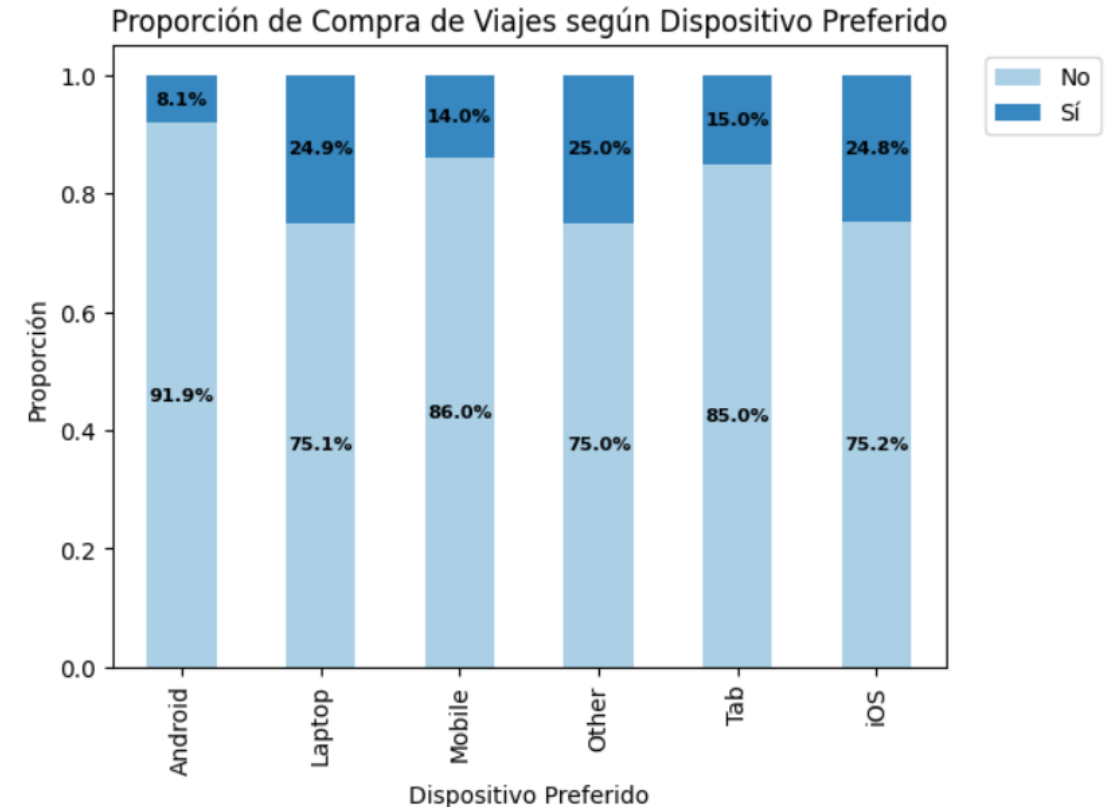
El gráfico de torta revela que los clientes que no cuentan con empleo formal tienen una mayor tendencia a adquirir viajes en comparación con aquellos que se encuentran en situación de empleo activo.

Proporción de Compra de Viajes según Estado Laboral



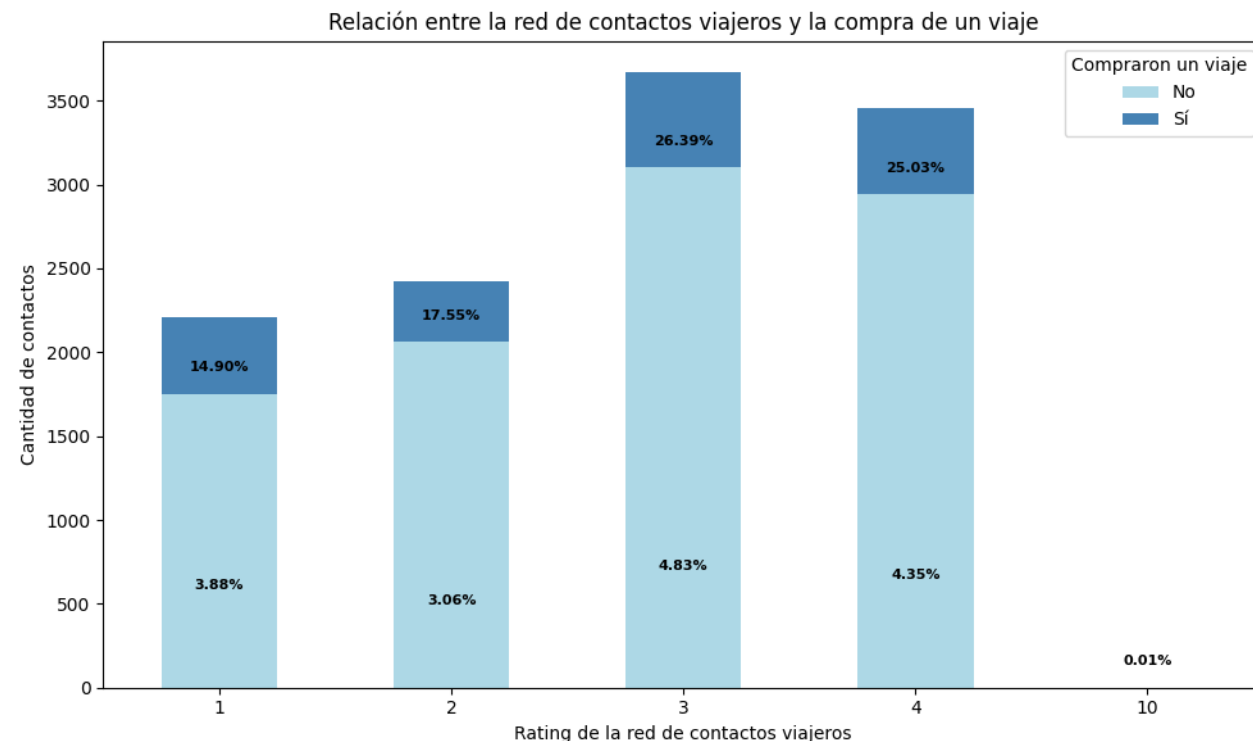
¿Cómo varía la compra de viajes según el dispositivo preferido para acceder a la página web?

El gráfico de proporciones muestra que los mayores porcentajes de compras de viajes se registran a través de computadoras, dispositivos iOS, y en la categoría de "Otros", que abarca medios no digitales.



¿Existe una relación entre el número de conexiones sociales que han viajado y la decisión de compra de un viaje?

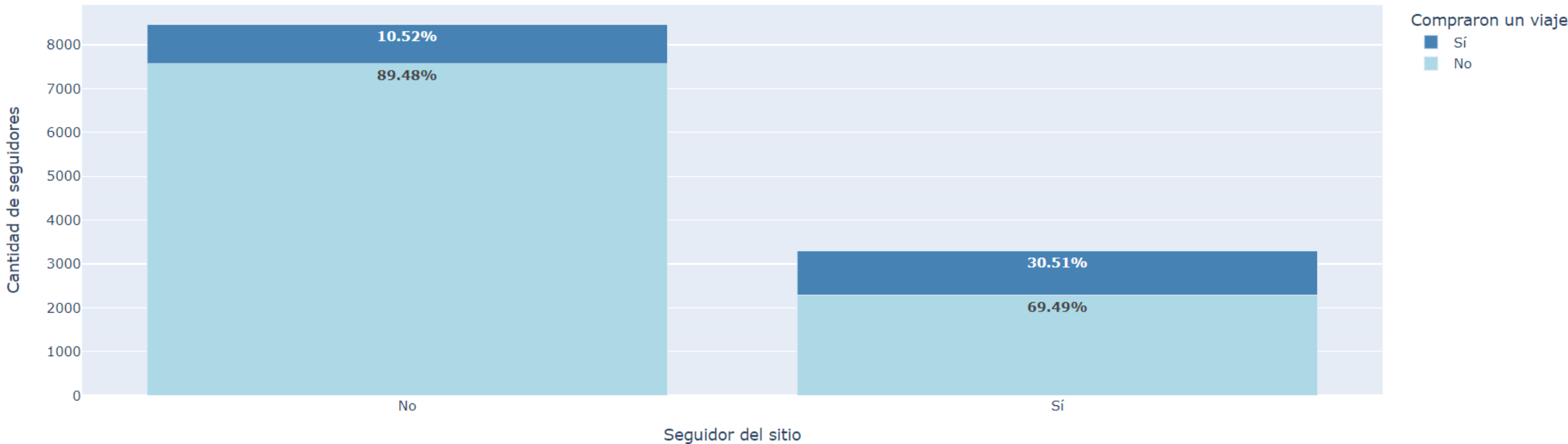
El gráfico de densidad revela que las conexiones sociales relacionadas con los viajeros presentan una cierta relación con la decisión de compra de viajes. Sin embargo, esta relación no parece ser un factor determinante en la decisión de compra.



¿El seguimiento de la página web influye en la probabilidad de compra de un viaje?

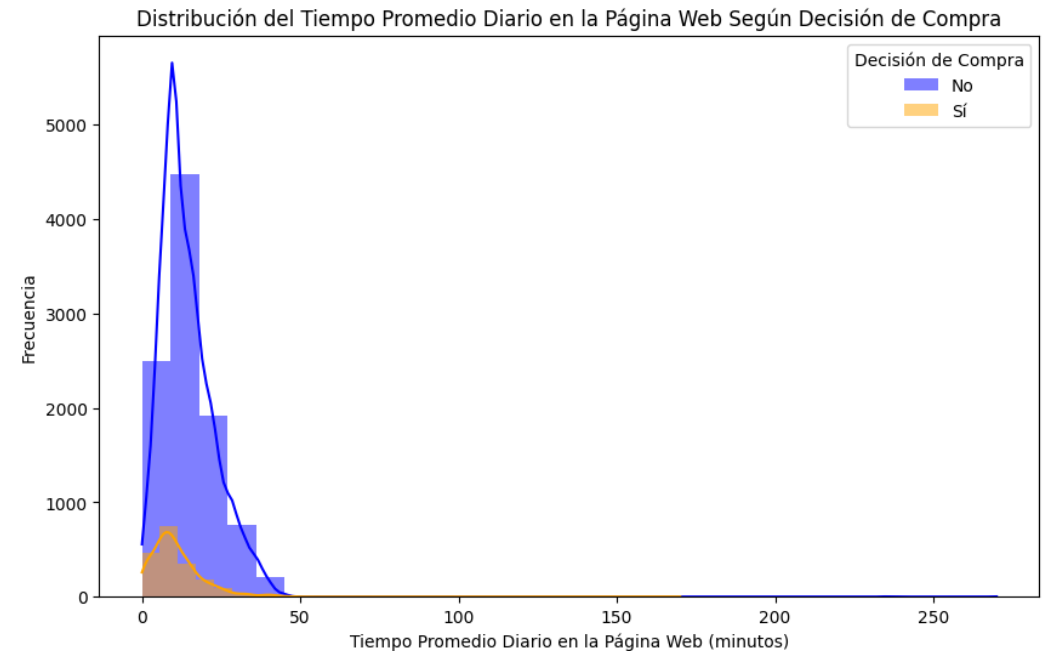
- Es más probable que concreten la compra los seguidores de la página web respecto a los que no son seguidores, pero también se evidencia que la suscripción al sitio web no asegura la compra de viajes. Asimismo, se observa una cantidad significativamente mayor de personas que visitan las páginas web sin suscribirse ni seguir el sitio.

Relación entre seguidores del sitio y la compra de un viaje



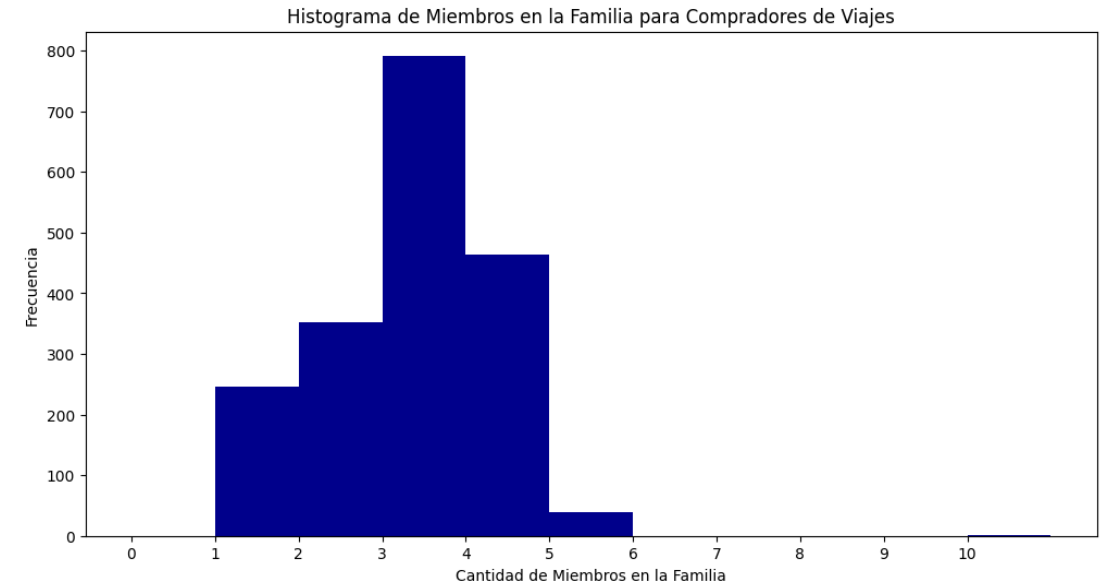
¿Qué relación existe entre el tiempo promedio diario que una persona pasa en la página web y su decisión de compra?

El histograma revela que los individuos que pasan más tiempo en el sitio web tienden a realizar menos compras, mientras que aquellos que navegan por menos tiempo tienen una mayor propensión a efectuar una compra. Esto sugiere una posible decisión de compra previa entre los usuarios que navegan menos.



¿Cómo afecta la cantidad de miembros en la familia a la decisión de compra de un viaje?

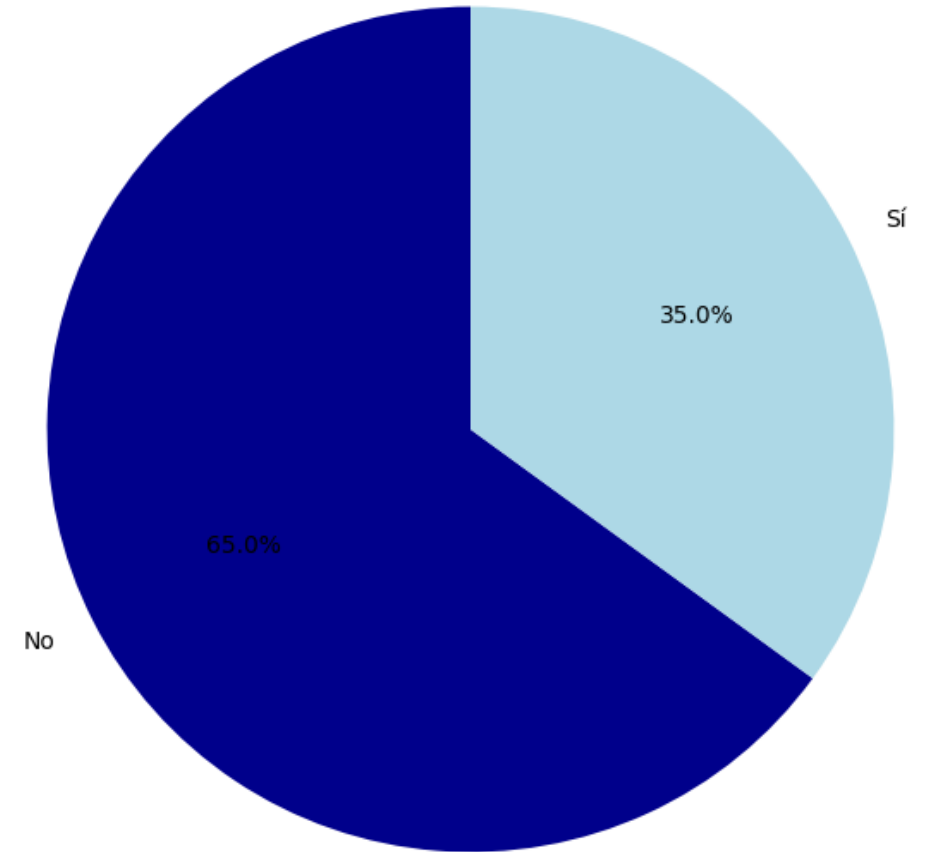
- El histograma muestra que, entre los compradores de viajes, la mayoría proviene de familias con entre 3 y 5 integrantes.



¿Qué papel juega la edad en la decisión de compra de viajes?

De los datos obtenidos, se observa que la mayoría de los usuarios menores de edad son los que realizan la mayoría de las compras.

Distribución de Adult Flag para Compradores de Viajes



Insights & recomendaciones

Insights

- Los dispositivos móviles son los más elegidos para la compra de viajes
- Los jóvenes son quienes más compras realizan
- El tiempo de navegación en el sitio no garantiza la compra
- Las familias representan la mayor cantidad de compradores de viajes



Recomendaciones

- Crear perfiles de usuarios para marketing asertivo
- Facilitar la búsqueda en función de las preferencias de usuario para que encuentre rápidamente lo que busca
- El sitio web debe tener una interfaz adaptable a los distintos dispositivos



Referencias

Dataset utilizado

Fuente Keaggle: [“Tourism Page Engagement”](#)

Notebook de trabajo

[Preentrega proyecto final - Github](#)