

# ¿Cuál es el mejor momento para viajar a Disney World Resort?

Asignatura: 08MBID .- Visualización de Datos

Fecha: 23/04/2022

Autor: Ricardo Alberto Marrero Carrión

Url: [stackblitz\\_MBIQ08\\_Trabajo\\_Practico](#)

GitHub: [rmarrero/08mbid-trabajo-practico](#)

Fuente: [touringplans.com](#)

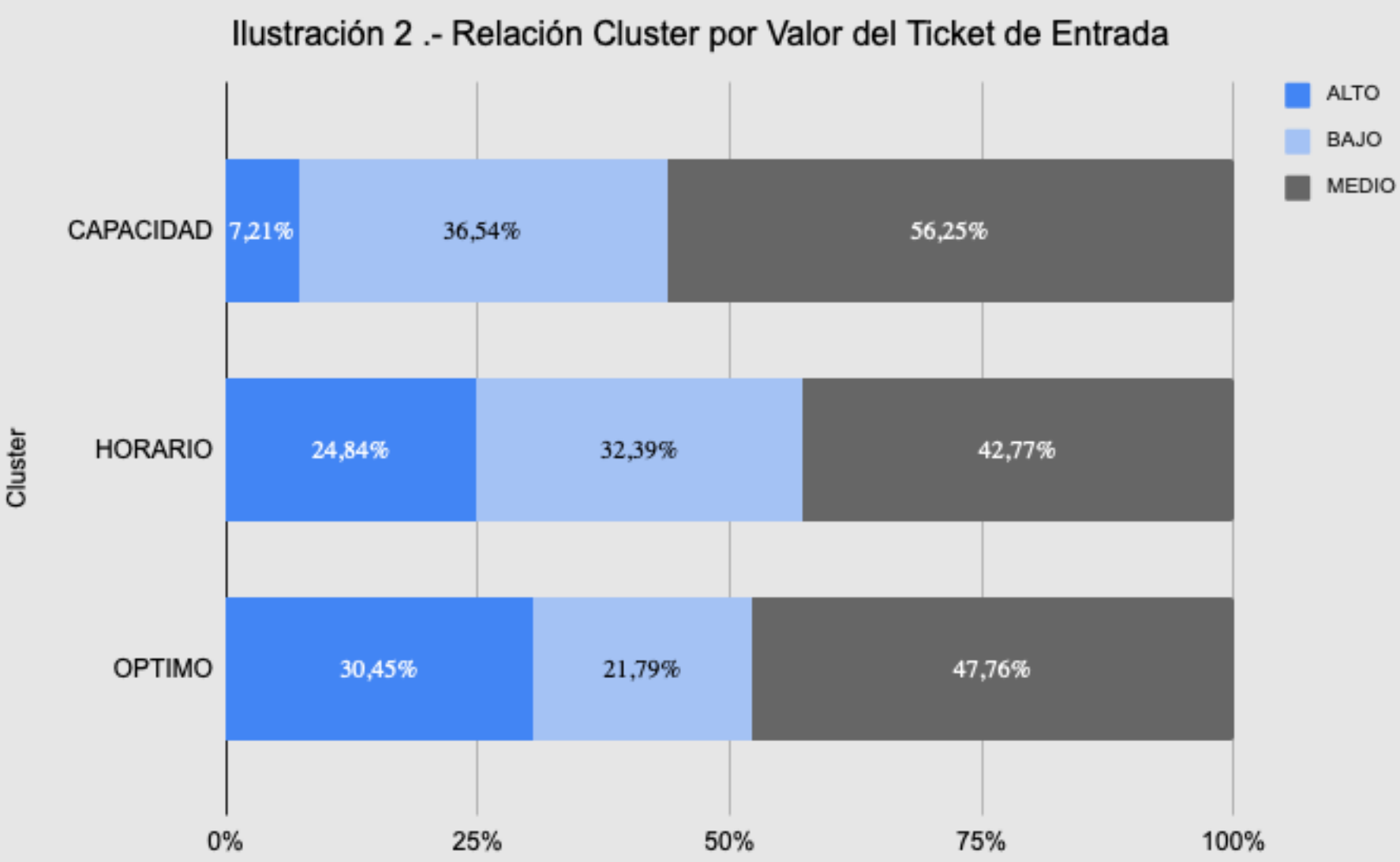
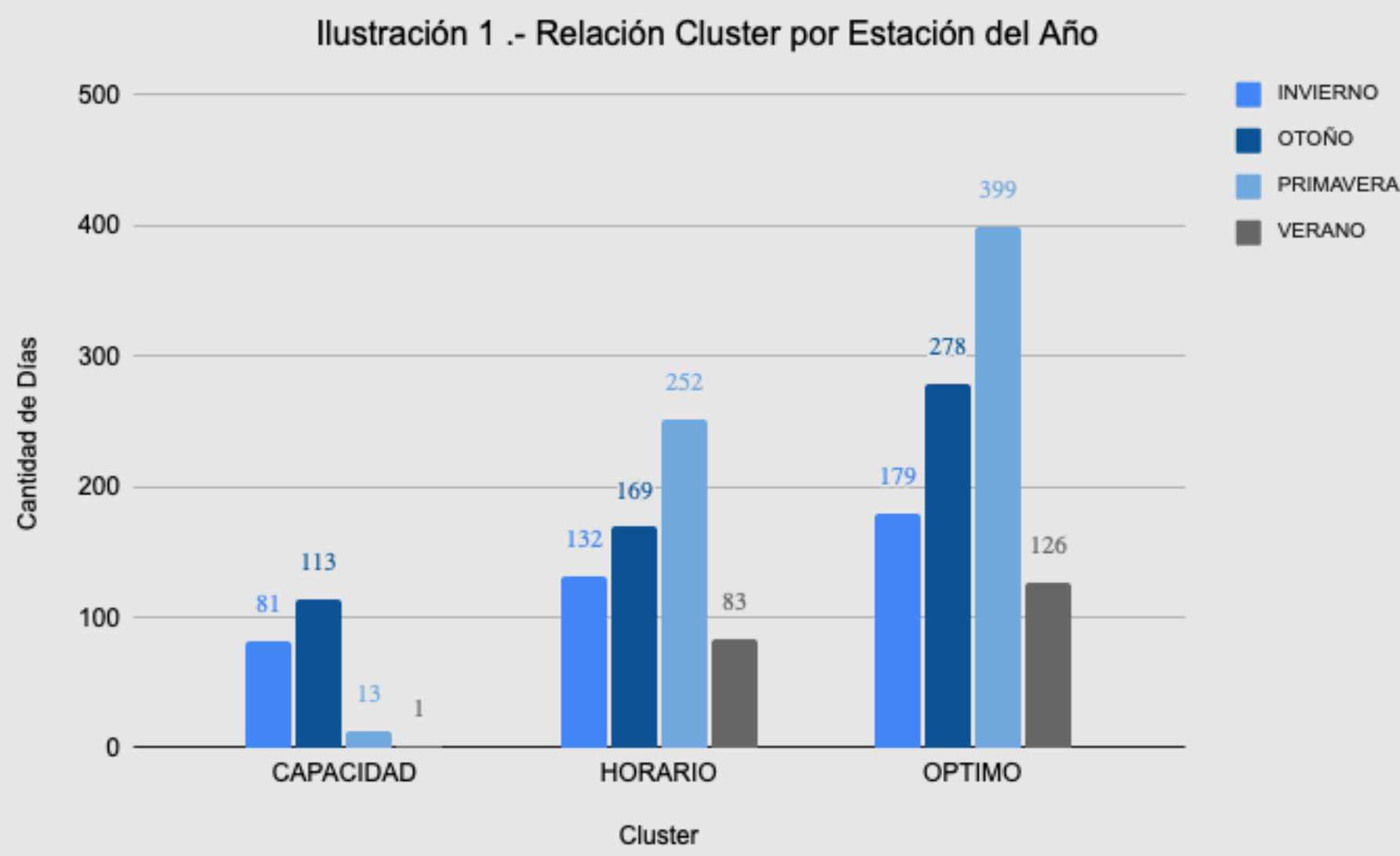
## Introducción

El complejo hotelero y de ocio **Disney Word Resort** (en adelante, DWR), es uno de los puntos turísticos que recibe más visitantes en un año de todo el mundo; solo en 2019 este número ascendió a 60 Millones de personas. Que, si buscamos una comparativa local, sería aproximadamente el 71% de los visitantes que recibió toda España en el mismo año.

Específicamente en la categoría de “Parques Temáticos”, los 4 parques que componen el Resort se encuentran año tras año, en el Top10 a nivel mundial.

Por lo tanto, como turista, o como empresa que se dedica a este negocio, cabe siempre la pregunta: **¿Cuál es el mejor momento para viajar a Disney World Resort?>**

Durante el desarrollo del Master, y específicamente en las asignaturas de *05MBID .- Minería de Datos* y *06MBDID .- Estadística Avanzada*; se aplicó el proceso KDD para el descubrimiento de patrones, limpieza del dataset original y búsqueda de similitudes mediante la clusterización o segmentación.



## Objetivos

El objetivo es entonces buscar un patrón que permita no solo a un turista analizar en base a variables como la temperatura, época de lluvia, ocupación de los parques o tasa de fallo de las atracciones **¿cuando es el mejor momento de realizar el viaje?**, sino que un Operador Turístico pueda **realizar campañas y ofertar promociones a sus clientes en base a las categorías de los clusters**.

En detalle, para cada audiencia:

Como turista, decidir cuando visitar DWR en base a:

- Ocupación de los parques
- Precio del billete de entrada
- Horario de apertura
- Temperatura
- Eventos y actividades extras

Como Operador Turístico:

- Cuando se estima viajen mas personas, para aplicar campañas; como, por ejemplo, paquetes vuelo + hotel + tickets
- Cuando se estima viajen menos personas, para aplicar promociones por ejemplo en el precio; o añadir otros beneficios, como, por ejemplo, alquiler de coche incluido, programa todo incluido, etc.

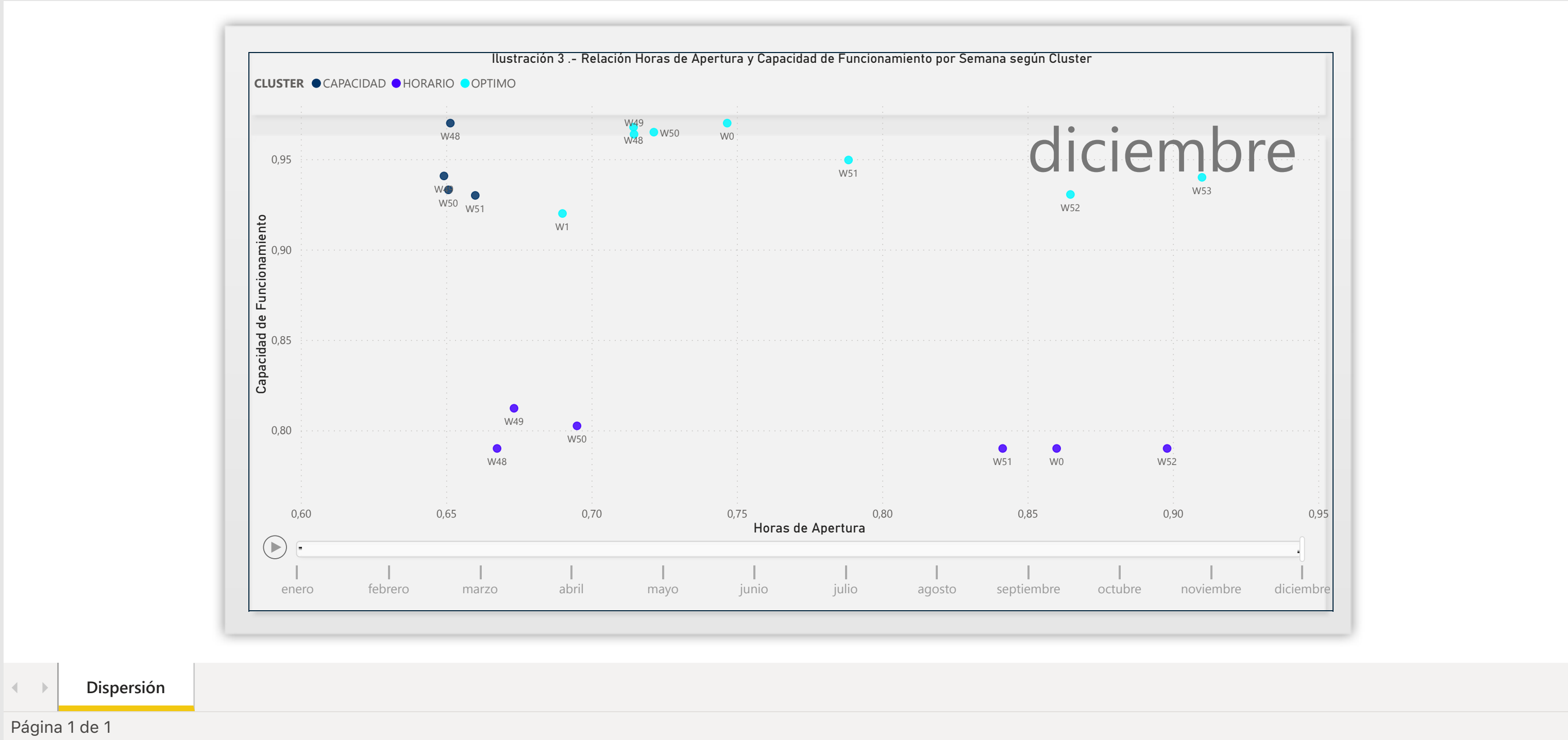
## Análisis de las Segmentaciones

Para el análisis de las Segmentaciones se usaron las variables de Ocupación de los Parques y la Tasa de Fallos de las Atracciones. Y con estos resultados, ver como relacionan con el precio de los tickets y la época del año.

En las ilustraciones 1 y 2, podemos observar que de nuestro estudio de segmentación, se desprenden tres Clusters; pero, **¿Qué representa cada uno de ellos?**

- **OPTIMO** -> Segmento que engloba las semanas del año donde los parques ofrecen un mayor número de horas de apertura, y su tasa de capacidad en las atracciones;es decir, pueden atender a los visitantes del parque, es alta
- **CAPACIDAD** -> Segmento que engloba las semanas donde los parques abren menos horas al días, pero sus atracciones funcionan de forma óptima.
- **HORARIO** -> Segmento que engloba las semanas donde los parques abren un grán número de horas; pero, hay una mayor probabilidad de atracciones fuera de servicio. Por ejemplo, época de mantenimiento de las mismas.

Esta relación de horario y capacidad de funcionamiento por semana según cada cluster, se puede observar en la siguiente ilustración:



Adicionalmente, el comportamiento de otras variables como la temperatura media, las precipitaciones, las horas extras de apertura del los parques; e incluso, la visitas por ocupación escolar, influyen en cual es el mejor momento para visitar el parque.

En el siguiente Cuadro de Mando, podemos observar dicho comportamiento, en los últimos 5 años.



## Conclusiones

### Aspectos Generales

Escoger un destino turístico como DWR y encontrar un patrón que nos permita decidir **Cual es el mejor momento** no es una decisión sencilla; ya que intervienen diversos factores o varibales. Pero, a través del análisis hecho en la clusterización y en las ilustraciones anteriores, podemos inferir que:

- Por el *Diagrama de Columnas* utilizado en la Ilustración 1, el Cluster Óptimo para realizar el viaje o aplicar una campaña está presente en todo el año, principalmente en primavera; y que por otro lado, en verano no hay evidencias que se escoja visita DWR solo por la capacidad de funcionamiento de las atracciones.
- La Ilustración 1, nos permite observar igualmente que las mejores épocas de visita a DWR es primavera y otoño.
- En la Ilustración 2, por medio de un *Diagrama de Barras*, se detalla la relación de los Clusters con el valor o precio del ticket de entrada. Y vemos dos aspectos interesantes: por un lado cuando DWR está en semanas de alta capacidad de las atracciones pero menos horas de apertura; los precios de las entradas son mas económicas. Caso contrario, en la época del año donde tanto capacidad como horarios son óptimos, lo que hace suban los precios del ticket.
- Igualmente de esta ilustración podemos concluir que en le época considerada óptima, hay pocas probabilidades que los precios sean bajos.
- El *Diagrama de Dispersión* (Ilustración 3), nos permite visualizar de una forma dinámica el comportamiento de los Cluster por cada semana y mes del año. Respecto a las variables comentadas anteriormente.
- Y por último, con el *Cuadro de Mando* de la Ilustración 4, podemos obtener información adicional que complemente la toma de desiciones.

### Tomas de Desiciones

- Como turistas seguramente escogeremos las temporadas de primavera y otoño para visitar DWR, ya que nos ofrece una mayor número de semanas disponibles en la segmentación Óptima, y los valores de Temperatura y Precipaciones son ideales.
- Como Operador Turístico, aplicar una campaña de mejora de precios en los tickets en primavera y otoño. O, aplicar promociones y añadir otros beneficios en la segmentación de Capacidad, ya aque sabemos los precios del ticket son medios y bajos, y la afluencia de visitantes es menor.

### Herramientas Utilizadas

- Como se comentó en el inicio de este documento, el dataset utilizado es el resultado previo de un análisis hecho en un proceso KDD y clusterización. Mediante el uso de *Google Sheets* se realizó una preparación de los datos (ETL) para su uso en las Ilustraciones. Adicionalmente, se usó este programa para la elaboración de la Ilustraciones estáticas.
- Para las Ilustraciones Dinámicas e Interactivas, se hizo uso de *Power BI*, ya que es una herramienta muy versátil para la creación de gráficos y visualización de datos.

### Referencias

"metadata.csv", Disney World Ride Wait Time Datasets, TouringPlans.com, June 2021, <https://www.touringplans.com/walt-disney-world/crowd-calendar/#DataSets>, Accessed 13 June 2021.