

# INFORME ANUAL OBSERVATORIO

BI



Dataria

#Revenue  
Technology

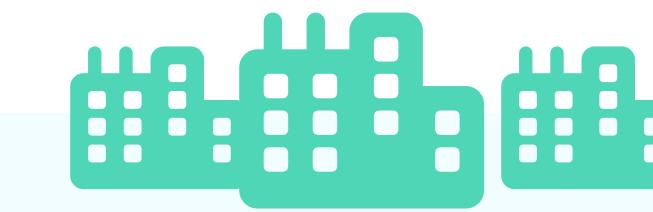


TOP 3 HOTELES INDEPENDIENTES  
PANTALLAS MÁS USADAS

OCCUPACIÓN **19,4%**

CALENDAR **18,4%**

REVENUE **12%**



TOP 3 CADENAS  
PANTALLAS MÁS USADAS

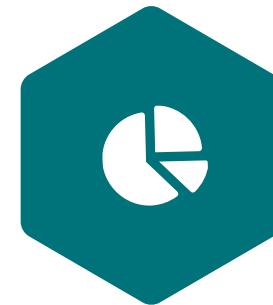
OCCUPACIÓN **48,4%**

REVENUE **24,2%**

CALENDAR **8,7%**

Los hoteles independientes consultan principalmente **Ocupación (19,4%)** y **Calendar (18,4%)**, mientras que en las multitudinarias, el foco se concentra aún más en **Ocupación (48,4%)** y **Revenue (24,2%)**, con Calendar prácticamente en segundo plano (8,7%).

Esto puede reflejar que las cadenas priorizan la gestión de ingresos y la ocupación, mientras que los independientes distribuyen más el uso entre planificación y operación.



En-Jun 2025

**TOP 5 1RO. SEMESTRE 2025**  
PANTALLAS MÁS USADAS

**INFORMES** 21%  
OCUP 9% PICKUP 9,6%  
CANCELLATIONS 9,3%  
REVENUE 7,1%

Jul-Dic 2025

**TOP 5 +EXTRA 2DO. SEMESTRE 2025**  
PANTALLAS MÁS USADAS

**INFORMES** 53%  
OCUPACIÓN 13% PICKUP 9%  
REVENUE 7%  
CANCELLATIONS 4% CALENDAR NEW 4%

El uso del BI muestra un crecimiento en módulos estratégicos como **Informes** y **Ocupación**, que ganan peso en el 2º semestre, mientras que módulos más operativos o puntuales como Cancellations reduce levemente su participación.

Esto refleja un enfoque creciente en la toma de decisiones basada en datos de forma puntual junto con la automatización de tareas diarias y menos en consultas rutinarias y manuales.



## PICKUP

57,89%  
**AVANZADO**

**NORMAL**

A pesar del amplio uso de la pantalla o sección PICKUP, es el **PICKUP avanzado** el que más se visualiza con un 15,8 % más que el 42,11% que visita la pestala Pickup "Normal".

### DÍAS DE MÁS USO



**MARTES**  
**LUNES**  
**MIÉRCOLES**  
**JUEVES**

### DÍAS MENOR USO SÁBADO

*El usuario de Dataria suele ser matutino y eficiente: concentra su actividad los lunes, martes y miércoles, con un pico de acciones a las 9a.m. y una revisión por las tardes entre las 15 y las 16hs. Sus interacciones son breves, de unos 30minutos en promedio pero enfocadas y orientadas a decisiones rápidas y estratégicas de revenue.*

### TIEMPO MEDIO/ SESIÓN DIARIO

30 MIN

### MAYOR PICO DE ACCIONES POR HORA



9 AM

*Gracias por visitar  
nuestros datos de  
recapitulación del año*



**Producción**

*Carmen Sánchez*

RESPONSABLE  
EXPERIENCIA DE CLIENTE

*Némesis Zerga*

DATA ANALYST &  
CONTENT MANAGER

*Pau Rivera*

CEO & CO-  
FOUNDER

*¡Cuéntanos qué te  
ha aparecido!*

[in](https://www.linkedin.com/company/dataria/) [yt](https://www.youtube.com/@dataria) @dataria  
[soporte@dataria.com](mailto:support@dataria.com) [x](https://twitter.com/dataria)