



# Hoteles: Reservas y Cancelaciones

Francisco Iturralde

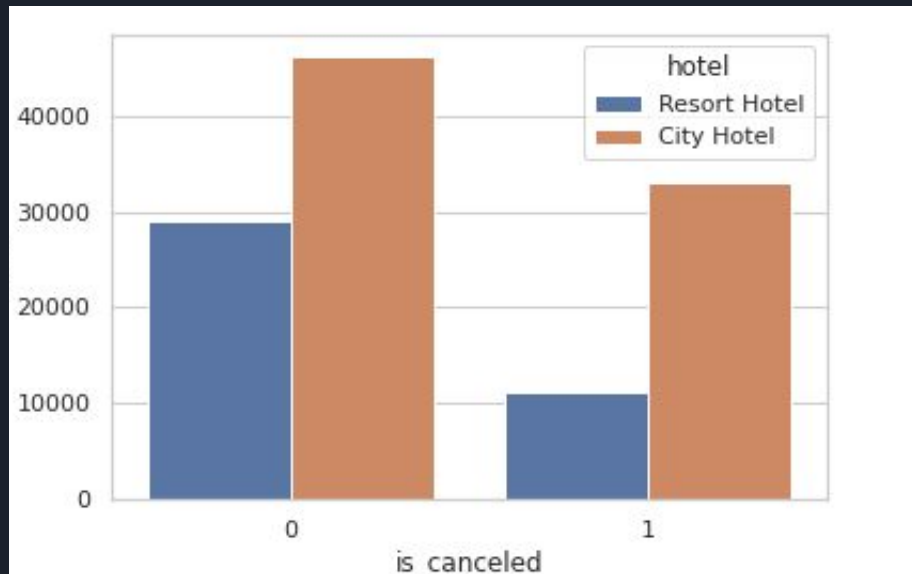
Cancelaciones



# Enfoque a “City Hotel”

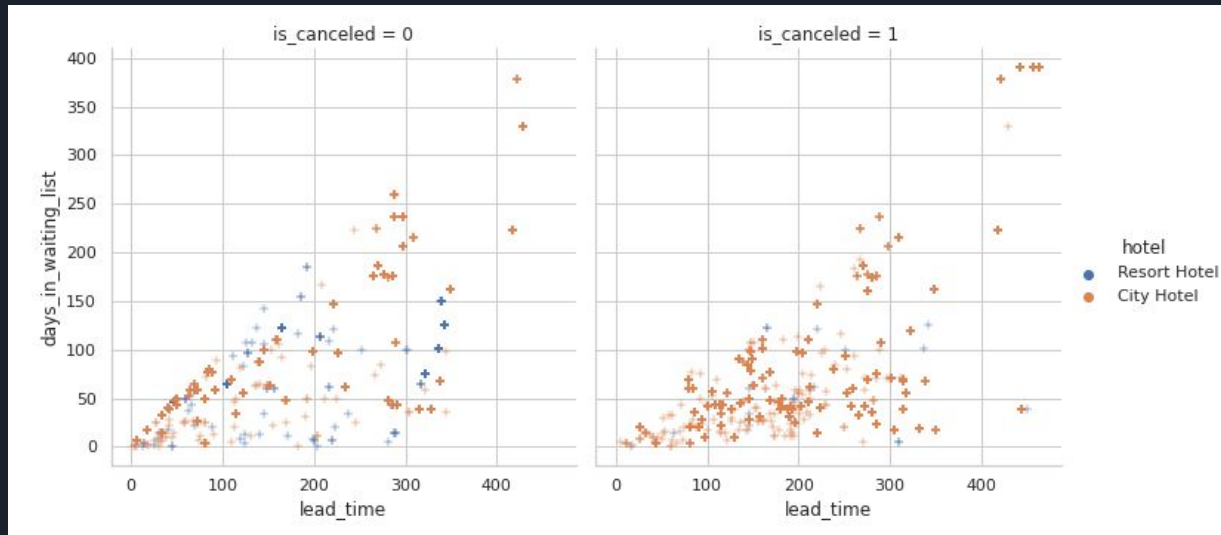
City Hotel recibe más cancelaciones que Resort Hotel, por tanto, cualquier campaña para reducir las cancelaciones debe enfocarse ahí.

Esto se ve tanto a nivel proporcional, como a nivel general.

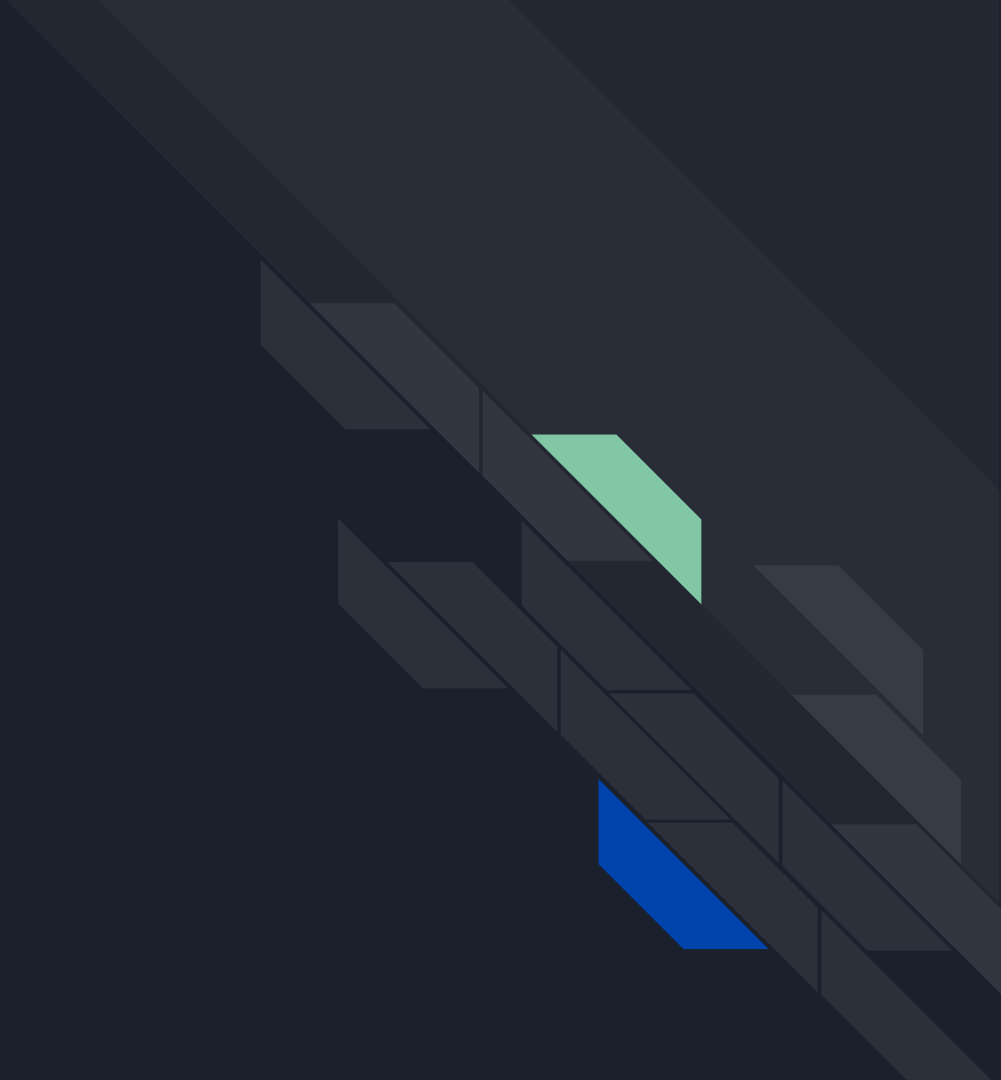


# Posibles razones de cancelación

Uno de los factores más importantes puede ser las largas listas de espera, ya que se ve una dispersión acotada en la llegada vs los días en la lista de espera.



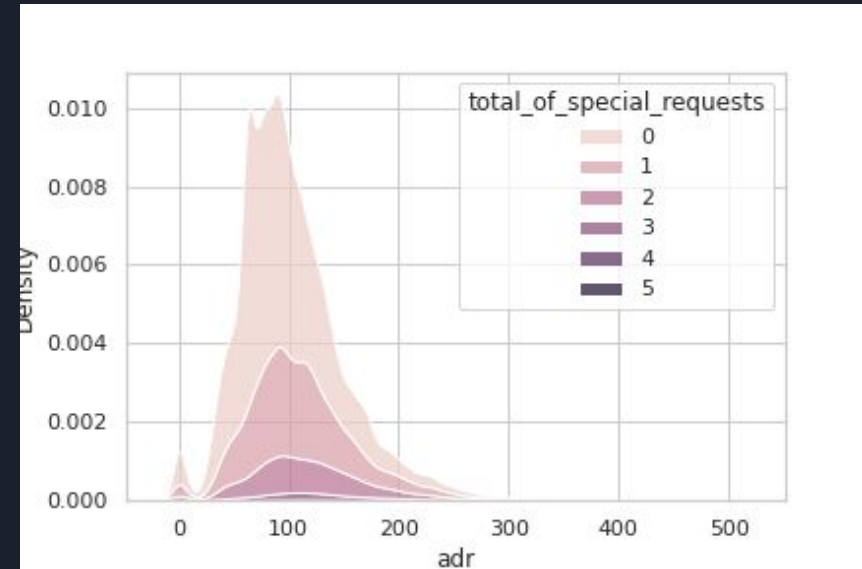
Reservas



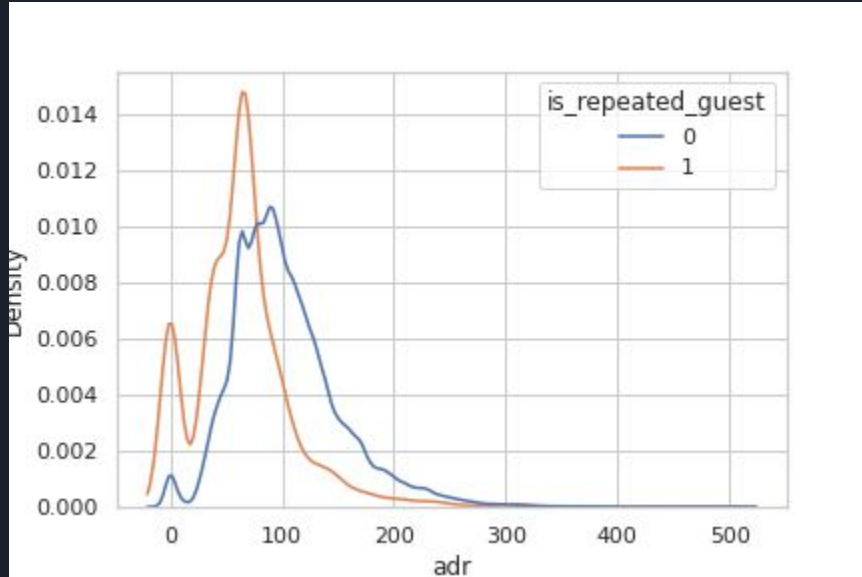
# Tarifas

La mayoría de gente que contrata los servicios extra tienen una tarifa diaria de 100.

Tarifas bajas suelen ser un buen incentivo para las personas al contratar el servicio.



# Cientes Recurrentes



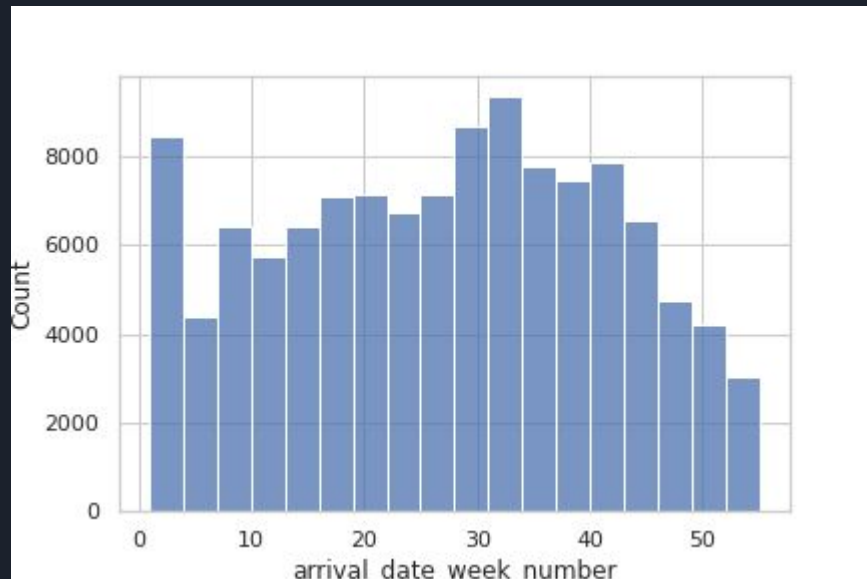
Los clientes recurrentes pagan tarifas menores.

Los clientes nuevos tienen una dispersión más amplia en la cantidad que están dispuestas a invertir

# Histograma temporal

La gente tiende a ir las 2 primeras semanas del año.

Las semanas 30-35 muestran también una alta densidad de personas.







# Observaciones

- Campañas de fidelización podrían llevar a los clientes nuevos a obtener más beneficios, ya que se muestra que la recurrencia beneficia a los clientes.
- Un enfoque de las campañas para detener la cancelación de las reservas en 'City Hotel' podría ser de gran beneficio para la empresa.
- Realizar las campañas para las semanas 1-3, 30-35 y 50+ puede resultar efectivo para aumentar la cantidad de gente que asiste al hotel.