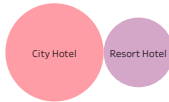


## Què està passant amb les cancel·lacions d'hotels entre els viatgers portuguesos?

En la nostra agència tenim 2 hotels:

- Un hotel a la ciutat de Lisboa (*City Hotel*)
- Un resort a la regió d'Algarve (*Resort Hotel*)

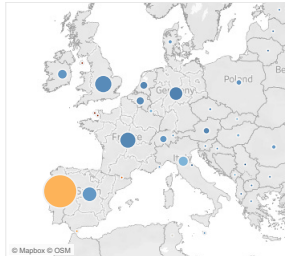


Fent *click* al cercle corresponent a cada hotel podreu filtrar les gràfiques posteriors per un hotel concret...

En el mapa podem veure el nombre de reserves totals entre juliol de 2015 i agost de 2017. El color representa el percentatge de cancel·lacions entre aquestes dates per cada país. En els dos hotels hi ha una gran afluència de viatgers de tot el món, però principalment rebem viatgers de Portugal i d'altres països europeus.

Podeu navegar pel mapa per descobrir l'aportació de reserves de cada país i el percentatge de cancel·lació.

Es poden veure països amb poques reserves (per exemple Andorra) i amb alt percentatge de cancel·lacions. Aquests casos no són preocupants perquè es tracten de reserves puntuals.



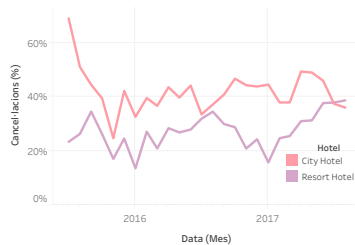
Mitjana cancel·lacions  
0.0% 100.0%

Nombre de reserves  
1  
10.000  
20.000  
30.000  
40.000  
47.024

El cas que ens preocupa és Portugal, ja que té moltes reserves i un percentatge de cancel·lacions molt elevat!

Adicionalment, podem visualitzar com varia el percentatge de cancel·lacions mensuals al llarg dels anys, per a tots els països.

Percentatge de cancel·lacions pel mes previst d'arribada



La gràfica ens indica que el percentatge de cancel·lacions del *City Hotel* és major que el *Resort Hotel* a nivell global.

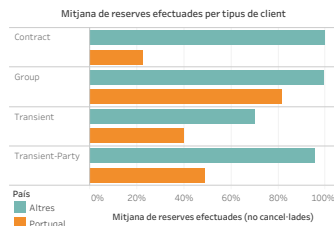
A més, si filtrem per *Resort Hotel* usant els cercles del principi, podem veure en el mapa que el percentatge de cancel·lacions a Portugal millora, mentre que filtrant per *City Hotel* empitjora.

### Per què passa això?

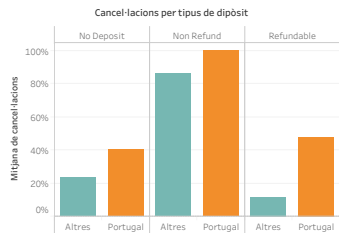
Per descobrir què pot estar passant a Portugal, i per què l'hotel de Lisboa té més cancel·lacions de mitjana que l'hotel d'Algarve, busquem la relació de les cancel·lacions segons algunes variables.

Una primera relació és amb la variable *Customer Type*, és a dir, el tipus de client que ha fet la reserva. Volem entendre si existeix alguna relació entre el tipus de client i el nombre de reserves efectuades, és a dir, reserves que no han sigut cancel·lades.

Veiem que a Portugal tots els clients tenen un percentatge més baix de reserves efectuades, és a dir, en general observem un percentatge més alt de cancel·lacions.



El cas que més destaca són els clients de *Contract*, que tenen gairebé un 100% de confirmacions a la resta de països, mentre que a Portugal la xifra baixa dràsticament. Aquest tipus de client sembla problemàtic, i estaria afectant negativament a les reserves dels hotels i a l'estabilitat de l'administració d'habitacions.



Una segona relació és amb la variable *Deposit Type*, és a dir, si s'ha efectuat un pagament complet (*non refund*), parcial (*refundable*), o nul (*no deposit*) de l'import de la reserva. Volem entendre si existeix alguna relació entre el tipus de dipòsit i el nombre de cancel·lacions de la reserva.

Seguint en la dinàmica, Portugal té un percentatge més elevat de cancel·lacions en tots els casos.

Un fet molt curiós és que el percentatge de cancel·lacions del dipòsit complet (*non refund*) és molt més elevat que la resta. Aquest fet sembla contradictori, i s'ha d'investigar més a fons què està succeint. Una correlació no vol dir causalitat, és a dir, no podem afirmar que les reserves completament pagades es cancel·laren, però és un fet que no podem passar per alt.

### Què podem fer per reduir el ratio de cancel·lacions?

Vista la situació dels dos hotels, és necessari posar focus al que hem pogut observar. Sobretot, estudiar l'impacte de les cancel·lacions segons els diferents tipus de clients i dipòsits que es contracten.

Una solució per incentivar als clients de Portugal és oferir una tarifa per a residents locals, que fomentaria el turisme local del país, i serviria com a al·licient per aconseguir clients freqüents. A més, es pot promocionar els hotels amb punts de fidelitat, on s'ofereixen descomptes i petits obsequis com a premi per als clients habituals.

Aquestes mesures beneficiarien els dos hotels, ja que tot i que els turistes internacionals generen ingressos pels hotels, són un client molt variable, amb afluència molt estacional, i no solen ser un client recurrent. En canvi, fidelitzar els clients locals suposaria uns ingressos estables al llarg dels anys, sobretot en viatges per feina a la ciutat de Lisboa, i millorar l'accessibilitat a les famílies que vulguin passar uns dies a Algarve.