

Recomendaciones

1. Fortalecer el enfoque regional (Doméstico vs Internacional)

- **EE. UU. y China (mercados domésticos fuertes)**
 - **Promociones interregionales:** paquetes que conecten ciudades secundarias con hubs principales.
 - **Programas de fidelización regionales,** enfocando en viajeros frecuentes de negocios y turismo interno.
- **Europa y Oceanía (predominio internacional)**
 - **Productos multicountry:** tarifas flexibles que permitan visitar varios países con un solo boleto.

2. Maximizar la temporada alta (Julio-Agosto y diciembre)

- **Precios dinámicos anticipados:** incentivar compra temprana para julio/agosto con descuentos progresivos antes del peak.
- **Frecuencia:** aumentar frecuencias en rutas de alta demanda (playas, capitales turísticas, destinos familiares).

3. Estrategias para la temporada baja

- **Ofertas “escapadas” de fin de semana:** vuelos domésticos baratos en enero, febrero, noviembre.
- **Segmentación por interés:** paquetes para teletrabajadores, viajes wellness o escapadas gastronómicas.
- **Campañas conjuntas con hoteles y destinos** para generar demanda artificial en meses con menor movimiento.

4. Experiencia digital y personalización

- **Ofertas basadas en comportamiento:** si el cliente voló internacional en verano, ofrecerle descuentos en diciembre.
- **Alertas predictivas:** notificar cuando los precios de destinos favoritos bajan en temporada baja.