

# Informe Ejecutivo de Recomendaciones Estratégicas

Propuesta de Estrategias para la Cadena Hotelera

## Resumen Ejecutivo

El presente informe tiene como objetivo exponer un conjunto de recomendaciones que permita reducir la tasa de cancelaciones y aumentar la ocupación hotelera. Las estrategias propuestas a continuación son el resultado de un análisis profundo de los datos históricos de reservas hoteleras.

## Contexto y Justificación

El aumento de la competencia y la variabilidad de la demanda ha generado un impacto significativo en los niveles de ocupación. Una de las principales consecuencias es la elevada tasa de cancelaciones actualmente alcanza el 41.3%. Este comportamiento ha generado la cancelación de 23.391 reservas por un valor de \$9.7M frente a los 12.5M asociadas a reservas NO canceladas.

Estado	Reservas	Valor de reservas
No Cancelado	33110	\$12 575 707
Cancelado	23391	\$9 714 626

En este marco, analizar qué factores influyen en las cancelaciones vital para mejorar la ocupación y la rentabilidad del negocio.

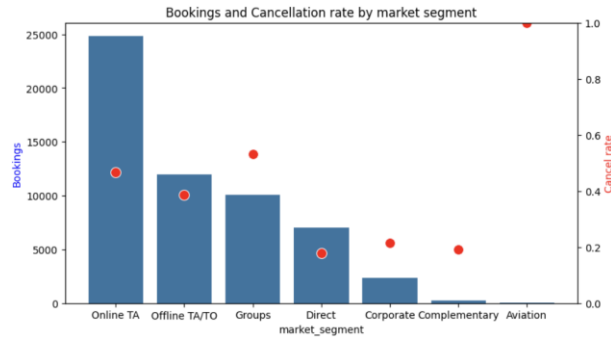
### *Tasa de cancelación por tipo de Hotel*

Se encontró que los “City Hotels” tiene en promedio una tasa de cancelación 148% mayor a los “Resort Hotels”. Pese a que los “City Hotels” representan el 32% de las reservas también representan el 54.2% de las cancelaciones.



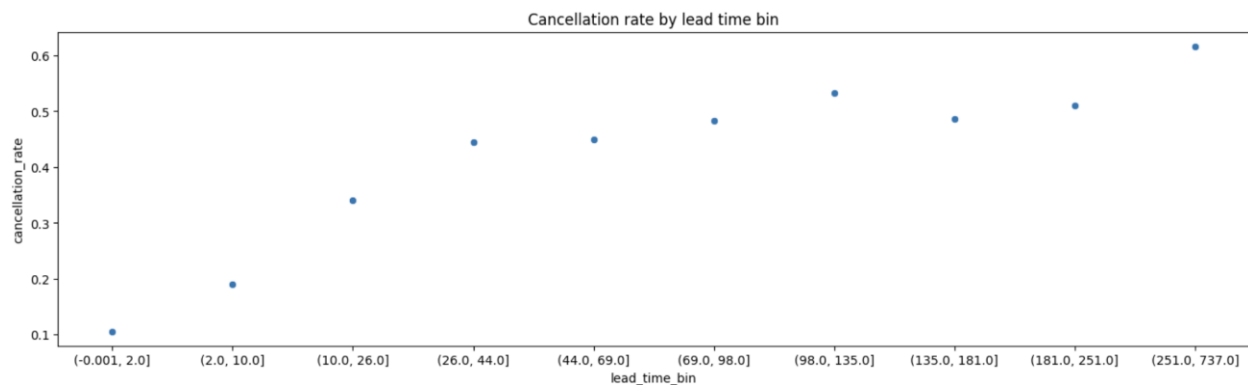
### *Tasa de cancelación por segmento de mercado*

El análisis arrojó que las reservas realizadas por agencias en línea y grupos muestran una tasa de cancelación alta. Por el contrario, Las reservas realizadas directamente o con segmentos corporate muestran una baja tasa de cancelaciones.



### *Tasa de cancelación vs lead time*

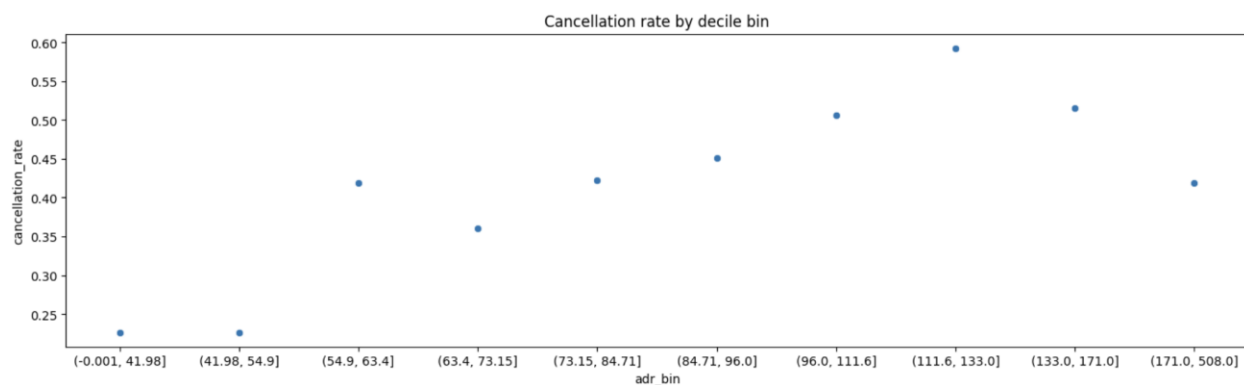
Se determinó que existe una relación directa entre la tasa de cancelación y el tiempo de antelación (lead\_time) con el que se hace una reserva. Por ejemplo, las reservas hechas con 0-2 días tienen una tasa de cancelación 6x menor a las hechas con 250+ días o más (10.5% vs 61%).



### *Tasa de cancelación vs adr*

Respecto al precio promedio por noche se pudo llegar a tres conclusiones principales:

- Las opciones económicas (Hasta 55 usd) tienen una tasa de cancelación muy baja (Apróx 22%)
- Las tarifas intermedias (55 a 133 usd) muestran un aumento sostenido de la tasa de cancelación a medida que el costo por noche aumenta.
- Para el segmento premium (133\* usd) y especialmente para las reservas mayores a 171usd se evidencia una reducción en la tasa de cancelación.



## Estrategias Recomendadas

Factor Clave	Estrategia Propuesta	Justificación Basada en Datos
Tipo de hotel	Desarrollar campañas de fidelización específicas para <i>city hotels</i> , orientadas a clientes frecuentes y corporativos.	Los <i>city hotels</i> presentan mayor tasa de cancelación (69%); focalizar esfuerzos aquí tiene alto impacto.
Tipo de Hotel	Aumentar la oferta de <i>resort hotels</i>	Dado que es el segmento con mayor número de reservas y menor tasas de cancelación.
Segmento de cliente	Fomentar las reservas directas mediante beneficios exclusivos (upgrades, check-in rápidos, puntos de fidelidad).	Las reservas directas tienen la menor tasa de cancelación.
Segmento de cliente	Potenciar el canal corporativo mediante convenios de estadías recurrentes con más compañías.	Las reservas en este grupo tienen baja tasa de cancelación, pero un volumen bajo.
Segmento de cliente	Negociar con TA/TOs para reducir las tasas de cancelaciones (Ejm: depósitos previos, reservas NO cancelables en temporada alta)	TO/TA tienen las tasas más altas de cancelaciones y aportan el mayor volumen de reservas.
Lead Time (anticipación)	Implementar políticas diferenciadas de cancelación según la anticipación de la reserva (ej. condiciones más estrictas para reservas hechas con más de 69 días de antelación).	Las reservas con mayor anticipación presentan más cancelaciones. Ajustar políticas podría reducir la incertidumbre.
Tarifas y precios	Aplicar estrategias dinámicas de precios que ajusten tarifas a la demanda, evitando sobrepagos que incentiven cancelaciones.	Se identificó que tarifas más altas están asociadas con mayor probabilidad de cancelación.
Tarifas y precios	Escalar la participación en el mercado de estadías de bajo costo (Hasta 50 usd por noche).	Muestran la menor tasa de cancelación.
Duración de la estadía	Ofrecer incentivos (descuentos progresivos o beneficios adicionales) a estadías largas.	Estancias largas muestran menor propensión a cancelación, por lo que premiar este perfil mejora la estabilidad.

## Conclusión

La implementación de estas estrategias permitirá a la cadena hotelera abordar los factores que inciden de forma directa en las cancelaciones y en la ocupación. Al adaptar políticas de cancelación, fortalecer la fidelización de segmentos clave y optimizar la asignación de habitaciones y precios, la cadena no solo reducirá las cancelaciones, sino que también mejorará la experiencia del cliente y la rentabilidad a largo plazo.