



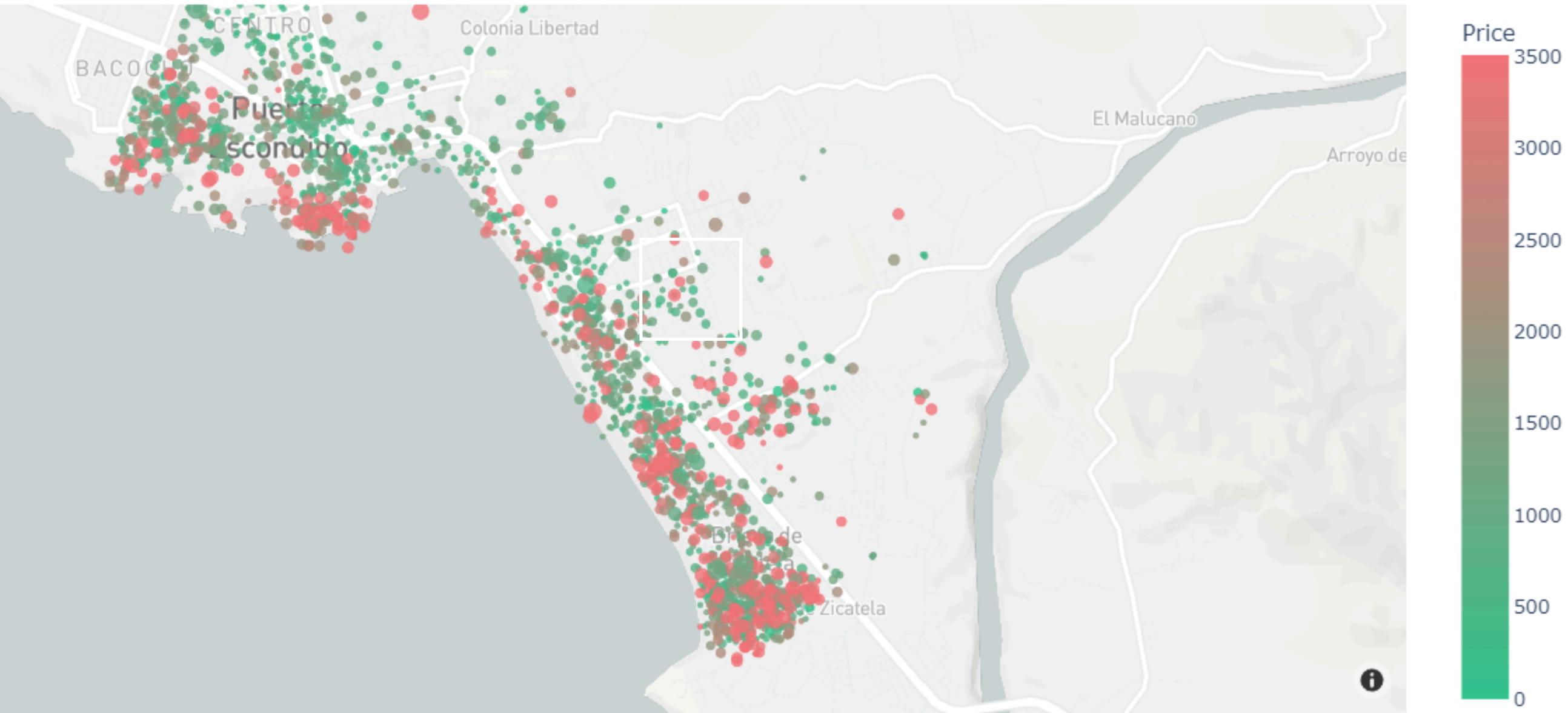
BENCHMARK

+

ANALISIS DE

MERCADO

UBICACION



En orden de popularidad podemos dividir Valle en Sectores Comerciales

1. La Punta
2. Puerto Escondido
3. Zicatela
4. Alrededores (Palmaritos, Las Barras, Laguna Encantada, El Tomatal)

OBSERVACIONES

- ✓ Densidad de Oferta: Dentro de la zona local “Punta Zicatela” notamos una alta oferta comercial, un poco más baja que “La Punta” y “Puerto Escondido” esta en el centro del mercado de renta vacacional
- ✓ Precio Local: El precio representado por el color dentro de la localidad es un poco más bajo que “La Punta” y “Puerto Escondido”
- ✓ Ventajas: Mayor visibilidad en el Mapa
- ✓ Consideraciones: El tamaño de las suites y sus amenidades nos pueden permitir manejar precios más competitivos para mejorar el % de Ocupación

ANALISIS COMPARATIVO

Seleccionamos de todas las propiedades de Zicatela un listado de 57 propiedades, que cuenten como competencia directa (por características) para poder hacer una comparación realista.

Filtros:

- 1 Habitaciones
- Capacidad 1 a 3 personas
- Amenidades (alberca, jardín, cocineta y terraza)
- Calidad Media y Alta
- Calificación arriba de 4.5

KPIS encontrados en el análisis

292K ▼ -6.56K

Estimated Revenue ⓘ

800 ▼ -19

Average RevPAR ⓘ

69 ▼ -12

Estimated % Occupancy ⓘ

1.29K ▲ 188

Average ADR ⓘ

De acuerdo al análisis, podemos esperar un ingreso mensual promedio de \$21,000 MXN a \$24,000 MXN , dentro de un mes se pueden esperar 20 noches rentadas, la mayoría entre 3 a 4 noches y 5 a 6, con una anticipación de poco más de 30 días, sin contar reservaciones de último momento



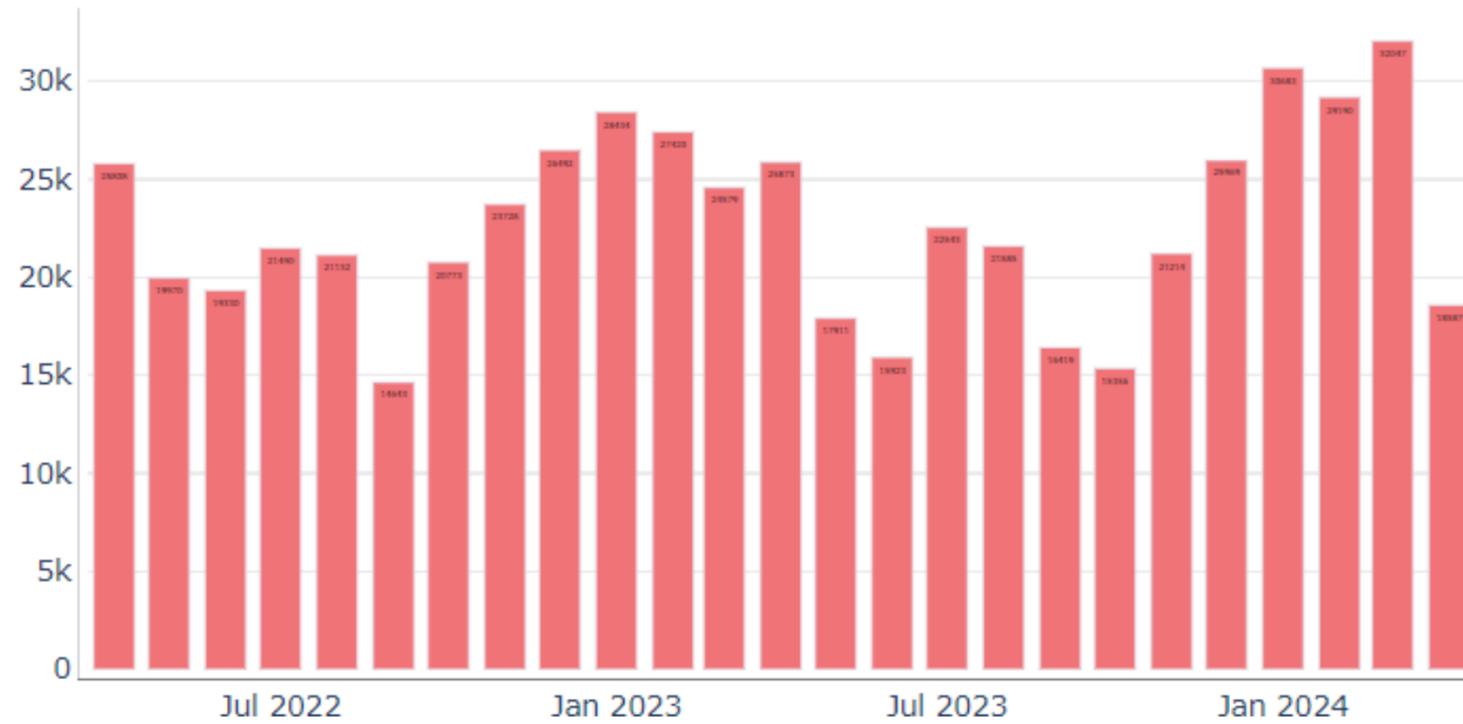
ESTRATEGIA

- **Calidad de Anuncio:** Destacar el anuncio por calidad y profesionalismo de las fotos
- **Eficiencia Operativa:** Reducir o eliminar en materia de lo posible personal en nomina, para lograr precios más bajos o redirigir flujos a aumentar amenidades/calidad de la propiedad.
- **Anticipación de Demanda:** Estableciendo un rango mínimo, medio y máximo de precios podemos anticipar picos y valles de demanda subiendo y bajando los precios con mayor anticipación que la competencia.
- **Entrada o activación de mercado:** Se recomienda tener una estrategia agresiva de entrada para lograr un buen ranking lo más rápido posible, subiremos el precio poco a poco hasta lograr \$1,250 por persona, en temporadas altas y puentes, sugerimos mantener la base en \$1,500 y jugar con el número de noches para optimizar el ingreso
* Excepto Navidad y Año Nuevo
- **Recurrencia:** Ofrecer 10% a huéspedes recurrentes para su 2 y 3 reservación.
- **Diversificación de Canales:** Sumar canales nuevos como (Booking, VRBO, Expedia y Casa Chula Web/Instagram)

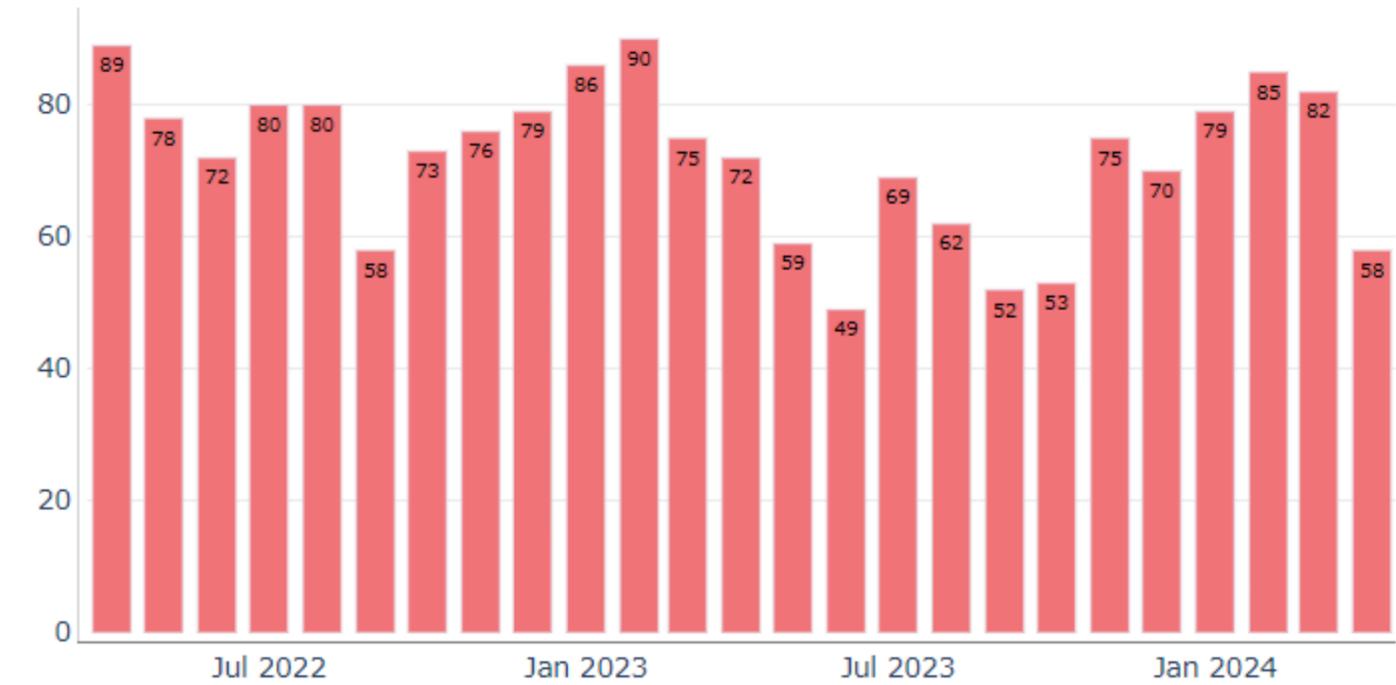


ESTACIONALIDAD

Avg. Revenue



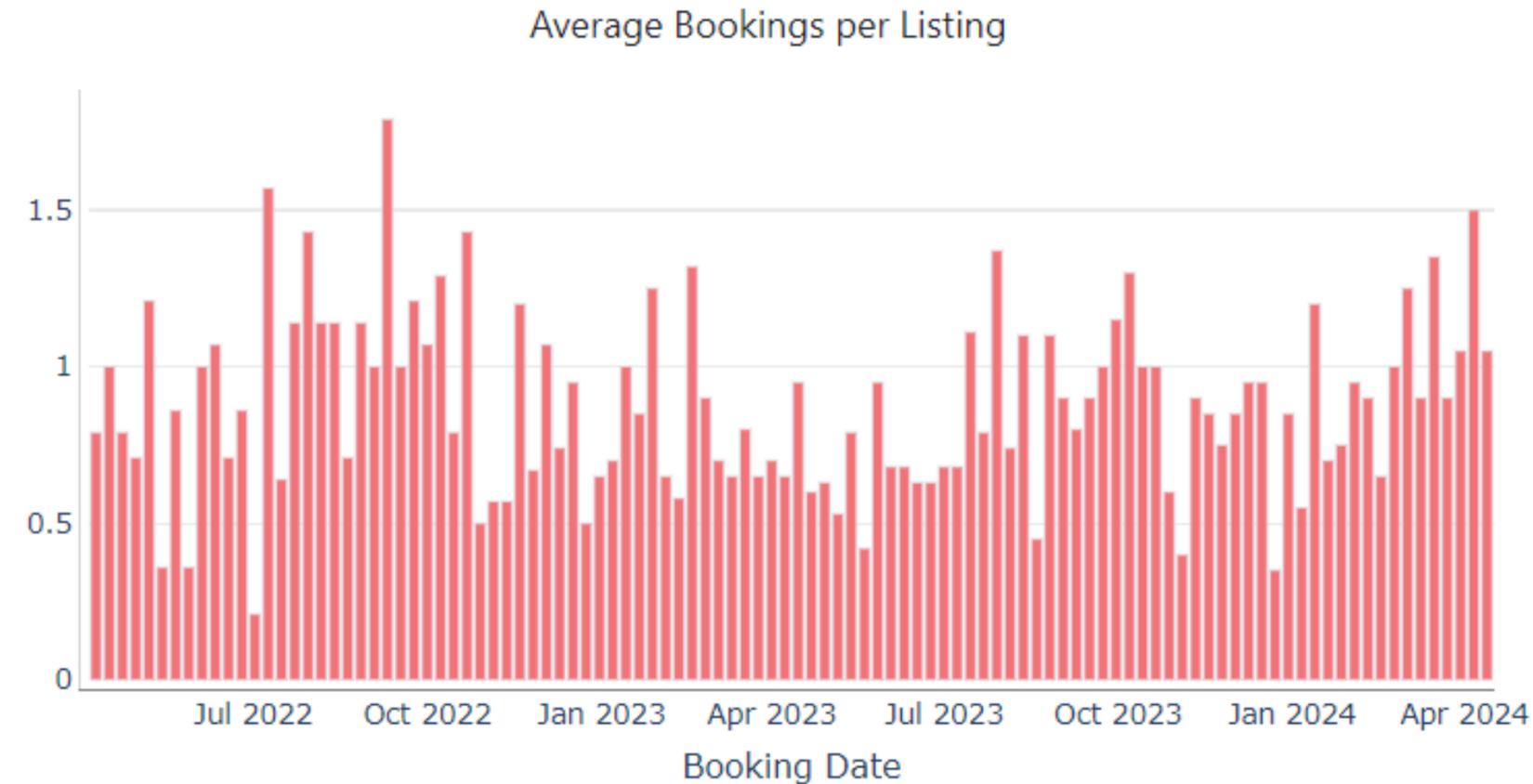
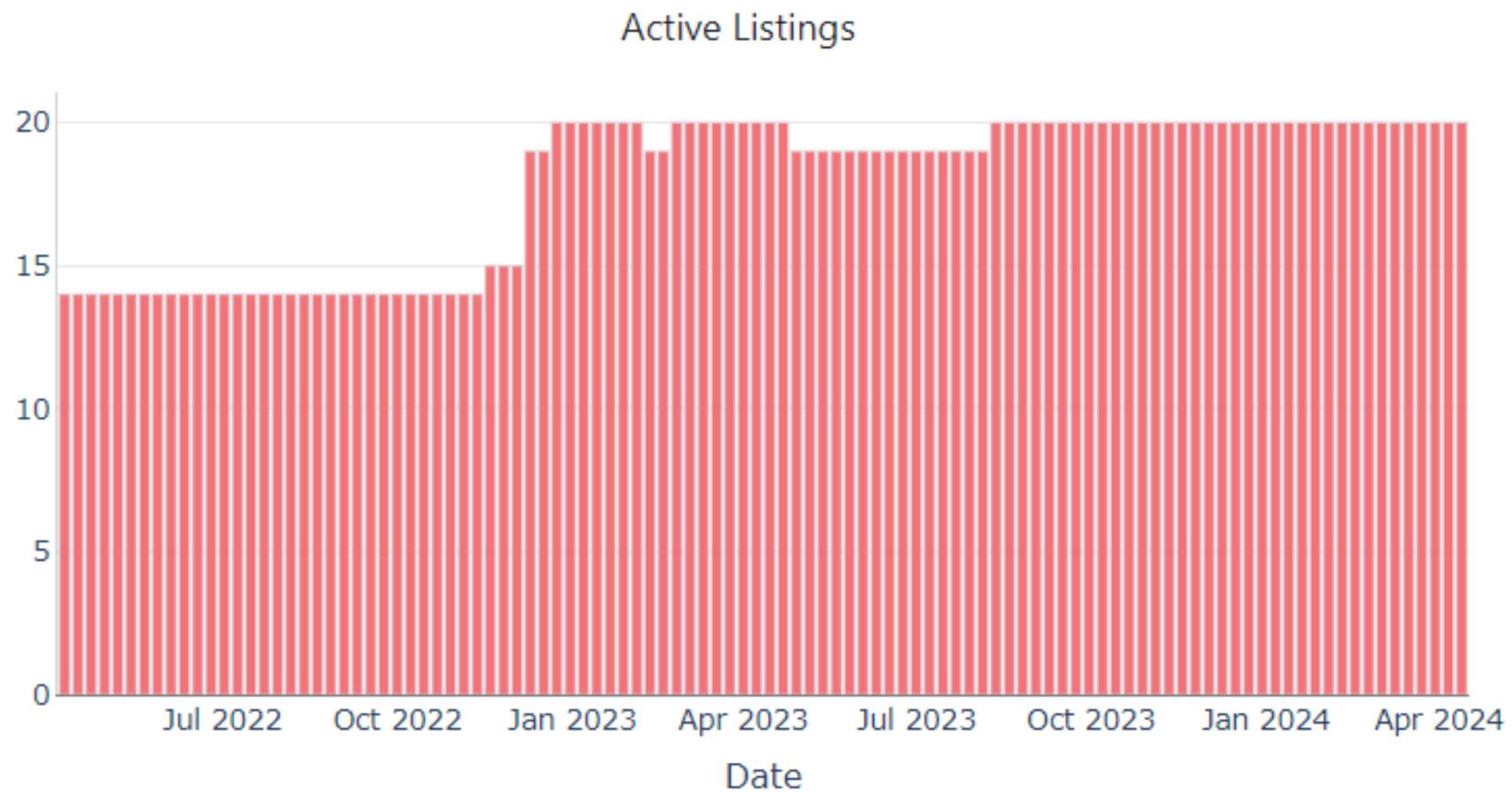
Avg. Occupancy (%)



Extraordinarios: Enero y Marzo "Año Nuevo " y "Semana Santa"

Altos: Diciembre, Febrero

TENDENCIA



La gráfica refleja un súper claro fenómeno, común en centros vacacionales, la explosión de la Oferta y la formalización de la oferta. *Ojo " SanMiguel de Ayende, Tulum ya pasaron por este fenomeno"