



HOSPITALIDAD INDEPENDIENTE Y BOUTIQUE

No pierdes solo por precio, sino por foco.

Pierdes cuando el día se lo llevan las urgencias del lobby, del personal y del mantenimiento, y casi no queda cabeza ni calendario para sentarse a ver si estás vendiendo bien: tarifas, página web, agencias y grupos.

Mientras, el hotel de la esquina o la cadena de dos calles ya lleva rato con alguien que solo se dedica a eso.

01

TIEMPO DE LA GERENCIA

El gerente vive apagando fuegos.

Recepción, housekeeping, quejas, proveedores, banco y permisos: todo es prioritario. La reunión de ventas y tarifas se recorre o se hace apurada, y nadie revisa con calma cuánto ya llevas vendido para las próximas semanas ni si el vecino bajó precio. Así el hotel reacciona tarde y siempre a la defensiva.

Llenar habitaciones no basta si se venden mal.

Hace falta alguien con criterio que mire tarifas mínimas, cierres de inventario, página propia y comisiones que te deja cada agencia, no solo subir o bajar números en el sistema. Si eso no lo cuida una mano experimentada, ves ocupación "bonita" en el reporte pero la utilidad no acompaña al esfuerzo del equipo.

03

VECINOS Y CADENAS

Tu competencia no espera a que tengas tiempo.

Los que ya armaron un equipo comercial serio ajustan precios con información, cuidan cuánto les cuesta vender por Booking o Expedia frente a la página del hotel, y corrigen semana a semana. Tú compites contra eso: contra cómo les rinde a ellos la operación, no solo contra el precio que publican en internet.

«Todo entra por agencias» Es una señal, no el diagnóstico.

Cuando se dice eso en el pasillo, rara vez basta con culpar solo al canal. Muchas veces falta tiempo al calendario de lo ya vendido, recepción y ventas van despegados y en la oficina casi nadie mira los reportes del hotel con intención. Por eso la pantalla se ve holgada y la cuenta no cierra como esperabas.

Ordenamos lo comercial y lo operativo en lenguaje de hotel.

Nuestro equipo experto ha estado del lado del hotel: entendemos utilidad, ocupación, tarifas y equipos de recepción. Empoderamos al equipo, identificamos áreas de oportunidad y aterrizamos prioridades claras y rutinas que el hotel sí puede sostener.



LECTURA CLARA

Vemos si tu tarifa media va en línea con hoteles parecidos, si dependes demasiado de agencias y qué te cuestan en comisión, si la web aporta reservas directas y en qué canal se te va el margen noche a noche.



QUÉ TOCAR PRIMERO

Definimos si lo urgente es tarifario, inventario, web, convenios con empresas o gastos que se comen la habitación, según dónde ganes más margen en cada noche que ya vendes y con qué orden conviene actuar.



QUE SE QUEDE EN EL HOTEL

Dejamos reuniones fijas entre gerencia, recepción y ventas, reglas simples para abrir o cerrar tarifas y habitaciones, y rutas claras para que lo comercial se vea sin fricción en el PMS y en el channel manager.



TU EQUIPO O LA NUESTRA

Buscamos o formamos a quien cubra comercial o revenue en plantilla. Si hace falta, ejecutamos un tiempo tarifas, canales y campañas hasta que respire o llegue la persona adecuada para sostenerlo día a día.

Sabemos ejecutar procesos, no solo hacer documentos bonitos.

Sesiones con dirección, ventas y operación; acuerdos por escrito; tableros que todos entienden. Revisamos contigo cómo van las ventas para las semanas que vienen hasta que el ritmo se mantenga sin que tengamos que estar encima del teléfono cada día.

[REVENUE](#)[COMERCIAL](#)[OPERACIONES](#)[TECH STACK](#)

07

A DÓNDE VAMOS

Mayor claridad en el negocio, más utilidad para los dueños.

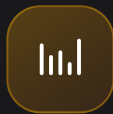
Buscamos que sepas en qué canal te conviene vender, que las reuniones dejen de ser improviso y que quede utilidad para invertir en producto y en que el huésped te reserve directo, sin pelearte solo a precio con el vecino.

Distribución, revenue y voz digital, con los datos en la mano.

No solo dejamos el plan en la mesa: cuando toca, lo corremos contigo o lo operamos por un tiempo para que el hotel avance mientras armamos o reforzamos a tu equipo.



DISTRIBUCIÓN ONLINE



REVENUE MANAGEMENT



MARKETING DIGITAL



REDES SOCIALES

SIGUIENTE PASO

Hablemos

Si esto hizo sentido para tu hotel, conversemos sobre alcance, ritmo de trabajo y si el modelo fraccional realmente encaja con tu propiedad.

jorge@dragonne.co



Jorge Flores
Head of Hospitality