

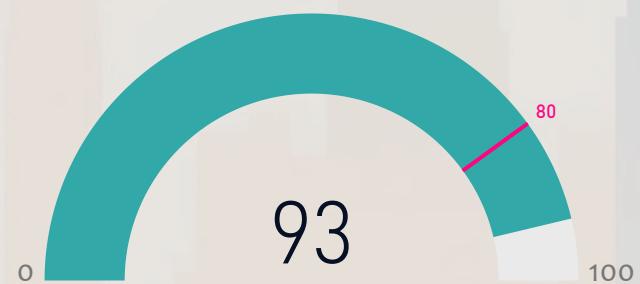


Barcelona Girona Madrid Málaga Mallorca Menorca Sevilla Valencia

EN STAYSPAIN SOMOS UNA
PLATAFORMA DIGITAL DEDICADA
A CONECTAR A ANFITRIONES
Y VIAJEROS EN TODA ESPAÑA.

Índice de Satisfacción

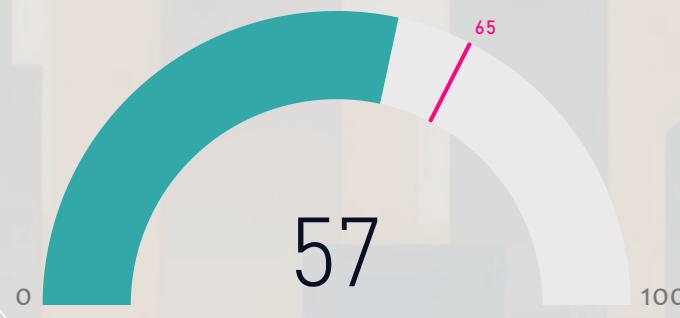
Índice de Satisfacción General W2: 73



EXPERIENCIA
DEL CLIENTE

Tasa Ocupación Mensual (%)

Tasa Ocupación Mensual General W2: 59



MARKETING Y
ESTRATEGIA COMERCIAL

Madrid

Ciudad con Mayor Ocupación

Ciudad con Mayor Ocupación W2: Madrid

Ítem con Mayor Satisfacción Promedio

*Ítem con Mayor Satisfacción General W2:
Comunicación*

Check-in

OPERACIONES Y
GESTIÓN DE INVENTARIOS



Experiencia del cliente

Relación entre precio y satisfacción



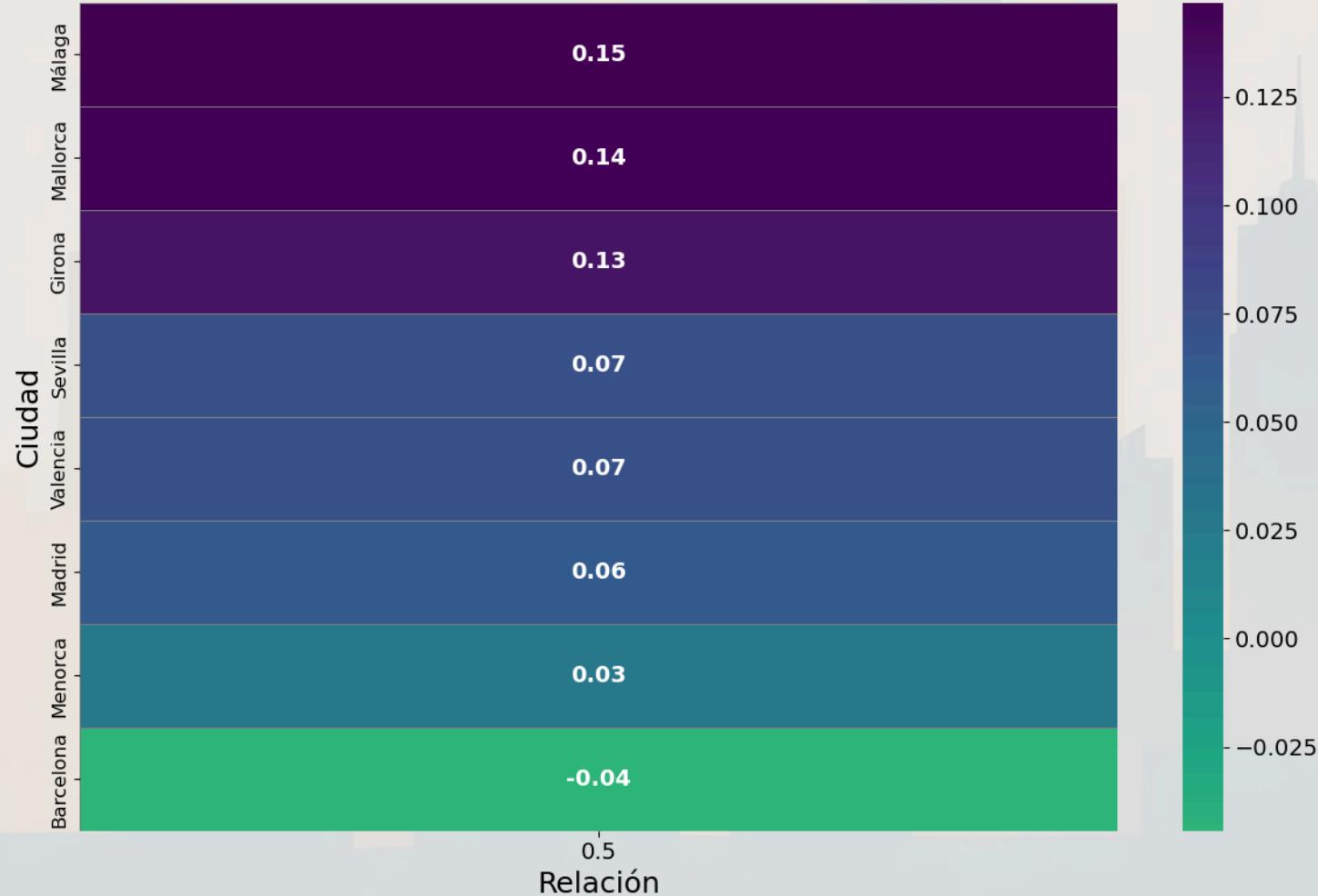
Siguiente

Atrás



Experiencia del cliente

Correlación entre Precio y Satisfacción por Ciudad



Siguiente

Atrás



Experiencia del cliente

Propuestas de negocio

Estrategias

1. Mejorar la experiencia del cliente
2. Promocionar alojamientos premium en Mallorca, Girona y Málaga
3. Verificación y precisión del anuncio (Barcelona)

Acciones

1. Formación anfitriones
2. Realizar colaboraciones/alianzas y definir alojamientos **Premium**
3. Creación del sello StaySpain
"Anfitrión verificado"



Recursos

1. Operaciones: talleres online UX Experience: controlar NPS.
2. Marketing: Campañas y negociar acuerdos premium.
3. Operaciones para validación.

NPS = Net Promoter Score

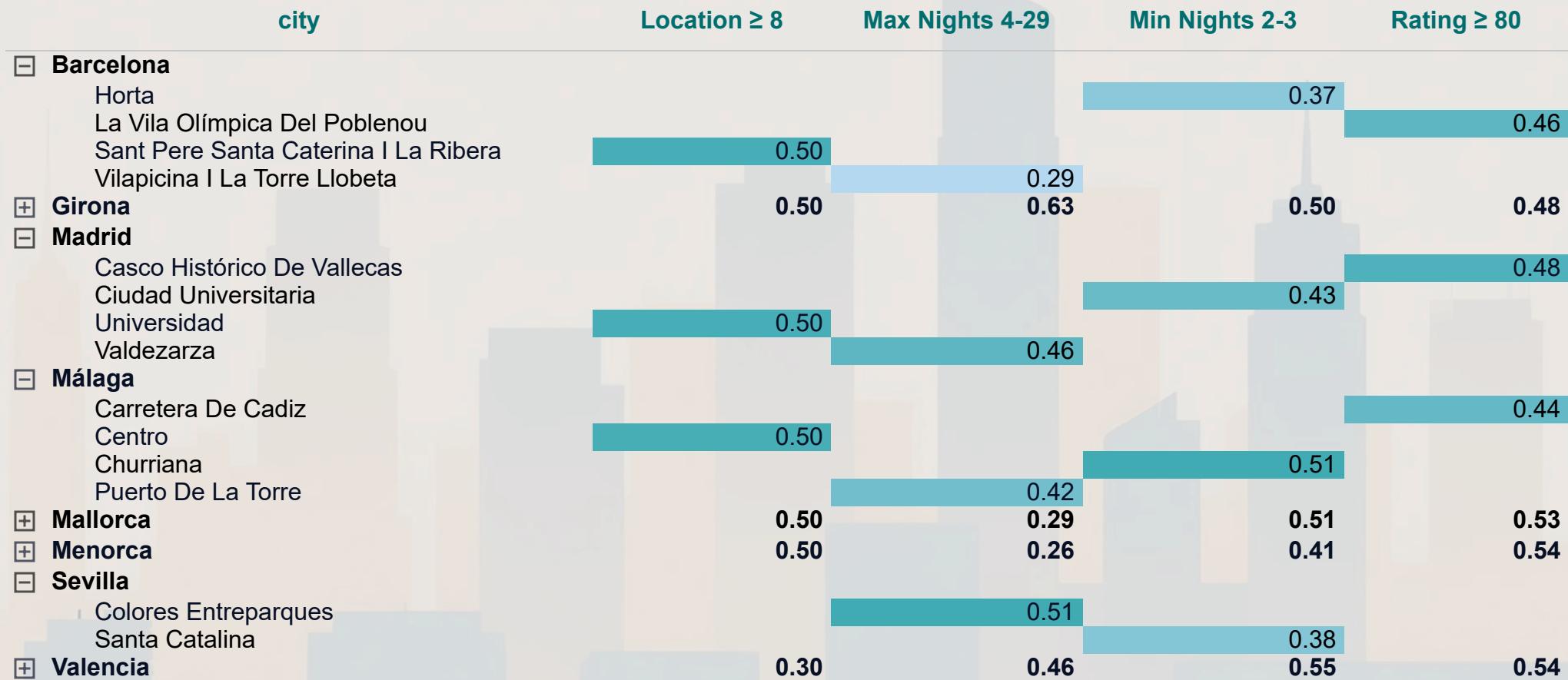
Siguiente

Atrás



Marketing y estrategia comercial

Barrios con mayor potencial de optimización



Siguiente

Atrás



Propuestas de negocio

Estrategias

1. Focalizar esfuerzos en resultados inmediatos
2. Mantener los niveles óptimos en todos los barrios

Acciones

1. Campañas para aumentar la puntuación en localización y rating
2. Limitación de noches máximas y mínimas

Recursos

1. Promoción de barrios en web con mayor potencial
2. Mailing a anfitriones con normativa y buenas prácticas, equipo legal y experiencia del cliente

[Siguiente](#)[Atrás](#)



Operaciones y gestión de inventario

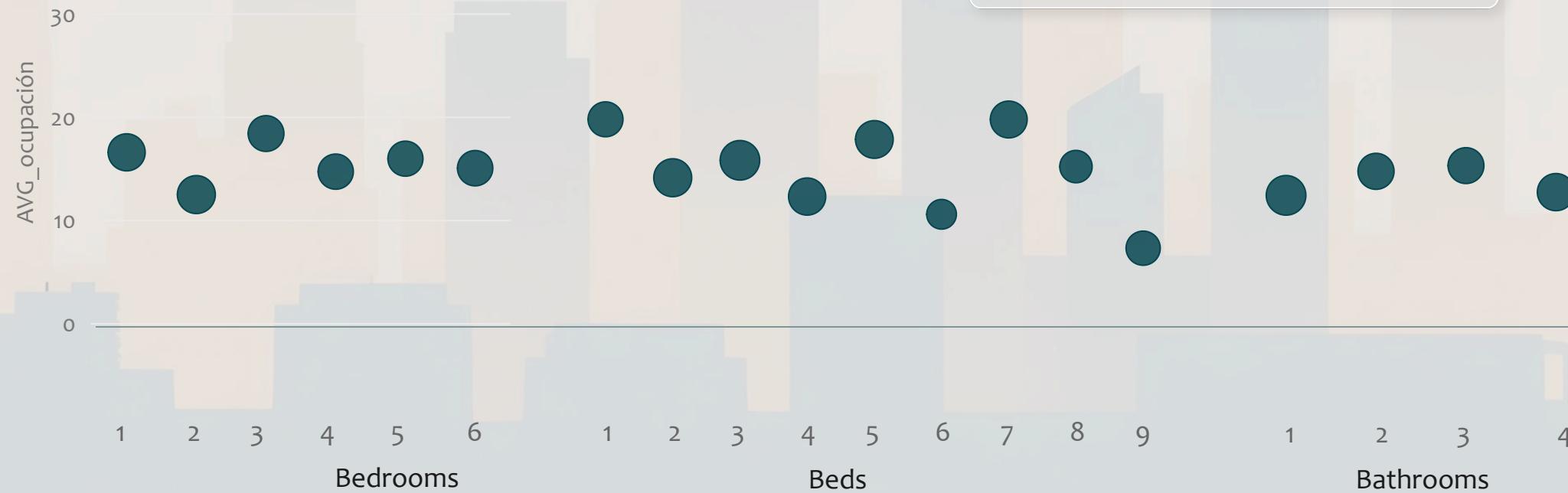
[Siguiente](#)[Atrás](#)

Durante esta semana en nuestro equipo hemos trabajado sobre

Cómo afecta el **número** de habitaciones, baños y camas de nuestro inventario a la **disponibilidad media** en los **alojamientos**

Barcelona	Madrid	Mallorca	Sevilla
Girona	Málaga	Menorca	Valencia

¿Hay diferencias entre ciudades?





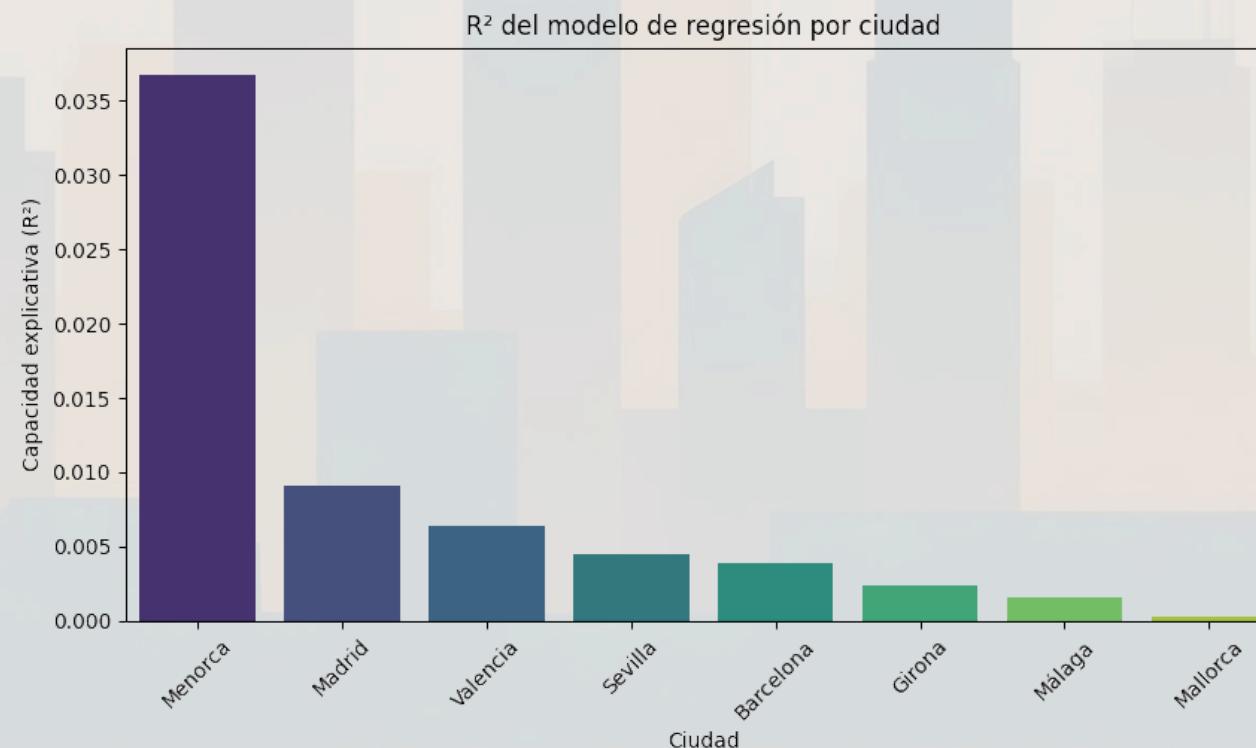
Modelo de Regresión Lineal de Mínimos Cuadrados Ordinarios (OLS)

Un R^2 de **0.006** global indica que el modelo solo es capaz de explicar aproximadamente el **0.6%** de la variabilidad de la **ocupación mensual**.

En otras palabras, **las variables apenas contribuyen a predecir la ocupación**.

En el análisis por **ciudad**
los resultados son
igual de **débiles**

--- Variable VIF ---
bedrooms 4.12
beds 3.58
bathrooms 1.78





Operaciones y gestión de inventario

Propuestas de negocio

Estrategias

Redefinición del Modelo Explicativo

Acciones

- 1- Identificar nuevas variables explicativas
- 2- Construir y segmentar modelos OLS por ciudad

Recursos

- Equipo Operaciones

Estrategias

Evaluación de la Cartera Actual

Acciones

1. Aplicar el nuevo modelo a la cartera de alojamientos actual.
2. Calcular el porcentaje de inventario que cumple con las características de alta ocupación

Recursos

- Métrica Clave: Porcentaje de Inventario Óptimo (PIO).
- Equipo analistas de operaciones

Siguiente

Atrás



Gracias

Atrás