

ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS

SIMULACIÓN EMPRESARIAL IT ACADEMY

CRISTINA CUMPLIDO
DILIANA BASTIDAS
EVELYN ANTELO
IVAN BETRIU
RODRIGO GARCÍA
SARA GUTIERREZ



The image shows the interior of The Empire Room at the Waldorf Astoria New York. The room features a high, ornate ceiling with intricate gold leaf patterns and several circular medallions. A large, arched entrance at the top is flanked by classical statues and a clock. Below the entrance, a wide staircase with a red carpet leads down to a seating area. The seating area is furnished with plush red armchairs and small tables, where several people are seated. The lighting is warm and ambient, highlighting the room's grandeur.

MARKETING Y ESTRATEGIA COMERCIAL

¿Qué características de los alojamientos
(comodidad, capacidad y calificación de la zona)
están más relacionadas con los precios en cada
ciudad?

SIMULACIÓN PROYECTO
IT ACADEMY

RELACIÓN ENTRE PRECIO CIUDAD Y CAPACIDAD DEL ALOJAMIENTO

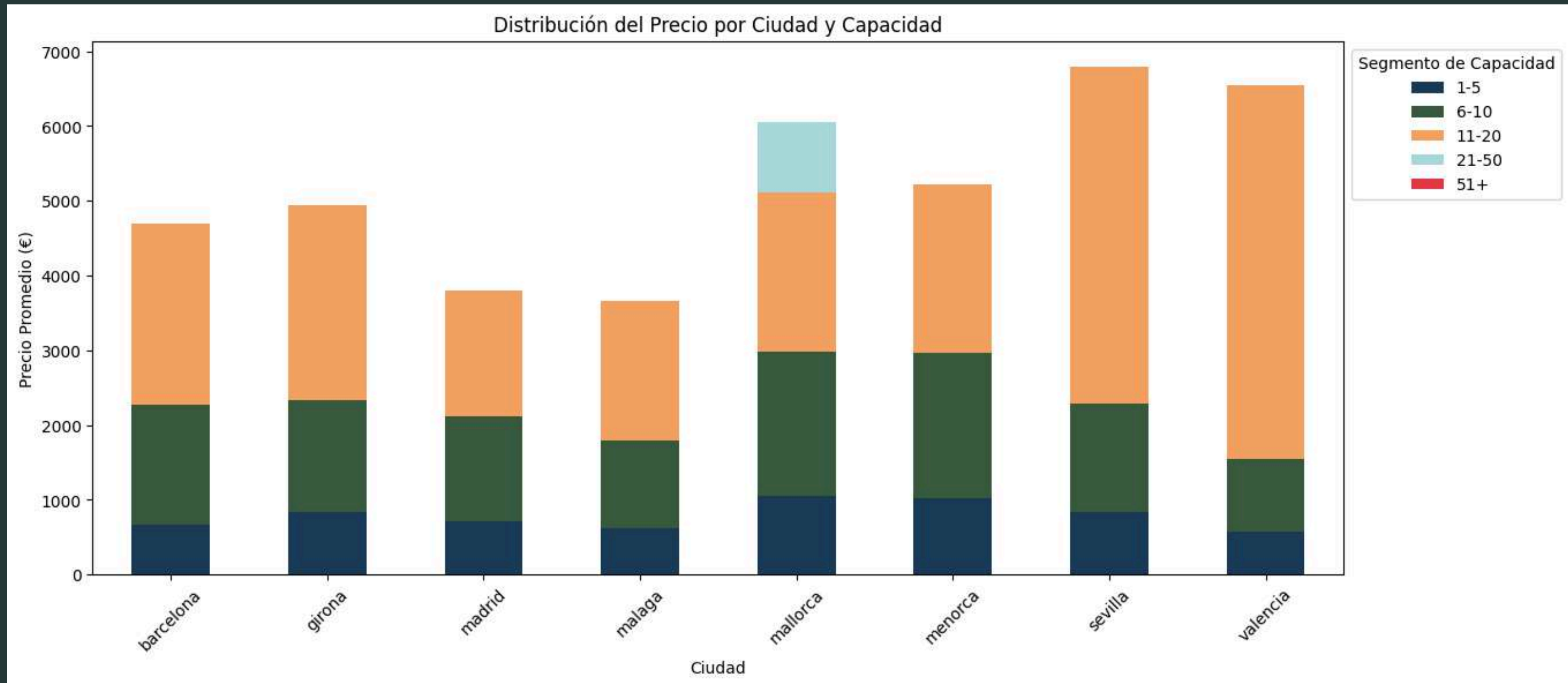
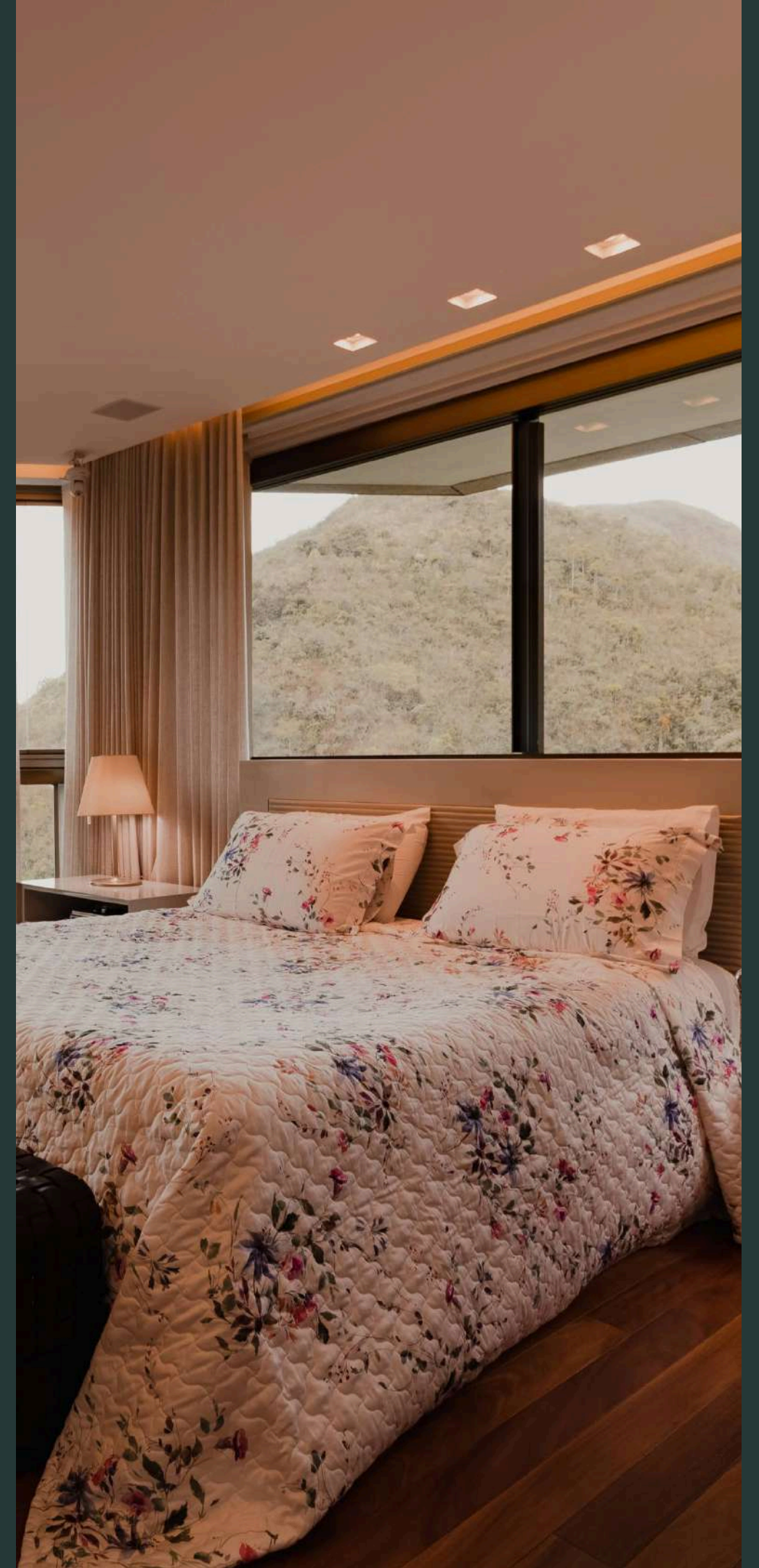


FIGURA 1. DISTRIBUCIÓN PRECIO POR CIUDAD Y CAPACIDAD. 13-03-2025. DATOS INTERNOS

ANÁLISIS

- Correlación es moderada-alta y estadísticamente significativa, confirmando que a **mayor capacidad, mayor precio**.
- En todas las ciudades, los segmentos **11-20 y 21-50 personas** concentran los **precios más altos**.
- **Sevilla, Valencia, Mallorca y Menorca** muestran los mayores **aumentos de precio** en alojamientos grandes.
- El número de personas que puede alojar un espacio es **clave** en la fijación de precios.



RELACIÓN ENTRE PRECIO CIUDAD Y VALORACIÓN DE LA ZONA

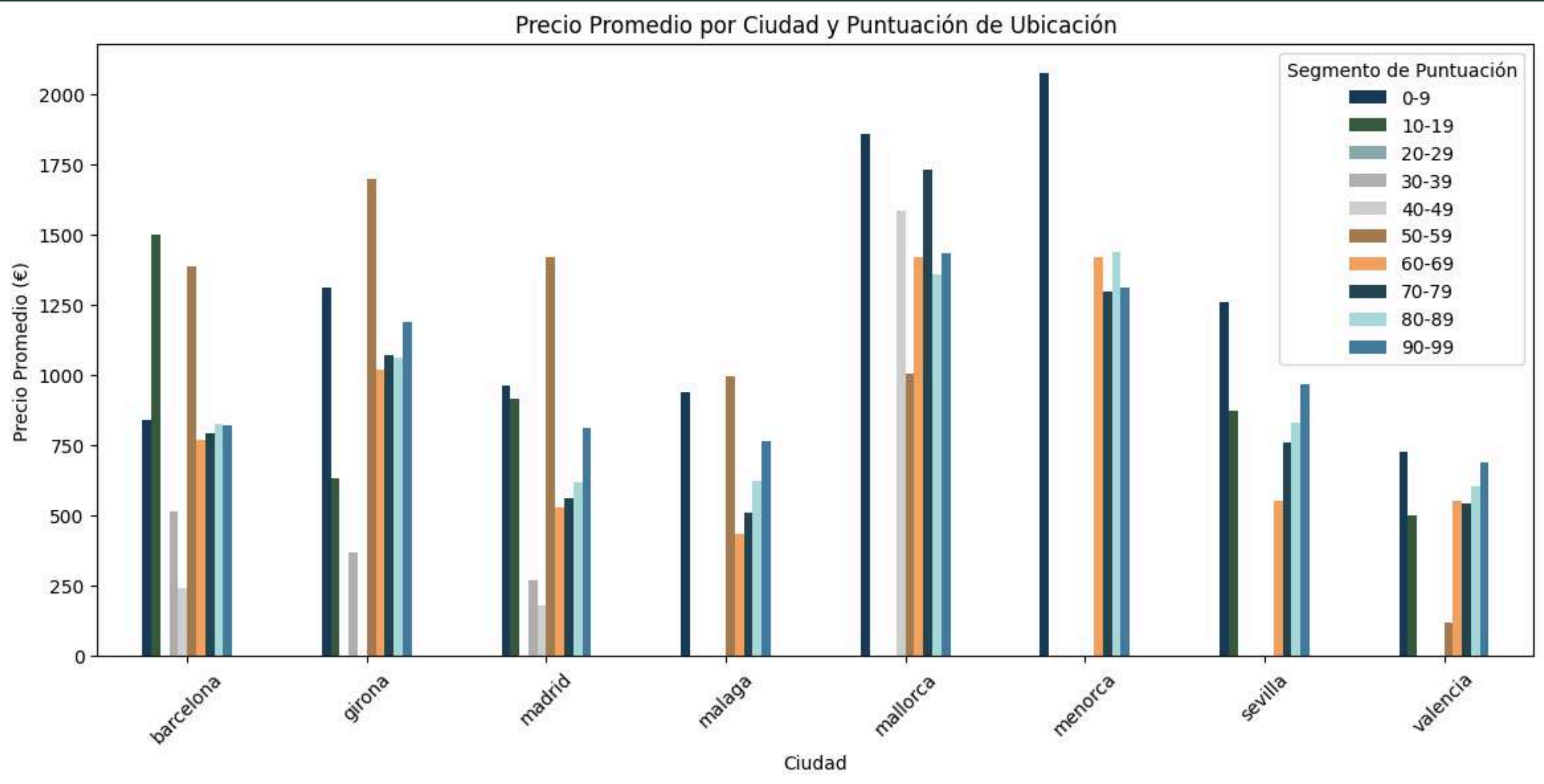
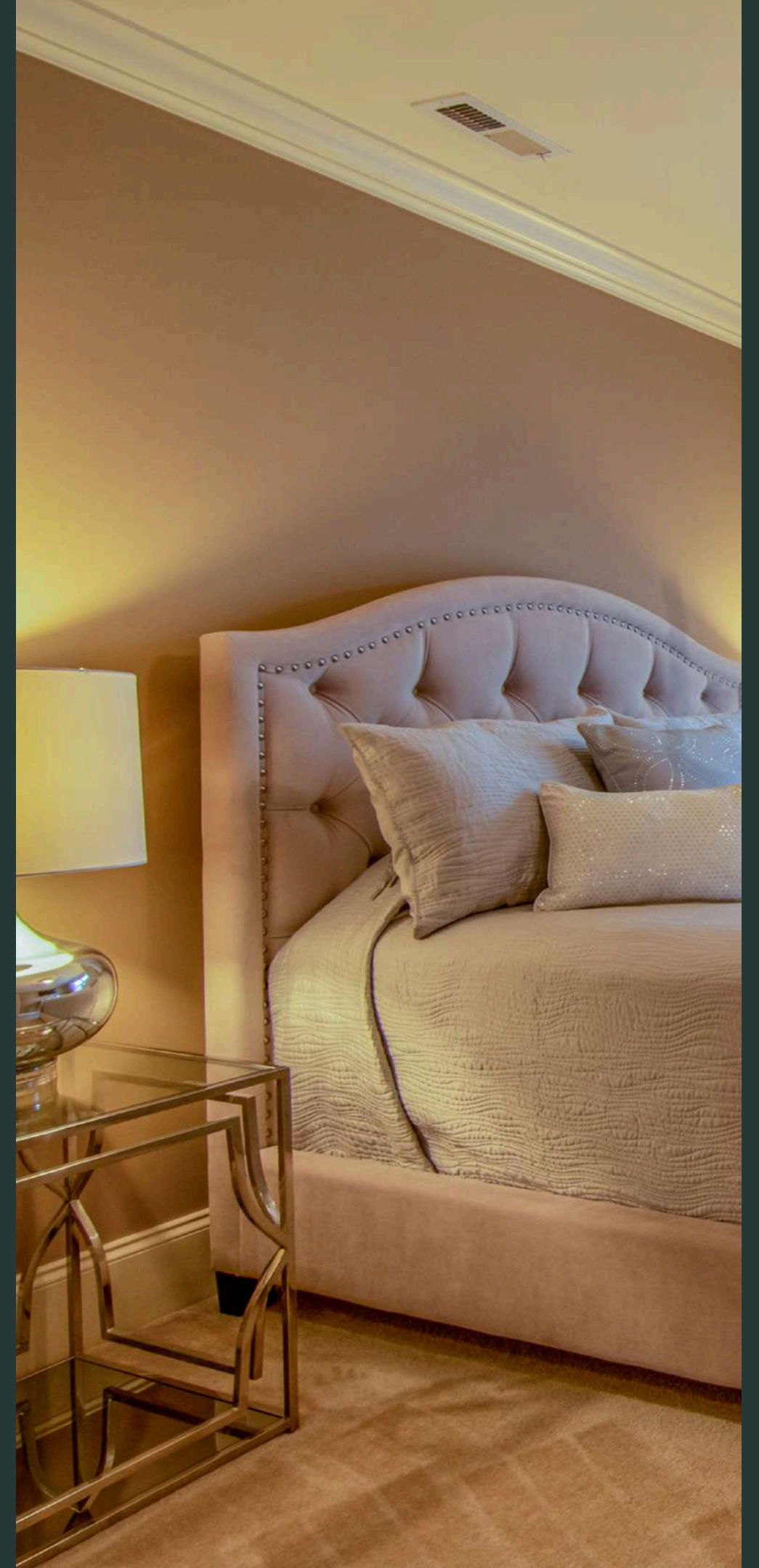


FIGURA 2. PRECIO POR CIUDAD Y PUNTUACIÓN UBICACIÓN. 13-03-2025. DATOS INTERNOS

ANÁLISIS

- La **puntuación de ubicación** sigue teniendo un impacto bajo en el precio: Aunque coeficiente de correlación es **significativo**, el impacto real es **débil** y no es determinante en la fijación de precios.
- **Mallorca y Menorca**, algunos alojamientos con **bajas puntuaciones** siguen teniendo **precios elevados**, probablemente por exclusividad o demanda alta.
- **Sevilla y Valencia** tienen **precios más alineados** con la puntuación de ubicación.
- En **Madrid y Girona**, la relación es **menos clara**, lo que indica que otros factores afectan más el precio.



RELACIÓN ENTRE PRECIO CIUDAD Y CANTIDAD DE EQUIPAMIENTOS

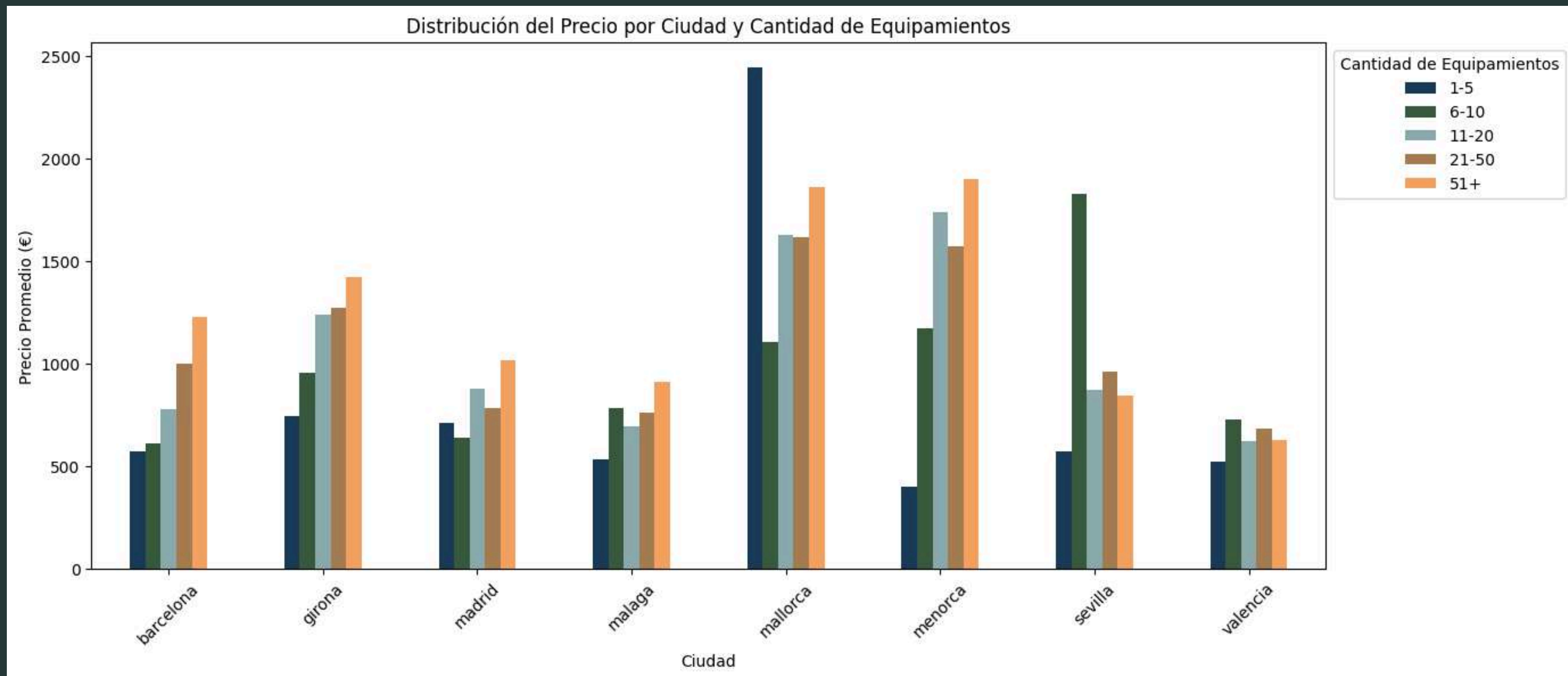
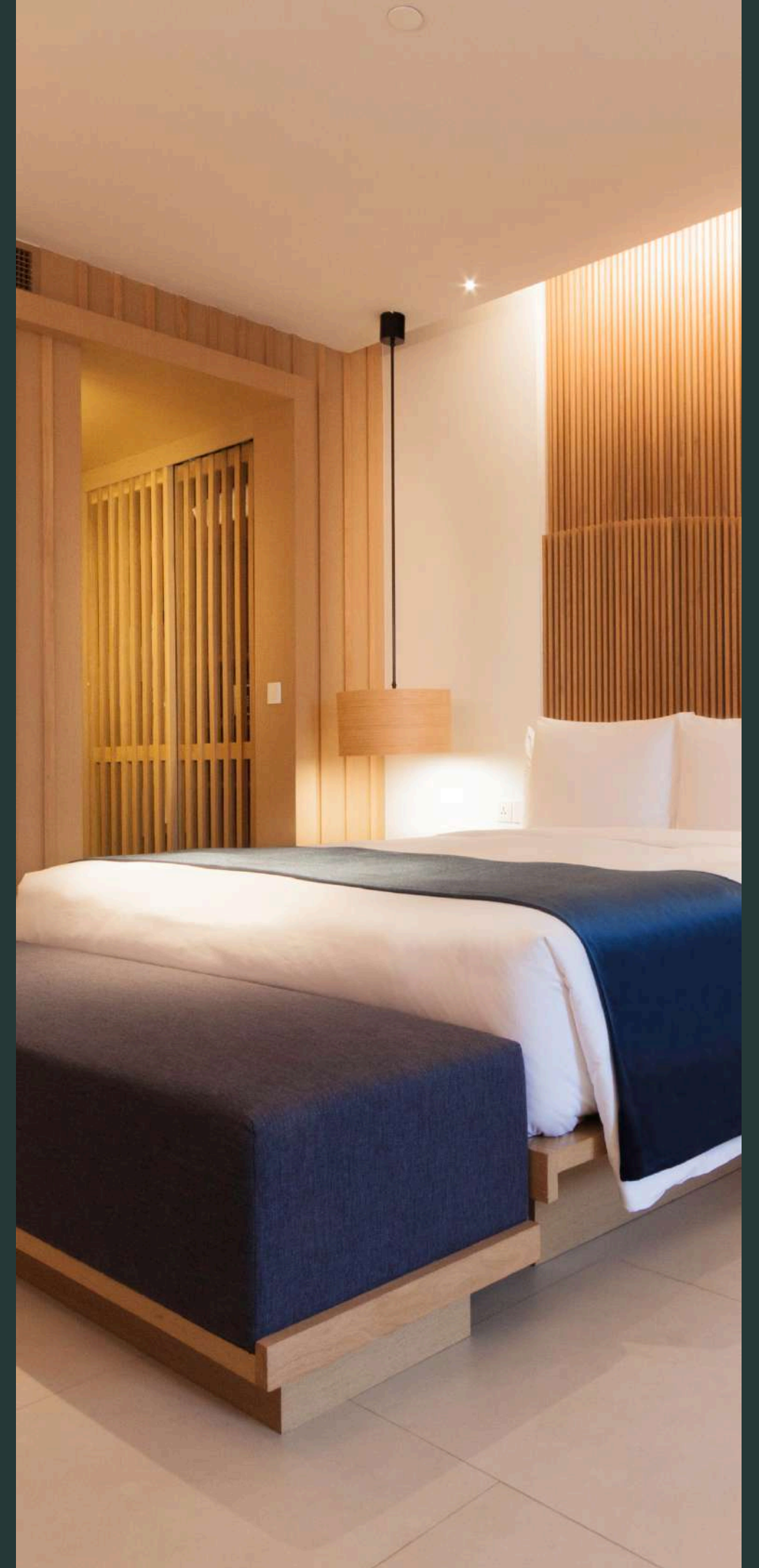


FIGURA 3. PRECIO POR CIUDAD Y CANTIDAD DE EQUIPAMIENTOS. 13-03-2025. DATOS INTERNOS

ANÁLISIS

- Los equipamientos tienen un impacto muy bajo en el precio.
- Los alojamientos con más de 51 equipamientos no muestran un gran salto en el precio. Los viajeros no pagan significativamente más por más comodidades.
- **Mallorca** presenta una anomalía: los alojamientos con menos equipamientos (1-5) tienen precios muy altos, posiblemente por **servicios externos de lujo**.
- **Barcelona, Girona Y Menorca** siguen una tendencia más lógica: más **equipamientos**, mayor **precio**.
- **Sevilla** es una excepción: los alojamientos con 6-10 equipamientos son más caros que los de 21-50, lo que indica influencia de otros factores.





COMODIDADES MÁS FRECUENTES

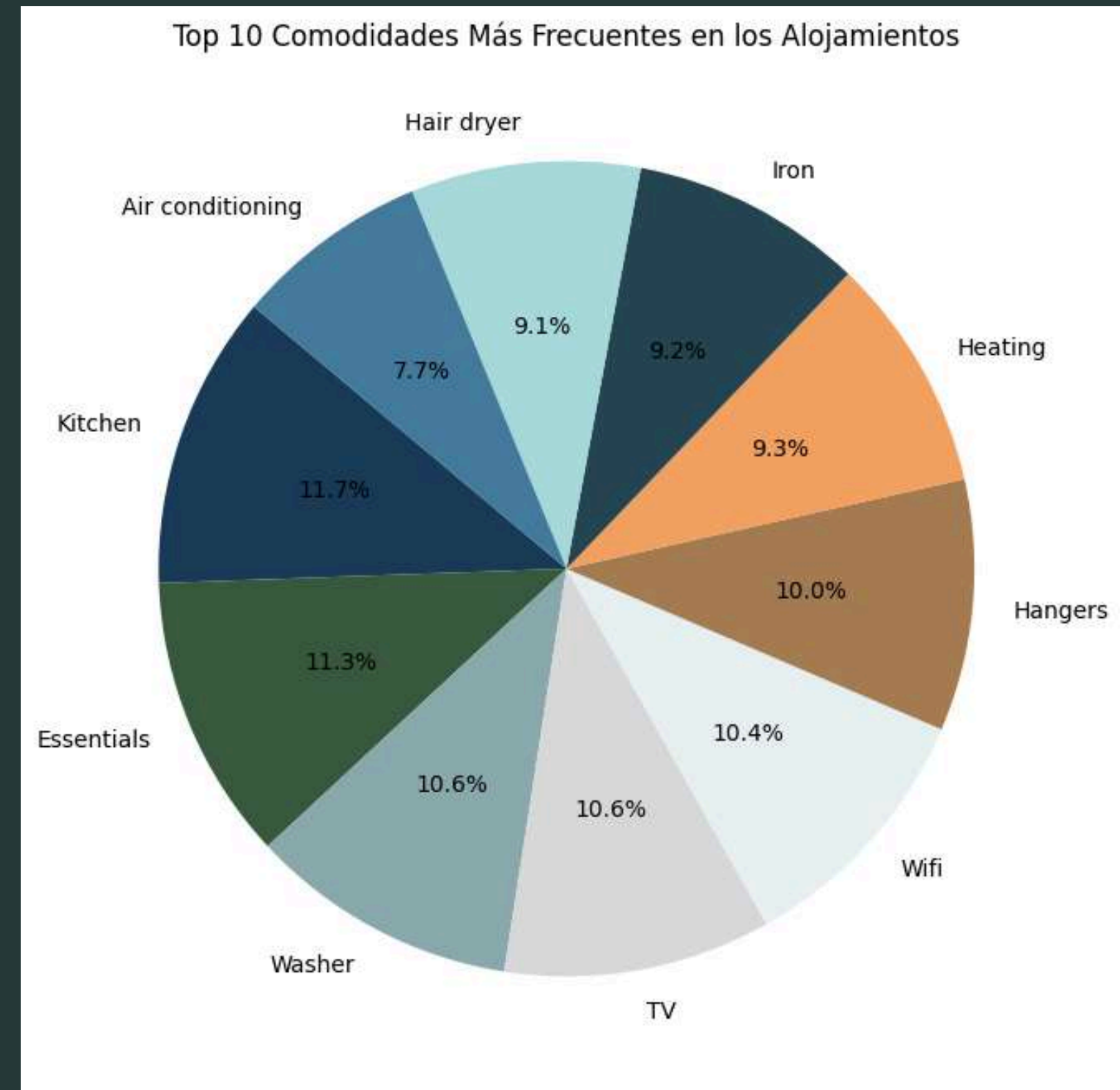


FIGURA 4. TOP 10 COMODIDADES. 13-03-2025. DATOS INTERNOS



PROPUESTAS DE NEGOCIO

HALLAZGOS:

ESTRATÉGIAS:

PRECIO Y CAPACIDAD

Mayor capacidad - Mayor precio



Tarífas dinámicas + Descuentos

PRECIO Y SERVICIOS

Relación baja con el precio



Categoría premium + Filtros
avanzados

PRECIO Y UBICACIÓN

La puntuación de ubicación tiene una
relación significativa con el precio



Majora de visibilidad + Mapas
interactivos



OPERACIONES Y GESTIÓN DE INVENTARIO

¿Qué impacto tiene la opción de reservar
automáticamente
(sin revisión del propietario) a la disponibilidad
media en cada ciudad?

SIMULACIÓN PROYECTO
IT ACADEMY

OBSERVACIONES POR CIUDAD

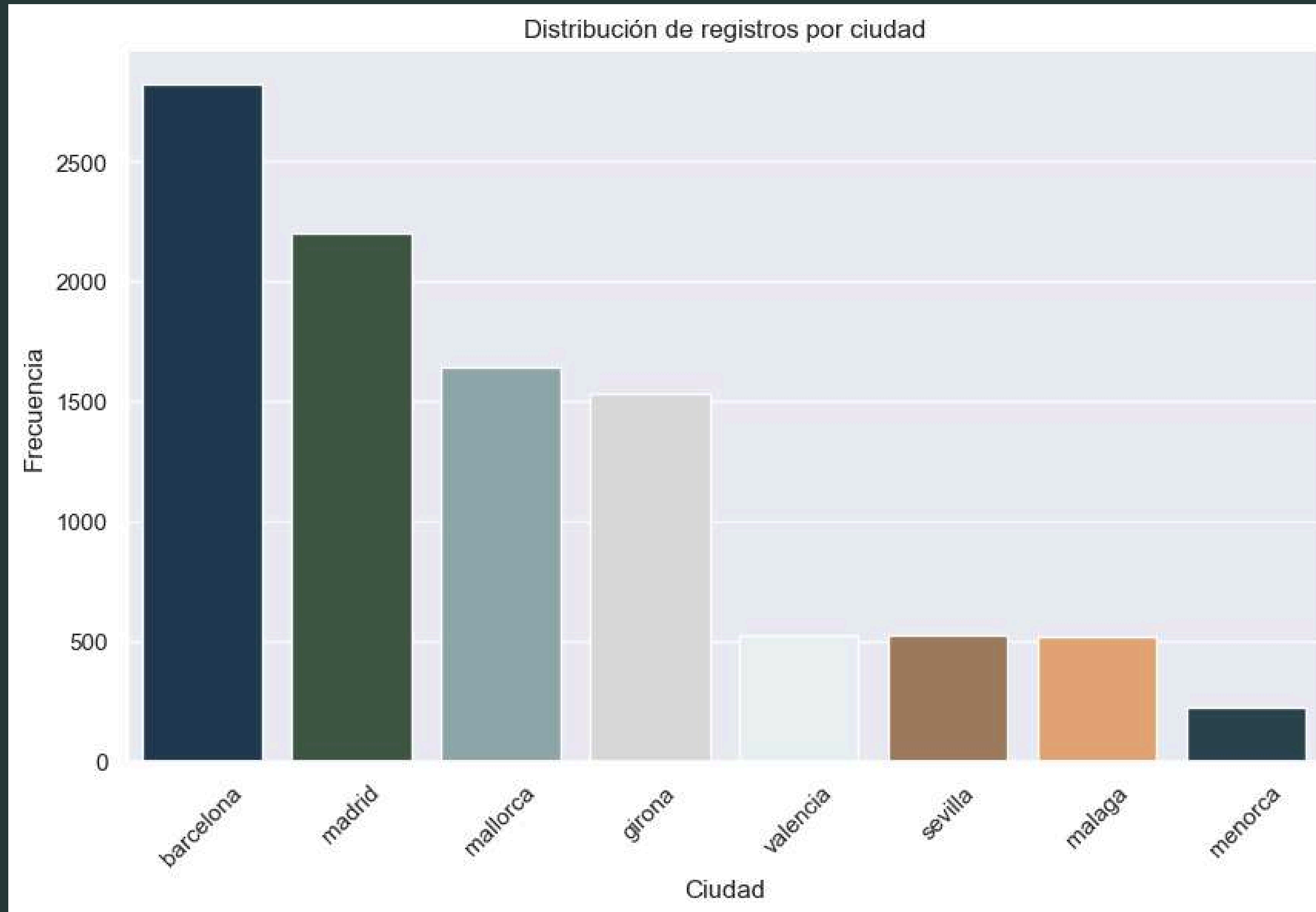


FIGURA 5.REGISTROS POR CIUDAD 17-03-2025. DATOS INTERNOS





DISPONIBILIDAD Y OCUPACIÓN POLARIZADAS EN LOS EXTREMOS

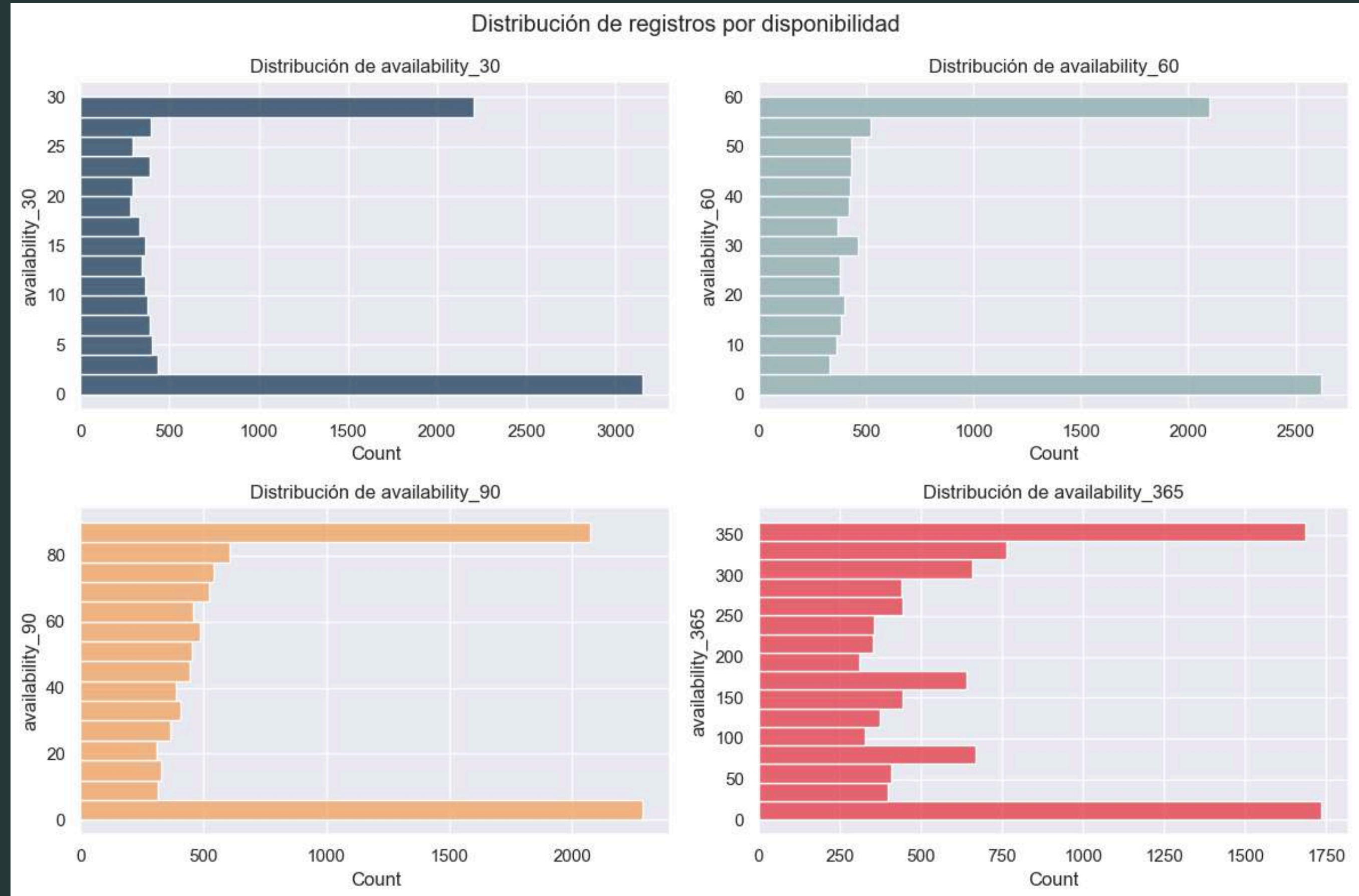


FIGURA 6. DISTRIBUCIÓN DISPONIBILIDAD 17-03-2025. DATOS INTERNOS

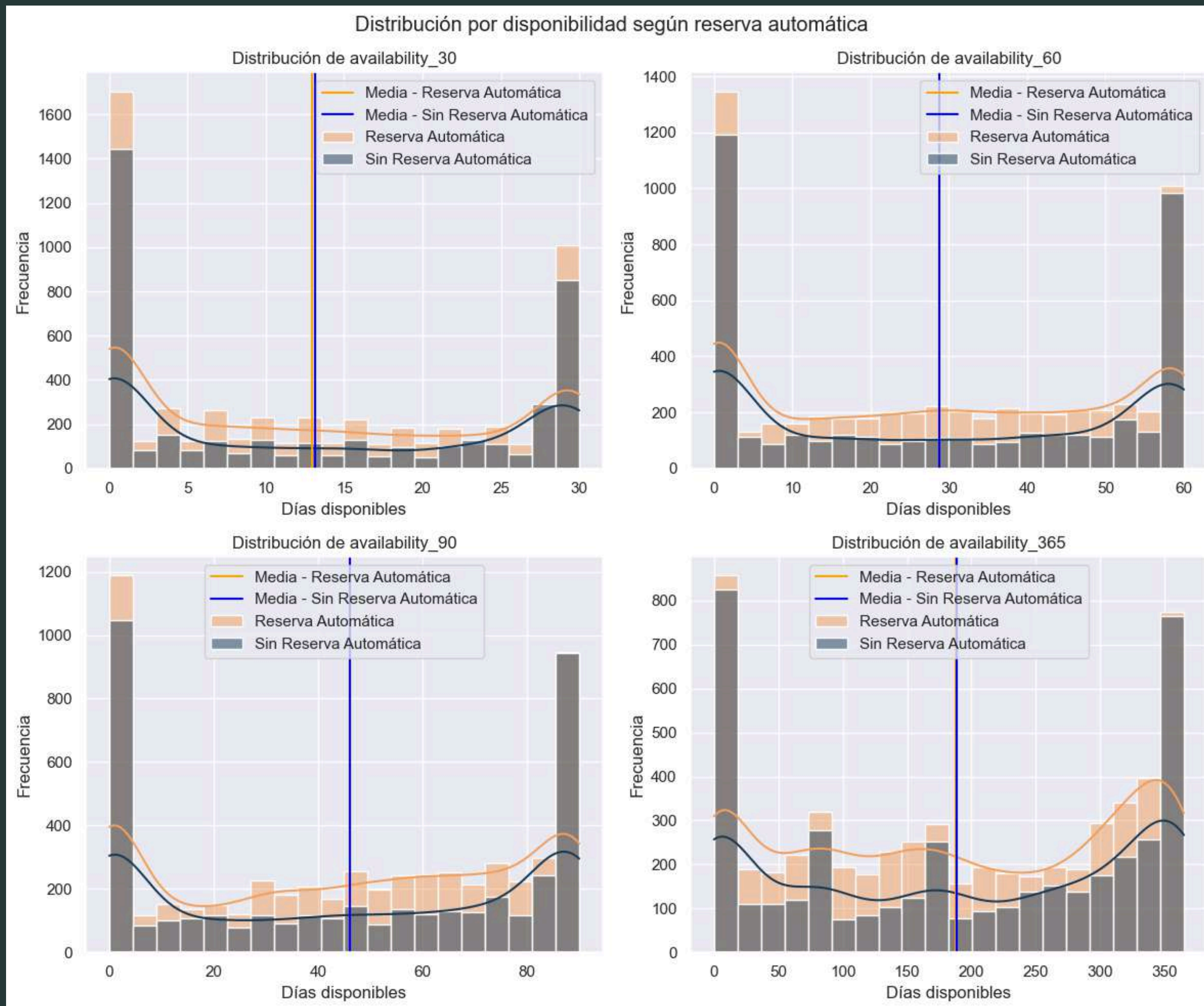
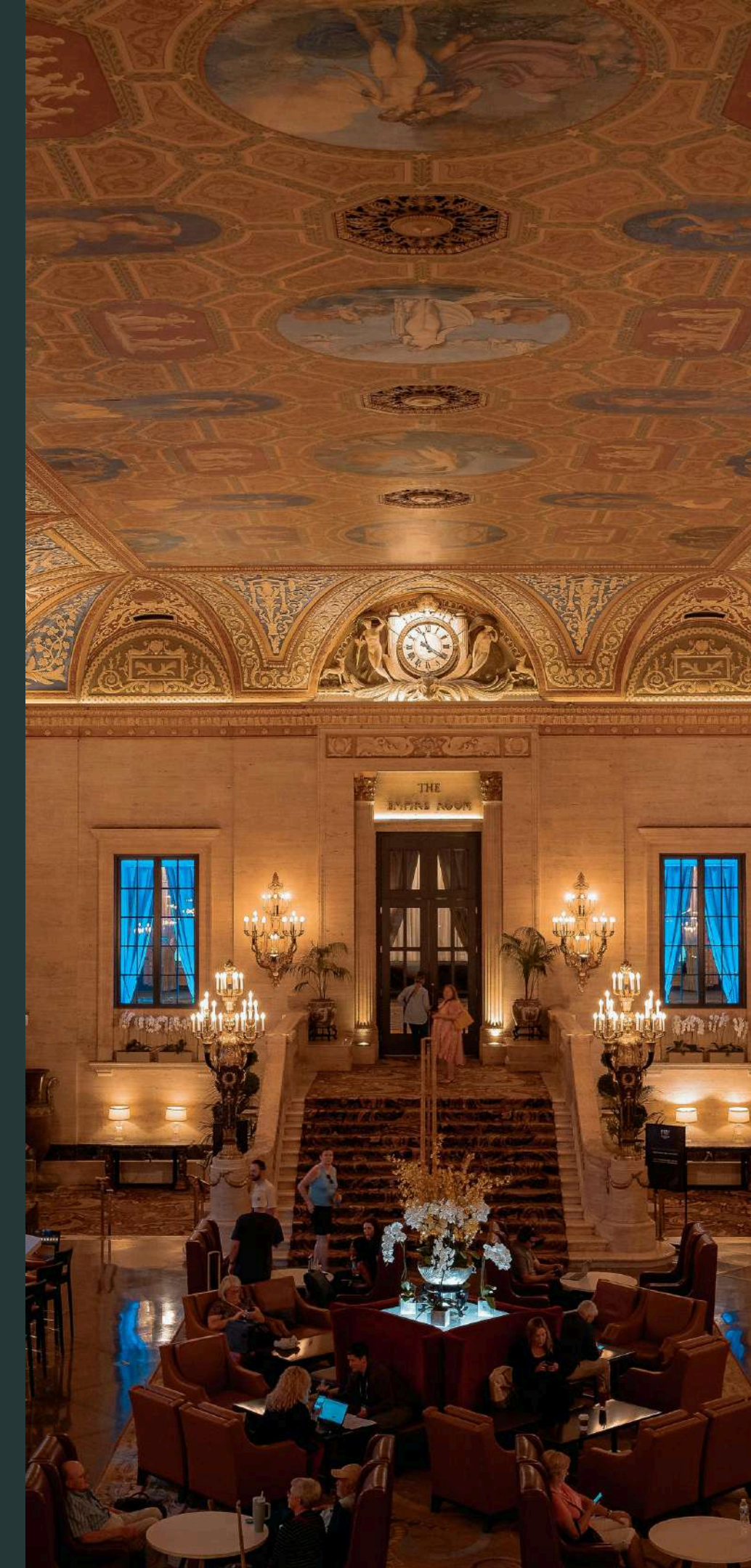


FIGURA 7.DISTRIBUCIÓN DISPONIBILIDAD S/TIPO RESERVA 17-03-2025. DATOS INTERNOS



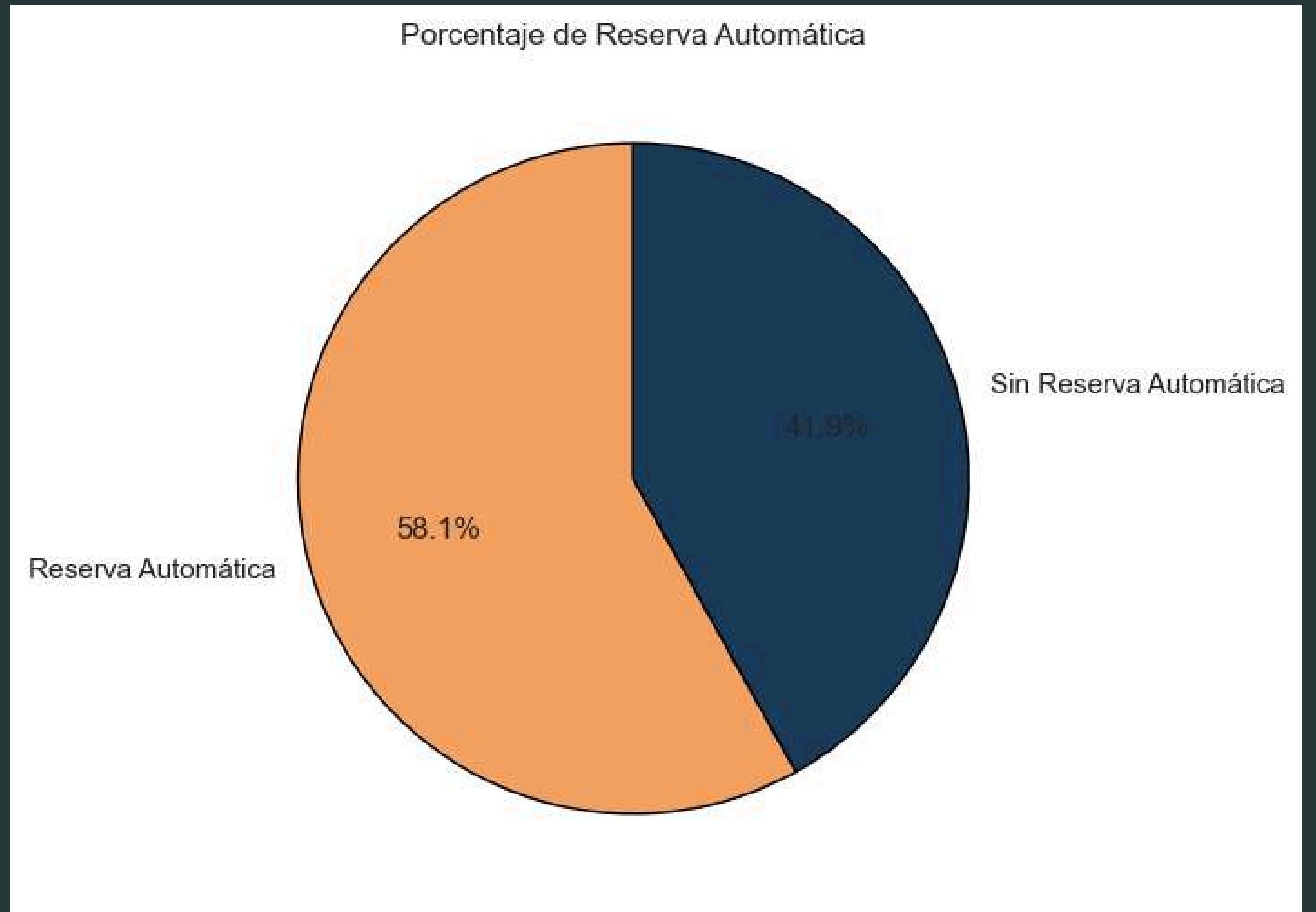


FIGURA 8. DISTRIBUCIÓN TIPO DE RESERVA 17-03-2025. DATOS INTERNOS

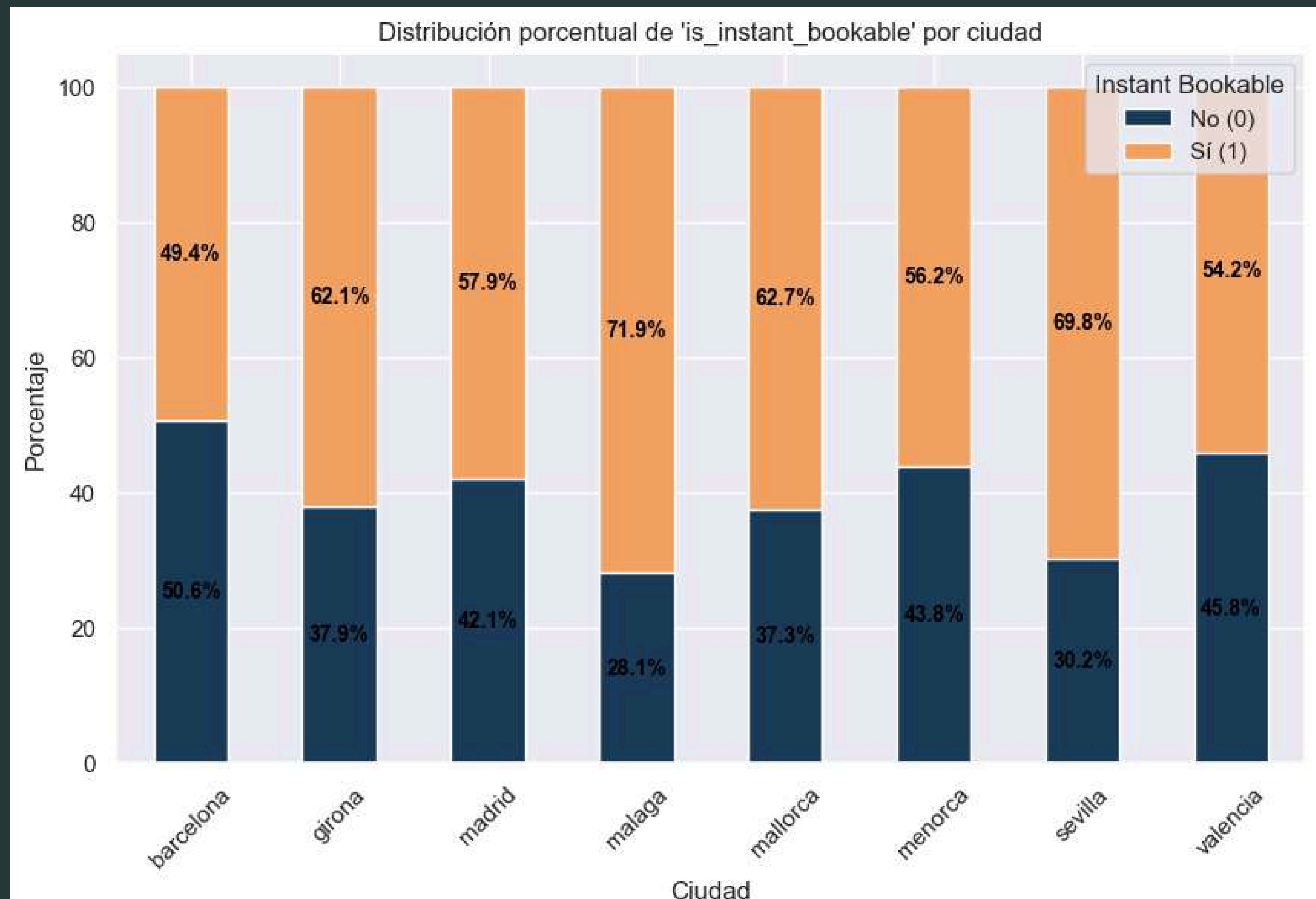


FIGURA 9.DISTRIBUCIÓN INSTANT_BOOKABLE POR CIUDAD 17-03-2025. DATOS INTERNOS

DISPONIBILIDAD POR CIUDADES Y TIPO DE RESERVA

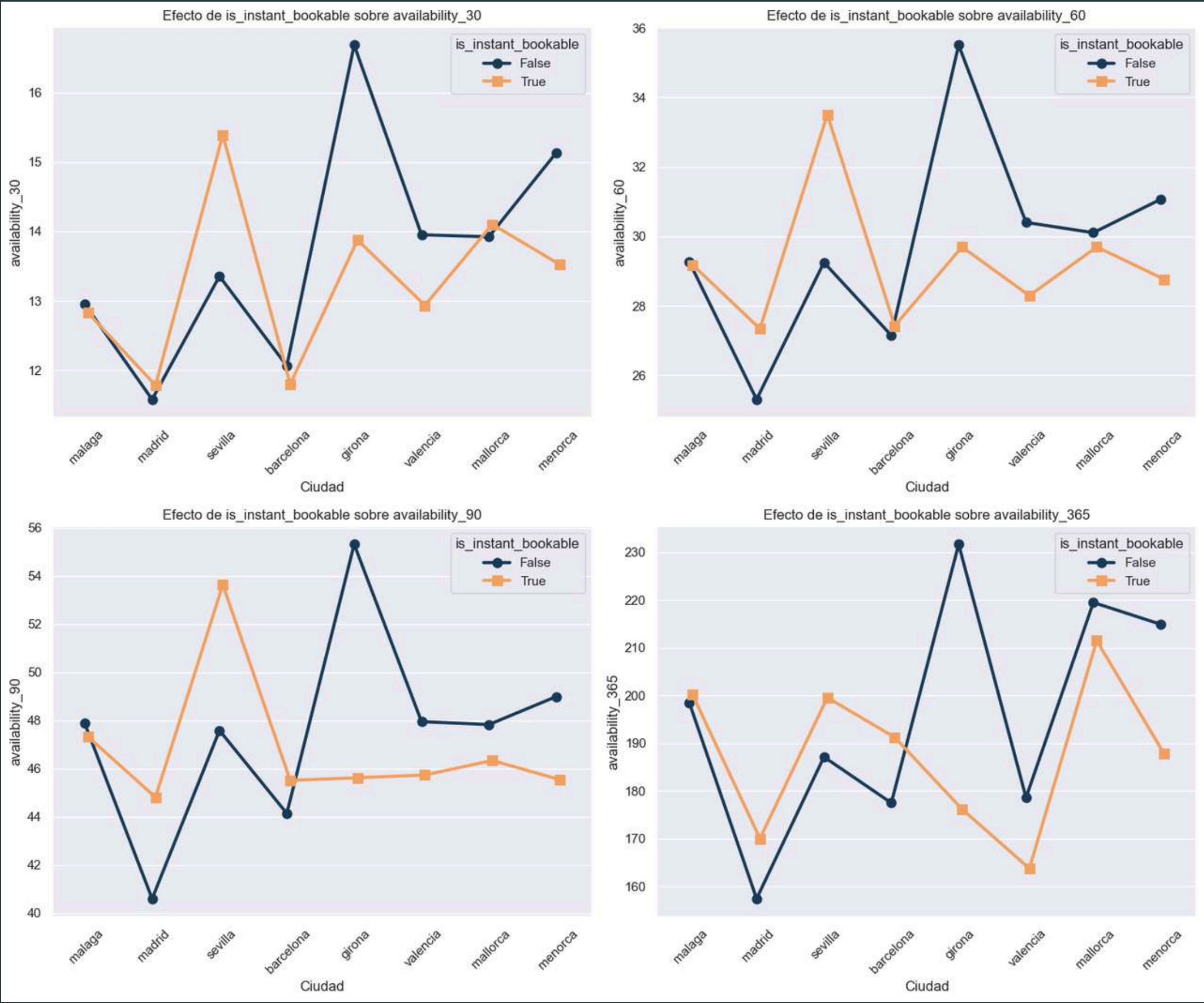
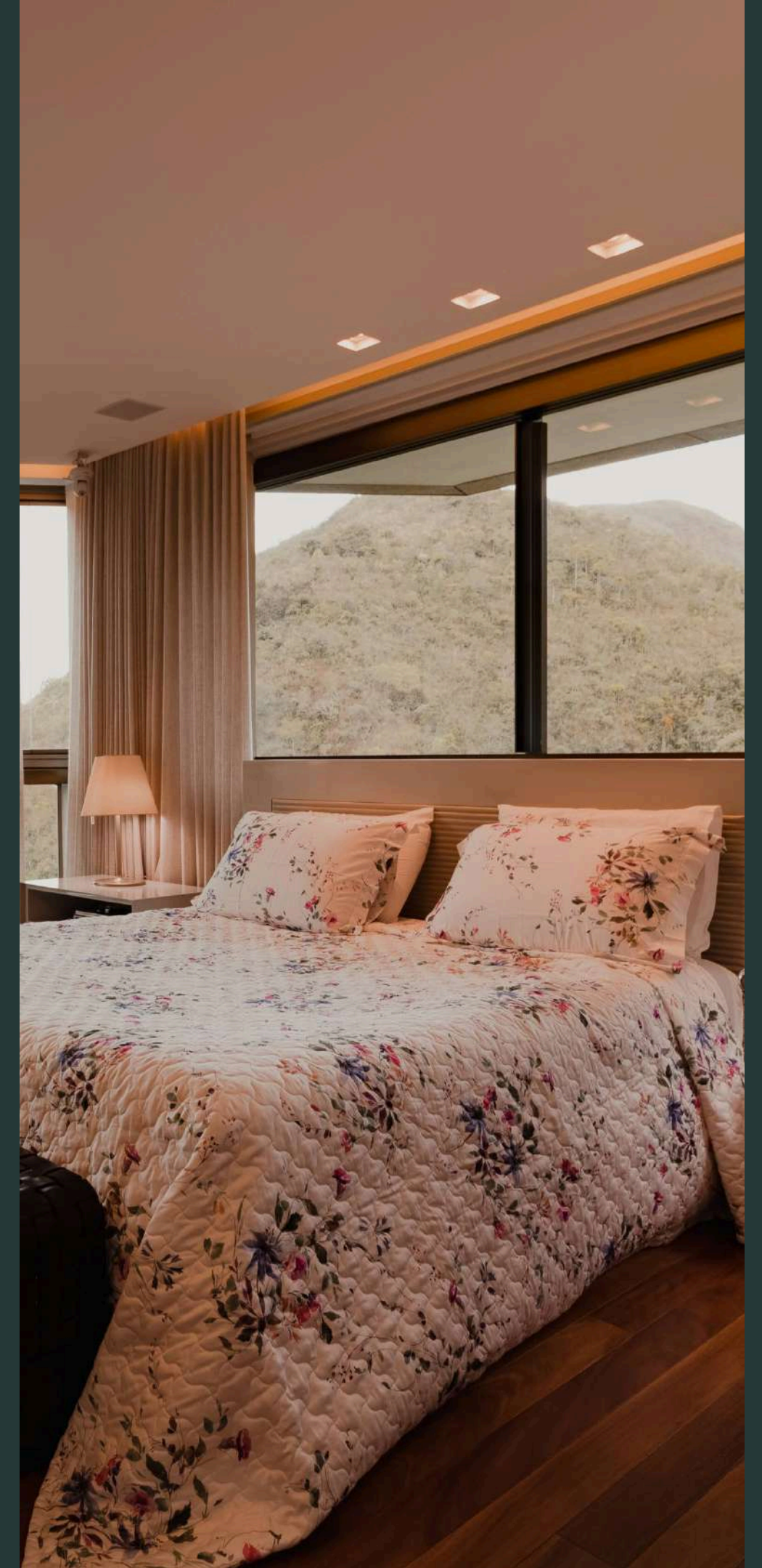


FIGURA 10. DISPONIBILIDAD POR CIUDAD Y TIPO DE RESERVA 17-03-2025. DATOS INTERNOS

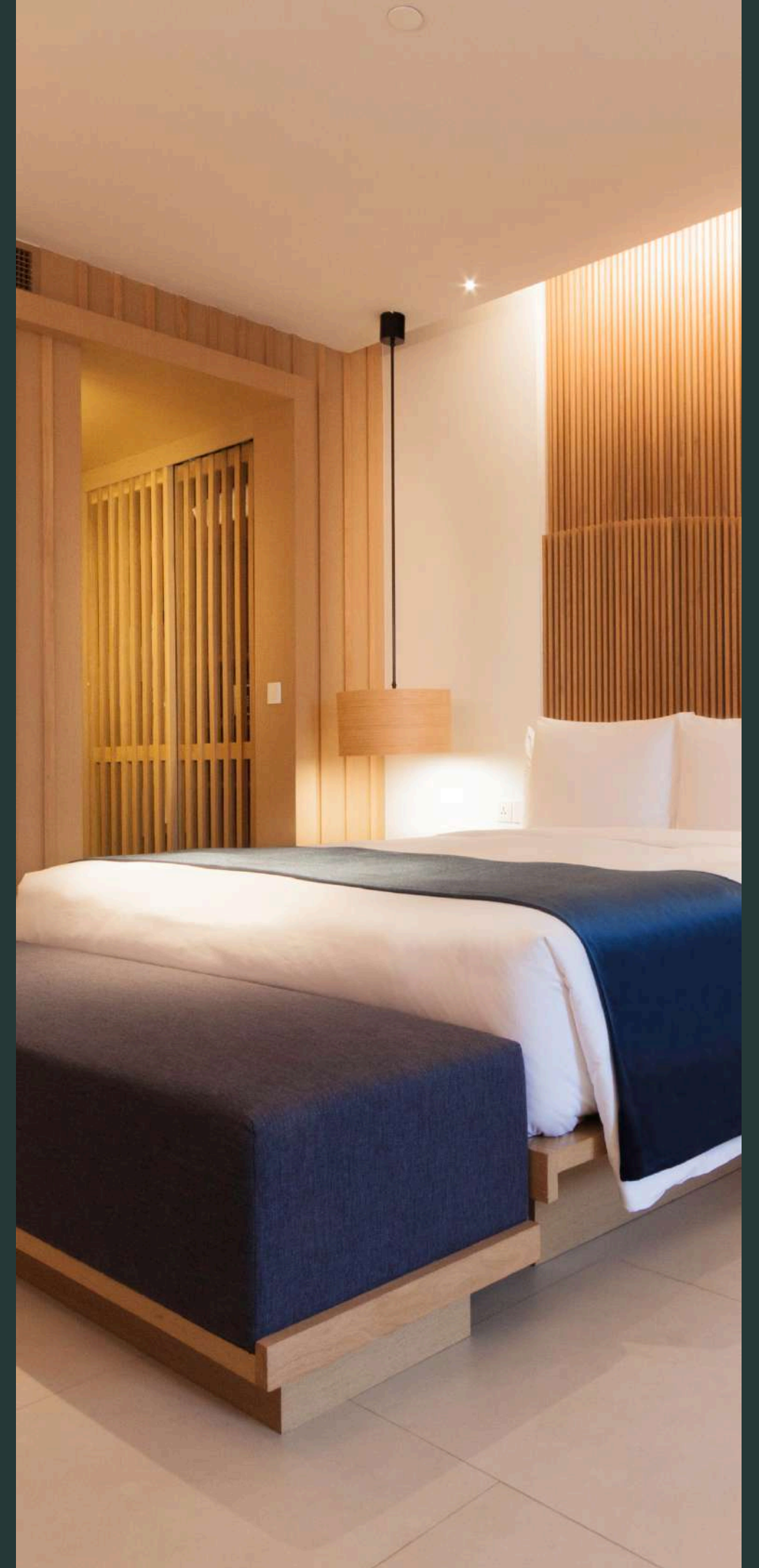
HALLAZGOS CLAVE

- La opción de **reserva instantánea** no tiene un impacto significativo en la **disponibilidad general** de los locales.
- La **distribución de la disponibilidad** se agrupa en extremos de **disponibilidad total** o **ocupación total**.
- **Girona** es una excepción, donde los locales **con reserva instantánea** presentan una **disponibilidad** notablemente **inferior**. Lo que podría indicar que las propiedades con esta opción se reservan más rápido.
- En ciudades como Sevilla, Madrid o Barcelona, la disponibilidad es menor cuando la reserva NO es automática. Esto podría indicar **propietarios más conservadores** con sus reservas.
- En ciudades grandes como **Barcelona y Madrid**, la **ocupación es alta en ambos casos**, pero la **reserva manual** tiene una ligera ventaja en disponibilidad media.



ESTRATEGIAS DE NEGOCIO

- Implementar un **modo híbrido**, permitiendo a los anfitriones definir condiciones específicas (ej. solo aceptar reservas automáticas para ciertas fechas).
- Implementar una **sección de propiedades destacadas** para aquellos alojamientos con alta disponibilidad, ofreciendo descuentos temporales o bonificaciones.
- Enfocar el Marketing en Girona para Potenciar la Reserva Instantánea.





Experiencia del cliente

¿Qué aspectos (precisión de detalles, higiene, check-in o comunicación) presentan mayores diferencias entre los alojamientos mejor y peor valorados en la evaluación general?

SIMULACIÓN PROYECTO
IT ACADEMY

En en análisis de la experiencia del cliente se trabaja con una fracción del dataset, solo los registros con calificaciones de los clientes

REGISTROS TOTALES
DEL DATASET

9650

REGISTROS
CON CALIFICACIONES

7025

PORCENTAJE DEL DATASET
CON EL QUE SE TRABAJA

72.8%





Primer enfoque de análisis COMPARACIÓN DE MÁXIMOS Y MÍNIMOS

COMPARACIÓN ENTRE ALOJAMIENTOS MEJOR Y PEOR VALORADOS

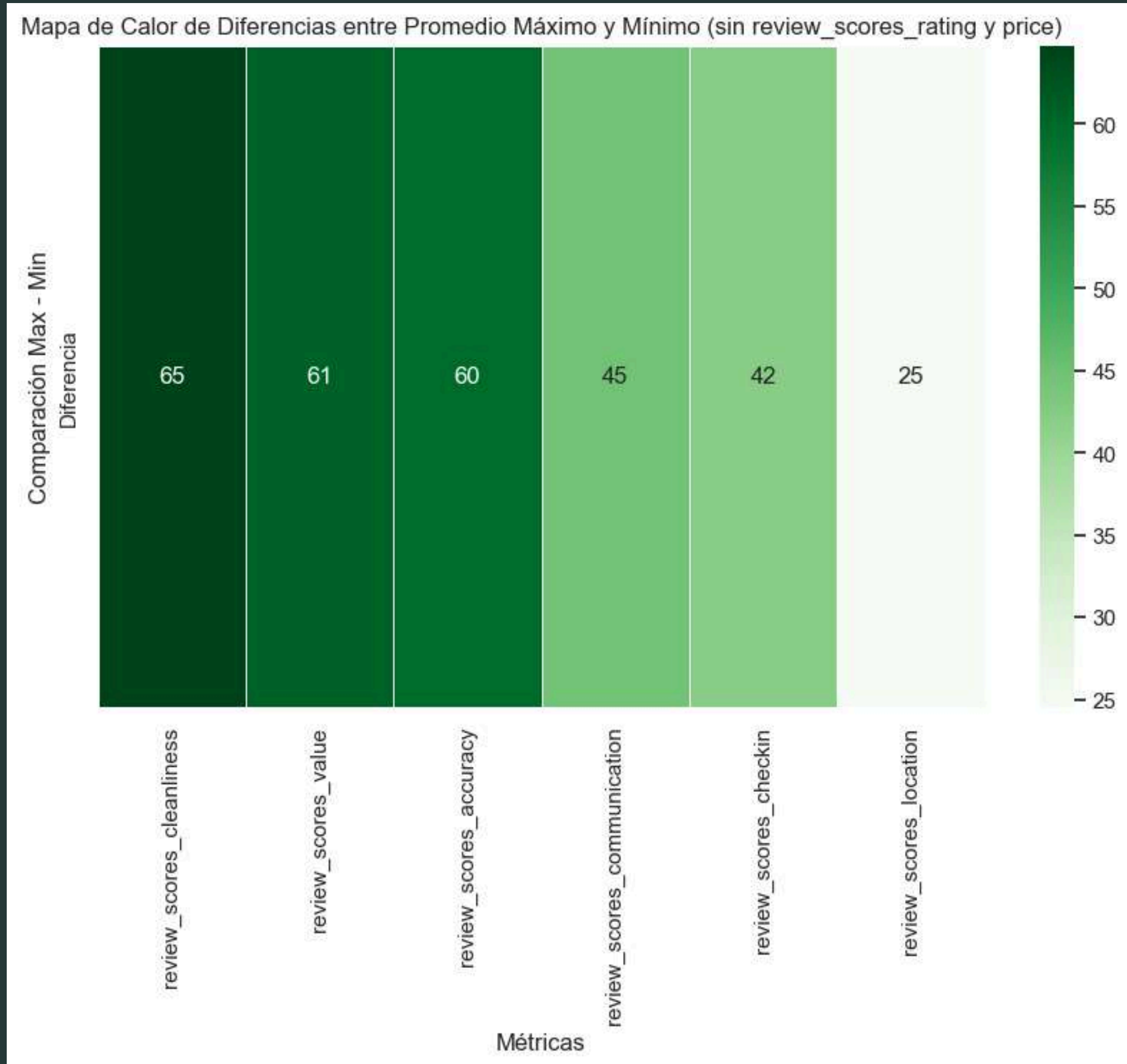


FIGURA 11. MAPA DE CALOR: COMPARACIÓN MÁXIMOS Y MÍNIMOS. 17-03-2025. DATOS INTERNOS



Diferencia entre la media DE MÁXIMOS Y MÍNIMOS

VALOR MÁXIMO DE REVIEW_SCORES_RATING: 1000
VALOR MÍNIMO DE REVIEW_SCORES_RATING: 200

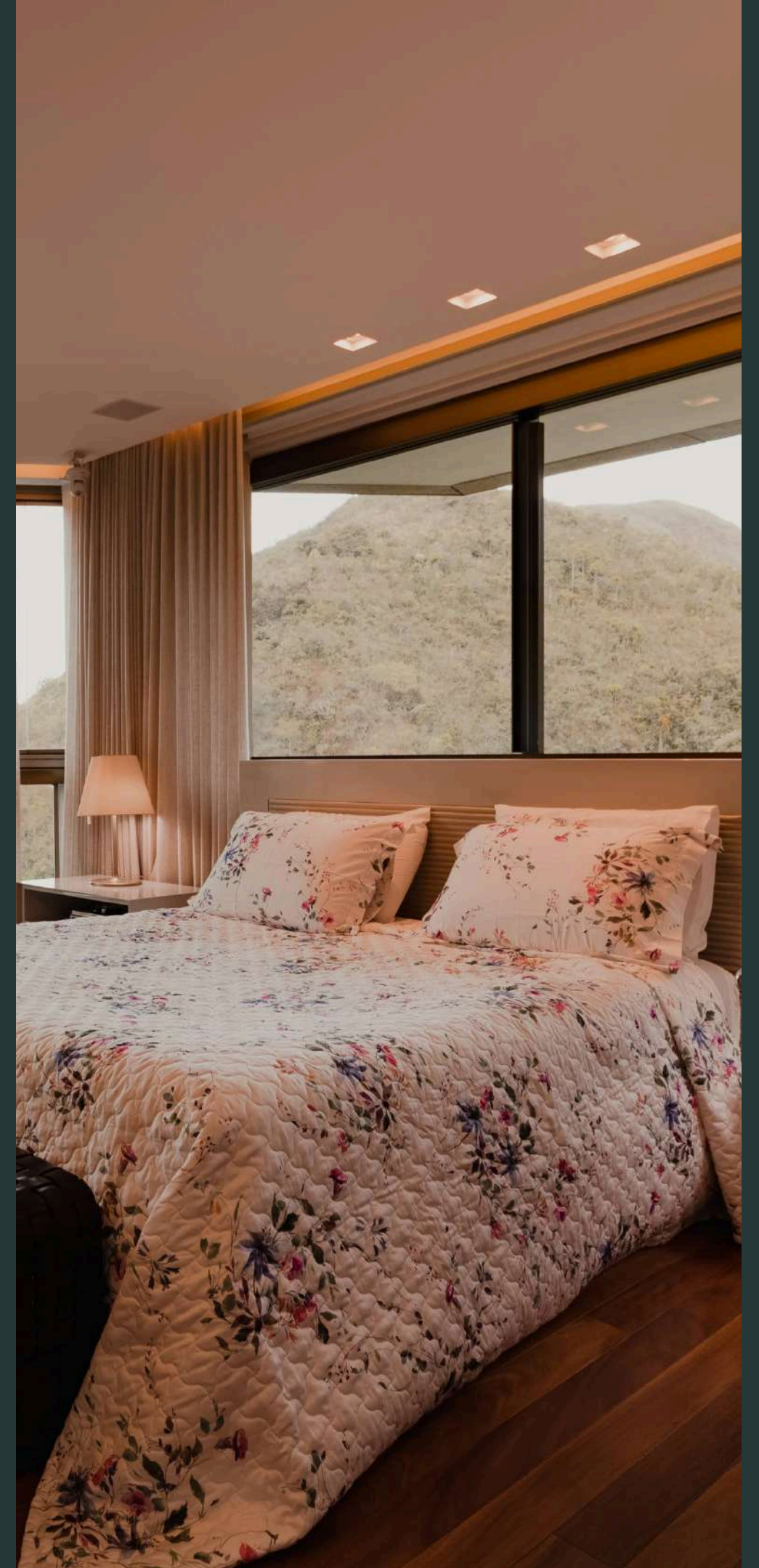
ítem	diferencia	
review_scores_accuracy	60.00	★
review_scores_cleanliness	65.00	★
review_scores_checkin	42.00	
review_scores_communication	45.00	
review_scores_location	25.00	
review_scores_value	61.00	★

TABLA 1. DIFERENCIA ENTRE ALOJAMIENTOS CON VALORACIONES MÁXIMAS Y MÍNIMAS.
17-03-2025. DATOS INTERNOS

ANÁLISIS

Valores maximos-minimos

- La mayor diferencia entre los alojamientos mejor y peor valorados se da en aspectos controlables como limpieza, precisión en la descripción y percepción del valor, mientras que la ubicación tiene menor impacto.



DESVIACION ESTANDAR

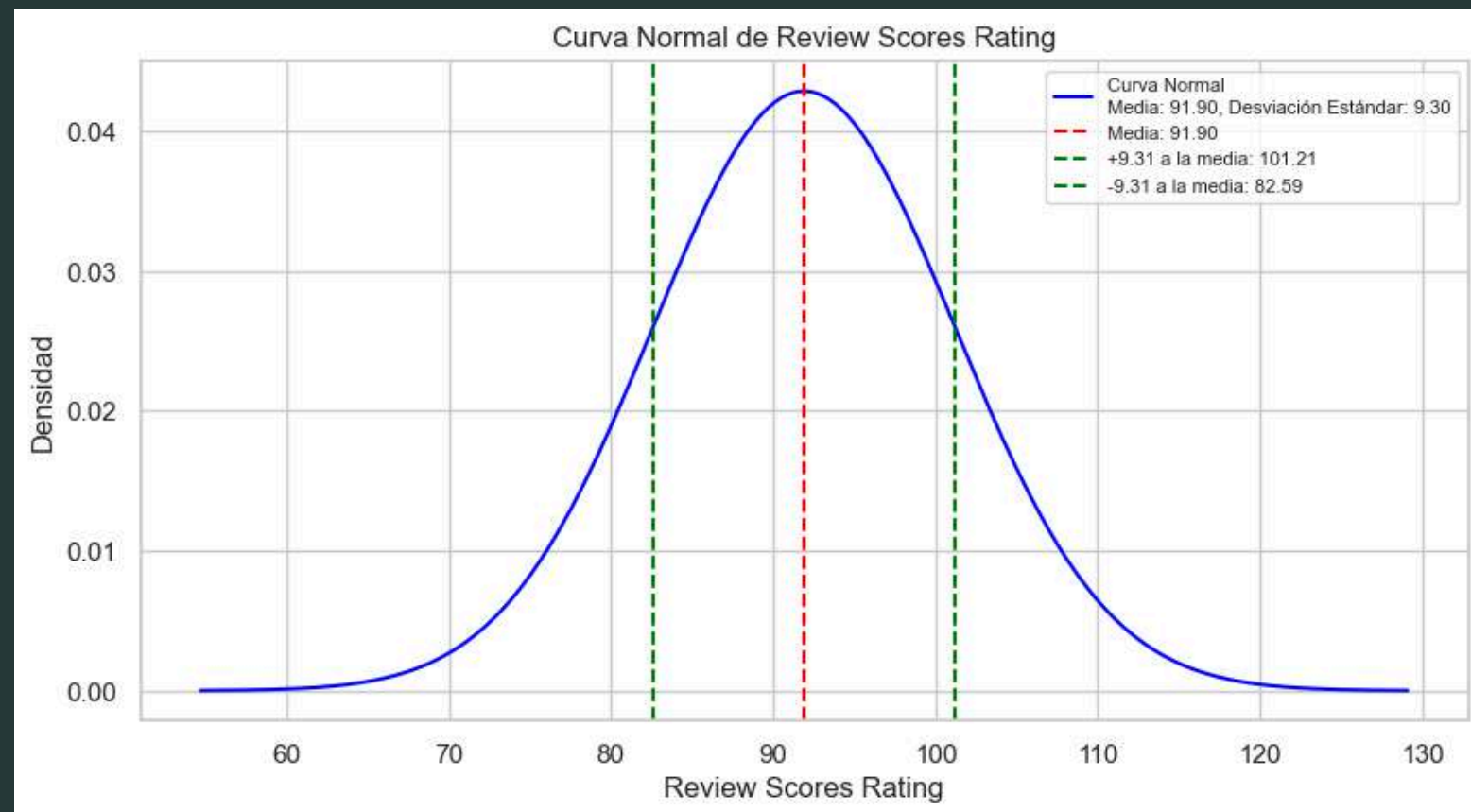


FIGURA 12. DESVIACIÓN ESTÁNDAR DE REVIEW_SCORES_RATING. 17-03-2025. DATOS INTERNOS

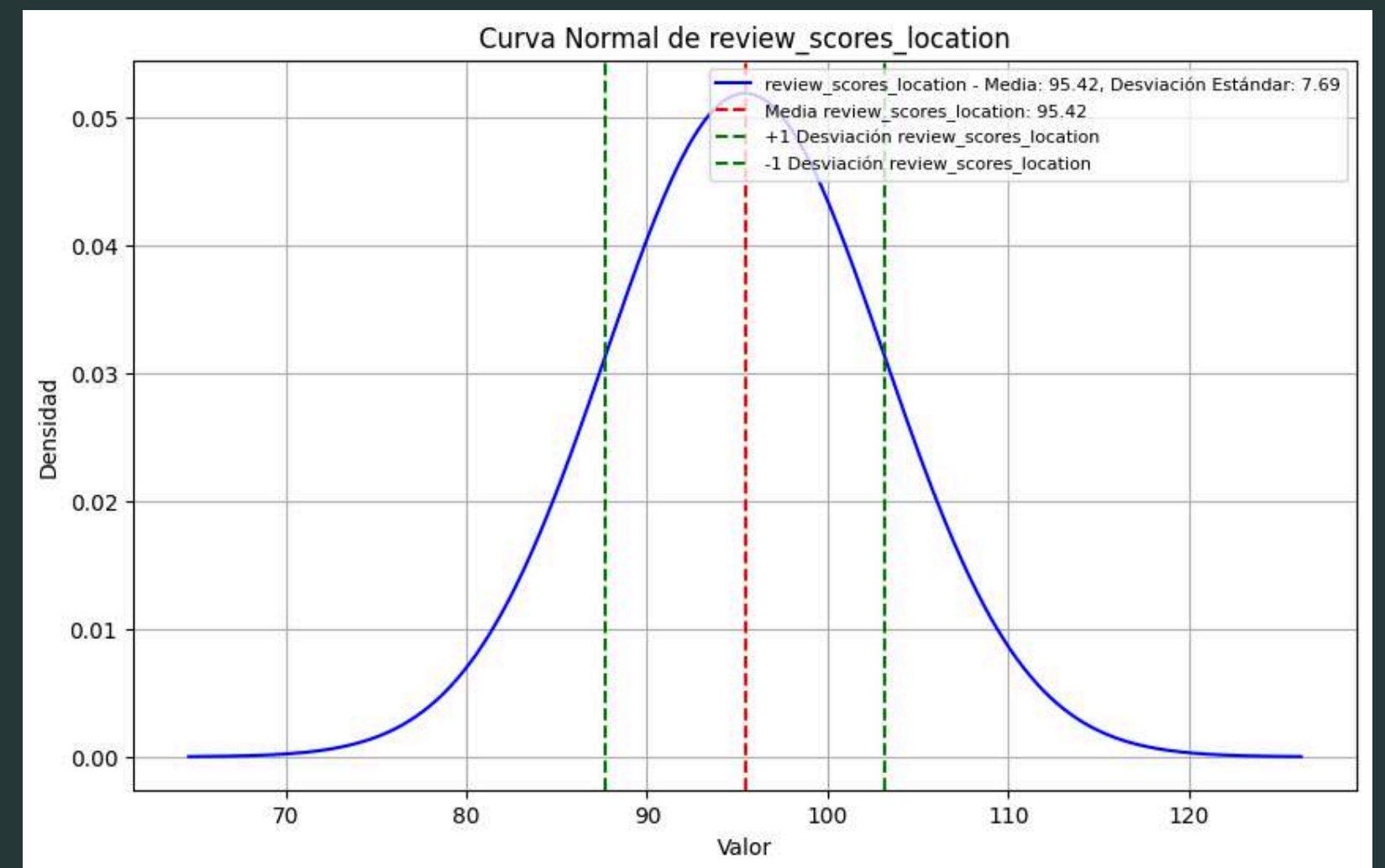


FIGURA 13. DESVIACIÓN ESTÁNDAR DE REVIEW_SCORES_LOCATION. 17-03-2025. DATOS INTERNOS

CONCLUSION: DESVIACIÓN ESTÁNDAR ES PEQUEÑA, SIGNIFICA QUE LOS DATOS ESTÁN MUY CONCENTRADOS ALREDEDOR DE LA MEDIA, LO CUAL ES ÚTIL PARA INFERIR QUE LOS DATOS NO VARÍAN MUCHO. SI LA DESVIACIÓN ESTÁNDAR ES GRANDE, SIGNIFICA QUE LOS DATOS ESTÁN MÁS DISPERSOS, LO QUE PODRÍA INDICAR UNA GRAN VARIABILIDAD O DIFERENCIA EN LOS VALORES.

Segundo enfoque de análisis

COMPARACIÓN POR CUARTILES

SE SUBDIVIDE EL DATASET
SEGÚN LOS CUARTILES:

Q1: 89.0

Q3: 98.0

Los registros con valores por encima del Q3
forman el df de **mejor valorados (2114)**,
los que tienen valores por debajo del Q1
son los **peor valorados (1846)**

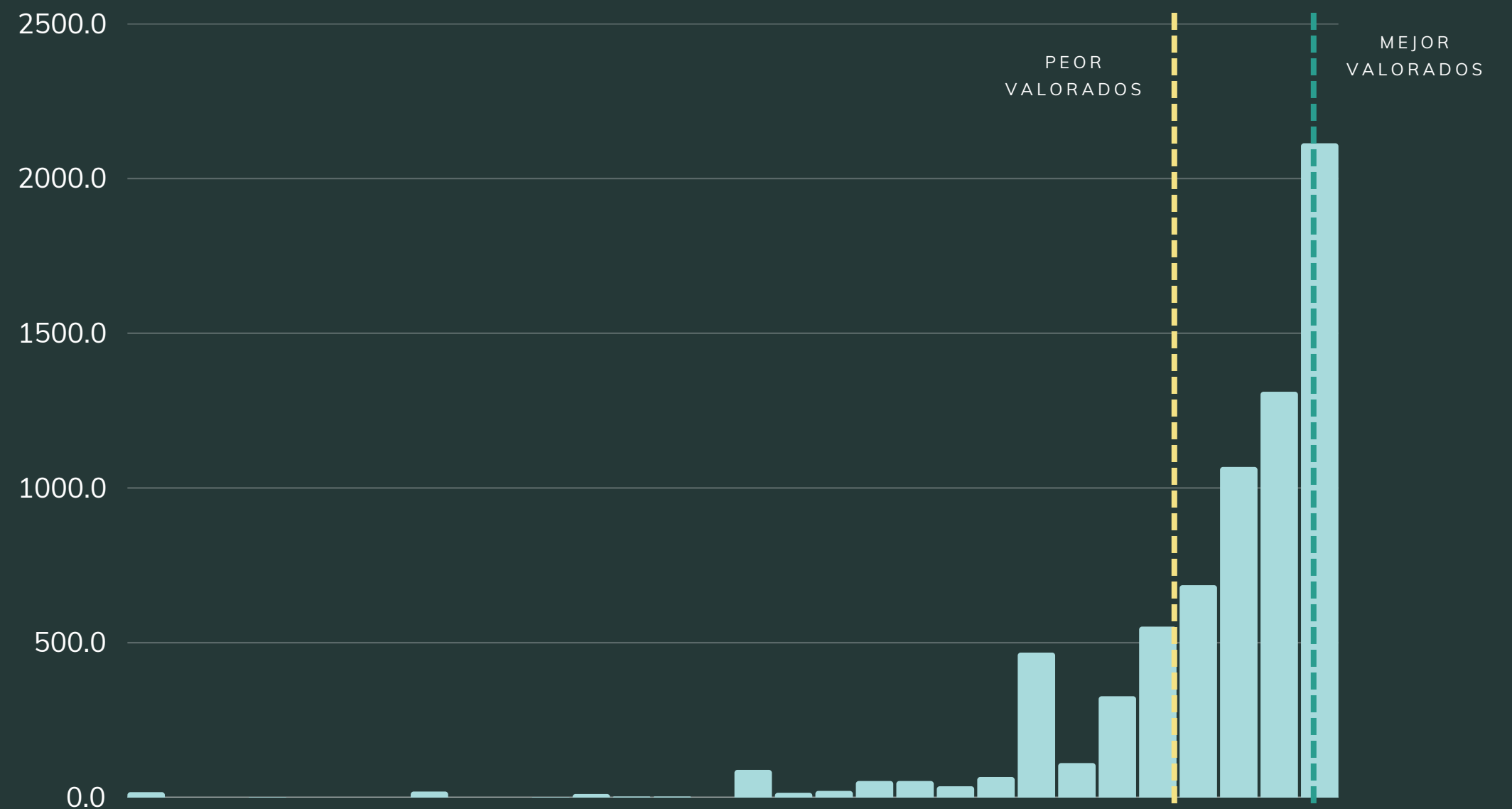
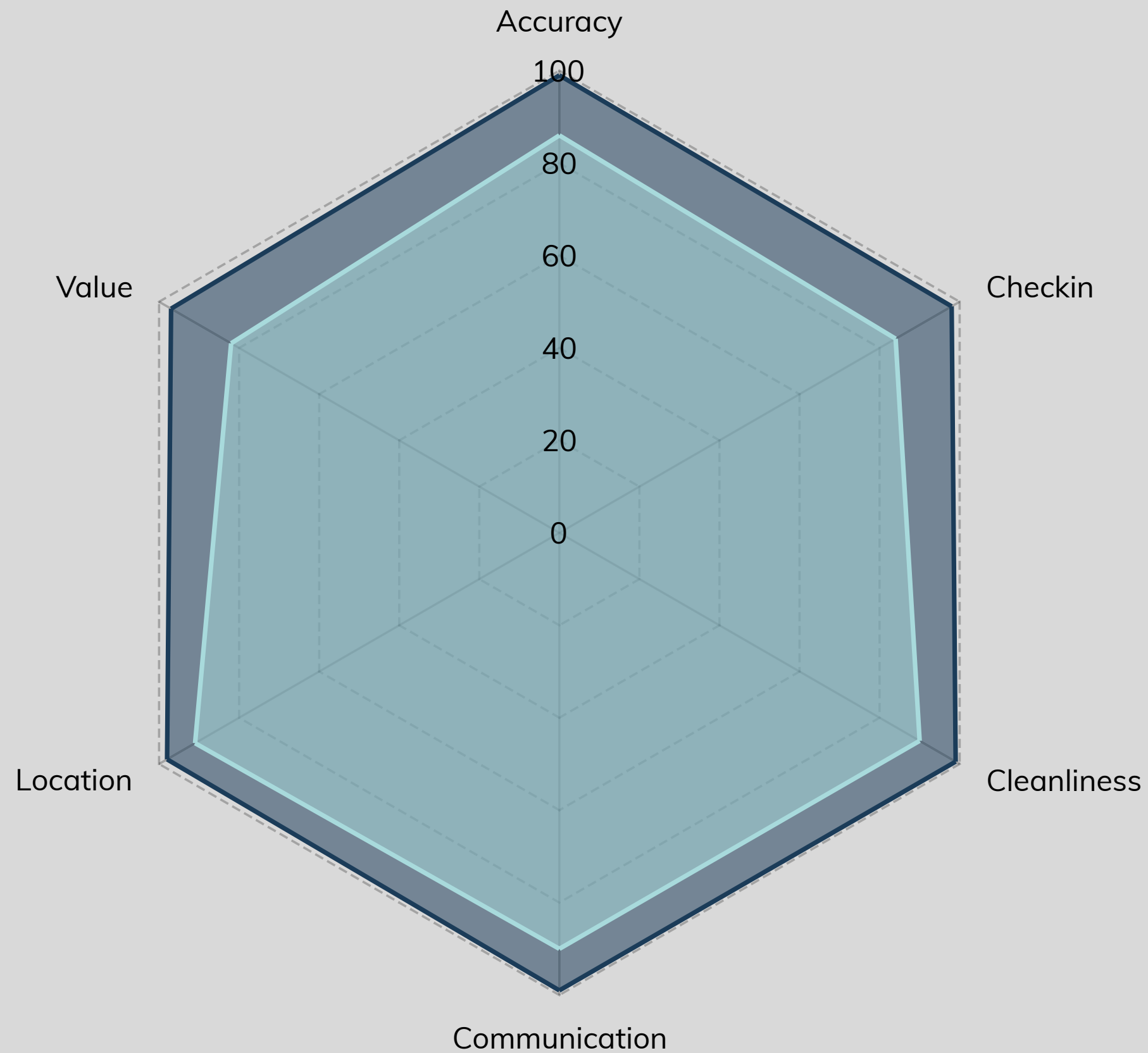


FIGURA 14. HISTOGRAMA DE REVIEW_SCORES_RATING CON CUARTILES 03-2025. DATOS INTERNOS



Comparación de los dos subgrupos de daños

- LAS PUNTUACIONES SON MUY ALTAS
- LAS DIFERENCIAS SON PEQUEÑAS



FIGURA 15. GRÁFICO DE RADAR DE MEJOR Y PEOR VALORADOS. 17-03-2025. DATOS INTERNOS

Diferencia porcentual ENTRE MEJOR Y PEOR VALORADOS

item	diferencia (%)
review_scores_accuracy	15.44
review_scores_cleanliness	16.40
review_scores_checkin	9.75
review_scores_communication	10.55
review_scores_location	6.83
review_scores_value	18.90



LOS ITEMS CON MAYOR
DIFERENCIA SON LOS MISMOS
QUE EN EL PRIMER ANÁLISIS

TABLA 2. DIFERENCIA PORCENTUAL ENTRE VALORES DE MEJOR Y PEOR VALORADOS. 17-03-2025. DATOS INTERNOS



Relación con el precio

El precio medio de los mejor valorados es

20.80%

mayor que el de los peor valorados.

Mejores calificaciones resultan en precios más altos

Propuestas de negocio



VALOR

- Definición clara de qué se califica.
- Evaluar expectativas respecto al precio. Quienes paguen más, tendrán exigencias mayores.
- Considerar ofrecer servicios adicionales o descuentos para mejorar la percepción de valor.



LIMPIEZA

- Invertir en personal de limpieza adicional o mejorar los estándares de limpieza.
- Realizar auditorías periódicas para asegurar que todos los alojamientos estén a la altura de las expectativas.



PRECISIÓN

- Asesorar a los anfitriones para mejorar las descripciones y fotografías, las expectativas deben alinearse con la realidad.
- Proceso de verificación regular para que las descripciones sigan siendo precisas.



KPI

TASA DE
OCUPACIÓN
MENSUAL

0,56 (=)

CIUDAD CON
MAYOR
OCUPACIÓN
MENSUAL

Madrid

KPI

ÍNDICE DE
SATISFACCIÓN
GENERAL

94.31%

ÍTEM MAYOR
SATISFACCIÓN
PROMEDIO

Check-in



MUCHAS GRACIAS

SIMULACIÓN PROYECTO
IT ACADEMY

