

# Optimización de precios en alojamientos Airbnb en Madrid

Insights accionables basados en análisis de 20,000 alojamientos.

## "El reto de establecer precios competitivos en un mercado saturado"

"El mercado de alojamientos turísticos en Madrid es altamente competitivo. Los anfitriones enfrentan la difícil tarea de fijar precios que maximicen ingresos sin disuadir a potenciales huéspedes."

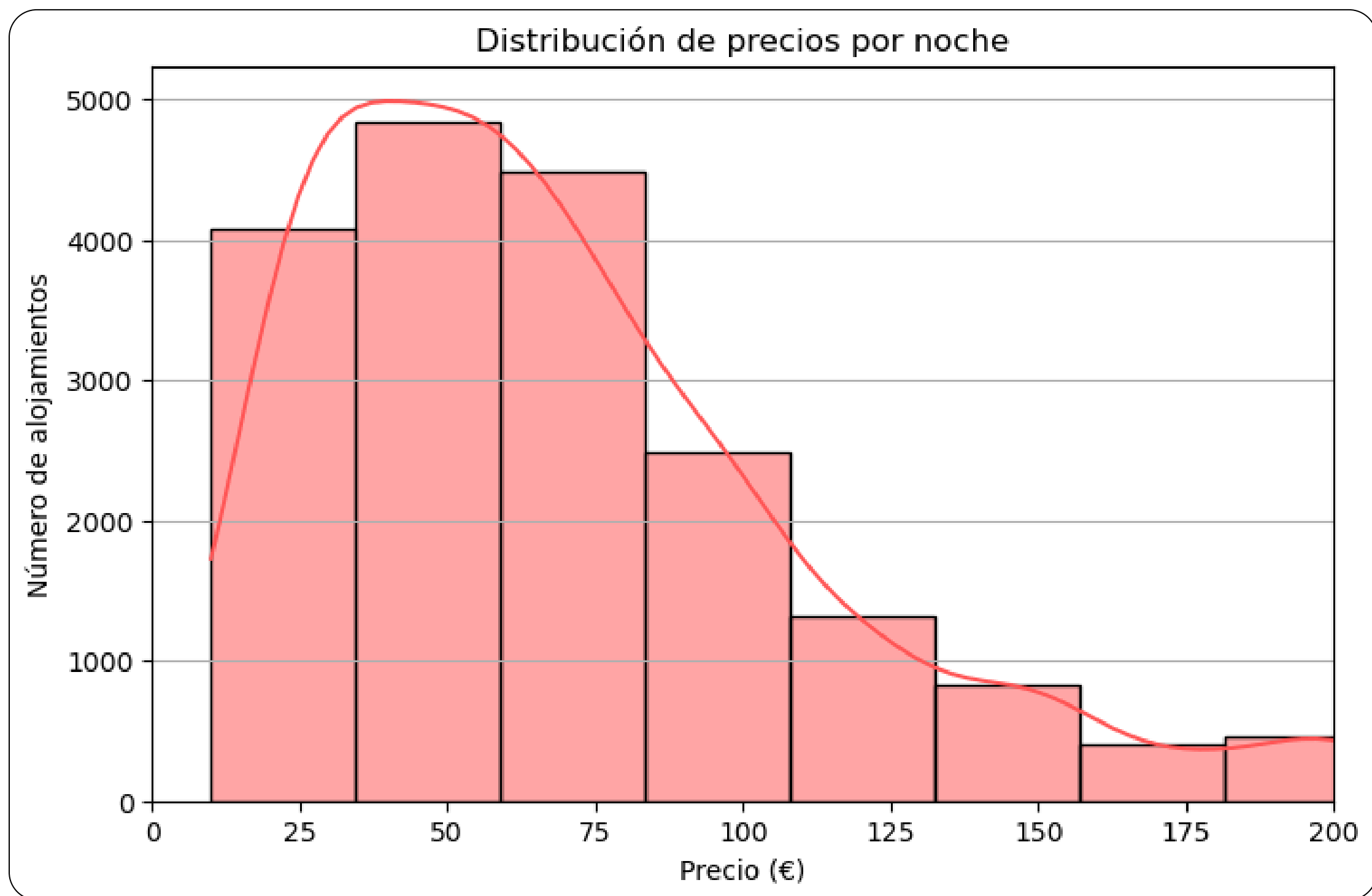
Poner un precio no es solo mirar a la competencia. Es entender qué factores específicos hacen que tu propiedad valga más y qué ajustes son rentables."



# "Mi pregunta clave"

- ¿Qué características de los alojamientos están asociadas con precios más altos por noche? ¿Y qué ajustes puede realizar el cliente en sus anuncios para aumentar el precio sin comprometer la ocupación?

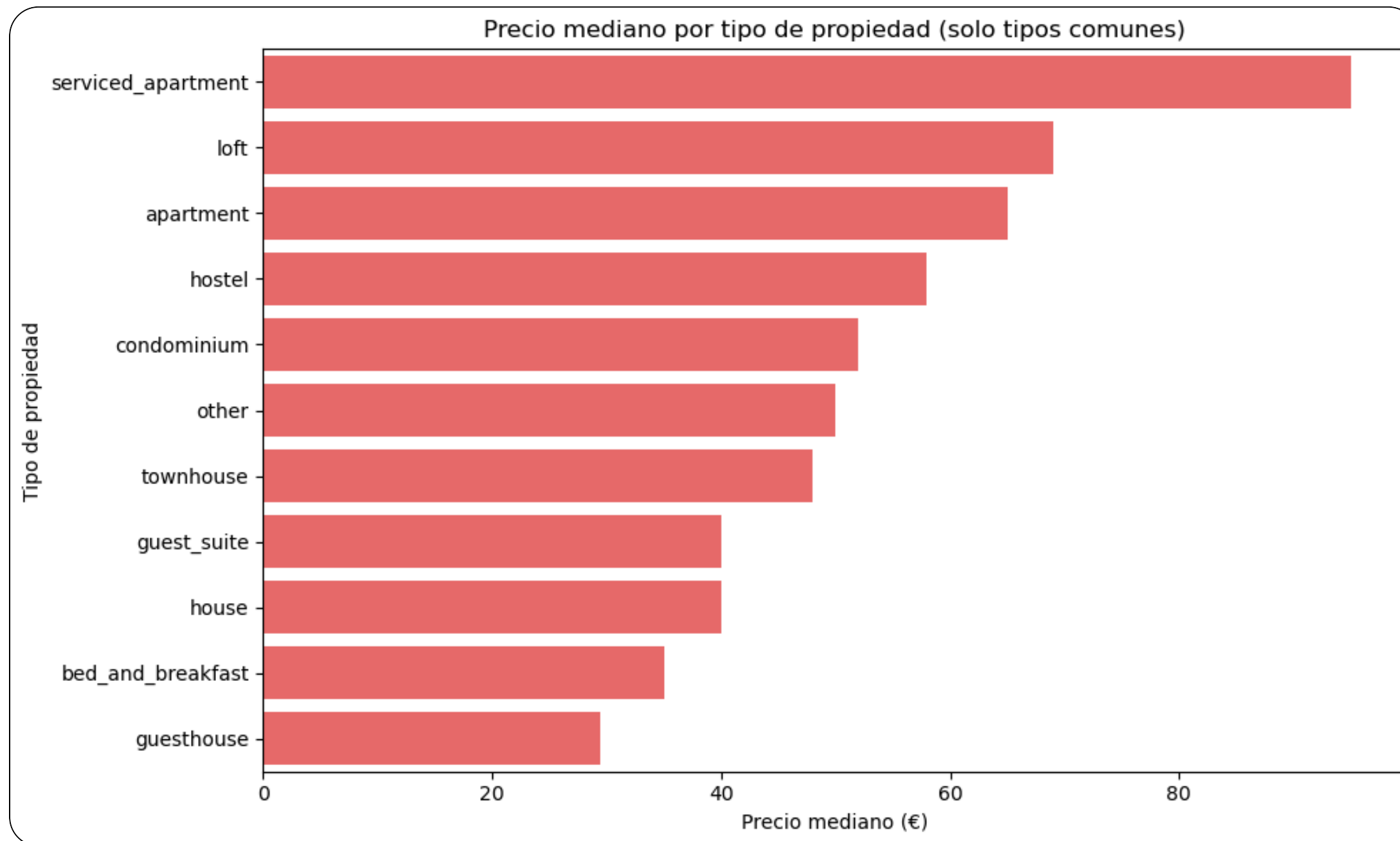
# Vista general del mercado



"El 75% de los alojamientos tienen precios entre 25 y 100 € por noche."

Aquí podemos ver dónde se encuentra la mayoría del mercado. Esto nos da una referencia realista: cualquier estrategia debe moverse dentro o ligeramente por encima de este rango para ser competitiva.

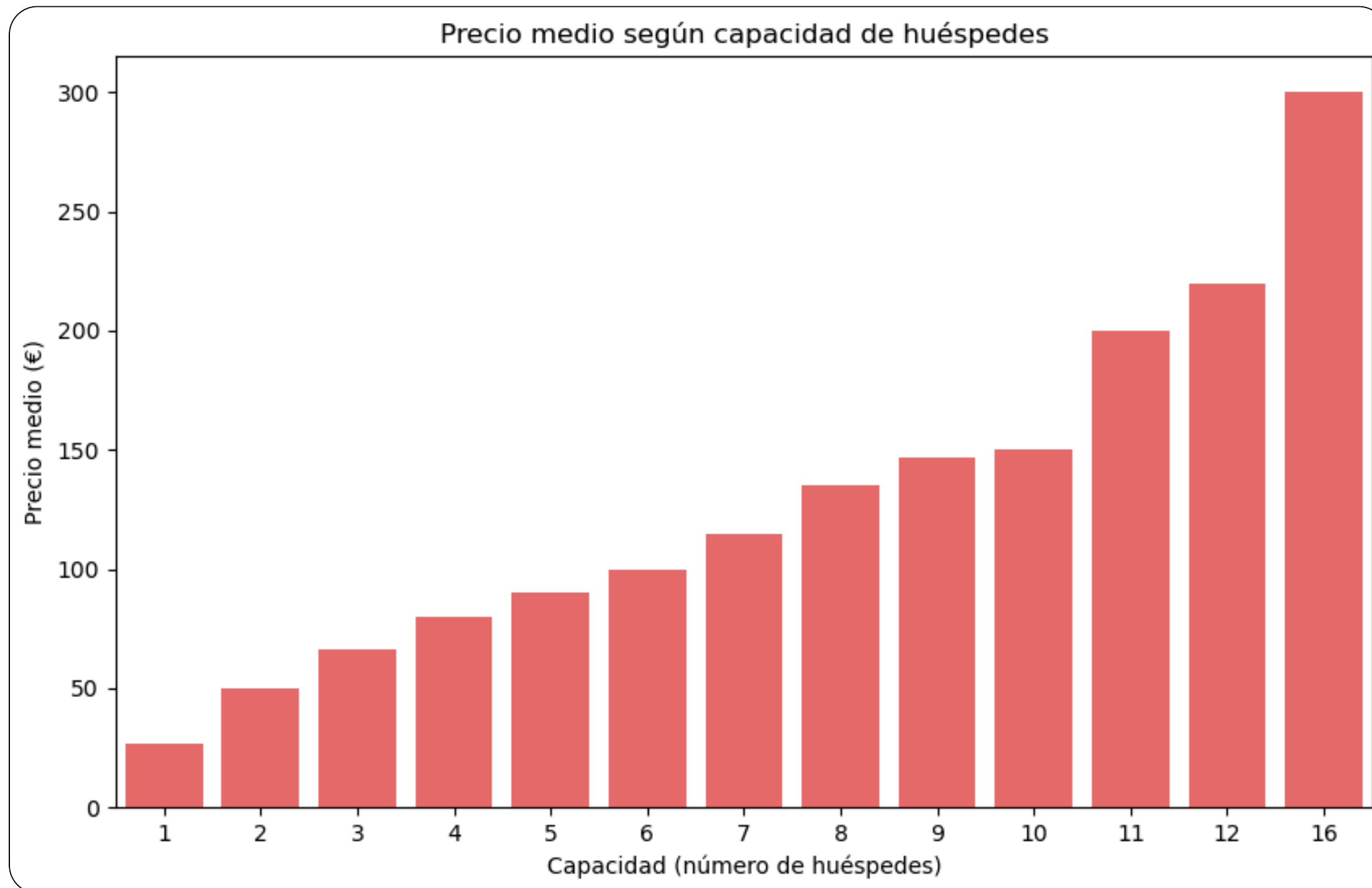
# Tipo de propiedad y su impacto:



"Entre los tipos de propiedad más comunes, los serviced apartments y lofts logran los precios medianos más altos. Apartamentos y condominios dominan el mercado medio."

Nos centramos en las propiedades que representan la mayoría del mercado, eliminando tipos muy raros como iglús o campers. Esto ofrece una visión realista y nos permite saber qué tipos de inmuebles tienden a generar mayores ingresos y cómo puede posicionar su alojamiento en ese rango competitivo.

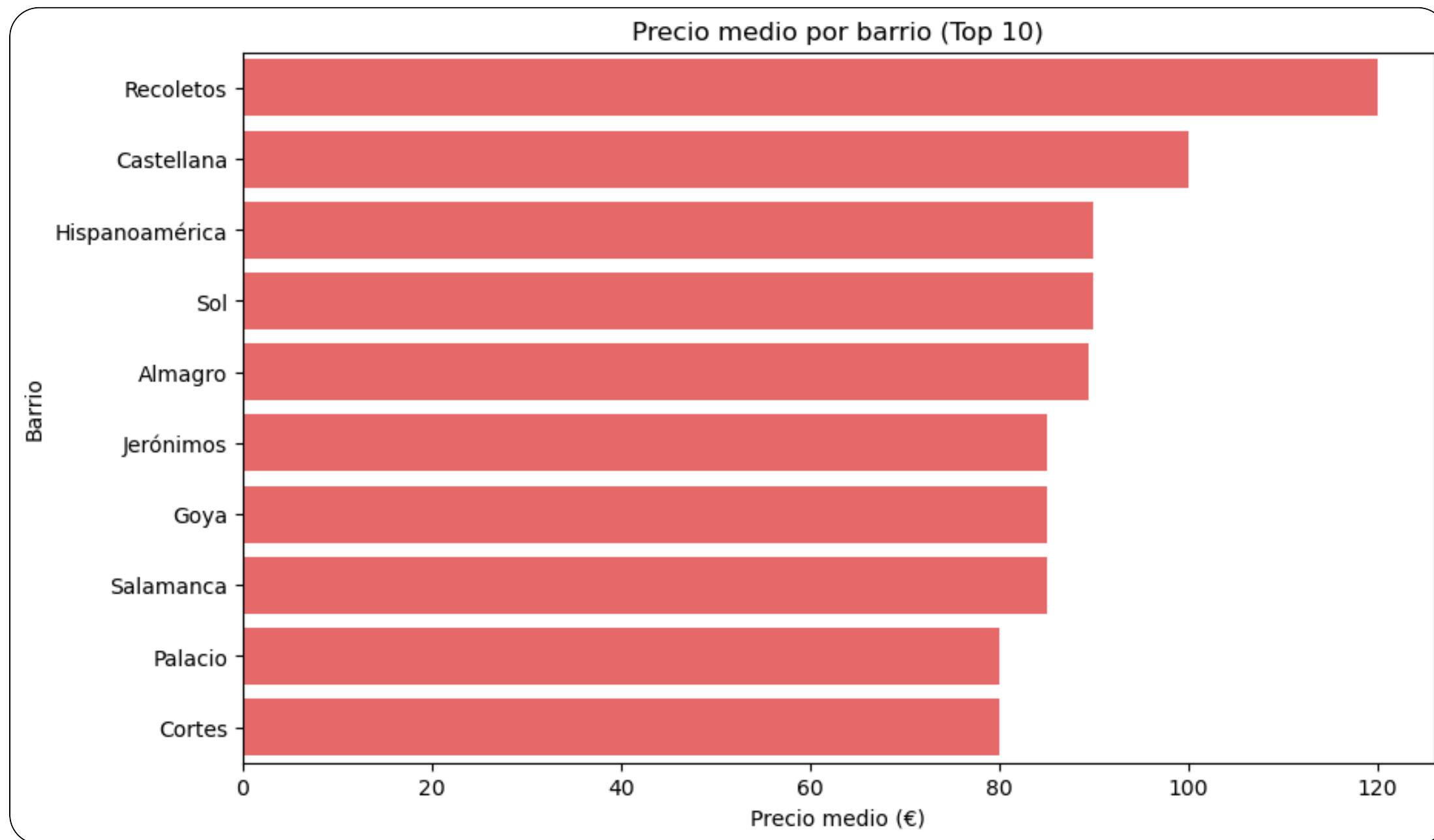
# Capacidad y precio:



"Hasta 6 huéspedes, el aumento de capacidad incrementa significativamente el precio. Más allá, el beneficio adicional se estabiliza."

Ampliar la capacidad puede ser rentable hasta cierto punto. Superar los 6 huéspedes implica costes adicionales que pueden no recuperarse fácilmente con incrementos de precio.

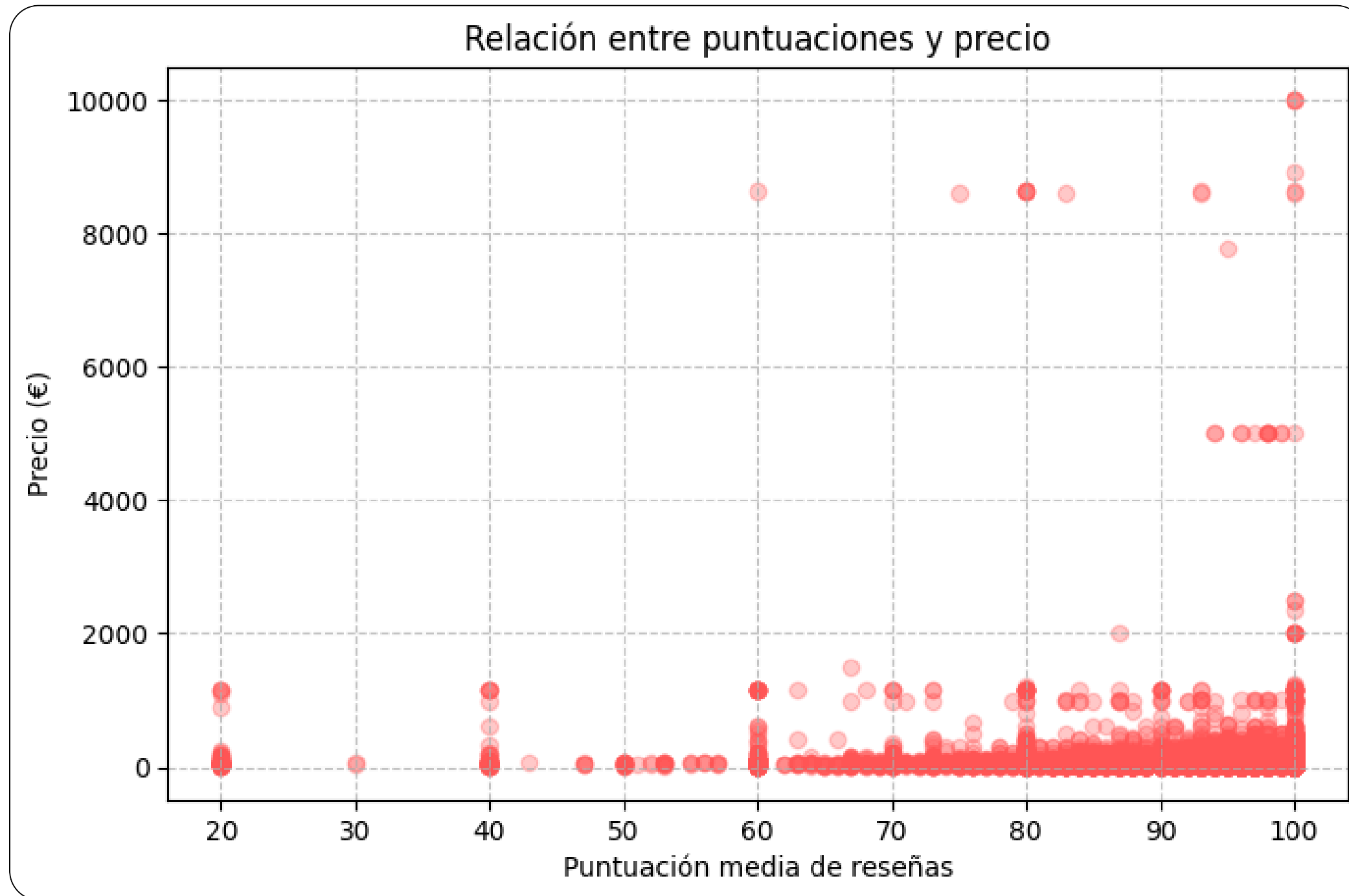
# Ubicación y su valor:



"Barrios como Recoletos, Jerónimos y Sol lideran los precios, ofreciendo oportunidades de premiumización."

La ubicación no solo determina el precio base, sino también el tipo de cliente que puedes atraer. Promocionar adecuadamente una propiedad en un barrio premium es clave para maximizar su valor.

# Reseñas y percepción de calidad



"Las propiedades con puntuaciones superiores a 95 tienden a tener precios más altos, aunque el efecto es moderado."

Las opiniones de los huéspedes influyen en las expectativas de los futuros clientes. Mejorar la calidad percibida y fomentar reseñas positivas puede justificar incrementos de precio sostenibles.



## Conclusiones clave:

✓ Tipo de propiedad y capacidad son las variables físicas más influyentes.

✓ La ubicación premium puede duplicar precios.

✓ Ampliar capacidad hasta 6 huéspedes es óptimo.

✓ Calidad (reseñas) apoya precios más altos.



# Acciones propuestas:

- Ampliar capacidad hasta 4-6 huéspedes si es viable.
- Solicitar reseñas proactivamente y mejorar aspectos valorados.
- Destacar la ubicación y características premium en los anuncios.
- Ajustar precios según el rango óptimo detectado.
- Revisar políticas de cancelación para equilibrar riesgo y atractivo.

\*\* Análisis basado en datos de 20,000 alojamientos filtrados y limpiados para evitar sesgos. No se incluyen propiedades extremadamente atípicas.

