

Análisis básico de los KPIs

KPI_1 (Beneficios alojamiento/ventas alojamiento)

En los meses de verano es mucho más alto, ya que mucha más gente se coge vacaciones por esas fechas. También es un poco alto (pero no más que en verano) en diciembre, que hay vacaciones de navidad y fin de año. En enero no hay tantas ventas porque los reyes solamente se celebran en Cataluña. Esto es una tendencia que se va repitiendo a lo largo de los años de los que disponemos datos.

Si cogemos los valores medios de cada año entonces podemos ver que cada año poco a poco va incrementando, dando a suponer que cada vez el hotel tiene más fama y por eso viene más gente.

También nos dice que los precios han subido, ya que tenemos más beneficios con las mismas ventas.

KPI_2 (Beneficios restaurante/ventas restaurante)

Es lo mismo que el KPI anterior, para los meses de verano y año nuevo hay muchos más beneficios debido a que son temporadas altas.

A lo largo de los años ha ido incrementando, lo que nos hace suponer que los precios han subido.

KPI_3 (Encuesta satisfacción calidad-precio)

Las valoraciones más positivas han sido durante la temporada alta, lo que nos hace pensar que en estas fechas los administradores del hotel se han ido preparando para proporcionar un mejor servicio a los clientes, ya sea contratando a más empleados, pagándoles más, teniendo abiertos un número mayor de servicios, etc. Además, los clientes al estar de vacaciones están de mejor humor.

A lo largo de los años la valoración global de los clientes ha ido aumentando poco a poco, unas décimas. Esto nos puede indicar que poco a poco el hotel se ha ido haciendo cada vez más popular.

KPI_4 (Porcentaje de clientes que han tenido que esperar)

A lo largo del tiempo el número de clientes que han tenido que esperarse en la sala de espera ha bajado, lo cual refuerza la hipótesis anterior sobre el hecho de que la nota de la encuesta de satisfacción ha ido mejorando por tener un servicio mejor a lo largo de los años.

KPI_5 (Porcentaje de alojamientos rechazados)

Igual que el KPI 4 el KPI 5 ha ido bajando, volvemos a corroborar que la calidad de los servicios del hotel ha ido subiendo.

KPI_6 (Porcentaje de alimentos rechazados)

Igual que el KPI 5 el KPI 6 ha ido bajando, volvemos a corroborar que la calidad de los servicios del hotel ha ido subiendo.

KPI_7 (Porcentaje de abandonos de empleados)

En el año 2011 hubo más abandonos que el resto de años. No tenemos datos suficientes para saber la razón de éstos, pero podríamos suponer que es debido a causas como que han encontrado otro trabajo, no les gusta el trabajo que tenían, etc. Que los empleados se fueran por insatisfacción es poco probable, ya que las encuestas de ese año tienen una nota muy alta y positiva.

KPI_8 (Encuesta satisfacción de empleados)

La nota de las encuestas a empleados ha ido subiendo, esto se puede tomar como una buena temporada del hotel, ya que ha ido creciendo tanto en calidad como en beneficios, y eso les permite no solo una mejor atención al cliente sino también a los empleados.