

PROYECTO



StaySpain



- **7663** alojamientos
- **8** ciudades a nivel nacional



KPI

1 TASA DE OCUPACIÓN

58.85

Tasa Ocupación (%)

↓ 0.73%

2 CIUDAD CON MAYOR OCUPACIÓN

Madrid

Ocupación del 64,09%

↓ 1.96%

KPI

3

INDICE SATISFACCIÓN
GENERAL

91.94

Puntuación media



-0.07

4

ITEM MEJOR VALORADO

9.64

COMUNICACIÓN

Experiencia de cliente

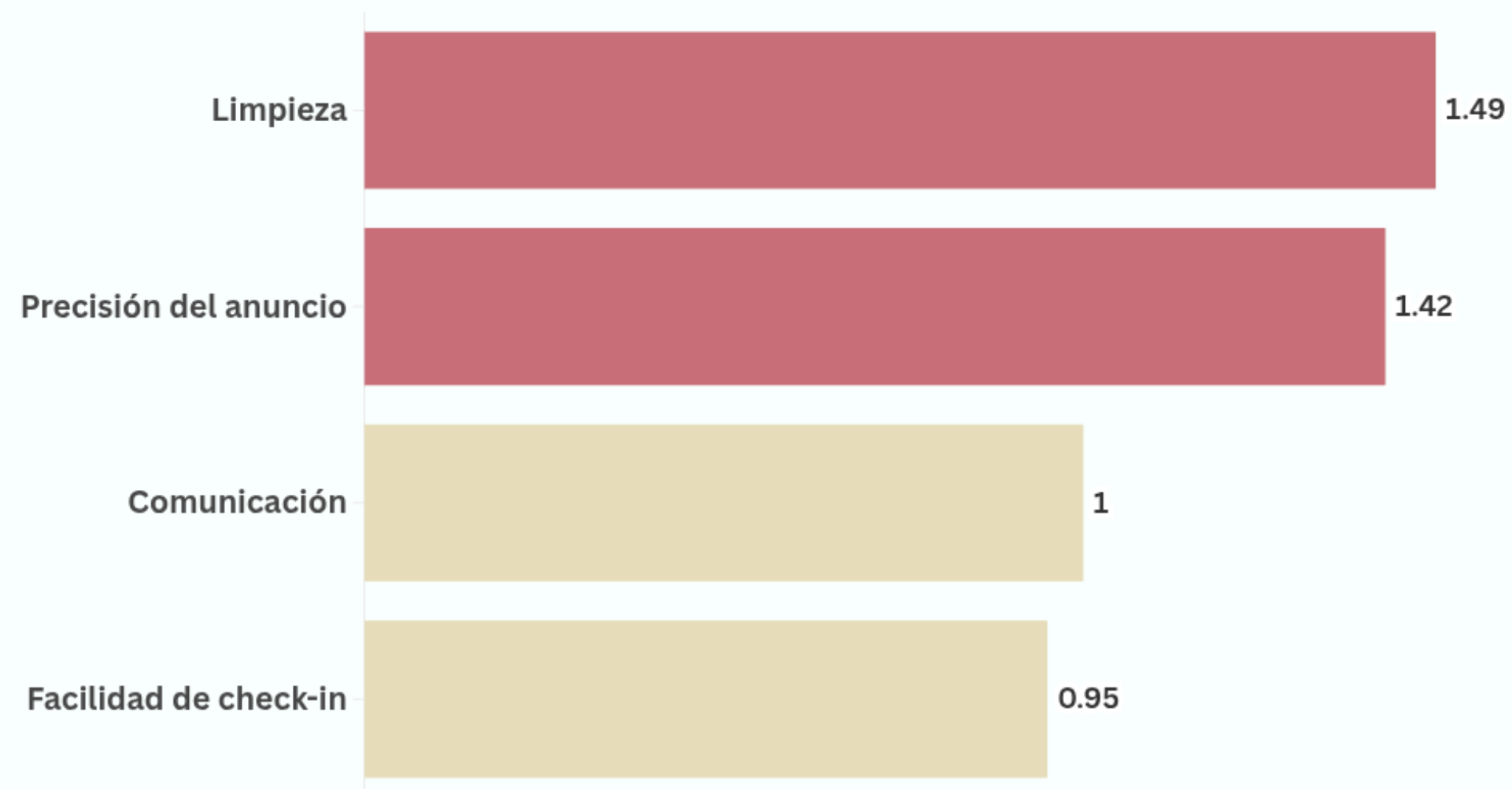
Valoración media alojamientos (por ítem)



- **Distribución por quintiles** para comparar el **20 % de alojamientos mejor y peor valorados**
- **91 % de satisfacción media**, con más del 50 % de alojamientos totales entre 90-100

Diferencia entre alojamientos mejor y peor valorados en puntos

Objetivo: diferencia igual o menor a 1 punto



Verificación T-Test (Welch)

Item	Media peor valorados	Media mejor valorados	Diferencia	t	p-value
Limpieza	8.29	9.78	1.49	33.51	<0.001
Precisión del anuncio	8.44	9.86	1.42	33.67	<0.001
Comunicación	8.89	9.89	1.00	25.51	<0.001
Facilidad de check-in	8.91	9.86	0.95	23.75	<0.001

- Las diferencias entre items son **estadísticamente significativas** (t < 20 y p-value < 0.05)

PROPUESTA DE NEGOCIO

Nivel 1 - Prioridad alta

01

Limpieza

- Ofrecer externalización del servicio de limpieza al propietario
- Replicar casos de éxito y crear un formulario de limpieza
- Certificación interna disponible en la plataforma (“Alojamiento super limpio”)

02

Precisión del anuncio

- Estandarizar los items a incluir en los anuncios para reducir discrepancias
- Auditorias internas para asegurar la fiabilidad del anuncio

PROPUESTA DE NEGOCIO

Nivel 2 - Prioridad media

03

Comunicación

- Plantillas de mensaje automatizadas
- Chat interno entre anfitrión y usuario ante incidencias
- Guías de actividades disponibles para el usuario

04

Facilidad de check-in

- Check-in flexible según franjas horarias
- Check-in digital mediante códigos de acceso para automatizar el proceso

PROPUESTA DE NEGOCIO

Propuestas comunes

05

Programa de incentivos para anfitriones

- Bonificación en comisiones al mejorar de forma clara en las puntuaciones (p.e. mejora de 0.5 puntos respecto al histórico del mes anterior)

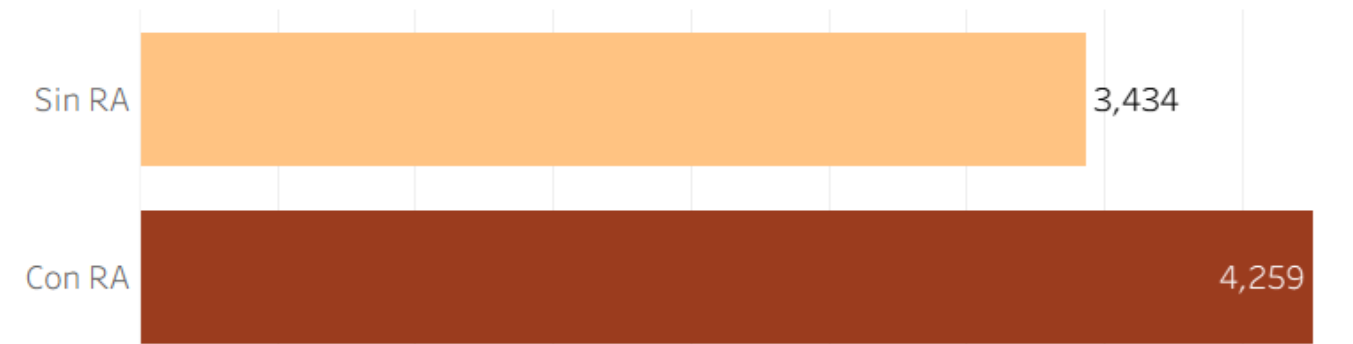
06

Programa de recompensas para los usuarios

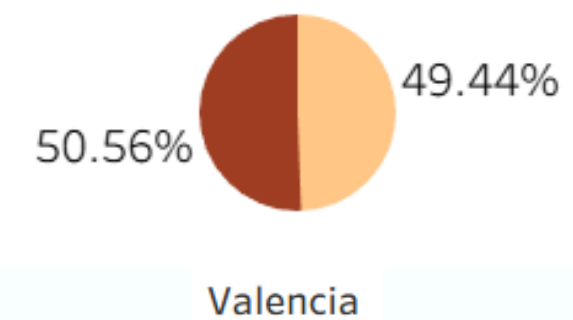
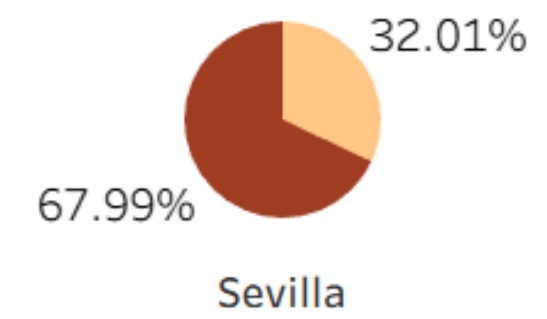
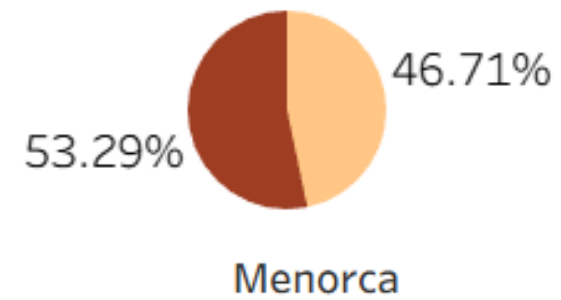
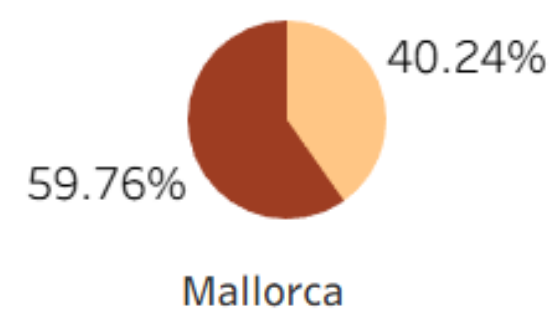
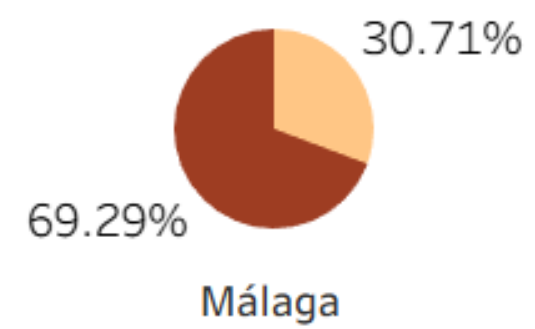
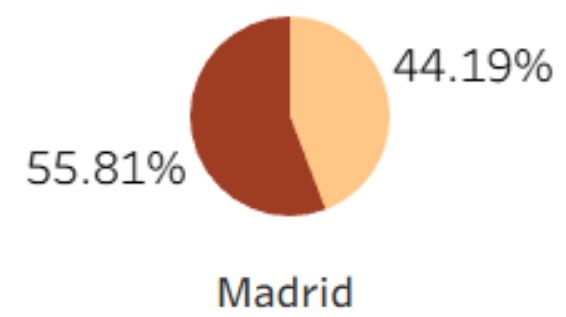
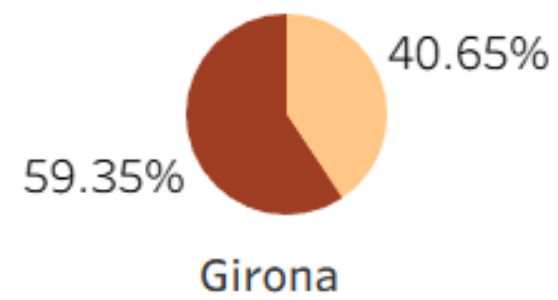
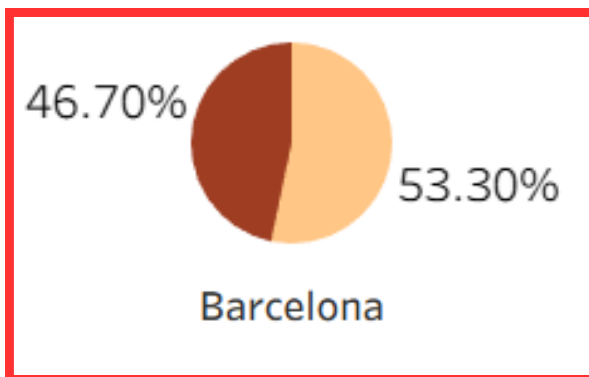
- Ofrecer ventajas para futuras reservas para incentivar que dejen reviews completas al finalizar su estancia (acción conjunta con Marketing)

Operaciones y Gestión de Inventario

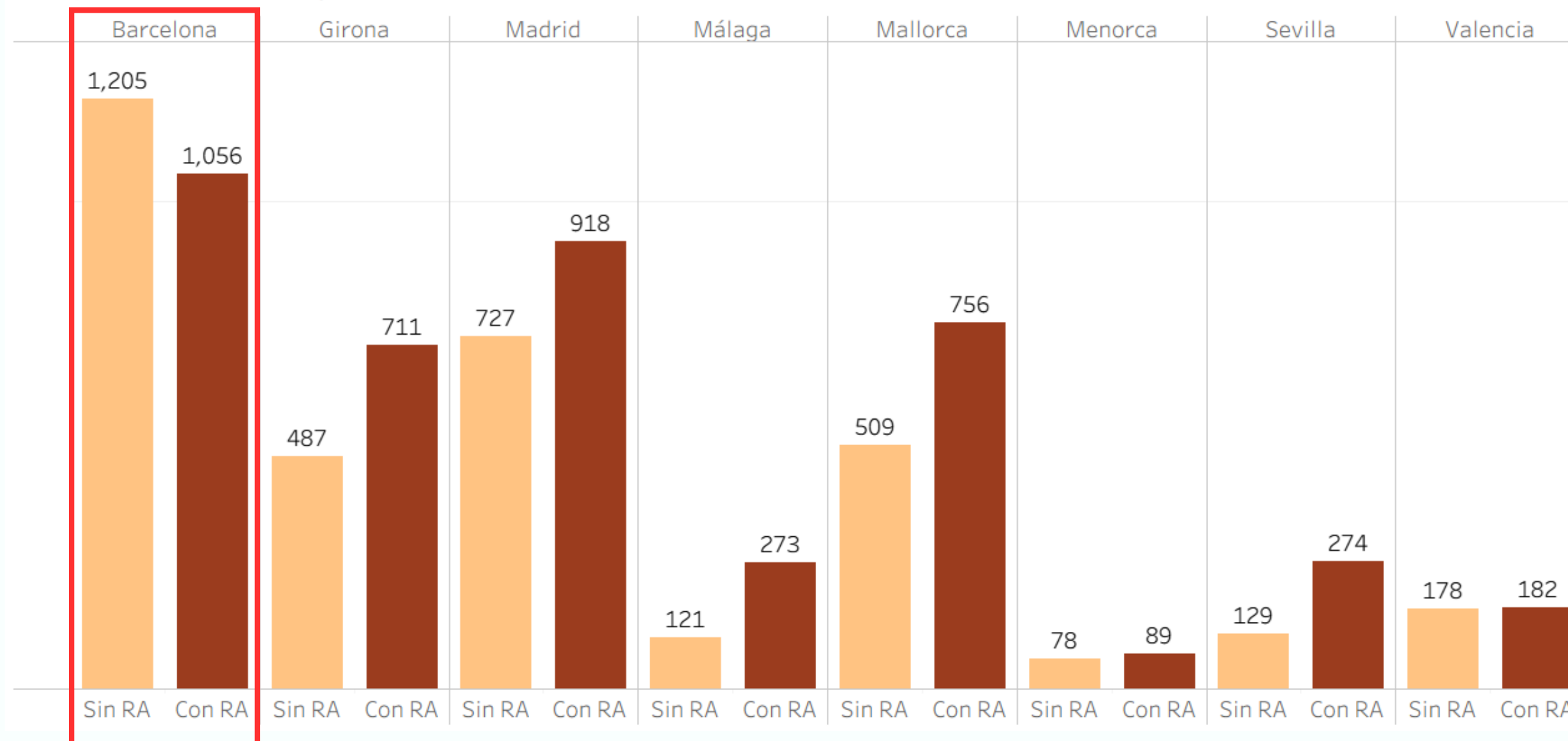
Alojamientos con /sin reserva automática



Reserva automática por ciudad



Alojamientos con/sin reserva automática por ciudad



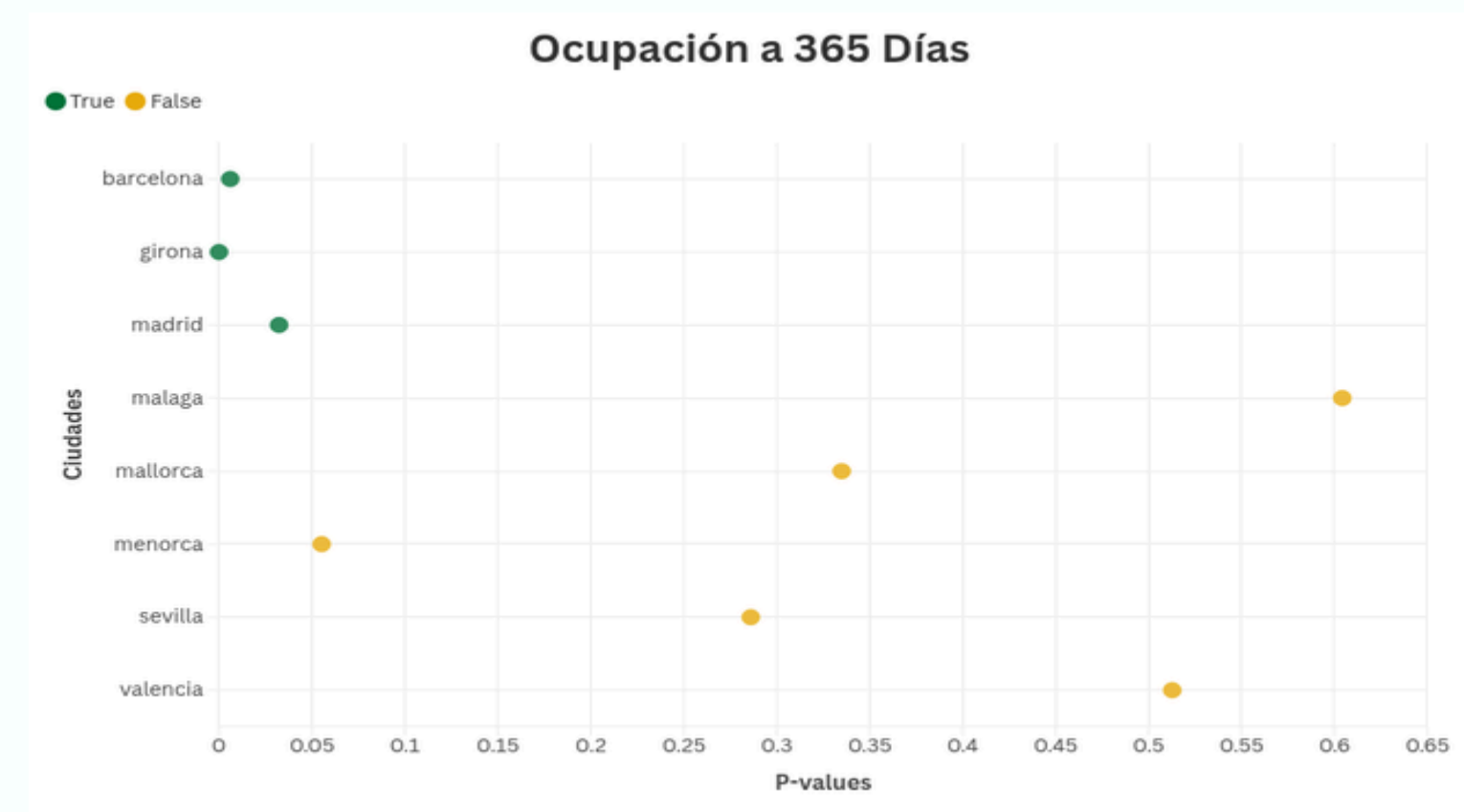
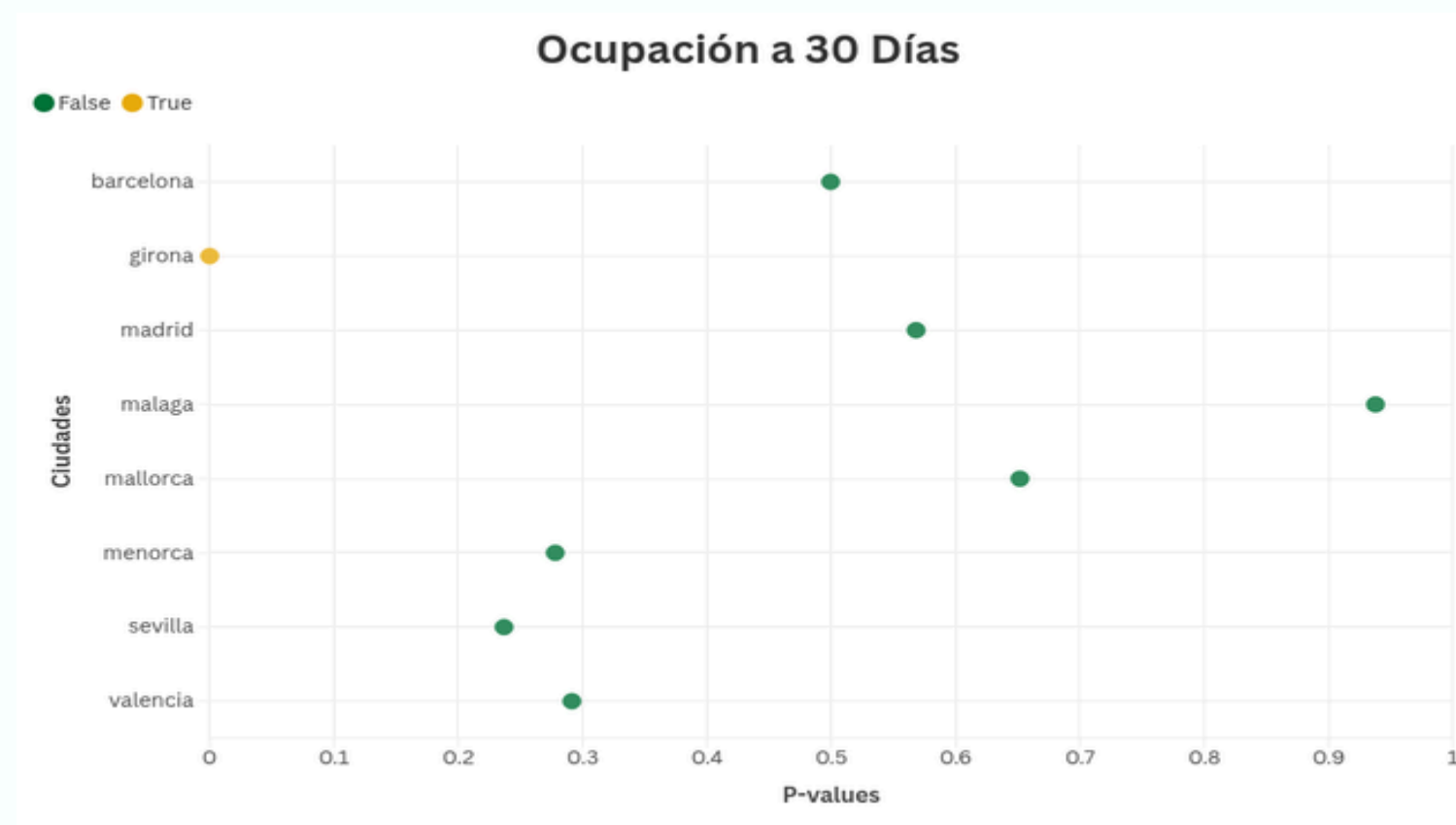
Ocupación con/sin reserva automática (30 días)



Ocupación con/sin reserva automática (365 días)



Significancia Estadística de la RA sobre la Ocupación (Prueba-t)



Significancia estadística cuando $p < 0.05$

PROPUESTA DE NEGOCIO

01

Al ser una opción ya implementada, hay que convencer a los hosts de su uso:

- Diferenciador de la competencia con respecto a UX
- Posicionamiento mediante filtro
- Mayor flexibilidad para establecer precio: control desde StaySpain (más beneficios)

02

Elemento atractivo para nuevos segmentos de público:

- Viajeros de último minuto (reservas para menos de 48h)
- Empresas + clientes internacionales (precisan confirmación instantánea)
- Millenial / Gen Z, buscan inmediatez

03

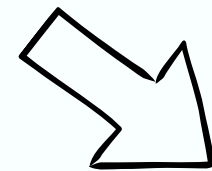
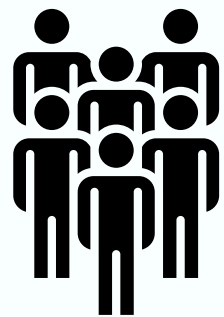
Monitorizar nuevos KPI relacionados con 'is_instant_bookable':

- Control del ratio de cancelaciones
- Tiempo medio de confirmación de reservas
- Verificar la incidencia respecto a la satisfacción del cliente / calidad del check-in

Marketing y Comunicación

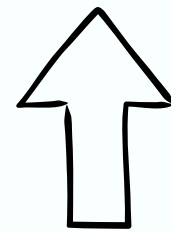
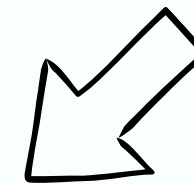
¿Cómo **afectan al precio** las siguientes variables?

1) Número de **huéspedes**
(*Accommodates*)

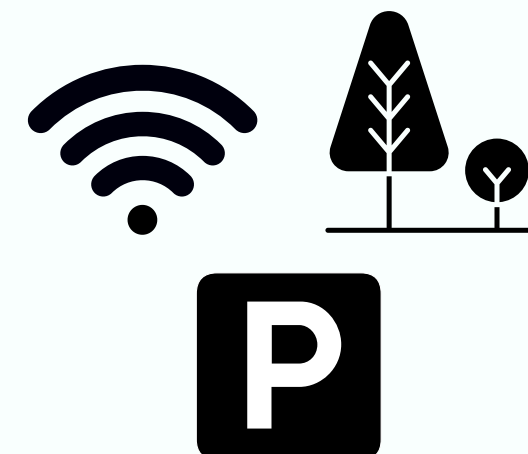


P R E C I O

2) Valoración de **ubicación**
(*location review score*)

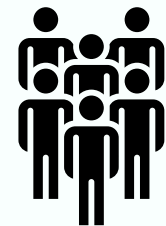


3) **Equipamientos**
(*Amenities*)



¿Cómo **afectan al precio** las siguientes variables?

1) Número de **huespedes** (*Accommodates*)



01

*La mayoría de los alojamientos pueden acoger a menos de **6 huéspedes***

02

*Existen alojamientos con capacidades que van desde 1 hasta **30 personas***

2) Valoración de **ubicación** (*location review score*)



01

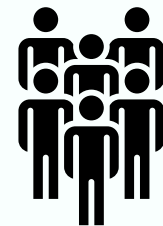
*Es la valoración de la ubicación según la percepción de los huéspedes. **21.52%** de los alojamientos no cuentan con esta valoración*

02

*Las valoraciones están **distribuidas uniformemente** entre las diferentes ciudades, tipos de alojamiento o capacidad*

¿Cómo **afectan al precio** las siguientes variables?

1) Número de **huespedes** (*Accommodates*)



01

*La mayoría de los alojamientos pueden acoger a menos de **6 huéspedes***

02

*Existen alojamientos con capacidades que van desde 1 hasta **30 personas***

2) Valoración de **ubicación** (*location review score*)



01

*Es la valoración de la ubicación según la percepción de los huéspedes. **21.52%** de los alojamientos no cuentan con esta valoración*

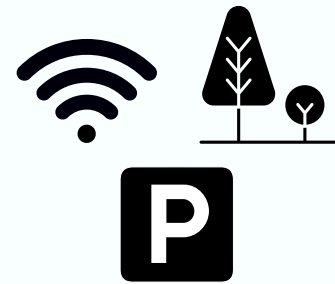
02

*Las valoraciones están **distribuidas uniformemente** entre las diferentes ciudades, tipos de alojamiento o capacidad*



¿Qué buscan los huéspedes en un alojamiento?

3) Equipamientos (Amenities)



01 Más de 200 tipos específicos

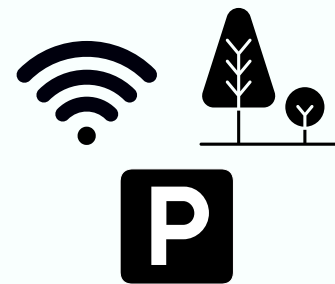
02 *Agrupados en 10 categorías*

- ***Climatización***
- ***Espacios Exteriores***
- ***Internet***
- ***Espacios de trabajo***
- ***Deporte***

- ***Aparcamiento***
- ***Vistas***
- ***Cocina Equipada***
- ***Baño Equipado***
- ***Diversidad funcional***

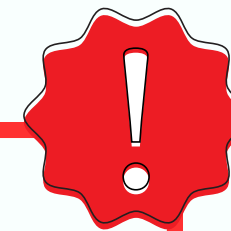
¿Qué buscan los huéspedes en un alojamiento?

3) Equipamientos (Amenities)



~ **50% de los huéspedes** tienen en cuenta estos equipamientos para elegir su alojamiento

- **Climatización**
- **Espacios Exteriores**
- **Internet**
- **Espacios de trabajo**
- **Deporte**
- **Aparcamiento**
- **Vistas**
- **Cocina Equipada**
- **Baño Equipado**
- **Diversidad funcional**



Puntuación grupo y puntuación total

¿Cómo **afectan al precio** las siguientes variables?

	Barcelona	Girona	Madrid	Málaga	Mallorca	Menorca	Sevilla	Valencia
Puntuación Amenities	0.28	0.17	0.19	0.18	0.20	0.19	0.06	0.07
Número de Huéspedes	0.70	0.57	0.68	0.54	0.60	0.71	0.52	0.63
Valoración Localización	0.04	0.06	0.20	0.15	0.00	0.08	0.19	0.09

01

Los precios se ven afectados en mayor medida por el **número de huéspedes**.

Seguidos por la puntuación de las amenities y en menor grado por la valoración de la localización

02

Oportunidad: Trabajar en los equipamientos (amenities) ya que es la variable que da más margen realista de mejora.

¿Cómo **afectan al precio** las siguientes variables?

	Barcelona	Girona	Madrid	Málaga	Mallorca	Menorca	Sevilla	Valencia
Puntuación Amenities	0.28	0.17	0.19	0.18	0.20	0.19	0.06	0.07
Número de Huéspedes	0.70	0.57	0.68	0.54	0.60	0.71	0.52	0.63
Valoración Localización	0.04	0.06	0.20	0.15	0.00	0.08	0.19	0.09

01

Los precios se ven afectados en mayor medida por el **número de huéspedes**.

Seguidos por la puntuación de las amenities y en menor grado por la valoración de la localización

02

Oportunidad: Trabajar en los equipamientos (amenities) ya que es la variable que da más margen realista de mejora.

PROPUESTA DE NEGOCIO

01

Creación de DISTINTIVOS para alojamientos que cumplan con ciertos requisitos en materia de equipamientos

- Se muestran en los anuncios haciéndolos más atractivos.
- Separados por grupos (climatización, espacios exteriores, ...)
- Diferenciados en niveles (por ejemplo: Oro, Plata, etc)



02

Convertir estos distintivos en FILTROS de búsqueda

- Facilitando a los huéspedes la búsqueda de alojamientos que se adapten a sus deseos o necesidades.

03

EVALUACIÓN de los equipamientos

- Definición de una lista simplificada y cerrada de equipamientos relevantes.
- Hacer partícipe a los anfitriones de la importancia de cada equipamiento para los usuarios (Cuanto suma cada uno a la valoración del distintivo)

3.5

Propuesta conjunta Marketing - Experiencia de cliente

- Recompensar las reviews y la participación en encuestas

PROPUESTA DE NEGOCIO

01

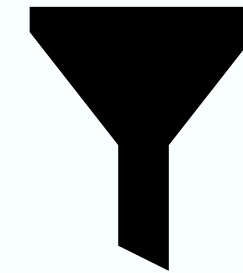
Creación de DISTINTIVOS para alojamientos que cumplan con ciertos requisitos en materia de equipamientos

- Se muestran en los anuncios haciéndolos más atractivos.
- Separados por grupos (climatización, espacios exteriores, ...)
- Diferenciados en niveles (por ejemplo: Oro, Plata, etc)

02

Convertir estos distintivos en FILTROS de búsqueda

- Facilitando a los huéspedes la búsqueda de alojamientos que se adapten a sus deseos o necesidades.



03

EVALUACIÓN de los equipamientos

- Definición de una lista simplificada y cerrada de equipamientos relevantes.
- Hacer partícipe a los anfitriones de la importancia de cada equipamiento para los usuarios (Cuanto suma cada uno a la valoración del distintivo)

3.5

Propuesta conjunta Marketing - Experiencia de cliente

- Recompensar las reviews y la participación en encuestas

PROPUESTA DE NEGOCIO

01

Creación de DISTINTIVOS para alojamientos que cumplan con ciertos requisitos en materia de equipamientos

- Se muestran en los anuncios haciéndolos más atractivos.
- Separados por grupos (climatización, espacios exteriores, ...)
- Diferenciados en niveles (por ejemplo: Oro, Plata, etc)

02

Convertir estos distintivos en FILTROS de búsqueda

- Facilitando a los huéspedes la búsqueda de alojamientos que se adapten a sus deseos o necesidades.

03

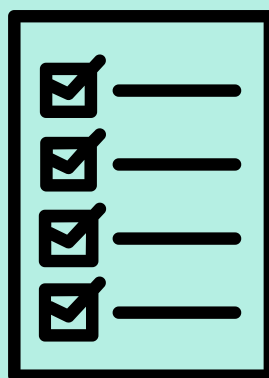
EVALUACIÓN de los equipamientos

- Definición de una lista simplificada y cerrada de equipamientos relevantes.
- Hacer partícipe a los anfitriones de la importancia de cada equipamiento para los usuarios (Cuanto suma cada uno a la valoración del distintivo)

3.5

Propuesta conjunta Marketing - Experiencia de cliente

- Recompensar las reviews y la participación en encuestas



PROYECTO



StaySpain