



El futuro
es de todos

Gobierno
de Colombia

Programa de Formación Exportadora Industria Hotelera

2021



PROCOLOMBIA
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS





Micro Estancias Staycations

Xavier Cárdenas

Candidato a Doctor In Business Administration-DBA en Transformación digital del Instituto de Empresa (IE), y Máster en International Hospitality Management de Swiss Hotel Management School. Profesor del IE Business School- Swiss Education Group y varias Business Schools en Latinoamérica, cuentas con varias certificaciones en metodologías ágiles de Virginia University, Colorado University, Maryland University es Coach acreditado en Scrum. Se ha desempeñado en cargos directivos como Chief Information Officer y Sales Manager. CEO & Founder MyRevenue



Agenda

1 Conceptos

¿Qué son "staycations" "micro-estancias" y por qué son importantes?

2 Motivación

¿Cuáles son los factores motivacionales de mis huéspedes?

3 Expectativas

¿Cuáles son las expectativas de los huéspedes de staycations y micro estancias ?

4 Acciones

¿Cómo construyo staycations? ¿Cómo las mercadeo? ¿Cómo puedo diferenciarme?

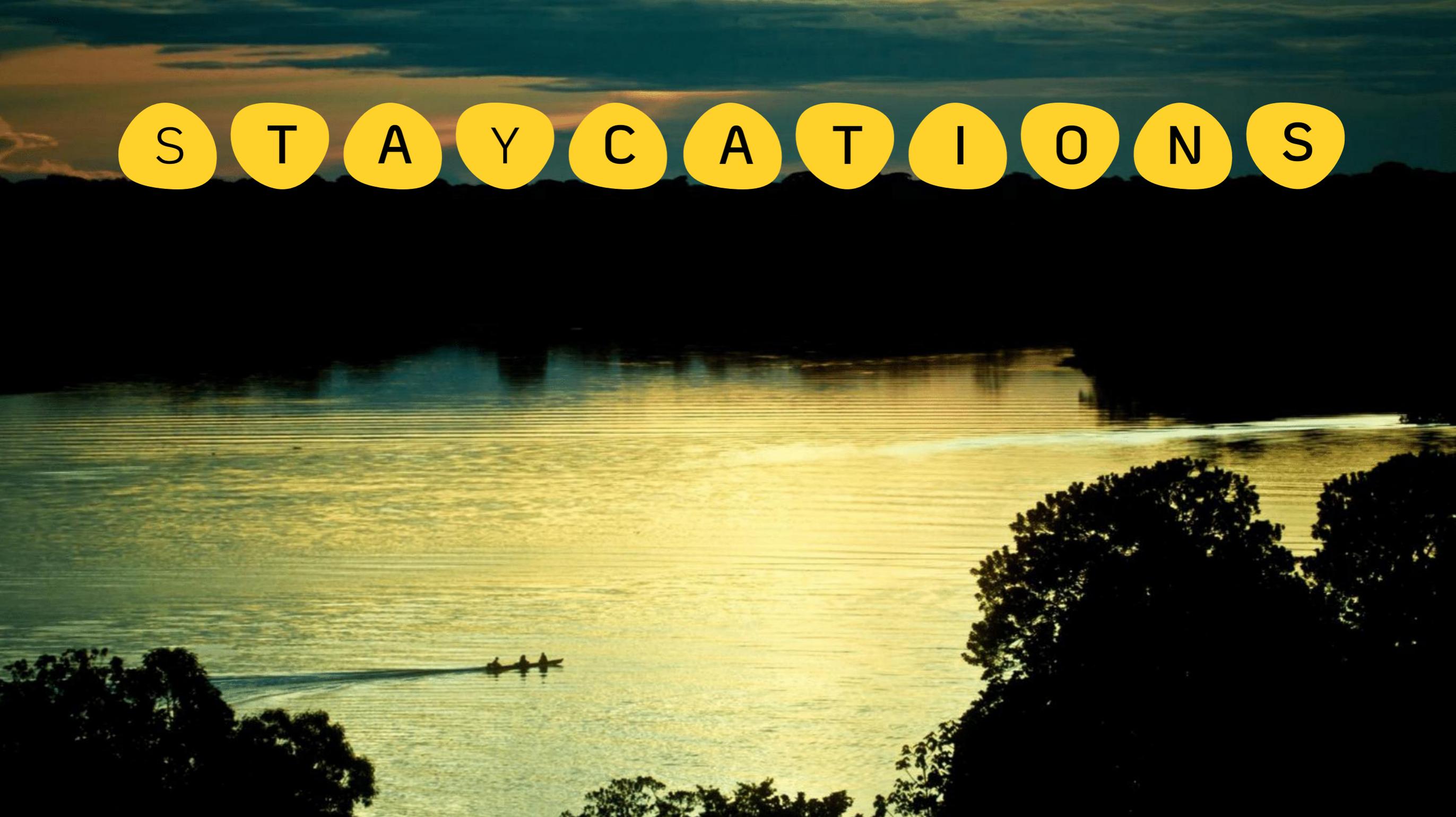
5 Métricas

¿Cómo se si las staycations y micro-estancias funcionan? ¿Cómo puedo medir mis ingresos?

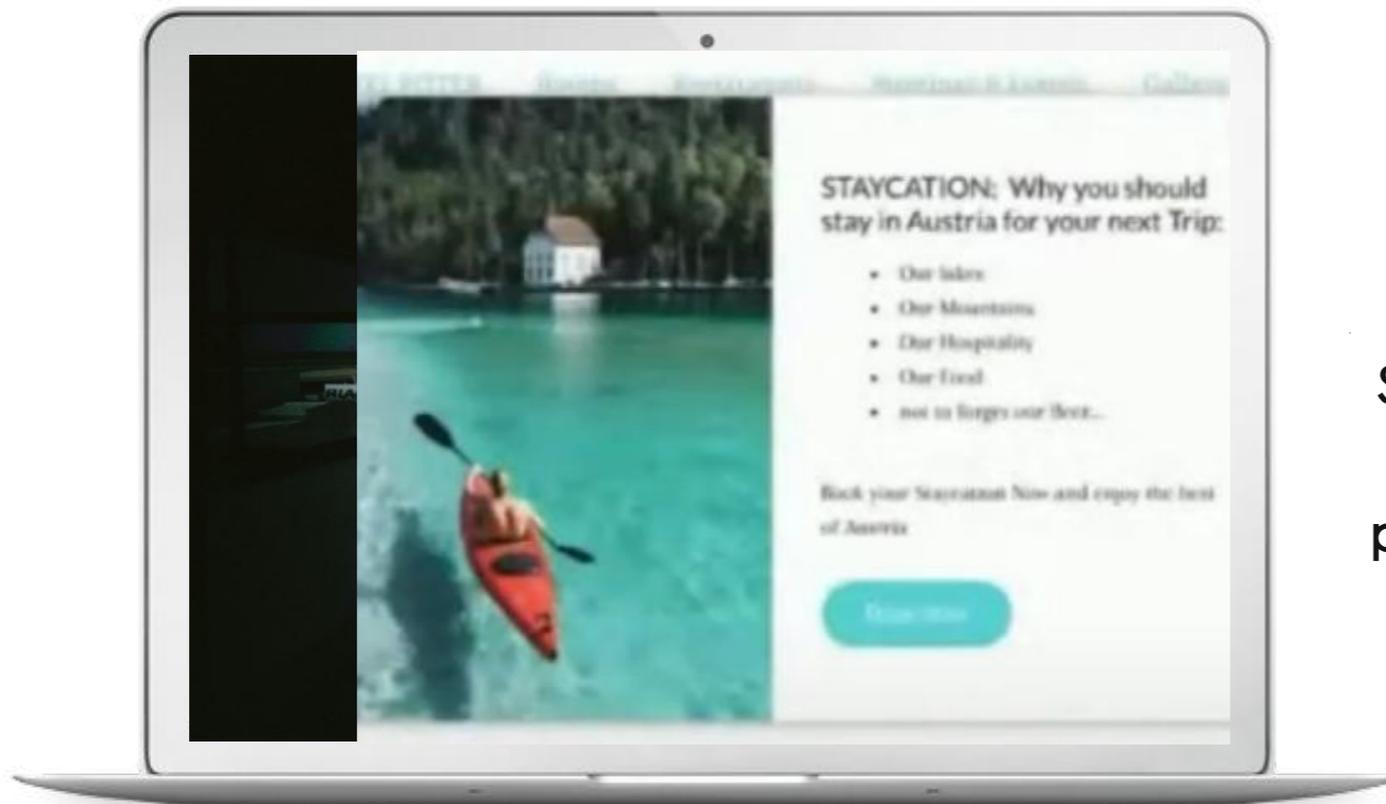
6 Conclusiones

Reflexiones finales

S T A Y C A T I O N S



DEFINICIÓN



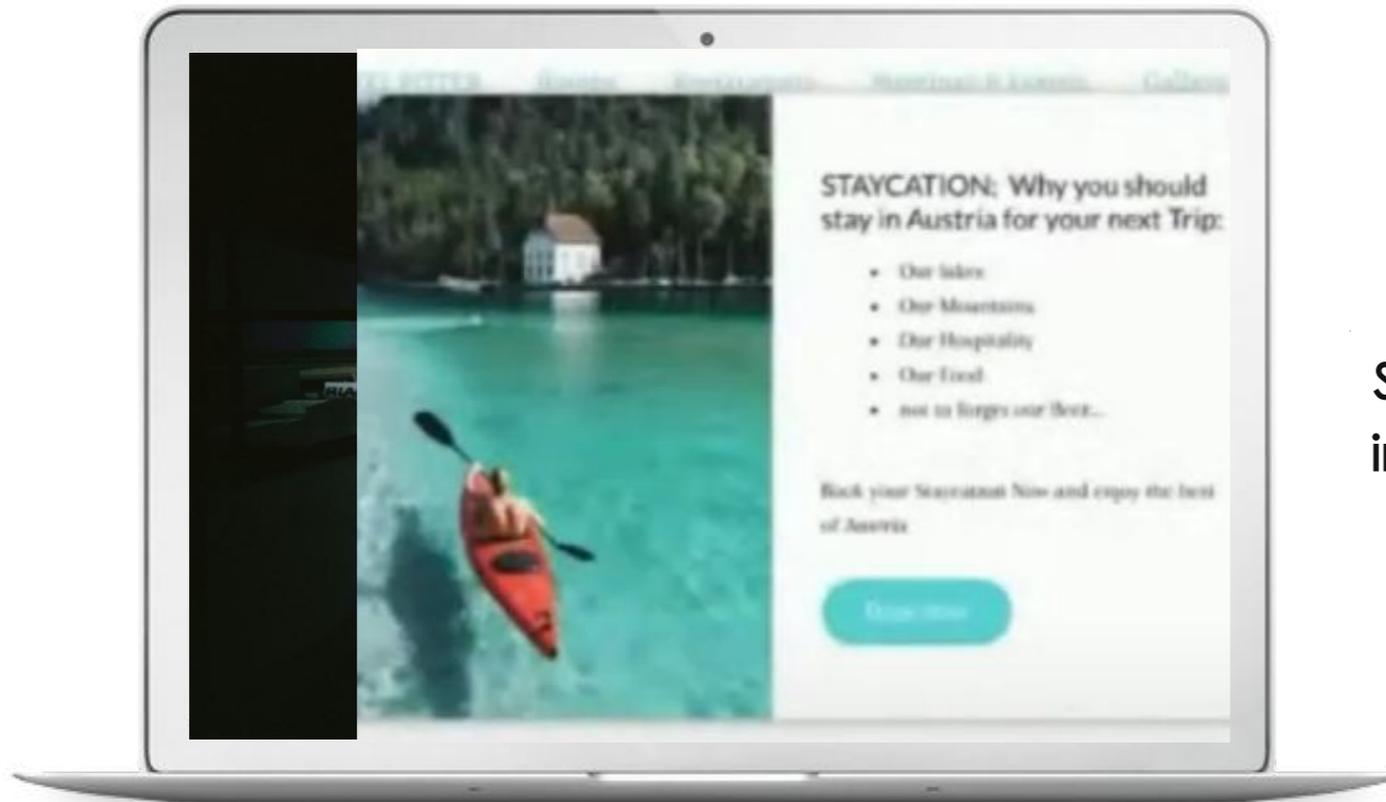
Se define como vacaciones en las cuales los individuos pasan tiempo en su propio país en lugar de viajar al extranjero (Bixton, 2013).



DEFINICIÓN

Efecto Covid-19

Vacaciones o **TIEMPO LIBRE** en el cuales los individuos pasan tiempo en su **propio país o CIUDAD** en lugar de viajar al extranjero (My Revenue, 2020).



Se define como vacaciones en las cuales los individuos pasan tiempo en su propio país en lugar de viajar al extranjero (Bixton, 2013).



STAYCATIONS

MICROHOLIDAYS
"Horas o Segundos"



DEFINICIÓN



Micro estancias

Estancias menores a 12 horas en un Hotel -
no es un concepto nuevo "Day Use"-
busca dar flexibilidad al viajero



Efecto Covid-19

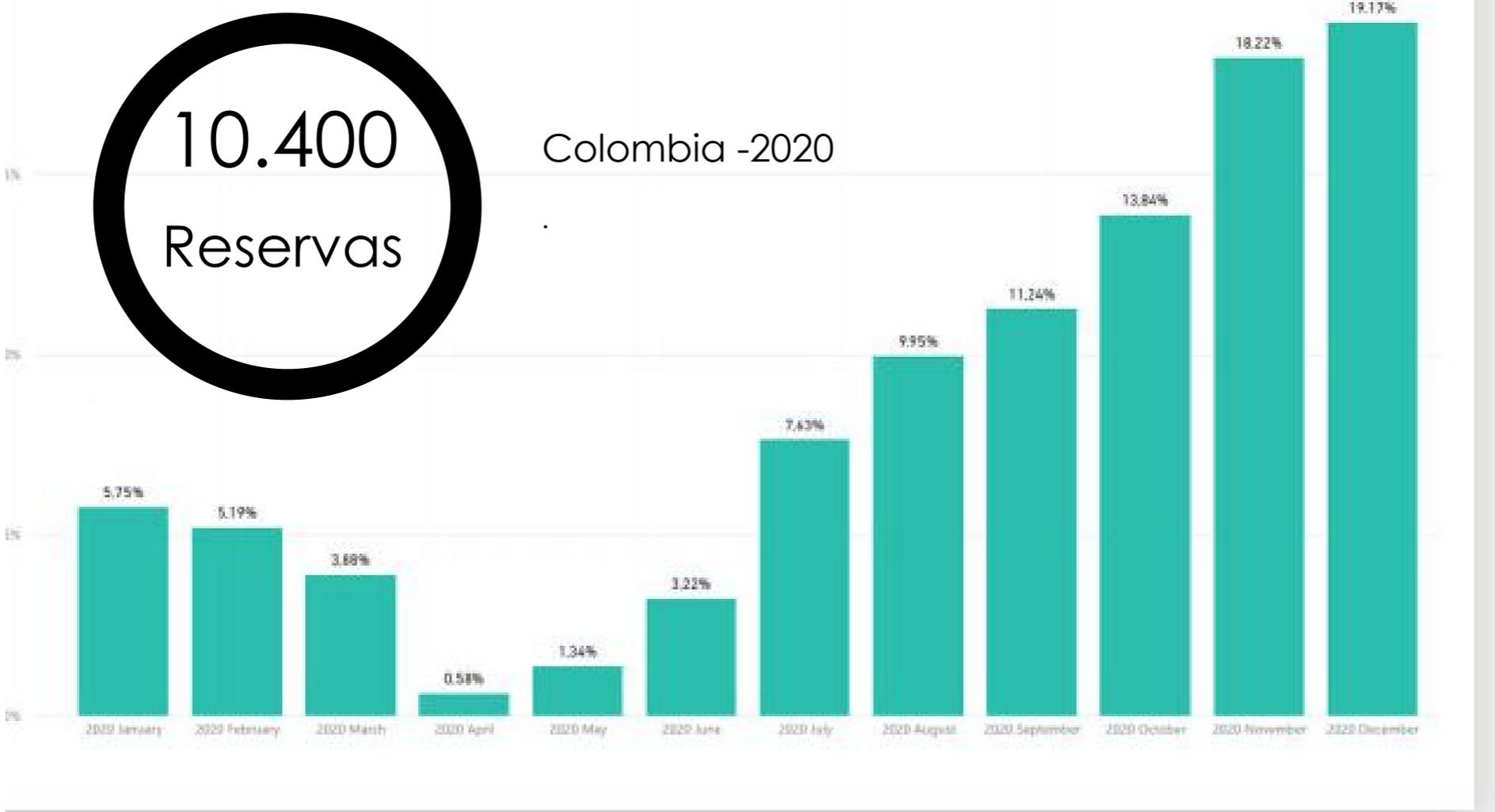
Aumento de personas que necesitan
menos horas de 12 Horas por
circunstancias y condiciones nuevas



Crecimiento ByHours

10.400
Reservas

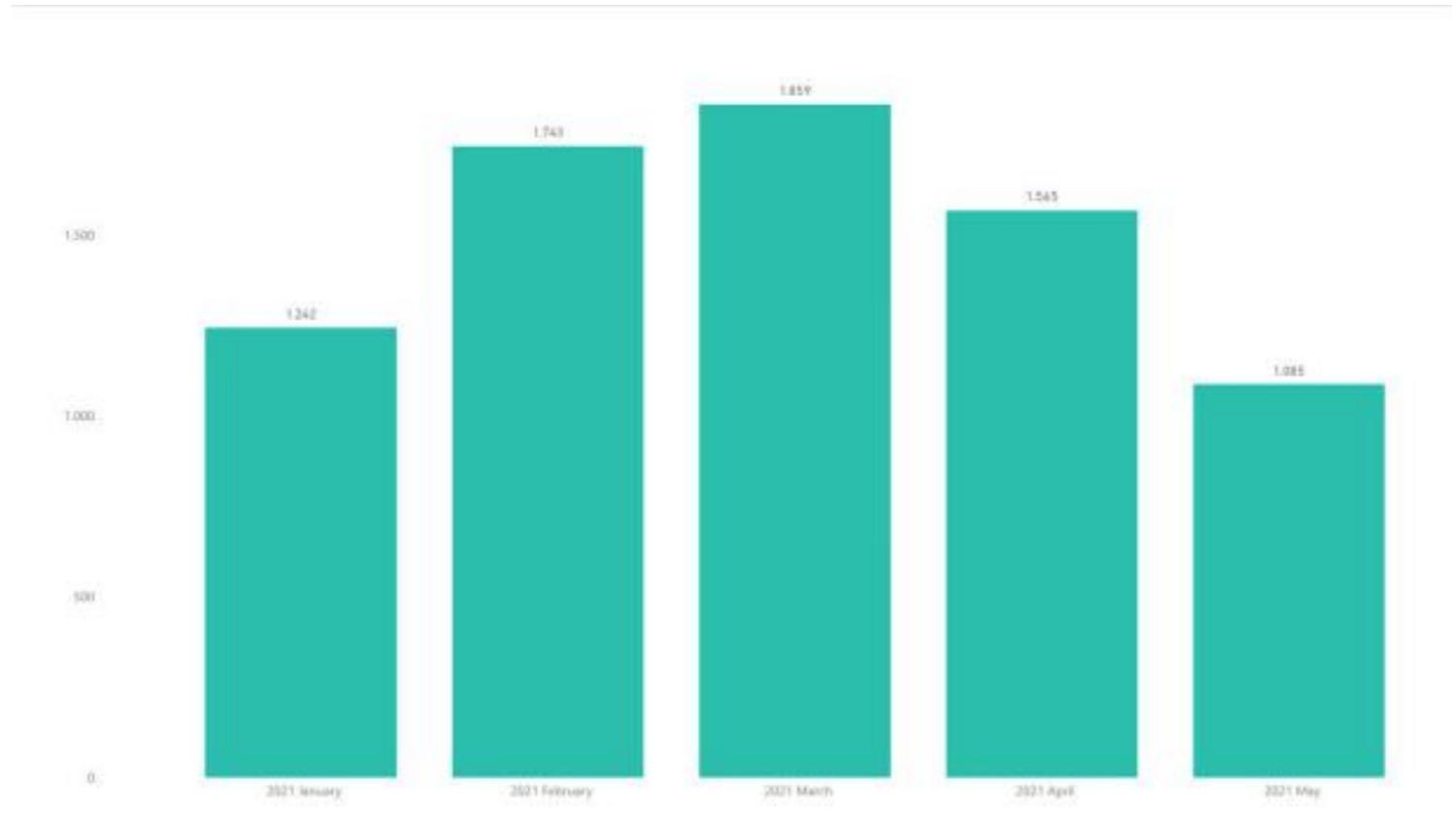
Colombia -2020



Fuente: ByHours



Crecimiento ByHours



202%

Enero- Abril vs 2020

12%

Enero- Abril vs Ultimo trimestre
2020

Fuente: ByHours



Crecimiento ByHours

TODOS LOS DESTINOS	
Armenia	Manizales
Barranquilla	Medellín
Bogotá	Montería
Bucaramanga	Paipa
Cajicá	Pereira
Cali	Rionegro
Cartagena	Santa Marta
Chía	Valledupar
Ibagué	Yopal
Itagüí	Zipaquirá



1. Ciudades Mayor Crecimiento

Bogotá, Barranquilla, Santa Marta,
Cartagena

Fuente: ByHours

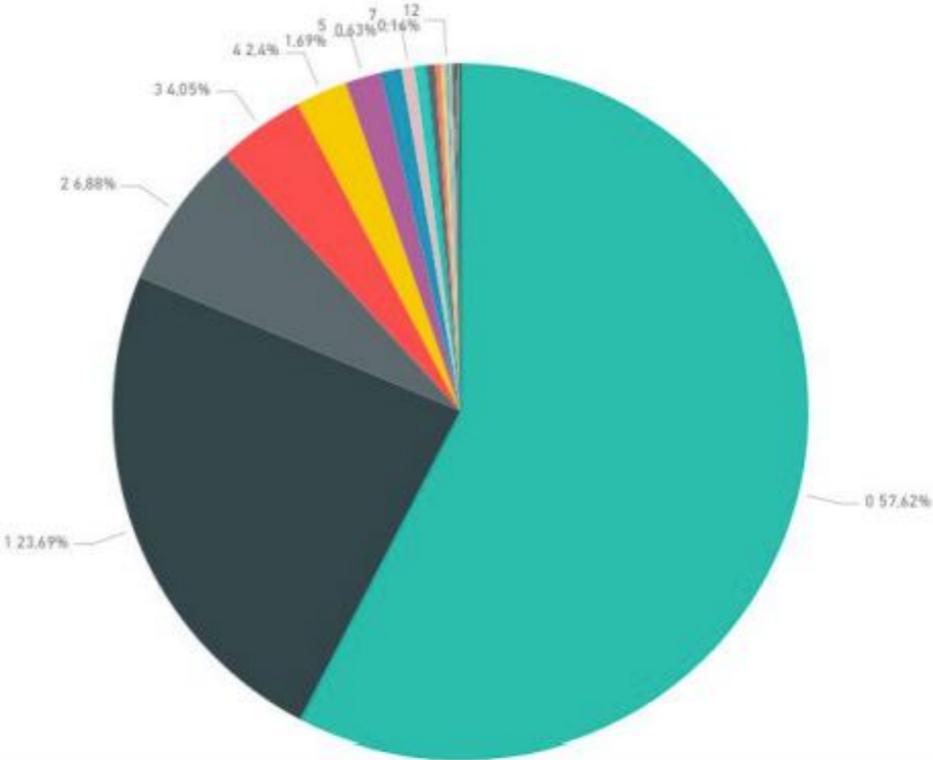


Crecimiento ByHours

Distribución de Paquetes de Horas



Booking Window / Anticipación de Reservas
* Expresado en días

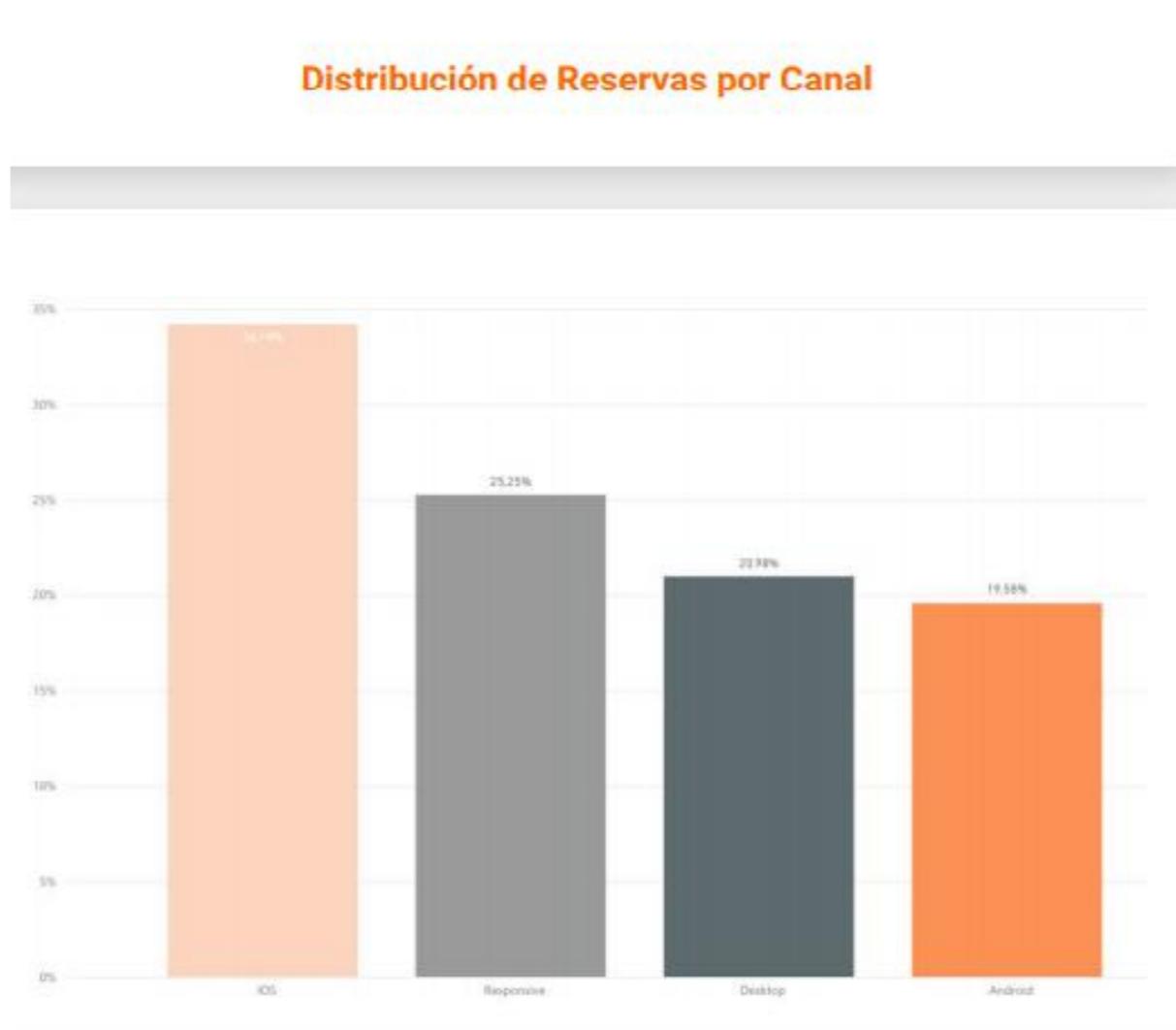


Fuente: ByHours



Crecimiento ByHours

Distribución de Reservas por Canal



Fuente: ByHours



MOTIVACIÓN





Experiencia: escapar de la realidad y cotidianidad por un corto tiempo.



Falta de tiempo para viajar al extranjero.*

*Imposibilidad de viajar





Experiencia relajación:
"Un espacio para Mi"
"Que me mimen"



Ocasiones especiales:
aniversario, cumpleaños,
grados, celebraciones.





Ansiedad: salir del lugar de confinamiento.

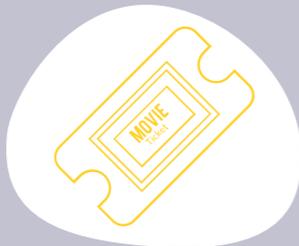


Entretenimiento: ya no puedo hacer lo que hacía antes.



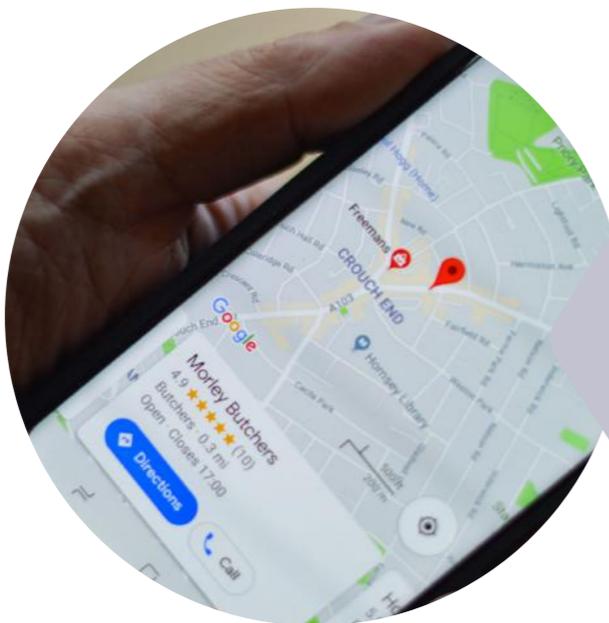


HomeOffice: Conferencias,
reuniones, concentración



Momentos especiales
con la pareja





Conveniencia: Gestión tiempo, cercanía. privacidad



Aeropuerto: Escalas, locaciones- pasadía



E X P E C T A T I V A S



SERVICIO

No son huéspedes de tipo "room only".
Quieren el mejor servicio posible,
amenities especiales, personalización
del servicio.



Tecnología

Excelente Wi-fi y una
nueva tendencia
"instagrammeable".

Staycations

Uso de instalaciones

- Spa
- Piscina
- Gimnasio
- Bar
- Restaurante





AGILIDAD

Como pagan por horas o segundos valoran la optimización del tiempo



Servicio

Express - Autoservicio
Privacidad- No Ruido-
Excelente Wifi

Microestancia

Consumos en la habitación

- A&B- Room Service
- Wifi Dedicado
- Mobiliario







Bioseguridad
+
Experiencia y Servicio

A

C

C

I

O

N

E

S

UNA COMPARACIÓN RÁPIDA

HUÉSPED

"Deseo salir y divertirme, pero me preocupa mi salud y mi seguridad"

"Deseo poder salir y divertirme, pero me he visto afectado económicamente"

"Yo antes viajaba al extranjero, ahora conoceré los hoteles de mi ciudad"

HOTELERO

"Necesito obtener más ingresos de un menor número de huéspedes y generar más valor con menor costo."

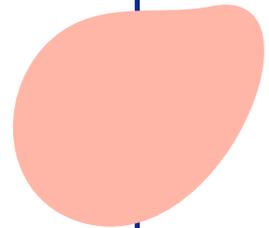
"Debo reactivar mis segmentos de mercado"



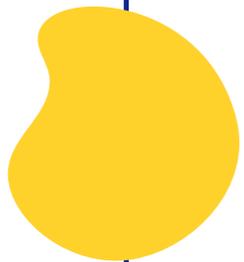


¡Nos vamos
de
staycations!

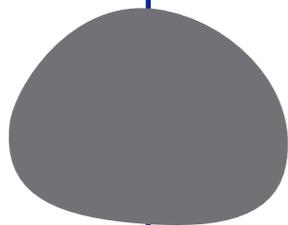




PRESTAY



STAY



POST-STAY



PRESTAY



Cuando creas un paquete,
pero es igual al de todos.

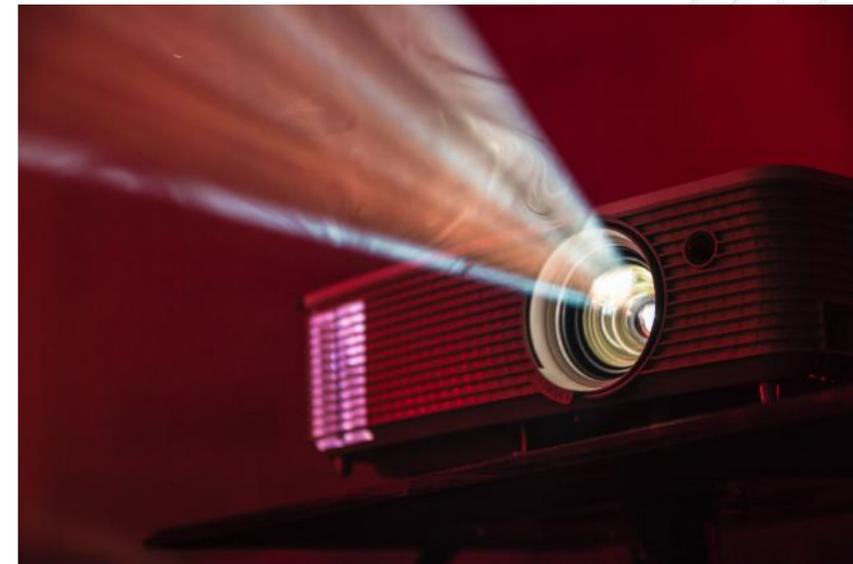


Recuerda seguirnos en instagram @myrevenue

PRESTAY

CREAR EXPERIENCIAS

NO COPIES LO MISMO QUE
HACEN TODOS.





PRESTA



Wellness lovers

Home chefs

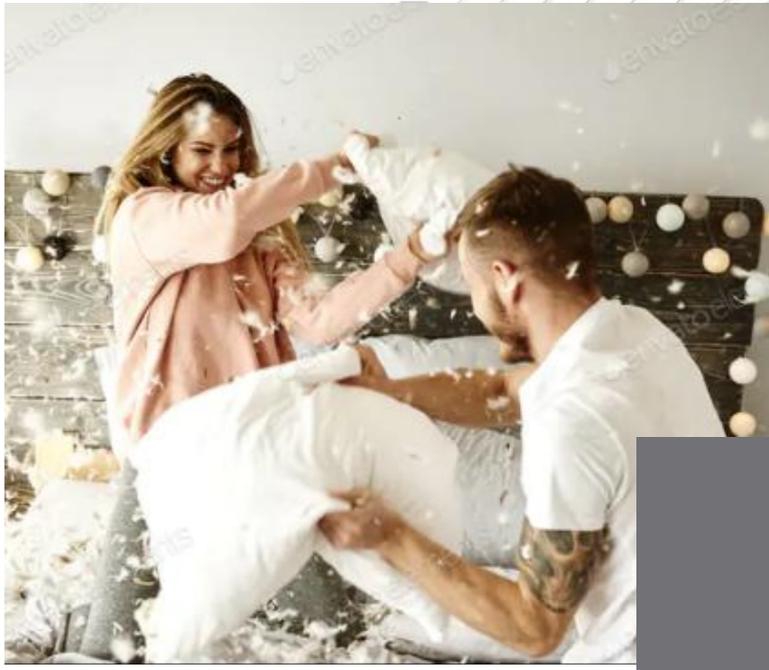
Fitness lovers

CEO's at home

Lazy eaters



PRESTAY



CREAR EXPERIENCIAS

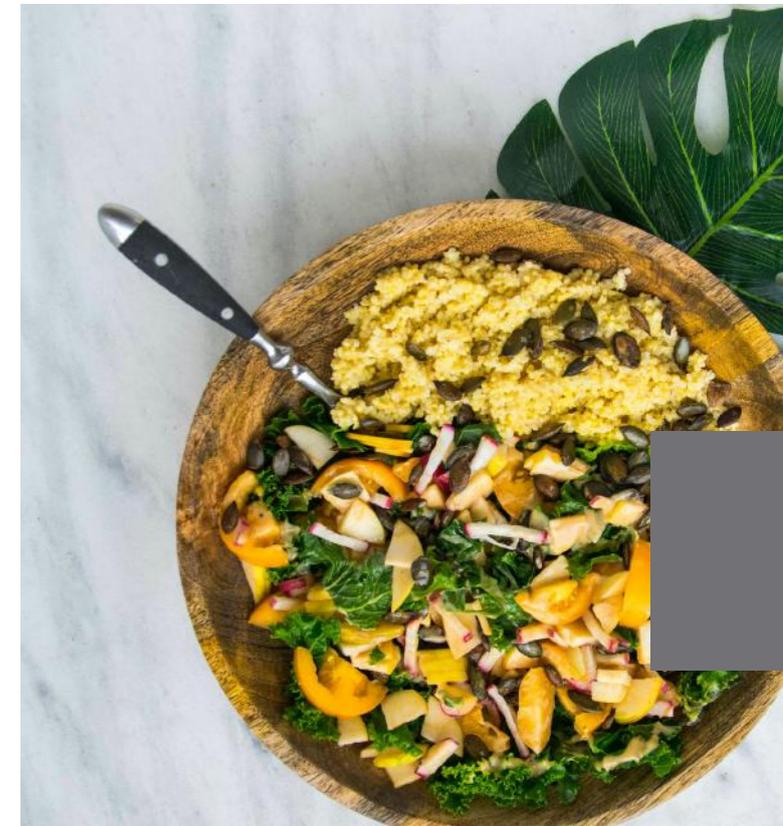
Es ser "customer centric" y tener EMPATIA.



PRESTAY

CREAR EXPERIENCIAS

Es indagar qué necesita mi huésped.



PRESTAY

CREAR EXPERIENCIAS

¿Qué **NO** podría hacer mi huésped en casa?
¿Qué sería digno de ser noticia?









BOGOTÁ

Market Grade

B+

73 of 100



Average Daily Rate

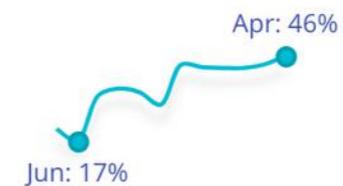
\$124.5K



[View Rates →](#)

Occupancy Rate

38%



[View Occupancy →](#)

Revenue

\$876.2K



[View Revenue →](#)



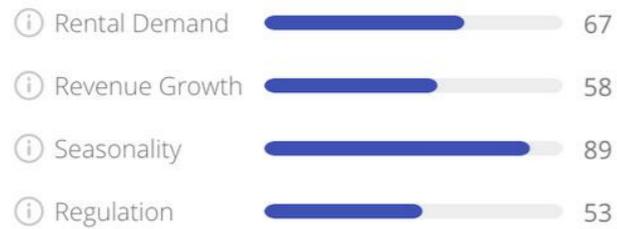


MEDELLÍN

Market Grade

A

87 of 100



Average Daily Rate



\$171.6K



[View Rates →](#)

Occupancy Rate



55%



[View Occupancy →](#)

Revenue



\$1.8M



[View Revenue →](#)



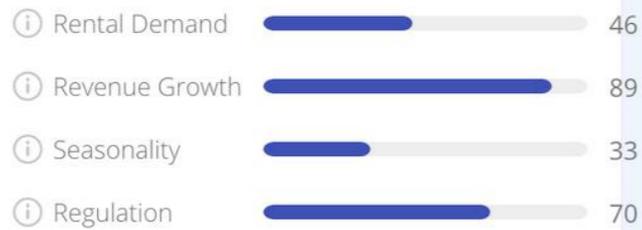


SAN ANDRÉS

Market Grade

B+

77 of 100



Average Daily Rate



\$346K



[View Rates →](#)

Occupancy Rate



38%



[View Occupancy →](#)

Revenue



\$2.9M



[View Revenue →](#)



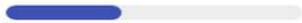


CARTAGENA

Market Grade

B

62 of 100

- i Rental Demand  43
- i Revenue Growth  67
- i Seasonality  39
- i Regulation  43

Average Daily Rate i

\$330K



[View Rates →](#)

Occupancy Rate i

35%



[View Occupancy →](#)

Revenue i

\$2.9M



[View Revenue →](#)



PRESTAY

CREAR EXPERIENCIAS

No es solo el montaje. Son los servicios y amenities.

PACKAGE INCLUDES:

- Canvas tent*
- Stein's plush moose stuffed animal toy
- National Geographic Starry Night Lantern
- Fun with Nature: Take Along Guide Book
- Site wide wireless Internet access

Privileges Include:

- One night's accommodation in an Outer Space Room with Seaview Balcony
- Breakfast for two adults and one child
- Take part in a "Kids Check-In" session and receive a personalised name badge
- A "Space Exploration" afternoon tea set for two adults and one child (available from 3-6 pm on the arrival day)
- A special gift upon completion of the in-room "Treasure Hunter" games
- One session of Outer Space themed workshop
- Two outdoor games# for one child (3-6pm on the arrival day)

*Kid's Birthday Privilege:

- One-pound themed birthday cake (served with afternoon tea set)



PRESTAY

CREAR EXPERIENCIAS

No se debe gastar "millones",
debe salir del corazón.



Para vender deben verme

OFFLINE & BRAND.COM- REDES

- El hotel puede resolver mis dudas.
- El hotel me permite personalizar.
- El hotel me brinda servicios alternativos.
- Hay alguien que se asegura de mi bienestar y el de mis seres queridos.

OTAs

- Es un intermediario que no tiene toda la información.
- Tengo que reservar antes de poder comunicarme.
- No sé si puedan hacer los cambios que necesito.
- No tengo un 100% de garantía.





PRESTAY

iVENDER!

The image displays three promotional cards for hotel services. Each card features a header, a title, a description, and a price comparison.

- Card 1: 24 hour upgrade**
 - Header: UPGRADE
 - Image: A modern hotel room with a bed and desk.
 - Title: **24 hour upgrade**
 - Description: Upgrade to one of our vacant suites & enj...
 - Price: ~~€ 600~~ € 450,-
- Card 2: Breakfast in bed**
 - Header: TOP EATED
 - Image: A bowl of cereal with fruit and coffee.
 - Title: **Breakfast in bed**
 - Description: Pamper yourself with our famous breakfast...
 - Price: ~~€ 50~~ € 40,-
- Card 3: Popcorn in your room**
 - Header: 25% DISCOUNT
 - Image: Popcorn buckets and a clapperboard.
 - Title: **Popcorn in your room**
 - Description: Sometime you just...
 - Price: ~~€ 20~~ € 15,-



PRESTAY

 <p>26% DISCOUNT</p>	 <p>TOP RATED</p>	 <p>POPULAR</p>	 <p>50% DISCOUNT</p>	 <p>35% DISCOUNT</p>	 <p>TOP RATED</p>
Breakfast Enjoy our breakfast buffet to get your... €-20 € 15,-	Breakfast in bed Pamper yourself with our famous breakfast... €-50 € 40,-	A la Carte breakfast Pre-order your favour... €-60 € 50,-	Early check-in Want to enjoy our hotel and the luxury... €-100 € 50,-	Bubbles in the room Start your holiday off in style €-80 € 52,-	Face treatment Treat yourself with our face treatment kit... €-50 € 40,-
 <p>POPULAR</p>	 <p>COVID PROOF</p>	 <p>COVID</p>	 <p>NEW</p>	 <p>UPGRADE</p>	 <p>25% DISCOUNT</p>
Premium seating Enjoy our famous 3-course menu while... €-150 € 100,-	Book sanitised private transfer Enjoy peace of mind on... €-90 € 80,-	To all frontline workers: thank you! This one is for you... € 0,-	Get your personal safety kit Keep yourself and... €-10 € 5,-	24 hour upgrade Upgrade to one of our a vacant suites & enj... €-600 € 450,-	Popcorn in your room Sometime you just... €-20 € 15,-

Adaptar los servicios que vamos a ofrecer.



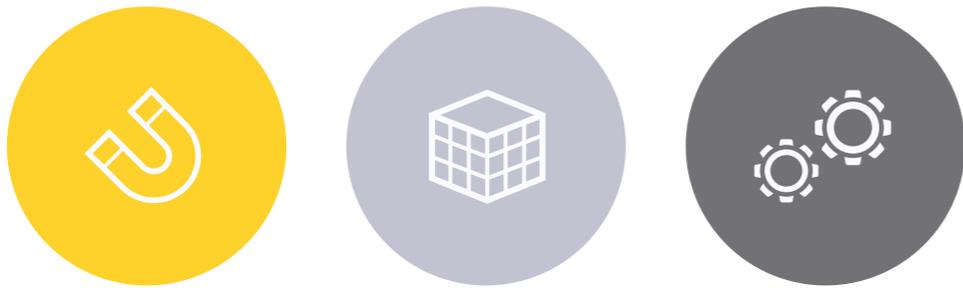


STAY



PERSONALIZACIÓN





Operaciones

01

Costos

Amenities de la Habitaciones

02

Horarios

De limpieza de las habitaciones

03

Tipo de Habitaciones

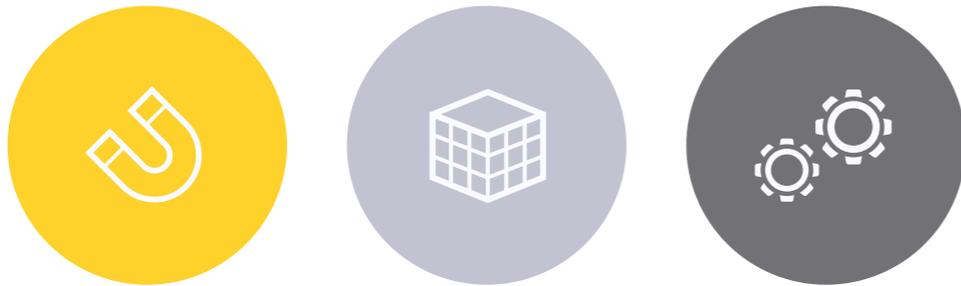
Categoría & Piso

4

Front Desk

Automatica Disponibilidad, control de duración





Revenue

01

Indicadores

Day Use ADR- % Ocupación

02

Analisis detalles

Horas de entrada. DOW. Extensión

03

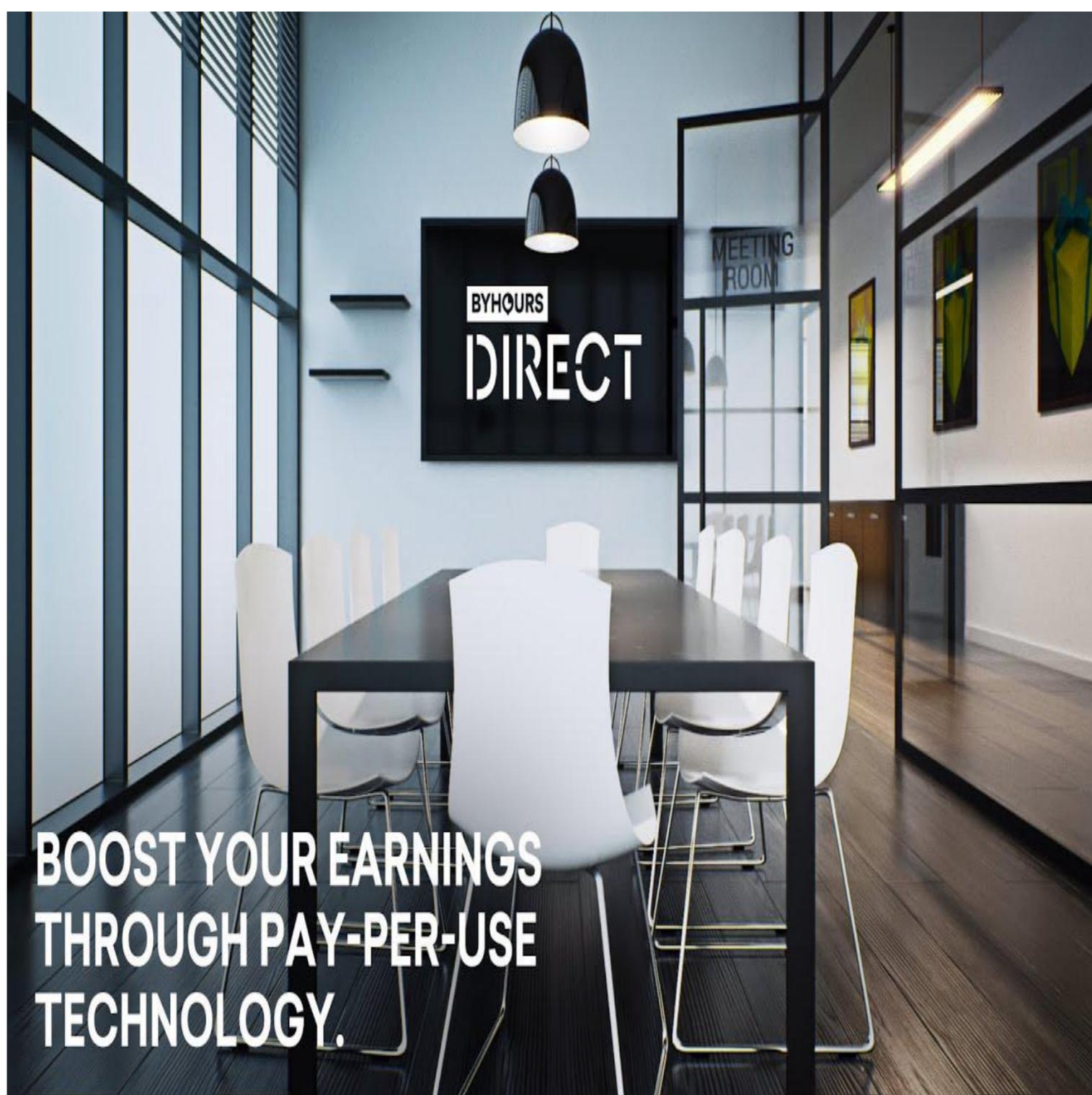
Ingresos Adicionales

CrossSelling

04

Optimizar Ingresos

Horas checkin y check out



**BOOST YOUR EARNINGS
THROUGH PAY-PER-USE
TECHNOLOGY.**





"Recuérdame"

Ahora nuestros huéspedes están más cerca que nunca. Debemos motivarlos a continuar viniendo o consumiendo nuestros productos.





M É T R I C A S



RevPAR

Nuestra métrica tradicional.
Revenue per available Room

-Ingresos habitaciones/
habitaciones disponibles

TRevPG

Total Revenue per guest

Ingresos totales/
número de huéspedes

TRevPAR

Total Revenue per Available
Room

Ingresos totales/
Habitaciones disponibles

GOPPAR

Gross Operating Profit per
available room

Ingresos operacionales/
habitaciones disponibles

RevPAH RevPAM

Revenue per available hour
Revenue per available
minute

Additional Revenue per Occ. Room

Ingresos otros
departamentos/
habitaciones ocupadas.

<https://myrevenue.com.co/category/blog/>



¿Cómo aplicar revenue management a staycations y microholidays?

C

O

N

C

L

U

S

I

Ó

N



Lo más difícil es pensar diferente.

No olvides al huésped cuando se va. Crea programas de lealtad.

El pez rápido se come al pez grande.

P
E
R
S
O
N
A
L
I
Z
A
R

E
M
P
A
T
I
Z
A
R

Usa la tecnología a tu favor:

Identifica tendencias (pax, DOS, LOS),
Brand.com, CRM,

"LET ME SPEND MY MONEY".

Las micro estancias no siempre son parejas

Pueden a
llegar a ser
rentables si
se
gestionan
bien.

P
A
R
A
D
I
G
M
A
S

A
G
I
L
I
D
A
D

Los huéspedes de micro-
estancias valoran cada
minuto

**"EL TRATO
ES
DIFERENTE".**





Whatsapp

+57 304 433 3509



Email

xavier@myrevenue.com.co



Website

www.myrevenue.com.co



Redes Sociales

Instagram @myrevenue
Linkedin My Revenue
Facebook My Revenue

TAIKU PALDIES ΕΥΧΑΡΙΣΤΩ TANAN благодаря
SHUKRAN DANKE TERMA KASSIH DÍKY
GRATIAS 감사합니 MATONDO MAAKE NANNI DIAKUIU
HVALA THANK YOU MERCI MOCHCHAKKERAM DIOLCH
TÄNAN YOU SPASIBO дякую FALEMINDERIT

GRACIAS

הודות ASANTE CHOKRANE ESKERRAK MISAOTRA GRAZIE
谢谢 OBRIGADO ARIGATO VINAKA
SULPÁY SPASIBO
DIOLCH ACIU DIOLCH WELALIN TAK KÖSZÖNÖM
EKELE NGIYABONGA MATUR NUWUN KIITOS DZIĘKUJĘ