

myHotel

Guía:
El Origen del IRO



myHotel | Guest Experience

Introducción

En un mundo donde la voz del huésped se amplifica en cada rincón digital, los hoteles enfrentan el desafío de mantener su reputación a la altura de las expectativas. Las reseñas online se han transformado en el nuevo termómetro de calidad y en un factor decisivo en la elección de los viajeros.

Pero, ¿cómo medir de forma integral esta reputación digital?

La respuesta nació en **2023**, con la creación del **Índice de Reputación Online (IRO)**, una métrica desarrollada por myHotel junto a un equipo de **ingenieros y docentes universitarios especializados en administración hotelera**, que buscaban unificar en un solo indicador las tres dimensiones fundamentales de la reputación online.

Así nació el **IRO**, una herramienta creada **por y para hoteleros**, que permite comprender, gestionar y mejorar la percepción digital de cada establecimiento.

Entendiendo el IRO

En la era digital actual, las reseñas online se han convertido en un elemento crucial para el éxito de cualquier hotel.

Los huéspedes potenciales confían en las opiniones de otros viajeros para tomar decisiones informadas sobre dónde alojarse.

Como hotelero, comprender y gestionar tres dimensiones clave es esencial:



Calificación promedio



Cobertura o respuesta a las reseñas



Cantidad de reseñas



Estos tres pilares conforman el **Índice de Reputación Online (IRO)**. A continuación, exploraremos por qué son tan importantes y cómo influyen directamente en los ingresos y la competitividad de tu hotel.

1. La Calificación de las Reseñas: Reflejando la Calidad y el Valor



Impacto de las calificaciones Una alta calificación no solo refleja satisfacción, sino que impacta directamente en las reservas y en los ingresos.

Los huéspedes están dispuestos a pagar más por un servicio bien valorado y consistente.

Cómo mejorar las calificaciones

Para mejorar tus calificaciones, enfócate en los siguientes aspectos:

1

Excelencia en el servicio: Capacita continuamente a tu equipo.

2

Mejor infraestructura: Asegura instalaciones impecables y amenities actualizados.

3

Escucha activa: Usa las encuestas y reseñas para detectar oportunidades de mejora.

4

Tecnología como aliada: Documenta acciones y haz seguimiento a tus planes de mejora.

2. La Cobertura (Respuestas a las reseñas):

Mostrando Atención y Compromiso



La importancia de responder a las reseñas

Responder a las reseñas, positivas o negativas, demuestra compromiso y empatía. Una buena respuesta puede convertir una experiencia negativa en una oportunidad de fidelización.

Mejores prácticas para responder a las reseñas

Para gestionar adecuadamente las respuestas a las reseñas, sigue estas prácticas:

- 1. Mantén un tono profesional:** Agradece siempre y responde con respeto.
- 2. Personaliza tus respuestas:** Muestra atención genuina.
- 3. Ofrece soluciones:** Explica acciones concretas para resolver los problemas.
- 4. Apóyate en IA:** Herramientas de inteligencia artificial pueden ayudarte a responder de forma más rápida y coherente.

3. La Cantidad de Reseñas:

Construyendo Confianza y Visibilidad

¿Por qué importa la cantidad?

El número de reseñas que recibe un hotel es una señal de confianza para los futuros huéspedes. Cuantas más experiencias compartidas haya, mayor es la percepción de transparencia y credibilidad. Además, los algoritmos de las OTAs y Google favorecen a los hoteles con más reseñas, aumentando su visibilidad online.



Estrategias para aumentar las reseñas

Para aumentar la cantidad de reseñas, puedes implementar varias estrategias:

1

Incentiva a tus huéspedes: Ofrece descuentos o beneficios por dejar reseñas.

2

Facilita el proceso: Usa correos post-estadía o códigos QR para dirigir a los huéspedes a tus canales de opinión.

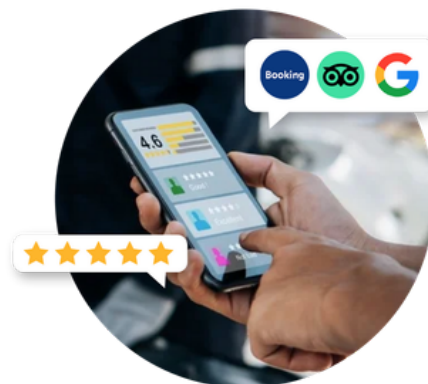
3

Programas de fidelización: Integra la solicitud de reseñas en tus programas de lealtad.

¿Qué es el IRO?

El **Índice de Reputación Online (IRO)** es un indicador exclusivo para clientes de **myHotel**, que recopila datos de miles de hoteles de América Latina desde distintas plataformas online y OTAs.

Su objetivo es evaluar y comparar la reputación online de los hoteles mediante un sistema porcentual claro y preciso **(de 0% a 100%)**.



¿En qué se basa el cálculo del IRO?

El IRO se calcula a través de un **algoritmo** que combina tres dimensiones ponderadas según su relevancia y capacidad de gestión:

Dimensión	Descripción	Peso en el IRO
Calificación Online	Promedio ponderado de las notas recibidas en portales de opinión.	50%
Cobertura (Respuestas)	Porcentaje de reseñas respondidas por el hotel.	30%
Cantidad de Reseñas	Número total de opiniones en relación al tamaño del hotel.	20%

El algoritmo fue diseñado con apoyo académico y técnico, priorizando las dimensiones gestionables por el hotel, para que el resultado refleje tanto la percepción de los huéspedes como la capacidad de acción del equipo.

Ejemplo Práctico:

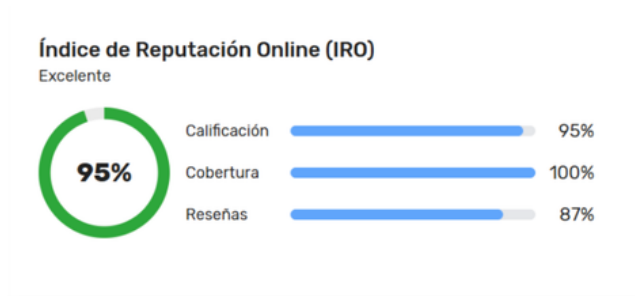
Un hotel con:

- Calificación promedio: **4,73**
- Cobertura del **100%** de sus reseñas
- Cantidad de reseñas dentro del promedio de su categoría

Hotel Tulum	Resultado visible en el período
Calificación promedio	4,73
Cobertura	100%
Cantidad de Reseñas	242

¿El resultado?

Un IRO del 95%, que indica un excelente desempeño frente a su competencia regional. Este puntaje se actualiza dinámicamente, lo que permite observar tendencias y áreas de mejora en tiempo real.



¿Por qué usar el IRO como métrica clave?



1

Anticipación de riesgos

El IRO permite identificar debilidades en tu reputación antes de que se transformen en crisis, dándote tiempo para actuar estratégicamente.

2

Comparación con el mercado

Puedes compararte con hoteles de tu misma categoría y región, ayudándote a mantenerte competitivo y a fijar metas realistas.

3

Gestión estratégica

El IRO ayuda a establecer **objetivos claros y medibles**, guiando a tu equipo en un plan de mejora continua alineado con las expectativas del huésped y los estándares del mercado.

¿Cómo saber si tu IRO es bueno?

A través de la plataforma **myHotel**, los hoteleros pueden monitorear su **IRO** en cualquier momento.

El sistema no solo muestra la puntuación general, sino que también **analiza las tres dimensiones**, ofreciendo **insights accionables** para mejorar el desempeño global del hotel.

Sobre el 90%	Excelente
Entre 80% y 89%	Bueno
Entre 70% y 79%	Regular
Entre 60% y 69%	Malo
Menor al 60%	Muy malo

Prueba el módulo de reputación online

[Solicita tu demo](#)

Conclusión

El IRO no es solo un número: es una herramienta estratégica para entender cómo te perciben tus huéspedes y cómo esa percepción impacta en tus resultados. Desde su creación en 2023, ha transformado la forma en que los hoteles de América Latina miden, comparan y mejoran su reputación digital.

El futuro de la gestión hotelera está en los datos, y el IRO es la brújula que te guía hacia un servicio más humano, eficiente y exitoso.

 **Mide, mejora y destaca. Tu reputación online es tu mejor carta de presentación.**



Paola Jiménez

Analista de Onboarding

myHotel

Guest Experience

Líder en Inteligencia Artificial Hotelera