

La Diferencia Domus

domus
FLATS

1. Pensado primero como hotel

En Domus seleccionamos cuidadosamente los terrenos en función de su nivel de ocupación y tarifas. El costo por llave debe reflejar el valor que estaríamos dispuestos a pagar si adquiriéramos la propiedad completa. La distribución de unidades replica la composición típica de un hotel: **aproximadamente 67% de habitaciones tipo hotel (estudios), 22% de junior suites (1 dormitorio) y 11% de suites grandes (2 dormitorios)**. Cada detalle, desde el trabajo de nuestros diseñadores hasta los acabados y el mobiliario de estándar comercial, refleja un compromiso hotelero con la calidad y la durabilidad. Para nosotros, el huésped del hotel es nuestro cliente más importante.

Hemos eliminado amenidades que fomentan el uso prolongado por parte de propietarios, como el estacionamiento propio, e incorporado aquellas que los huéspedes realmente valoran. Entre ellas, agua purificada microbiológicamente en todo el edificio, aire filtrado en las áreas comunes y conectividad móvil incluso dentro de los ascensores.

2. Gestión profesional para Estancias Cortas

Para garantizar experiencias excepcionales a los huéspedes, los alquileres de corta duración (menos de 30 días) deben ser gestionados exclusivamente por operadores profesionales, quienes deben contar con la capacidad de pre-verificar a los huéspedes por motivos de seguridad, disponer de todas las licencias y seguros requeridos, tanto para ellos mismos como para los proveedores de servicios (incluido el housekeeping), y tener disponibilidad 24/7 para atender cualquier necesidad de los huéspedes.

Creamos una empresa de gestión interna (North Management) con el fin de asegurar altos estándares a costos accesibles, al mismo tiempo que garantizamos la integridad de la marca a largo plazo.

Tener una empresa de gestión que proteja la marca nos permite cubrir el vacío existente en la industria de los alquileres temporales. Aunque los usuarios valoran plataformas como Airbnb por aspectos como el tamaño, las amenidades (por ejemplo, una cocina) y la accesibilidad, también temen la inconsistencia en la calidad y la incertidumbre de lo desconocido. Domus FLATS resuelve esta brecha con una marca definida por estándares consistentes.

Domus FLATS no está pensado para la autogestión por parte de los propietarios, sino para ofrecer excelencia sin esfuerzo. Al priorizar la operación adecuada del edificio como un hotel, protegemos tanto el valor como la plusvalía de la inversión. Los proyectos de hospitalidad que carecen de una gestión adecuada pierden valor con el tiempo.

3. Hospitalidad Impulsada por la Tecnología

Al aprovechar la inteligencia artificial (IA), aplicaciones de última generación y el acceso a más de 100 plataformas de reservas (incluyendo Marriott y Hyatt), con aproximadamente 1.4 mil millones de visitas mensuales, Domus FLATS compite directamente con las principales marcas de hospitalidad a nivel mundial.

Esto nos permite alcanzar tasas de ocupación sustancialmente más altas que las logradas a través de canales únicos como Airbnb, que cuenta con solo 100 millones de visitas mensuales. Además, hemos negociado tarifas preferenciales con plataformas como Expedia y Booking, lo que se traduce en mayores ingresos para los propietarios.

Creemos que se ha producido un cambio de paradigma: los servicios al alcance de tu mano son el nuevo estándar de excelencia. Por ello, estamos desarrollando un aplicativo móvil propia que hará posible ofrecerlo.

4. Alianzas de Primer Nivel

Nos enfocamos en identificar y coordinar a profesionales y socios de clase mundial, que además contribuyen a reducir los costos y riesgos de propiedad. Nuestros socios se encargan de brindar servicios como valet parking, housekeeping, wellness y alimentos & bebidas, sin que esto represente una carga para la Asociación de Propietarios (HOA), ya que los costos son asumidos por los huéspedes y el riesgo operativo recae en cada proveedor individual.

Los acuerdos con estos socios nos permiten intervenir directamente cuando sea necesario, garantizando así que se cumplan los estándares de la marca.