



# Documento Preguntas & Respuestas Medios de Comunicación

## **SOBRE LIMEHOME**

### **¿Cuándo se fundó limehome?**

limehome se fundó en 2018.

### **¿Quién fundó limehome?**

Limehome fue fundada por Lars Stäbe y el Dr. Josef Vollmayr.

### **¿Quién dirige la empresa y cuál es su responsabilidad/cargo?**

El Dr. Josef Vollmayr es el director general y como tal, es el responsable de la orientación estratégica de la empresa, el desarrollo del negocio y las áreas de operaciones y marketing. Cesar de Sousa Freitas se incorporó al equipo directivo a finales de 2020 y, como codirector general, es responsable de los segmentos de Producto Digital, Finanzas y Personas. También es el responsable de las relaciones con los inversores.

### **¿De dónde surgió la idea de limehome?**

Ambos fundadores trabajaron en su etapa anterior como consultores y tuvieron que viajar mucho. Vollmayr, como consultor de gestión en McKinsey, tuvo que pasar más de 500 noches en varios hoteles de todo el mundo y no quiso dejar pasar la idea de desarrollar un concepto que eliminara los tiempos de espera, combinara un diseño moderno con sensación de hogar y, al mismo tiempo, cumpliera con los estándares de una marca hotelera establecida.

### **¿Qué inversores están detrás de limehome?**

HV Holtzbrinck Ventures, Lakestar, Picus Capital, AW Rostamani Group, Capital Four y Global Growth Capital.

### **¿Cuánto capital ha recaudado limehome de sus inversores hasta ahora?**

En la ronda de financiación más reciente, que se cerró en octubre de 2022, limehome consiguió recaudar 45 millones de euros de los inversores. Entre los principales inversores se encuentran HV Holtzbrinck Ventures, Lakestar, Picus Capital, AW Rostamani Group, Capital Four y Global Growth Capital.

Desde 2021, Bauwens, MOMENI y Althoff Hotels también participan en limehome como parte de una asociación estratégica y aportan muchos años de experiencia en el sector inmobiliario y la industria hotelera (premium).

### ¿Cuántas propiedades gestiona limehome?

En la actualidad, limehome tiene contratados 8.500 apartamentos en más de 250 ubicaciones de más de 140 ciudades diferentes.

### ¿En qué países opera limehome?

limehome opera actualmente en Alemania, Austria, Países Bajos, Bélgica, España, Portugal, Hungría, Italia, Grecia y Suiza.

### ¿En qué ciudades está representada/presente limehome?

#### Alemania

Aachen, Aalen, Augsburgo, Baden-Baden, Bamberg, Bayreuth, Berlin, Bremen, Bremerhaven, Bodenmais, Chemnitz, Darmstadt, Dresden, Düsseldorf, Erfurt, Essen, Flensburg, Frankfurt, Garching, Guetersloh, Hamburgo, Hanover, Ingolstadt, Kassel, Koblenz, Cologne, Leipzig, Magdeburg, Mainz, Memmingen, Metzingen, Moenchengladbach, Montabaur, Munich, Muenster, Nuremberg, Osnabruck, Passau, Potsdam, Rosenheim, Rottenburg am Neckar, Saarbruecken, Salzgitter, Stuttgart, Trier, Ulm, Wolfsburg y Zwickau

#### Austria

Graz, Klagenfurt, Krems, Linz, Salzburgo, Villach & Viena

#### Países Bajos

Ámsterdam, La Haya & Eindhoven

#### España

Barcelona, Granada, Madrid, Málaga, Haro (La Rioja), Oviedo, Sevilla, Valencia & Vitoria

#### Portugal

Evora, Lisboa, Oporto

#### Hungría

Budapest

#### Italia

Milán, Lecce & Roma

#### Grecia

Atenas & El Pireo

#### Suiza

Zúrich

#### República Checa

Praga

Todas las ubicaciones: <https://www.limehome.com/our-locations>

## **SOBRE EL PRODUCTO**

### **¿Qué problema resuelve limehome?**

#### *B2C*

limehome hace que la vida de los viajeros de negocios sea más fácil y cómoda. Gracias a la tecnología elimina los innecesarios tiempos de espera y hace asequibles alojamientos de diseño premium en ubicaciones céntricas de la ciudad.

#### *B2B*

Mediante métodos de planificación eficientes limehome consigue maximizar la eficiencia del espacio de los distintos tipos de bienes inmuebles. Así mismo, limehome aumenta la rentabilidad introduciendo el innovador modelo de operador de apartamentos con servicios digitales en las ciudades.

### **¿Cómo funciona el modelo de negocio de limehome?**

limehome gestiona espacios comerciales en localizaciones céntricas de las ciudades, también en ciudades B y C, con apartamentos de diseño para estancias de corta y larga duración. Los espacios son desarrollados por arquitectos de renombre, rediseñados y equipados en el menor tiempo posible en base al concepto de diseño limehome, y finalmente son ofrecidos y operados a través de la plataforma tecnológica de limehome que se encuentra en las plataformas de reserva habituales.

Los huéspedes de limehome experimentan un servicio completamente digital que funciona sin contacto desde la reserva, la asignación de habitaciones, el check-in y el servicio al cliente las 24 horas hasta el check-out, la facturación automática, electrónica y la gestión del servicio de habitaciones. Los procesos internos también están prácticamente automatizados por completo. Además de su propia solución de gestión de rendimiento, su propia solución de acceso digital, el control automático del servicio de habitaciones y las soluciones de mantenimiento que permiten una operación eficiente de las ubicaciones. limehome también ha desarrollado sus propias soluciones digitales basadas en datos para la selección, diseño y desarrollo de las ubicaciones.

### **¿Cómo funciona la tarificación dinámica de los apartamentos?**

Los precios de las habitaciones se calculan automáticamente con 365 días de antelación en función de la demanda, el precio de mercado correspondiente y la tasa de ocupación actual de las ubicaciones. En los días de gran demanda, como son las ferias o los grandes eventos, el precio aumenta de forma automática. El algoritmo utiliza métodos de aprendizaje automático ya que puede verificar/comprobar en el historial las ventas realizadas con un determinado precio y demanda. A partir de ahí, los parámetros se ajustan continuamente.

(Al comprobar históricamente qué utilización se consigue con el precio y la demanda respectivos. A partir de ahí, los parámetros se ajustan continuamente.)

### **¿Cómo funciona ese “viaje” del cliente totalmente digital?**

Los usuarios de limehome experimentan un servicio completamente digital, sin contacto, desde el precio dinámico de los apartamentos, la reserva, la asignación de habitaciones, el check-in y el servicio de atención al cliente que está disponible las 24 horas del día, hasta el check-out, la facturación electrónica automatizada y el control del servicio de habitaciones.

### **¿En qué se diferencia de un hotel/Airbnb tradicional?**

A diferencia de la estancia clásica en un hotel, en limehome no existe recepción ni restaurante, spa o similar. El objetivo de limehome son las estancias en apartamentos/pisos de diseño de alta calidad. La experiencia del cliente también es completamente digital, lo que simplifica el proceso de entrada, salida y facturación. A diferencia de Airbnb, limehome es un concepto de hotel estandarizado y de calidad comprobada y no una colección de ofertas diferentes, principalmente privadas.

## LA INDUSTRIA

### **¿Por qué los hoteles de toda la vida pierden cuota/ no están preparados para el futuro?**

Los grandes hoteles tradicionales se enfrentan al reto de un negocio principalmente analógico que necesita ponerse al día en términos de digitalización. Además, tienen unos costes de personal muy elevados, aproximadamente entre el 40 y el 50%, por un lado, y, por otro, sólo tienen una productividad de la superficie (la relación entre la facturación y la superficie utilizada) de aproximadamente el 65%.

Además, los viajeros de hoy quieren flexibilidad, visitar ciudades de segundo y tercer nivel (ciudades de distintos tamaños B y C) y sentirse como en casa cuando viajan. Sin embargo, los grandes hoteles tienden a centrarse en las ciudades A y, debido a los factores de coste mencionados, no pueden cumplir los mismos estándares que las alternativas más pequeñas en un segmento de precios similar.

### **¿Cómo es el futuro? ¿Cuánto potencial hay todavía en el sector?**

Actualmente, el mercado está muy fragmentado. También en el caso de España, donde la mayor parte de los beneficios del sector siguen siendo generados por empresas tradicionales no tecnológicas. Para nosotros como concepto de hotel impulsado por la tecnología, esto supone una gran oportunidad para ampliar aún más nuestra cuota de mercado. También hay oportunidades en el ámbito inmobiliario, ya que podemos encontrar objetos adecuados para nuestro crecimiento en cuestión de semanas, mientras que los grandes hoteles tienen que buscar nuevas propiedades en plazos de tiempo muy largos (a veces hasta 20 años), ya que la tipología de activos es mucho más difícil e inflexible que para propiedades más pequeñas.