

LA DISTRIBUCION DEL PRODUCTO HOTELERO EUROPEO

La asociación de hoteles y restaurantes de Europa junto a la Universidad de Ciencias Aplicadas de Valais, Suiza, presentaron en junio pasado la actualización de un estudio, que vienen realizando anualmente desde el 2013 sobre la distribución del producto hotelero en Europa.

El estudio se efectuó mediante encuesta on line directa y conto con 2836 respuestas, asociaciones de cinco países (Alemania, Italia, Suiza, Grecia y Suecia) aportaron casi el 80% de las respuestas y cuatro países (Alemania, Croacia, Finlandia y Hungría) sus asociaciones incorporaron además información de ocho cadenas hoteleras.

El 74% del universo encuestado está clasificado en tres estrellas; el tamaño promedio de la muestra fue de 33 habitaciones, el 30% de los hoteles encuestados tienen menos de 20 habitaciones. El 63% de los establecimientos tienen en el segmento de ocio la demanda más importante, mientras que para el 29% es el segmento corporate.

En cuanto a la gestión, casi el 80% de los hoteles son propiedades individuales, mientras, que el 10% pertenece a cadena hotelera y el 9% a una cooperación hotelera.

El estudio de distribución muestra que entre 2013 y 2019, que las cuotas de mercado de las OTAS han aumentado de forma constante en el sector hotelero europeo, del 19,7% en 2013 al 29,9% en 2019, resultados ponderados que incluyen datos de cadenas hoteleras. Por otra parte, la proporción de reservas directas ha disminuido en Europa

en más de diez puntos porcentuales, del 57,6% en 2013 al 45,5% en 2019.

¿Quién domina el mercado de agentes de viajes online?

Los 3 principales actores dentro del mercado OTA siguen siendo Booking Holding, Expedia Group y en menor medida HRS, con un mercado agregado participación del 92%.

Booking.com es, el actor más influyente, con una participación del 68,4% en el mercado de las OTAS; su dominio ha ido en aumento durante los últimos seis años en más del 8%, del 60,0% en 2013, al 68,4% en 2019.

Por su parte, Expedia ha podido mantener sus cuotas de mercado durante los últimos 4 años, 16,6% en 2019, en comparación con el 16,6% en 2017 y el 16,8% en 2015.

A su vez, HRS ha experimentado una disminución constante de las cuotas de mercado, del 16,6% en 2013 al 7,2% en 2019.

Cabe mencionar de la baja participación durante estos seis años en la distribución del producto hotelero de los sitios de los organismos oficiales de turismo y el de las propias asociaciones.

En cuanto a la relación OTA – Hotel el informe destaca, que la mayoría de las respuestas de los hoteleros (56%) manifestó sentirse muy presionado por las OTAS para aceptar los términos y condiciones de estas, con respecto a la política de cancelaciones, que los hoteles de lo contrario no ofrecerán voluntariamente. Como era de imaginar, cuanto mayor sea el volumen de noches de habitación generadas por las OTAS

en un hotel, mayor es la presión. Casi el 60% de los hoteles tuvo desacuerdos con las OTAS y solo uno de cuatro con conflictos encontraron una solución justa y efectiva.

Los hoteleros europeos casi un 69% expreso que la tasa de comisión estándar se mantuvo igual, pero para un porcentaje no menor, el 27% informaron que les fue incrementada la tasa. Casi los dos tercios de los hoteleros utilizan las opciones de pago en línea de Booking o Expedia y cada segundo hotel hace uso de las diversas posibilidades, que ofrecen las OTAS para mejorar eficazmente el ranking.

La realización de estos informes y en especial su continuidad (seis años consecutivos) confirma la importancia de estos para poder contar con elementos objetivos y precisos que ayuden a mejorar las condiciones de la distribución del producto hotelero.

En Buenos Aires, octubre 2020. Jordi Busquets, es asesor de FEHGRA, Director de JJB Hospitality and Tourism Consulting,

integra el panel de Expertos de la OMT, integra el consejo directivo de la IHRA en carácter de Ex Presidente, Profesor

Emérito de la USAL, Académico de número de la Academia Argentina del Turismo.

