

LOS RETOS PENDIENTES DE LA DISTRIBUCION DEL PRODUCTO HOTELERO.

Las denominadas nuevas tecnologías, llegaron de la mano de las centrales de reservas, propias o de terceros, luego los sistemas y mega sistemas de reservas y distribución de las líneas aéreas, hitos esenciales de esa hoja de ruta de la innovación, que estímulo a la “hotelería del mundo a ceder gradualmente el manejo de su propio inventario” y que con la llegada de INTERNET provocase **una disrupción** en toda la cadena de valor de la actividad. Esta **disrupción** desencadenó entre otros efectos: un crecimiento expansivo del Alquiler Turístico Temporario y que algunos actores como OTAS y plataformas lograran una posición dominante en la comercialización del producto hotelero.

INTERNET, las redes sociales y la aparición de las plataformas (P2P) potenciaron al máximo el uso de diversas modalidades de alojamiento, que, en algunos casos, centraron el desarrollo de sus negocios en figuras creadas para otros fines y en otros, en el uso de modalidades de alojamiento, que ya existían pero que de no mediar el impacto de las nuevas tecnologías no hubiesen esmerilado a la hotelería formal y legalmente establecida.

Para muchos la llegada de INTERNET y las redes sociales, era la oportunidad anhelada para que los pequeños pudieran competir con los más grandes, llegó a pensarse que INTERNET podía ser la expresión más salvaje del liberalismo, otros consideraron que podía responder a una utopía de los nerds de Silicon Valley aun cuando su dirección estuviese destinada a convertirse en una genuina distopia.

La diversidad de actores facilitó, que se incorporasen a la distribución global todo formato de alojamiento, entre otros, **las propias viviendas (completas y/o parcialmente - habitaciones)** de los residentes permanentes, quienes con la ayuda de las plataformas fueron motivados para colocar sus ofertas en las mismas, aprovechando las omisiones de las legislaciones vigentes y la inacción de los organismos públicos con competencia para actuar en el tema.

La estrategia de comunicación y marketing desplegada por las plataformas (P2P) y de algunas OTAS facilitaron la captación empática de los consumidores bajo el supuesto de un nuevo paradigma: “la economía

colaborativa”; desconociendo que solo y solo puede denominarse economía colaborativa a aquella que, a través del compartir, intercambiar bienes o servicios permite a dos o más partes beneficiarse sin costo económico para las partes.

En todos estos años la hotelería en absoluta soledad inicio la búsqueda de soluciones tratando primero de ordenar y regular a esos formatos de alojamientos (la oferta), pero rápidamente se advirtió que, la ausencia de compromiso por parte de los gobiernos de ciudades y nacionales y la falta de medidas integrales que incluyesen a la distribución (OTAS – PLATAFORMAS) del producto hotelero haría muy complejo el tema.

La gestión de las entidades empresarias solo permite observar un abordaje regional para el caso de Europa a través de la excelente contribución de la HOTREC, en el caso de América latina la mayoría de las Administraciones vienen postergando la búsqueda de soluciones aun cuando se han verificado avances en Argentina, Chile y Colombia; en América del Norte, en México sin respuesta, en el caso de EEUU se encuentran avances en ciudades como Nueva York – Los Ángeles, San Francisco, Orlando entre otras y Canadá en sus ciudades más emblemáticas; en Asia Japón se destaca por encima del resto.

No obstante, debe resaltarse que en ningún caso se encuentran avances **en haber incluido a la distribución más allá del pago de impuestos por las comisiones que perciben las OTAS y Plataformas.**

Cabe expresar, que la hotelería fue perdiendo distintas batallas: la del manejo del inventario, la de la comunicación (en términos de haberse posicionado a esa supuesta nueva oferta como economía colaborativa) la del conocimiento y la jurídica en términos de que las normas ya logradas en diferentes países – ciudades realmente se cumplan y la cuestión más compleja que es la vinculada a la adopción de acuerdos globales destinados a que los sistemas de distribución creados o por crearse se ajusten derecho. **Los especialistas están coincidiendo en que la inversión en innovación y digitalización le permitirá a la hotelería más tarde – más temprano disminuir la dependencia que hoy tienen de plataformas y OTAS,** así como será esencial la continuidad de las acciones en la búsqueda de acuerdos normativos globales

La aparición de ReformBnB (Foro Internacional que aglutina voluntariamente a más de 50 asociaciones – federaciones de hoteles del mundo) hacia fines del 2018 contribuyó de manera sustantiva a generar intercambio de información entre los miembros, a formular una Manual de Buenas Prácticas con 10 ítems sustantivos cuya distribución fue internacional, a celebrar cuatro reuniones presenciales y dos virtuales que, junto a la firma de un convenio de cooperación con la OMT facilitaron, que más 120 ciudades en el mundo mejorasen y elaborasen legislación específica al respecto.

Una encuesta realizada por ReformBnB a marzo 2022 exhibe de manera objetiva, que el esfuerzo realizado por la hotelería tiene una relativa relación con los resultados obtenidos a esa fecha:

CIUDADES/ PAISES	STR REGISTRADOS	STR NO REGISTRADOS
BARCELONA	9600	4500
BERLIN	2000	700
COLOMBIA	1000	24000
MEXICO	27755	19240
MILAN	1800	16200
PARIS	8000	17420
PERU	100	4400
SGO. CHILE	1100	10900
TEL AVIV	591	11222
TORONTO	11168	8087
ATENAS	125	12370

Por otra parte, la distribución digital del producto hotelero se ha convertido en el canal de reserva predominante para la mayoría de los establecimientos de todo el mundo.

El campo digital, que pone en contacto directo a clientes y hoteles, ha dado lugar a la aparición de nuevos intermediarios comerciales, que han tomado una posición predominante en el mercado y han terminado por esmerilar en parte el sueño de la conexión directa entre potenciales clientes y el hotel.

Los operadores, conocidos como agencias de viajes Online (OTAS), ganan cobrando comisiones de un alto porcentaje del total del negocio hotelero en el segmento online (según el mercado observado se verifica una variación entre el 17% y el 40%).

La posición dominante de estos operadores especialmente de las OTAS está llevando a una situación de dependencia y descontrol sobre el inventario de los hoteles, debido principalmente a las cláusulas abusivas en los contratos unilaterales de aquellas con los hoteles. Una investigación realizada en 40 ciudades europeas explica, que el peso de la distribución digital entre 2013 y el 2020 vario del 19,7% al 30,4% respectivamente. Por otra parte, y para advertir mejor la posición casi dominante de las OTAS, dos de ellas representan el 92% de la comercialización del producto hotelero y en ese guarismo una de ellas se lleva el 64% respectivamente.

Aunque estas cláusulas fueron alguna vez firmadas por los hoteles, nunca tuvieron la posibilidad de eliminarlas o renunciar a la distribución de estos operadores, debido a su posición dominante en materia de reservas hoteleras.

Estas cláusulas abusivas (paridad de precios; paridad de disponibilidad obligatoria; última habitación disponible; acceso al inventario del hotel; a apropiación del Brand del hotel; comisiones unilaterales abusivas) vulneran la libre competencia y limitan la propia capacidad comercial del hotel en detrimento de supuestas mejores condiciones para los clientes. A su vez, en numerosos países hay OTAS que aun inscriptas en el registro de empresas de viajes que lleva el organismo oficial de la actividad, comunican y comercializan oferta no registrada del alquiler turístico temporario sin sanción alguna por parte de las administraciones.

Tanto las OTAS como las Plataformas cuando se analiza globalmente el tema, se observa un patrón de comportamiento común: búsqueda y ejercicio de posición dominante y en general escasa disposición al diálogo

institucional con las entidades que representa a la hotelería, bien sea en el ámbito nacional, regional y global.

Un reto esencial para lograr avances en la materia lo constituye el estado de la regulación mundial – regional en la materia; a nivel mundial se cuenta con la Ley Modelo sobre Comercio electrónico de 1996 y la Declaración del Futuro de INTERNET de 2022. En el contexto regional solo se observa la existencia de legislación en la Unión Europea: la Directiva de Comercio electrónico del 2000 y la Directiva de Viajes combinados de 1990. El estado del tema y su evolución nos hace ver por un lado que **nivel global la legislación aún vigente libera a las plataformas de responsabilidad en los contenidos y por el otro, en la Unión Europea durante todos estos años se ha verificado una jurisprudencia dispar; en 2018 el Tribunal Superior de Justicia de Catalunya – España dictaminó que las Plataformas eran responsables por los contenidos en especial lo relativo al alojamiento, pero luego seguidamente en 2019 el Tribunal de Justicia Europeo en una demanda contra AIRBNB en Irlanda sentenció que las plataformas están exentas de responsabilidad y en 2020 el Tribunal Superior de Justicia de las Baleares – España fallo en el sentido de exonerar de responsabilidad a las plataformas en los contenidos que divulgan y comercializan las mismas.**

En la necesidad de actualizar las normativas vigentes en la actualidad, en la Unión Europea se están debatiendo dos proyectos de Ley, que podrían acentuar las dificultades o generar vientos de cambio positivo para la industria. Por un lado, la Ley de Mercados Digitales cuyas características centrales son: fija reglas para las grandes plataformas, impulsa a las empresas pequeñas y medianas y promueve la innovación, desarrollo y competitividad; y por el otro la Ley de Servicios Digitales, que presenta estas especificaciones: refuerzo y mayor claridad de las condiciones para las exenciones de responsabilidad, es decir, las plataformas y otros intermediarios no son responsables del comportamiento ilícito de los usuarios, a menos que tengan conocimiento de actos ilícitos y nos los impidan; las normas para la excepción de responsabilidad estarán armonizadas y serán uniformes en toda la Unión Europea merced a un reglamento directamente aplicable; nuevas precisiones sobre la manera de aplicar estas condiciones a la responsabilidad en materia de protección a los consumidores; resolución de la paradoja de las medidas voluntarias adoptadas por las pequeñas plataformas: las plataformas diligentes no son

responsables de los contenidos ilícitos que detecten ellas mismas y mayor seguridad jurídica en la interacción con las autoridades, ya que, las plataformas tendrán que cooperar con autoridades que emitan órdenes judiciales que tengan criterios comunes mínimos.

Esta nueva normativa respecto al ámbito de aplicación puede expresarse, que será la totalidad de intermediarios en línea que presten servicios en la UE con independencia del lugar de establecimiento.

Otra cuestión vinculante a la distribución del producto hotelero ha sido el papel de las líneas aéreas, la resolución IATA 787 instituyó en 2012 la New Distribution Capability (NDC) ello está derivando en un nuevo modelo de negocio destinado a ofrecer a agentes, agregadores, a otras aerolíneas y consumidores a todos los productos y servicios complementarios de las aerolíneas, permitiéndoles personalizar sus ofertas, independientemente de los canales de distribución.

En ambos casos, los cambios por llegar en la legislación europea respecto a OTAS y plataformas y el nuevo modelo de negocio a plantear por la IATA, conllevan un denominador común: escaso dialogo y participación de la hotelería en temas que tendrán impacto en la comercialización de su inventario y por otra parte, como gran parte del mundo esta distante de la búsqueda de soluciones globales a temas que exigen definitivamente ello.

La búsqueda de un menú de soluciones globales es el camino aun la complejidad y dificultades de este, no obstante, sin ingresar en la frivolidad de un recetario, quien – quienes sean capaces, constantes en elaborar una hoja de ruta y ejecutarla más tarde – más temprano verán los beneficios de ello:

- a) más investigación – más conocimiento aplicado ello llevara a disminuir la dependencia de quienes hace rato ejercen posición dominante en la distribución sin que nadie intervenga en ello.
- b) Mejorar la calidad de la gobernanza para que las legislaciones vigentes aun sus imperfecciones los organismos competentes las hagan cumplir sin excluir a nadie.
- c) La hotelería ha sido la única actividad del sistema turístico global, que en el marco de la crisis más impactante que ha vivido la humanidad no tenido una voz que la represente.

- d) Avanzar en una gestión global que permita lograr acuerdos mínimos que brinde transparencia a todos los actores vinculados a la cadena de valor de la distribución del producto hotelero y de los STR respectivamente.
- e) Mejorar la calidad de la gobernanza tanto en lo público como en lo privado y en particular en la relación efectiva entre las partes.
- f) ¿Las plataformas – las OTAS son el fin o el medio? ¿No resulta necesario esclarecer ello para saber si estamos haciendo lo que corresponde desde la hotelería?

Para concluir, Jorge Carrión, se ha preguntado recientemente “amenazaran los nuevos métodos de la ingeniería social y modificación del comportamiento: ¿la autonomía individual y los derechos democráticos? ¿Introducirán nuevas formas extremas de desigualdad social? ¿O la promesa de la era digital será de empoderamiento individual y democratización?”

Jordi Busquets, julio 2022, director de JJB& Asoc. Tourism & Hospitality Consulting, Profesor Emérito de la Universidad del Salvador, integrante del Grupo de Expertos de la OMT, Integrante del panel consultivo de la Asociación Internacional del Patrimonio Cultural Gastronómico Protegido y Miembro de Número de la Academia Argentina del Turismo.