

LOS HOTELES PREFIEREN CADA VEZ MÁS LOS CANALES DE RESERVA DIRECTA



El reciente análisis publicado por SiteMinder demuestra que, en 2024, la tendencia se inclina hacia una mayor rentabilidad cuando los viajeros reservan directamente en las páginas web de los hoteles - generalmente obteniendo cerca de 519 dólares por reserva, mientras que en las agencias de viajes online (OTA) la cifra se aproxima a los 320 dólares. Esto, por cierto, revela de forma clara que el valor por reserva se potencia notablemente cuando los clientes optan por el canal directo.

Cabe destacar que, si se compara con el año anterior, los ingresos de estas reservas directas han subido alrededor de un 8,5%; y, en la mayoría de los casos, estos ingresos superan en un 30% el promedio de 380 dólares registrado mediante sistemas globales de distribución. En otras palabras, se observa que, por ejemplo, las reservas a través de mayoristas y operadores turísticos (con un promedio de 446 dólares) quedan algo rezagadas, con las directas alcanzando un 15% más - según informa SiteMinder.

A menudo, los viajeros encuentran ventajas al explorar el sitio web mismo del hotel, ya que pueden descubrir una gama completa de habitaciones disponibles y, en consecuencia, aprovechar ofertas o servicios adicionales. En contraste, otros canales pueden limitarse y, en algunas ocasiones, ni siquiera ofrecen las habitaciones premium.

El informe anual, que se basa en el análisis de más de 125 millones de reservas, subraya que las webs propias de los hoteles se mantienen consistentemente entre los dos principales canales de distribución en muchos países. Por ejemplo, en lugares como Irlanda, Portugal y España, estas páginas ocupan la segunda posición detrás de Booking.com - y lo han hecho durante ya más de cinco años. Se podría decir que la experiencia local y la tecnología disponible en estas regiones juegan un papel clave en este rendimiento.

Aunque en el Reino Unido y Estados Unidos los sitios web de los hoteles se ubican en el tercer escalón de importancia - con Booking.com y Expedia dominando las primeras posiciones -, han surgido nuevos actores para 2024. Entre ellos figuran Trip.com, Hopper y TBO Holidays, que empiezan a posicionarse entre las 12 fuentes principales en determinados países o están a punto de entrar en esa lista.

En definitiva, es reconfortante ver cómo los hoteles diversifican sus estrategias y amplían sus opciones de distribución. Se observa, además, una mezcla más equilibrada entre socios B2B y plataformas B2C, lo que, en la mayoría de los casos, refuerza la importancia de contar con diversos canales para alcanzar a los clientes de forma directa.

Date: 2025-01-27

Article link:

<https://www.tourism-review.es/los-hoteles-se-benefician-mas-de-las-reservas-directas-news14771>