

Destino Barcelona

Rendimiento del canal directo hotelero

Previsiones para verano 2022 - BenchDirect Insights Report



Comparando las métricas clave del canal directo hotelero

No cabe duda de la gran importancia que tienen las **reservas directas** en una estrategia de distribución online efectiva. Hacer benchmark debe considerarse como una práctica esencial dentro de toda estrategia de crecimiento para el canal directo hotelero.

El benchmarking hotelero tradicional suele comparar solamente datos de ocupación y tarifas, sin dar visibilidad de **cómo se llegó a esos resultados**. Por eso The Hotels Network lanzó **BenchDirect**: la primera plataforma de benchmarking para el canal directo hotelero.

El Observatorio del Turismo en Barcelona y The Hotels Network colaboran conjuntamente para impulsar el desarrollo digital de los hoteles, promoviendo el conocimiento a través del análisis de datos del canal directo.

El proyecto de colaboración consiste en usar sistemas de inteligencia artificial para elaborar **análisis en tiempo real** sobre el canal directo y proporcionar **previsiones de tendencias y flujo de demanda** y reservas.

Datos anónimos de hoteles alrededor del mundo

Como fuente de datos se utiliza la red global de clientes de THN que utilizan [BenchDirect](#).

En este reporte se analizan los datos del canal directo hotelero, entendido como el sitio web del hotel.

Este análisis tiene las siguientes características:

- Datos correspondientes a Barcelona (ciudad), Barcelona provincia y Barcelona región (esta última sin incluir Barcelona ciudad).
- Desglose por [categoría de hotel](#) en dos grupos, por un lado hoteles de 1-3 estrellas y por otro hoteles de 4 y 5 estrellas.
- Base en las [fechas de navegación](#) de los últimos 90 días (Abril - Junio 2022): fechas en las que un usuario visitó la web del hotel, hizo una búsqueda o reservó una habitación
- Combinación con [Fechas de estancia](#) (fechas en las que un usuario está buscando hospedarse en el hotel), analizando fechas futuras: verano 2022 (Julio - Septiembre 2022).

Métricas a analizar

04

Tasa de Conversión web

Reservas por dispositivo

Top 15 mercados emisores

Tasa de ocupación directa

Antelación de búsquedas y reservas

Duración de estancia media

Tarifas de venta

Disparidades de OTAs

Datos relevantes



La conversión total del canal directo para estancias en este verano 2022 es superior en los hoteles de menor categoría (1-3 estrellas), destacando en Barcelona región.



La duración de la estancia para este verano 2022 es levemente menor en los hoteles de 1-3 estrellas que en los de 4-5 estrellas (4,2 noches), a excepción de Barcelona región.



Las disparidades de precio son más frecuentes este verano en los hoteles de 4-5 estrellas, alcanzando un 16% en Barcelona ciudad y provincia. Mientras que el segmento que mejor responde es el de 1-3 estrellas en Barcelona región (1% de frecuencia).



La antelación de reserva de cara al verano 2022 ronda los 60 días. En la categoría de 4-5 estrellas se nota una separación de casi 4 días donde la antelación de búsqueda es mayor que la de reserva, mostrando un mayor tiempo de consideración previo a finalizar la reserva.

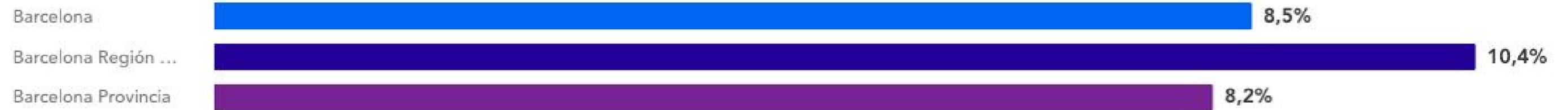


El ordenador sigue siendo el dispositivo preferido para finalizar la reserva en hoteles de todas categorías, con la mayoría de las reservas realizadas en este dispositivo (entre 56% - 65%).

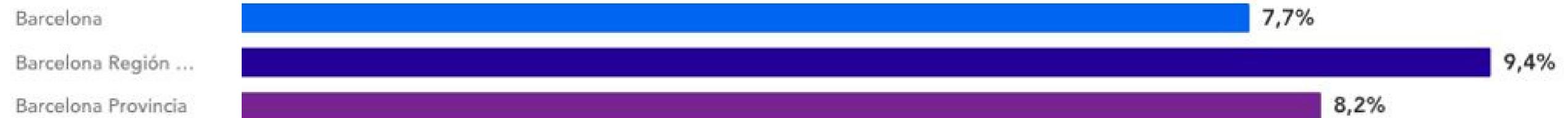


El mercado doméstico predomina este verano en el destino de Barcelona. Entre los mercados internacionales, cabe destacar el mercado estadounidense, francés, italiano e inglés para todas las categorías. A excepción del mercado italiano en Barcelona región, siendo un porcentaje menor.

Categoría de 1-3 estrellas



Categoría de 4-5 estrellas



Tasa de Conversión web

Descripción del gráfico

Comparativa de la tasa total de conversión web para hoteles en:

- Barcelona ciudad
- Barcelona Región - sin incluir Barcelona ciudad
- Barcelona Provincia - incluyendo Barcelona ciudad

Conversión Total es el porcentaje de aquellos visitantes únicos que aterrizaron en la web del hotel y terminaron reservando.

Reservas por dispositivo

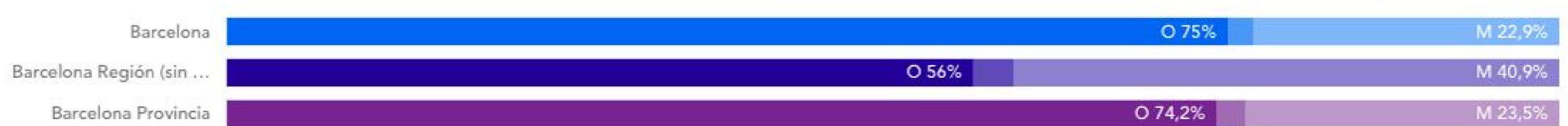
07

Descripción del gráfico

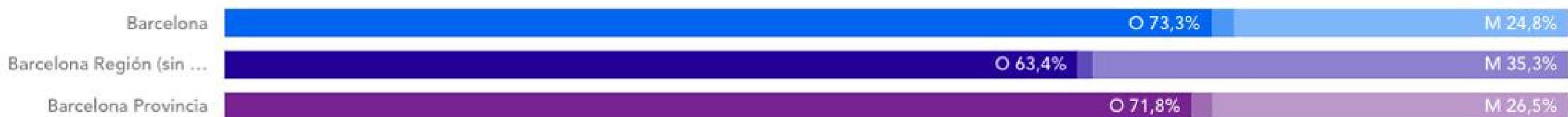
Comparativa del número promedio de reservas realizadas por dispositivo (Móvil, Ordenador y Tablet) con una base porcentual, para hoteles en Barcelona, Barcelona provincia y Barcelona región (sin incluir Barcelona ciudad).



Categoría de 1-3 estrellas



Categoría de 4-5 estrellas



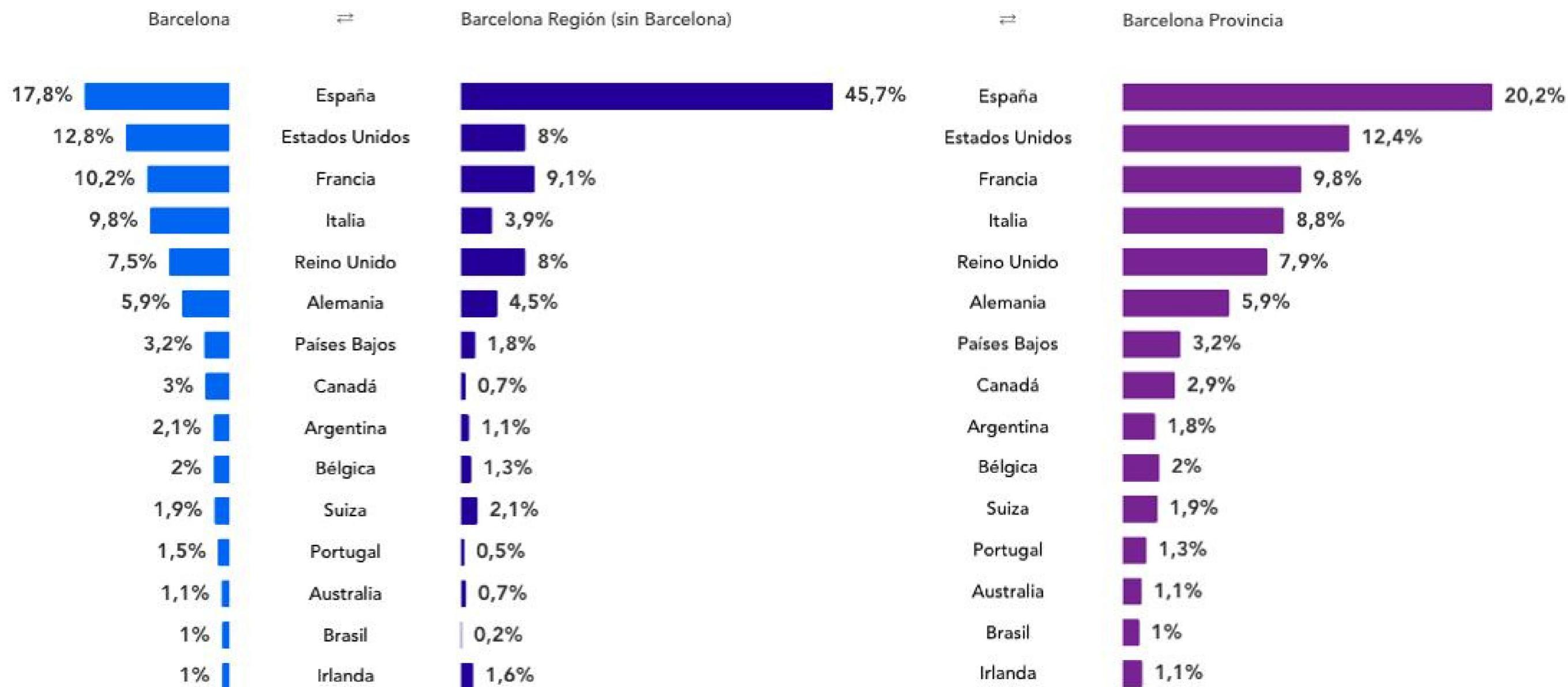
Top 15 mercados emisores

Descripción del gráfico

Top 15 mercados emisores para hoteles es Barcelona, comparados con sus respectivos porcentajes de tráfico web en Barcelona provincia y Barcelona región (sin incluir Barcelona ciudad).



Categoría de 1-3 estrellas



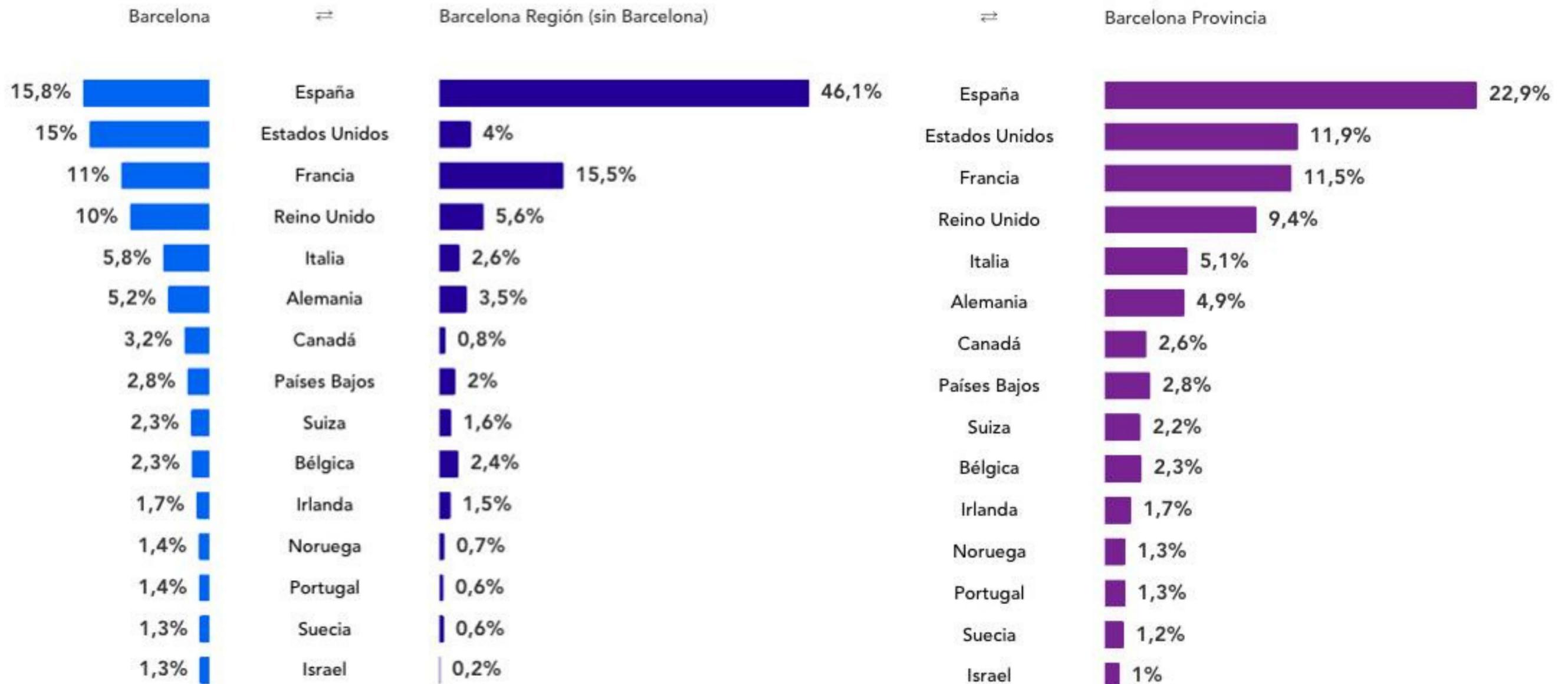
Top 15 mercados emisores

Descripción del gráfico

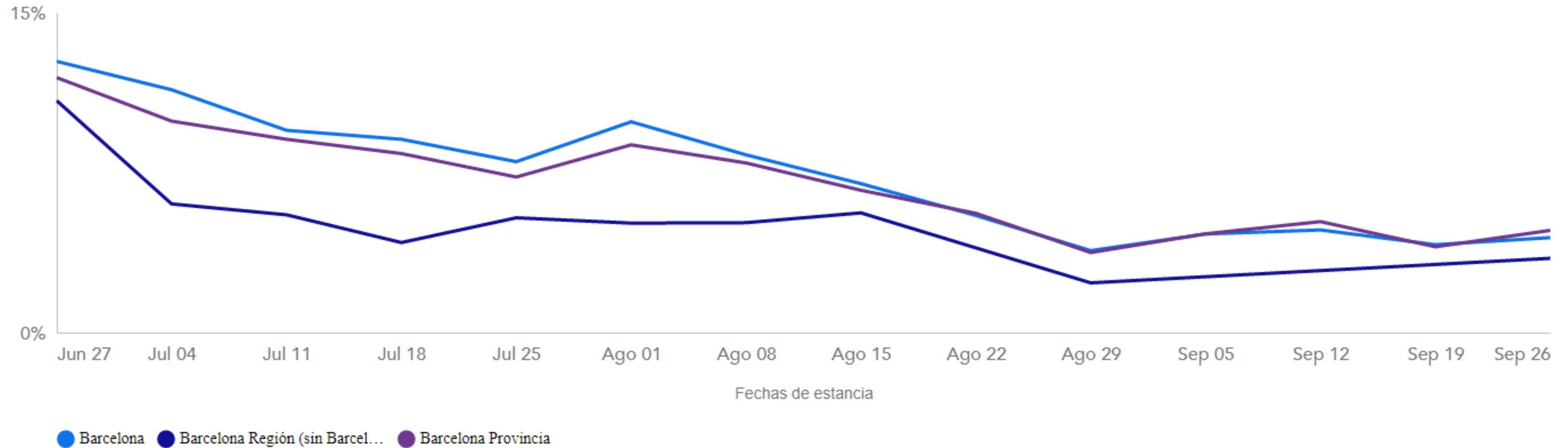
Top 15 mercados emisores para hoteles es Barcelona, comparados con sus respectivos porcentajes de tráfico web en Barcelona provincia y Barcelona región.



Categoría de 4-5 estrellas



Categoría de 1-3 estrellas



Tasa de Ocupación Directa

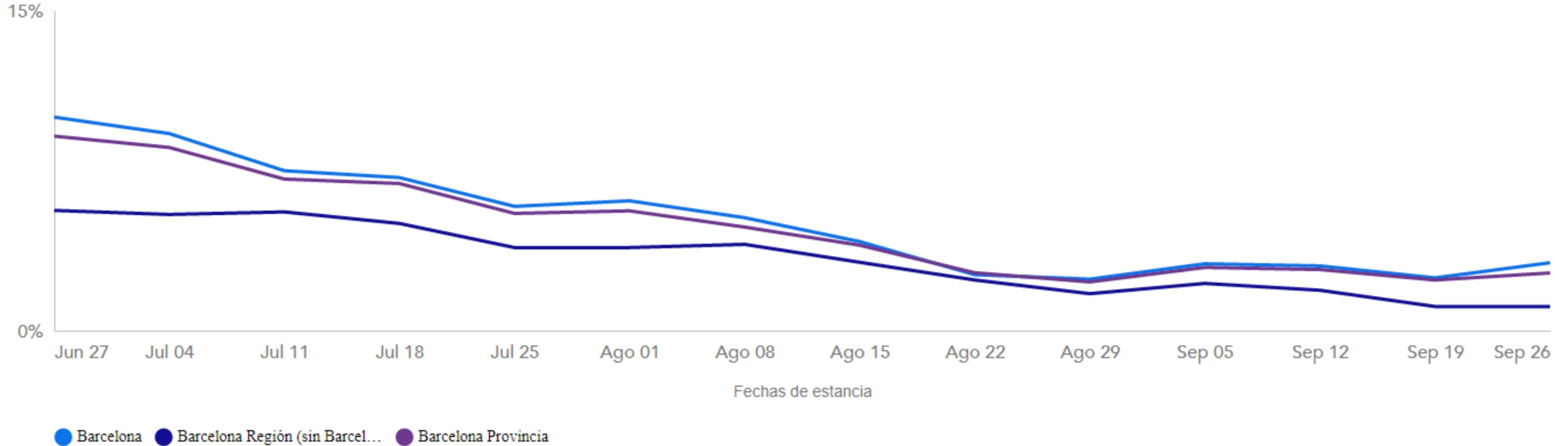
Descripción del gráfico

Evolución de la tasa de ocupación promedio de los hoteles en Barcelona, comparado con su provincia y su región (sin incluir Barcelona ciudad) .

Número total de habitaciones reservadas en el sitio web de los hoteles respecto al total de habitaciones disponibles durante los últimos 90 días (Abril - Junio 2022) para estancias en Julio-Septiembre 2022.

Categoría de 4-5 estrellas

11



Tasa de Ocupación Directa

Descripción del gráfico

Evolución de la tasa de ocupación promedio de los hoteles en Barcelona, comparado con su provincia y su región (sin incluir Barcelona ciudad) .

Número total de habitaciones reservadas en el sitio web de los hoteles respecto al total de habitaciones disponibles durante los últimos 90 días (Abril - Junio 2022) para estancias en Julio-Septiembre 2022.

Antelación de búsqueda y reserva

Descripción del gráfico

Desglose de antelación media de reserva y de búsqueda, para los hoteles de Barcelona, Barcelona provincia y Barcelona región (sin incluir Barcelona ciudad).

o Antelación de búsqueda - Número promedio de días entre la fecha en que se realizó la búsqueda en el motor de reservas y la fecha de check in
Antelación de reserva - Número de días promedio entre la fecha de la reserva y la fecha de check-in

Categoría de 1-3 estrellas

Antelación de Búsqueda



Antelación de Reserva



Categoría de 4-5 estrellas

Antelación de Búsqueda

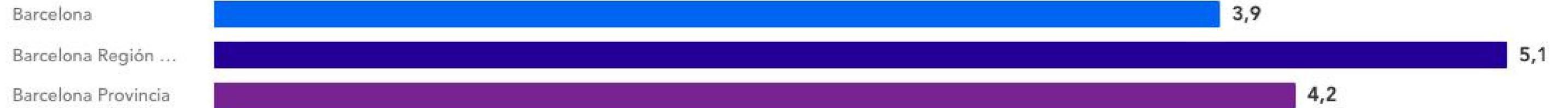


Antelación de Reserva

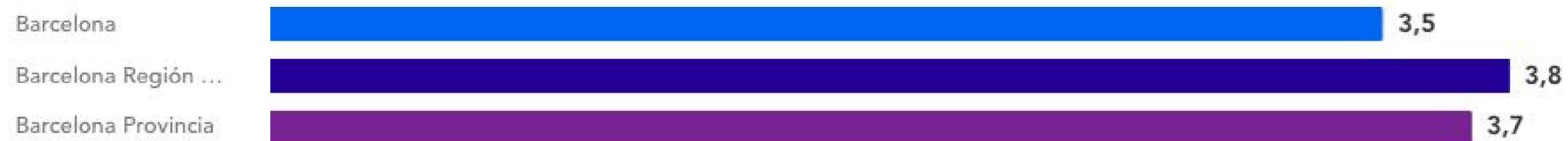


Categoría de 1-3 estrellas

LOS Búsqueda



LOS Reserva



Duración de estancia media

Descripción del gráfico

Desglose por categoría de hotel de la duración de estancia media (LOS) para hoteles en Barcelona, Barcelona provincia y Barcelona región (sin incluir Barcelona ciudad).

o LOS búsqueda - duración de estancia (mediana de noches) que se buscó en el motor de reservas durante el periodo analizado.

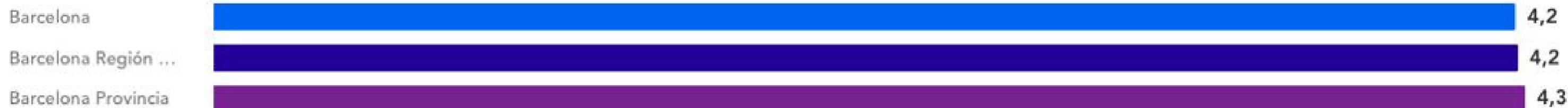
o LOS reserva - mediana de noches por las que se confirmaron reservas en el periodo analizado.



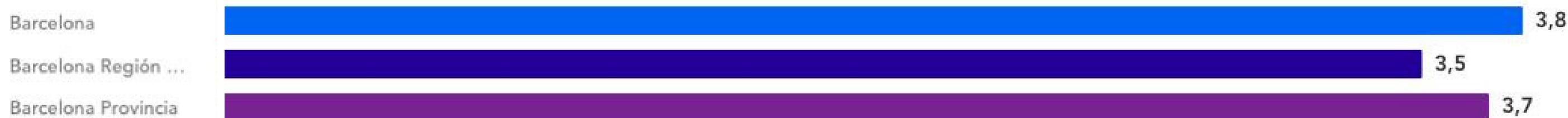
Categoría de 4-5 estrellas

14

LOS Búsqueda



LOS Reserva



Duración de estancia media

Descripción del gráfico

Desglose por categoría de hotel de la duración de estancia media (LOS) para hoteles en Barcelona, Barcelona provincia y Barcelona región (sin incluir Barcelona ciudad).

o LOS búsqueda - duración de estancia (mediana de noches) que se buscó en el motor de reservas durante el periodo analizado.

o LOS reserva - mediana de noches por las que se confirmaron reservas en el periodo analizado.



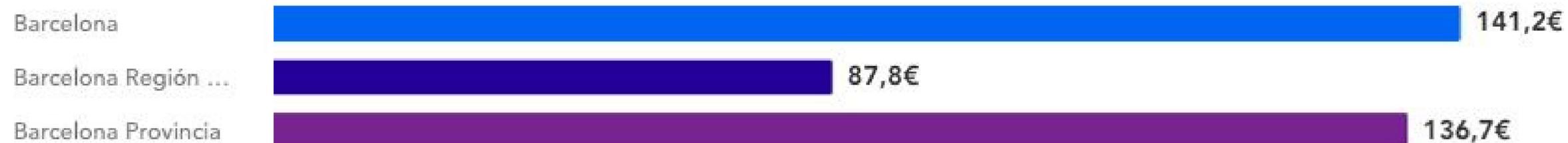
Tarifas hoteleras del canal directo

Descripción del gráfico

Ingreso promedio generado por noche (ADR), considerando los ingresos totales del canal directo únicamente, para los hoteles en Barcelona, Barcelona provincia y Barcelona región (sin incluir Barcelona ciudad).



Categoría de 1-3 estrellas



Categoría de 4-5 estrellas



Disparidades de OTAs

Descripción del gráfico

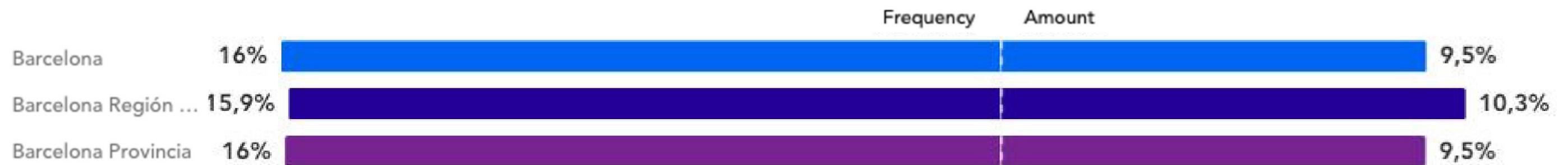
Promedio de disparidades de precio que aparecieron en búsquedas realizadas en la web de hoteles en Barcelona, Barcelona provincia y Barcelona región (sin incluir Barcelona ciudad).

Frecuencia se refiere al porcentaje de veces que la tarifa de una OTA era menor que la tarifa en la web del hotel, mientras que Importe se refiere al porcentaje de diferencia de precio entre la tarifa del hotel y la tarifa de la OTA.

Categoría de 1-3 estrellas

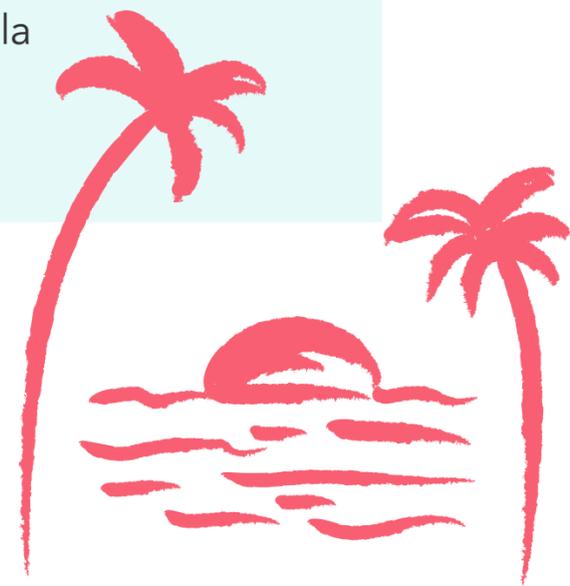


Categoría de 4-5 estrellas



Señales positivas de recuperación para la industria hotelera en el destino de Barcelona:

- Los mercados europeos vuelven con fuerza: especialmente Francia, Italia y Reino Unido aparecen como los principales, representando respectivamente hasta un 15,5%, 8,8% y 9,4% de los turistas. A nivel intercontinental, cabe resaltar la vuelta de los estadounidenses (12,4%).
- La tasa de ocupación directa se mantiene a niveles elevados en el mes de julio y principios de agosto. La tendencia es que baje a finales de agosto para luego incrementar levemente a principios y finales de septiembre.
- La antelación de reserva se ha estabilizado a 50-63 días antes de la fecha de llegada.
- En la categoría 1-3 estrellas de Barcelona región y 4-5 estrellas de Barcelona ciudad, la estancia media reservada alcanza su mayor duración (3,8 noches).
- El ADR de Barcelona ciudad es más alto que en Barcelona región en ambas categorías de hoteles: 141€/noche, 197€/noche de media.
- El ordenador sigue siendo el dispositivo más usado al completar el proceso de reserva. En verano cuando los precios suelen ser más elevados, hay una mayor probabilidad de que el usuario se encuentre más cómodo completando la transacción en el ordenador.



Oportunidades para impulsar las reservas directas

Se confirma la importancia del canal directo como foco principal de reservas

Hay signos claros y positivos de recuperación del canal directo hotelero, lo que confirma la gran importancia que tienen las reservas directas en una estrategia de distribución online efectiva manteniendo una posición de privilegio respecto a la distribución a través de las OTAs.

- Continúa la recuperación y se aprecia también en los ratios de conversión para este verano (Julio - Septiembre 2022), sin embargo aún hay áreas de oportunidad sobretodo para Barcelona ciudad en la categoría de 4-5 estrellas. Utilizando técnicas de personalización web ayudan a los hoteles a mejorar la experiencia web desde la página de inicio y acompañándolos hacia el motor de reserva.
- La tasa de conversión más baja en móvil indica que los hoteles de Barcelona y sus alrededores deberían centrar más recursos en optimizar la experiencia del usuario en este dispositivo, personalizando su canal de acuerdo al comportamiento en móvil.
- Mirando el embudo completo, existe la oportunidad de generar reservas con estancias más largas, ya que la duración promedio de estancia buscada es mayor que la que finalmente se reserva. Esto se puede lograr mediante la promoción de paquetes y ofertas atractivas que sean relevantes para los usuarios navegando en el sitio web del hotel, personalizando su experiencia.
- Dado que las disparidades de precios tienen un impacto negativo en los volúmenes de reservas directas, las marcas hoteleras pueden aumentar las tasas de conversión monitorizandolas, asegurando a los usuarios la mejor tarifa disponible en su web y ofreciendo igualar los precios cuando las tarifas de las OTAs están rebajadas.



BenchDirectTM

Compara las métricas de tu canal directo hotelero
Y comprende tu negocio como nunca antes

Saber más



www.thehotelsnetwork.com

Athens · Austin · Bangkok · Barcelona · Bogotá · Buenos Aires · Frankfurt · Hoi An · Hong Kong · Istanbul
Jakarta · Los Angeles · Manila · Mexico City · Miami · New York · Paris · San Francisco · Singapore · Vancouver