

# El manual de paridad de precios para hoteleros

Impulsa tus ingresos mejorando tu  
estrategia de paridad de precios

**BOOK**  
YOUR TRAVEL

and the Best Deals

Destination City

Arrival Date

Departure Date

Search

## ¿Por qué la igualdad de precios es importante para tu negocio?

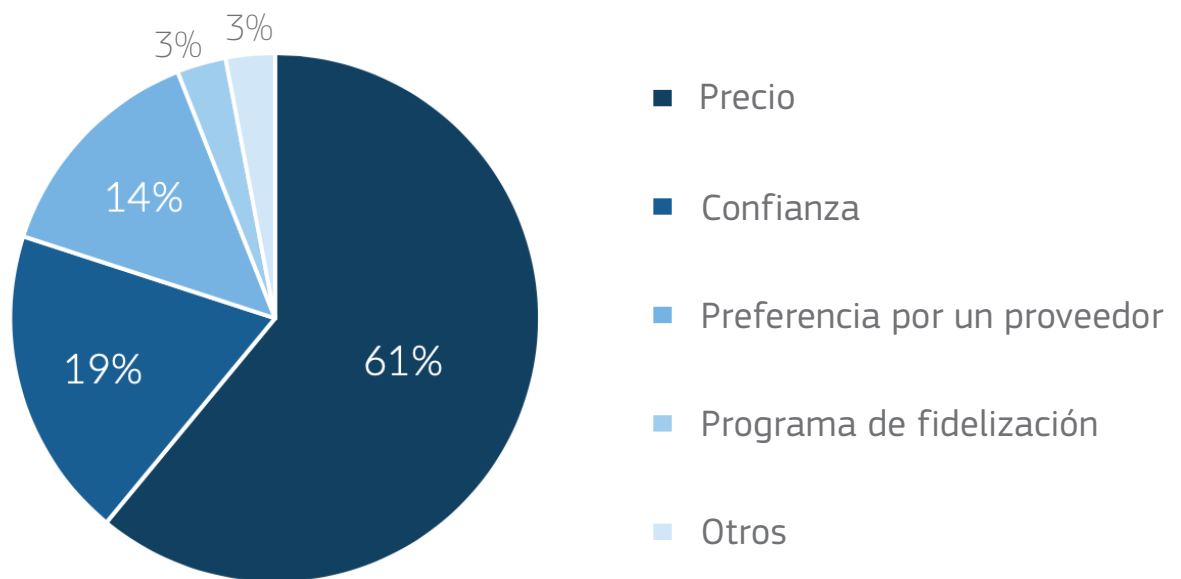
Aumentar el número de reservas realizadas por canal directo se ha convertido sin duda en una gran prioridad para la mayoría de los hoteleros. Si no se cuenta con una ventaja de precios competitivos, esto puede suponer un gran reto, pues sabemos que el precio es el mayor factor de decisión para los viajeros cuando compran por Internet.

La probabilidad de que un consumidor complete su reserva en tu canal directo aumenta un

# 20-30%

cuando ha tomado parte de un Google Hotel Ad mostrando el precio más competitivo en tu web

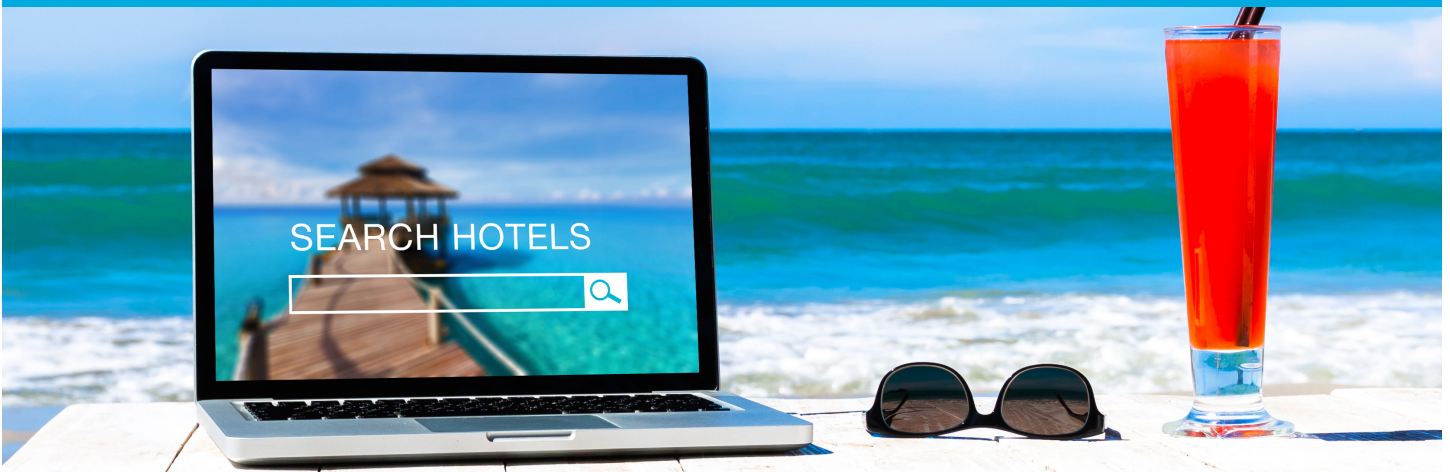
## ¿Qué influye al consumidor a la hora de reservar?\*



Fuente: <https://www.koddi.com/rate-parity-for-travel-brands/>

La comparación de precios se ve intensificada en los canales de búsqueda como Google, Kayak, TripAdvisor o Trivago, donde la fácil comparación de precios es el principal atractivo para el consumidor. Los usuarios de estos canales de búsqueda se caracterizan por ser compradores que se orientan por el precio y eligen reservar a través del canal con el precio más bajo.

TravelClick encuestó recientemente a un grupo de hoteleros para comprender mejor cuáles son sus principales desafíos. 8 de cada 10 señalaron la paridad de tarifas como un desafío y seis de ellos mencionaron que sentían “impotencia” o que se ven “sin poder de control” ante las causas externas que provocan los problemas de disparidad de sus tarifas. Entendiendo este sentimiento común, iniciamos un estudio piloto con 10 hoteles independientes de todo el mundo, para identificar cuáles son las causas de los problemas en la igualdad de tarifas y probar diferentes soluciones que pudieran aplicarse de forma extensiva obteniendo resultados positivos para hoteleros.



Nuestros hallazgos revelaron

## 4 PASOS CLAVE

que como hotelero hotelero puedes poner en práctica hoy para mejorar tu estrategia de igualdad de precios.

### Paso 1.

#### Revisa tus parámetros para identificar áreas de mejora

¿Qué puedes hacer para mejorar la paridad de precios?

Medimos el nivel de la igualdad de las precios en base a tres categorías: “ganar”, “igualar” o “perder”

- \_ **Ganar:** de todos los proveedores de distribución, tu propia página web tiene el precio más bajo
- \_ **Igualar:** de todos los proveedores de distribución, tu propia página web iguala el precio más bajo
- \_ **Perder:** de todos los proveedores de distribución, tu propia página web no iguala el precio más bajo

Los hoteles deben aspirar a que menos del 20% de sus impresiones de metabúsquedas estén en la categoría ‘perder’. Utiliza informes de metabuscadores y/o tu herramienta de comparador de tarifas para identificar los canales de distribución donde puedes mejorar tu paridad de precios.

# Haz búsquedas y genera impresiones para poder revisar la oferta e identificar los casos de disparidad de precios

## Paso 2.

### GANAR

Official Hotel.....	\$199
Expedia.com.....	\$249
Booking.com.....	\$249
Priceline.....	\$249
Travelocity.....	\$249
geataroom.com.....	\$249

La web de tu hotel tiene el **precio** más bajo

### IGUALAR

Expedia.com.....	\$201
Official Website.....	\$201
Hotewire.com.....	\$201
Hotels.com.....	\$201
Booking.com.....	\$201
Priceline.....	\$201

La web de tu hotel iguala el **precio** más bajo

### PERDER

Booking.com.....	\$201
Expedia.....	\$201
Official Website.....	\$230
Hotels.com.....	\$201
Travelocity.....	\$201
Orbitz.com.....	\$201

La web de tu hotel no iguala el **precio** más bajo

## Paso 3.

### Identifica la raíz del problema

Aproximadamente el 80% de los problemas en la disparidad de tarifas son causados por factores externos, cuando las tarifas de los partners de distribución son incorrectas. En una menor proporción (aproximadamente en el 20% de los casos), el fallo viene provocado por errores en la configuración. Los fallos de configuración que causan que la tarifa mostrada en la página web propia del hotel es incorrecta.

Comprueba cuáles son las tarifas erróneas: ¿son las tarifas en tu web propia o las que muestran tus partners de distribución?

#### TU WEB PROPIA

##### ✓ REVISAR LOS ERRORES MÁS COMUNES

- ¿Se ven reflejadas de forma correcta tus promociones en los metabuscadores?
- ¿El precio base es correcto?
- ¿Está causando problemas en el precio el cambio de divisa?
- ¿Están incluidos correctamente los impuestos y tasas en el precio de metabuscadores?

#### PARTNERS DE DISTRIBUCIÓN

##### ✓ REVISAR LOS ERRORES MÁS COMUNES

- ¿Las tarifas que se muestran deben ser destinadas a B2B, tarifas no públicas u ofertas offline?
- Mientras navegas en la página del distribuidor, ¿ves que el precio cambia?
- ¿Se ven reflejados los impuestos y tasas correctamente en el precio metabuscador?
- ¿Está el distribuidor reduciendo la comisión para poder ofrecer el precio más bajo?

## Marca un plan de acción

## Paso 4.

### Factores externos

*Si tu partner de distribución está reduciendo la comisión para mostrar un precio más baja, puedes tomar medidas a través de los siguientes métodos:*



#### Vigila los precios

- \_ Registra y documenta de forma clara los casos en los que el distribuidor no ha está mostrando la tarifa correcta.
- \_ Escala el asunto en cuestión con el responsable adecuado para buscar soluciones.
- \_ Si el problema persiste, puedes plantearte medidas más contundentes como retirar la opción de prepago con el distribuidor o pausar tu contenido inventario hasta alcanzar un compromiso de soluciones.



#### Implementa una estrategia que favorece la venta directa

- \_ Registra y documenta de forma clara los casos en los que el distribuidor no ha está mostrando la tarifa correcta.
- \_ Ofrece un descuento exclusivo para la venta directa de entre 5-30% y aumenta las iniciativas para promocional la venta directa a través de tu web con tus clientes.

*Si tu partner de distribución muestra tarifas no públicas destinadas a la distribución offline:*

- \_ Haz una reserva para comprobar las tasas que utilizan y habla con tu partner utilizando esta evidencia.
- \_ Si tu partner de distribución persiste en revender sus tarifas offline, considera tomar medidas como reducir o cerrar tu inventario de contenido con ellos.

*Si el distribuidor publica una tarifa diferente en el canal de búsqueda frente al precio final en su página:*

- \_ Investiga si las tarifas son siempre más bajas o si hay casos en los que la tarifa es más elevada, ya que esto podría suponer un problema del caché de tarifas.
- \_ Si puedes descartar el problema de caché de tarifas, documenta los casos en los que has podido identificar este caso y coméntalo con tu partner de distribución o con el responsable de mercado

*Si el distribuidor no anuncia los impuestos y/o tasas de forma exacta o en su totalidad en su canal de búsqueda:*

- \_ Identifica si están obligados por ley a anunciar los impuestos que no están incluyendo. Si fuera el caso, escala el asunto con las personas responsables. Si no es así, considera la opción de adaptar como muestras los impuestos en tu página web propia.

## Factores Internos

*Si los precios de tu hotel son incorrectos desde otros países en un 1-2% por la conversión de divisa:*

- \_ Identifica qué divisas son las que se ven afectadas por esta discrepancia, ocurre con mayor frecuencia con divisas con valor numérico más grande como por ejemplo el peso colombiano o bath tailandés.
- \_ Aplica una promoción general del 1-2% a las divisas que has identificado.

*Si la tarifa de tu hotel, excluyendo impuestos y tasas, no es correcta en los canales de metabuscadores:*

- \_ Asegúrate que el plan de tarifas adecuado ha sido asignado para distribución online y que las promociones están configuradas correctamente.
- \_ Revisa si has aplicado una promoción que los canales de metabuscadores no pueden aplicar.
- \_ Contacta con el equipo de soporte de tu proveedor central de reservas para mayor asistencia.

*Si la tarifa de su hotel excluye impuestos y/o tasas que tienen que anunciarse:*

- \_ Verifica que tienes la información correcta sobre impuestos y tasas, comprueba si te falta incluir alguna y contacta con el equipo de asistencia del proveedor de la solución que utilizas.

---

## ¿Cómo podemos ayudarte desde TravelClick?

Nuestro equipo de expertos está a tu disposición para ayudar a impulsar tu éxito mejorando tu paridad de precios. Permítenos mostrarte cómo de sencillo es reunir data detallada sobre paridad de precios y competitividad de tarifas con la solución Rate360 y nuestro Hotelier Analytics Metasearch. Te explicaremos cómo pueden ayudarte a identificar áreas de mejora y nos podremos encargar desde el equipo de TravelClick de, en tu nombre gestionar los problemas de disparidad de precios con los metabuscadores. Podremos a tu disposición un equipo de expertos acostumbrados a trabajar con hoteles en todo el mundo para mejorar la paridad de tarifas en todos sus mercados.

## Sobre TravelClick

TravelClick ofrece soluciones innovadoras, fundadas en el análisis de datos de negocio que ayudan a hoteles a nivel global a maximizar sus ingresos. Nuestro conjunto de soluciones interconectadas – Business Intelligence, Media, Web & Video y Guest Management – ayuda a más de 25,000 clientes a crear mejores decisiones de negocio para entender mejor, adquirir, convertir y retener huéspedes. Con presencia en 176 países, tenemos un profundo conocimiento de mercado a nivel local sumado a nuestra perspectiva global, que nos impulsa a alcanzar resultados óptimos para nuestros clientes hoteleros.

**TravelClick**  
an amadeus company

Online: [www.travelclick.com](http://www.travelclick.com)

Email: [info@travelclick.com](mailto:info@travelclick.com)

Phone: +34 935 20 80 08