

Según se extrae del “Observatorio de la Hotelería Independiente en España” realizado por Keytel en colaboración con Braintrust Consulting Services

## EN ESPAÑA LOS HOTELES URBANOS ESTÁN MEJOR VALORADOS QUE LOS ESTABLECIMIENTOS DE SOL Y PLAYA

---

- *Este dato es especialmente relevante en un mercado en el que el 51% de la planta hotelera pertenece al segmento sol y playa vs el 49% de establecimientos urbanos*
- *«Limpieza», «Confort», «Relación Calidad-precio», y «Ubicación» son los aspectos en los que la brecha es más amplia a favor de los hoteles de ciudad*
- *Se trata de la segunda gran conclusión de este exhaustivo estudio que ya compartió, en su primera entrega, que los hoteles independientes gozan de mejor reputación que las cadenas hoteleras*
- *El método de trabajo combina el análisis de las valoraciones efectuadas en [www.booking.com](https://www.booking.com) relativas a establecimientos de 3, 4 y 5 estrella, ubicados en España con entrevistas a reputados expertos, que han contribuido a certificar las conclusiones extraídas.*

Barcelona, 29 de febrero de 2024.- [Keytel](#) –primera alianza de hoteles independientes en el mundo– y [Braintrust Consulting Services](#) –firma global de servicios profesionales especializada en turismo– presentan la segunda gran conclusión de su “Observatorio de la Hotelería Independiente en España”. El estudio, que nace con el objetivo de radiografiar la situación actual de este sector frente a las grandes cadenas, afirma en esta nueva entrega que **los hoteles urbanos están mejor valorados que los de sol y playa**.

Estos resultados deben contextualizarse en un mercado, el español, en el que **el 51% de los hoteles pertenece al mercado de sol y playa**. A este respecto, las principales diferencias se hallan en los ámbitos de «Limpieza», «Confort», «Relación calidad-precio», y «Ubicación», en los que los hoteles urbanos gozan de una mejor percepción, mientras que la valoración de aspectos como «Personal» y «Limpieza» se mantienen bastante parejos en ambos segmentos.

Asimismo, es importante destacar que los hoteles “vacacionales” pertenecientes a cadenas hoteleras salen notablemente más perjudicados en las puntuaciones de los clientes que los establecimientos independientes de dicho segmento.

### El por qué de estas puntuaciones

Una posible explicación a este resultado es que en el segmento sol y playa se suele sacrificar parcialmente la relación calidad-precio en aras de ajustar la balanza costes–ingresos y aquí quedan afectados aspectos tan relevantes como Limpieza, Confort o WiFi. Además, la mayor dependencia de distribuidores en la comercialización impacta a menudo negativamente en las expectativas del cliente, a quien no se traslada con precisión la ubicación y características del hotel y que, por tanto, acaba contratando un producto que difiere del esperado.

Asimismo, estas conclusiones están directamente relacionadas con otra de las grandes lecturas que deja el estudio: **personal y limpieza son los aspectos que más valoran los usuarios**. Y es que el factor humano, la capacidad del empleado de entender y satisfacer las necesidades de los clientes, es uno de los grandes adalides de un hotel, donde este se juega en gran medida su éxito y prescripción. Y, como no podía ser de otra manera, y muy especialmente tras la pandemia, la percepción de higiene y limpieza, tanto de habitaciones como de zonas comunes, se erige como factor clave.

# Keytel

Se revela pues esencial para los hoteles de sol y playa mejorar sus estándares en cuanto a limpieza, confort y accesibilidad tecnológica. Y, en el caso de la hotelería vacacional de cadena, es especialmente importante recortar distancias entre la calidad del producto y las tarifas ofertadas para satisfacer a un huésped con expectativas habitualmente elevadas. A este respecto, la mejor valoración de los hoteles independientes en este segmento corrobora lo defendido por Keytel: haciendo hincapié en aquellos aspectos que convierten una estancia en una experiencia, su capacidad de competir es indiscutible.

## **Las conclusiones precedentes**

El pasado mes de enero Keytel compartió una primera y significativa conclusión del estudio: los clientes valoran mejor a los establecimientos independientes que a los integrados en cadenas hoteleras. Así, entre los motivos que apoyan esta elección destacan su singularidad, el trato personalizado, la relación calidad-precio y la posibilidad de disfrutar de una estancia más experiencial alejada de la estandarización.

Como consecuencia de estos resultados, los hoteles no adscritos a grupos hoteleros se encuentran ante la imperiosa necesidad, si desean mantener estas excelentes percepciones, de mantener y renovar los activos, de optimizar la política de precios y de asegurar la máxima profesionalidad y cuidado en la atención al cliente.

## **Un estudio profesional y exhaustivo**

El método de trabajo combina el análisis de las valoraciones efectuadas en [www.booking.com](http://www.booking.com) relativas a establecimientos de 3, 4 y 5 estrellas ubicados en España con entrevistas a reputados expertos, que han contribuido a certificar las conclusiones extraídas.

Durante los próximos meses, y siempre en el marco de este observatorio, Keytel dará a conocer nuevas conclusiones y resultados que se vayan extrayendo de este exhaustivo análisis del panorama hotelero independiente nacional.

## **Sobre Keytel**

Keytel es la primera alianza de hoteles independientes del mundo con un portfolio de más de 3.000 establecimientos en 80 países.

La organización se define como la 1ª organización especializada en aceleración de los procesos de transformación hotelera, una fórmula que combina una amplia oferta de servicios y herramientas tecnológicas para incrementar la velocidad de transformación y crecimiento de sus hoteles asociados.

## **Sobre Braintrust**

Braintrust es una firma de consultoría multinacional española con oficina en Madrid, México, Buenos Aires, São Paulo y Santiago de Chile, y un equipo con más de 100 profesionales y más de 1.000 estudios a su cargo en varios países.

Su plantilla de cualificados consultores está dedicada a ofrecer soluciones de negocio de alto valor añadido y a la búsqueda permanente de la diferenciación, lo que le llevado a Braintrust a desarrollar con éxito nuevas metodologías de análisis e innovadoras soluciones.

La compañía cuenta con clientes de muy diverso tamaño y diferentes sectores como: Turismo y Ocio, Telecomunicaciones, Banca y medios de pago, Seguros, Energía, Distribución o Retail.

Dentro de la industria turística Braintrust trabaja para los principales destinos, Agencias de viaje y touroperadores, Líneas aéreas, cadenas hoteleras, Rent a car, o empresas tecnológicas.



>> Para más información:

***Dpto. Comunicación Grupo Hotusa***

María Iglesias | Claudia Conte

Tel. 93 268 10 10 (Ext. 702) / 93 268 10 10 (Ext. 659)

E-mail: [comunicacion@grupohotusa.com](mailto:comunicacion@grupohotusa.com)