



ESTUDO REVELA QUE OS HOTÉIS INDEPENDENTES SÃO MAIS BEM CLASSIFICADOS DO QUE OS HOTÉIS DE CADEIA

- *Esta é a principal conclusão da primeira fase de análise dos resultados do Observatório da Hotelaria Independente em Espanha, promovido pela Keytel em colaboração com a Braintrust Consulting Services*
- *O estudo conta com um painel de peritos multidisciplinares do sector da hotelaria e tem como objetivo descrever a situação dos hotéis independentes em comparação com as cadeias e apresentar soluções para reforçar a sua proposta de valor e aumentar a sua competitividade*
- *Nos próximos meses, e sempre no âmbito deste observatório, a Keytel publicará periodicamente, em relatórios sucessivos, as conclusões e os resultados desta análise exaustiva do sector hoteleiro independente*

Barcelona, 06 de fevereiro de 2024. - A Keytel - a primeira aliança de hotéis independentes do mundo - e a Braintrust Consulting Services - empresa global de serviços profissionais especializados em Turismo - promoveram o lançamento do “Observatório da Hotelaria Independente em Espanha”. O estudo foi criado com o objetivo de analisar a situação atual deste sector em relação às grandes cadeias e, uma vez obtido o diagnóstico, apresentar soluções para reforçar a sua proposta de valor e aumentar a sua competitividade.

O método de trabalho baseou-se na análise das avaliações efectuadas pelos clientes no site www.booking.com, tanto de estabelecimentos independentes como de estabelecimentos pertencentes a cadeias, nas categorias de 3, 4 e 5 estrelas, situados em Espanha, e divididos entre os segmentos urbano e de férias. O estudo exaustivo destas avaliações foi complementado com entrevistas a especialistas de renome, que contribuíram com a sua visão particular e ajudaram a reforçar e a certificar as conclusões obtidas.

A este respeito, a empresa, que apresentará os resultados do estudo em diferentes blocos, avança uma primeira e significativa conclusão: **Os clientes valorizam mais os estabelecimentos independentes e, por conseguinte, manifestam a sua preferência ao reservá-los em detrimento da proposta de hotéis de grandes cadeias.**

Neste sentido, um fator determinante é a capacidade dos hotéis independentes para oferecer um tratamento mais personalizado e uma experiência única que reflita a identidade do destino, em comparação com a fórmula de alojamento padronizada oferecida pelas cadeias hoteleiras. Cada vez mais, os turistas querem estar imersos na essência do local que estão a visitar, uma experiência que é percebida como muito mais viável no hotel independente.

Preços, instalações e procedimentos: algumas oportunidades de melhoria

O estudo revela também uma segunda realidade: **Os preços nos hotéis independentes tendem a ser mais baixos.** A priori, este facto só poderia ser visto como um ponto forte aos olhos do cliente. No entanto, pode revelar uma dupla falha na gestão das vendas. 1) A inadequação dos preços ao serviço oferecido - a estratégia de *preços* deve ser ajustada à experiência do cliente - e 2) A não otimização da política de *revenue management*, tarefa que é mais bem executada pelas cadeias e que lhes permite fixar os seus preços de forma mais adequada à qualidade do serviço.

A última grande manchete desta fase de análise pode parecer, a priori, contraditória, uma vez

Keytel

que se detecta uma maior presença de hotéis independentes entre os hotéis com melhor e pior classificação. No entanto, esta realidade mostra apenas duas faces da mesma moeda. O serviço personalizado e a atenção aos pormenores oferecidos pelos hotéis não filiados em cadeias, que, se utilizados adequadamente, podem ser percebidos como um elemento diferencial e um valor acrescentado que melhora a experiência do viajante, podem tornar-se um fator negativo se forem associados à falta de profissionalismo ou à falta de atenção ao hóspede.

Assim, a singularidade e o cuidado com o produto único que é o hotel independente empurram alguns deles para o topo das classificações de avaliação, ao passo que a falta de investimento e de renovação dos activos, uma política de preços mal aplicada ou um serviço de apoio ao cliente pouco rigoroso podem empurrar outros para o fundo da tabela.

Em suma, o estudo corrobora a tese que defende o contributo dos hotéis independentes para a oferta turística de uma forma positiva, ao mesmo tempo que a análise também extrai pontos de melhoria que representam oportunidades para os hotéis independentes continuarem a competir. A Keytel orienta toda a sua atividade e o desenvolvimento das suas soluções para ajudar estes hotéis a continuar a melhorar a sua oferta e a reforçar a sustentabilidade do modelo de hotelaria independente.

Ao longo dos próximos meses, e sempre no âmbito deste observatório, a Keytel irá anunciar as novas conclusões e resultados que se retiram desta análise exaustiva do panorama hoteleiro independente nacional.

Sobre a Keytel

A Keytel é a primeira aliança de hotéis independentes do mundo, com uma carteira de mais de 3.000 propriedades em 80 países.

A organização define-se como a 1ª organização especializada na aceleração dos processos de transformação hoteleira, uma fórmula que combina uma vasta gama de serviços e ferramentas tecnológicas para aumentar a velocidade de transformação e crescimento dos seus hotéis associados.

>> Para mais informações:

Departamento de Comunicação do Grupo Hotusa

Inés Hidalgo | María Iglesias | Claudia Conte

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

E-mail: comunicacion@grupohotusa.com