



# Factores clave de la DISTRIBUCIÓN HOTELERA

## QUÉ BUSCA EL HOTELERO Y CUÁNTO INVIERTE



### FUNCIONALIDADES



**más valoradas** por los hoteles



**90%**  
Generación de informes



**87%**  
Conexión con las OTA



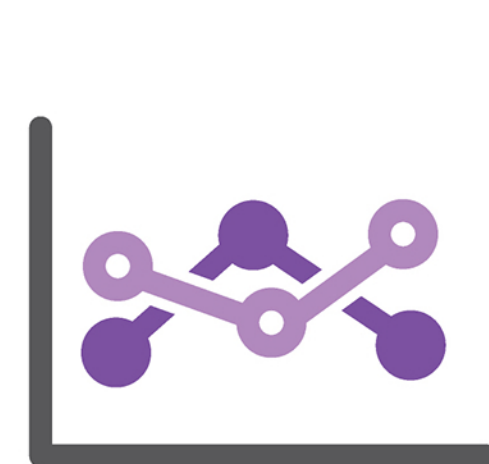
**85%**  
Rapidez de adaptación a los cambios



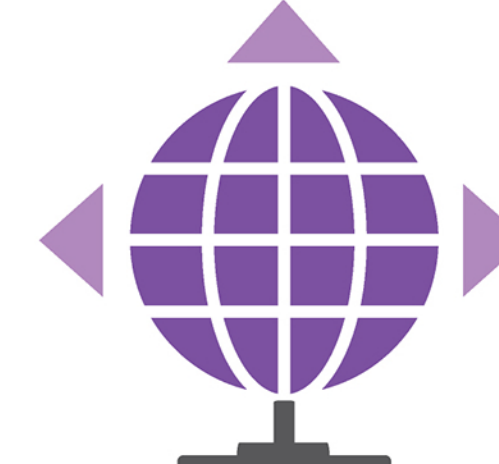
**menos valoradas** por los hoteles



**51%**  
Conexión con TTOO



**59%**  
Conocer la cuota de mercado del competidor



**64%**  
Conexión con GDS



### CHANNEL MANAGERS



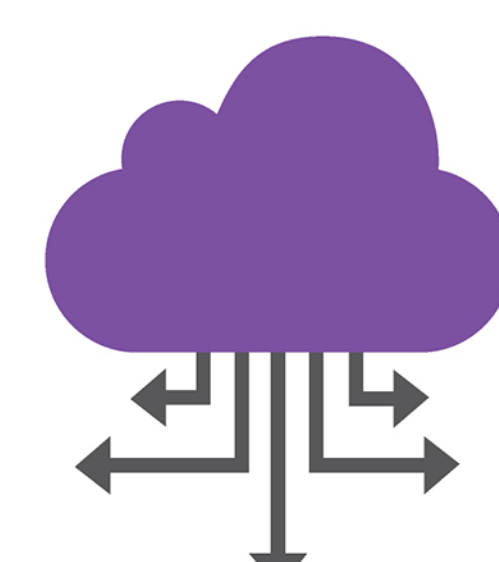
**retos**



**82%**  
Adaptarse al cliente y a la variación de la demanda



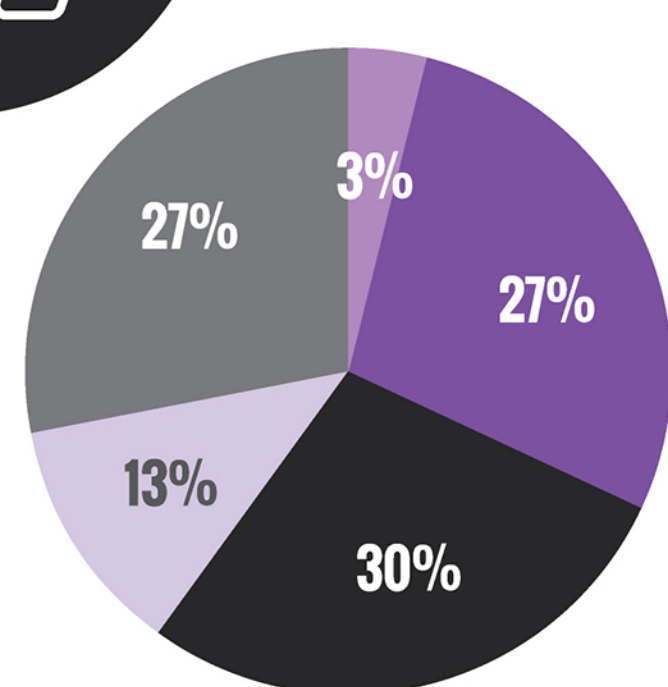
**67%**  
Responder a las estrategias de sus competidores



**67%**  
Procesamiento de datos (big data)



**inversión**



Volumen de inversión en channel managers

- Hasta 500€
- Entre 500€-1.000€
- Entre 1.000€-3.000€
- Entre 3.000€-5.000€
- Más de 5.000€

**60%**  
de los hoteles invierte hasta 3.000€ / año

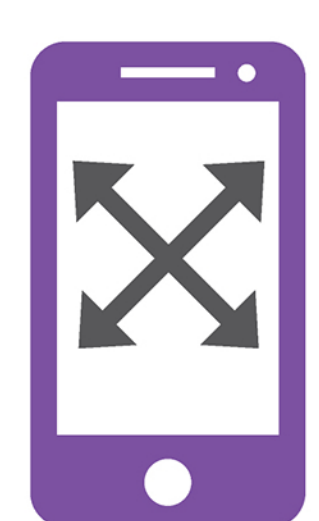
**81%**  
considera buena o muy buena la inversión en channel managers



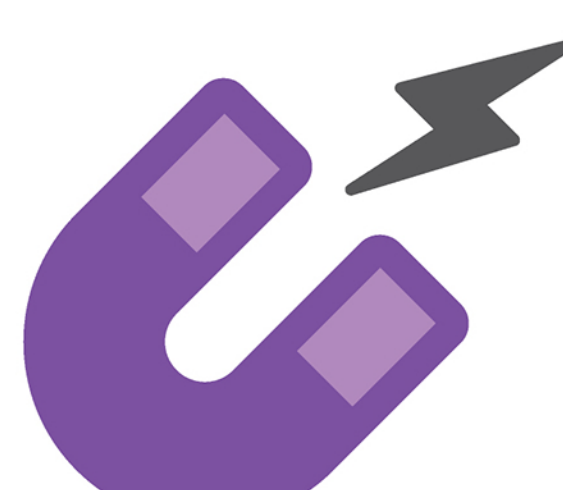
### MOTORES DE RESERVA



**retos**



**87%**  
Adaptación a dispositivos móviles



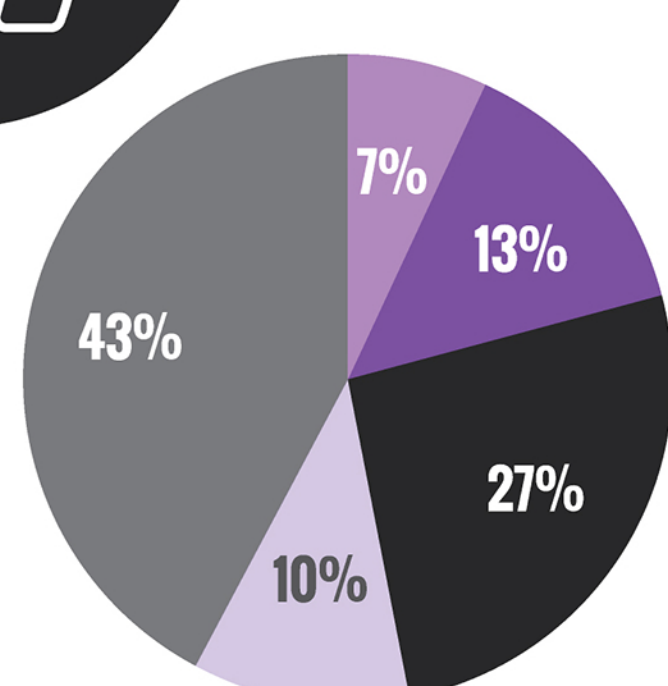
**85%**  
Diseño atractivo



**82%**  
Rapidez en la reserva



**inversión**



Volumen de inversión en motores de reserva

- Hasta 500€
- Entre 500€-1.000€
- Entre 1.000€-3.000€
- Entre 3.000€-5.000€
- Más de 5.000€

**57%**  
de los hoteles invierte hasta 5.000€ / año

**65%**  
considera buena o muy buena la inversión en motores de reserva