



D Ramón Estalella
Secretario General CEHAT
C/Orense 32
28.020 Madrid
Reino de España

Madrid, España, a 26 de Noviembre de 2.024

Apreciado Ramón,

Siguiendo con nuestra conversación telefónica de ayer te hago llegar un comunicado relativo a los efectos derivados de la implementación del Digital Markets Act (DMA) en la distribución de hoteles

Desde Mirai llevamos años trabajando en este tema y llamando la atención sobre los riesgos que se podían derivar del DMA para la industria hotelera, parece que las peores hipótesis se confirman.

Hemos podido saber que, dada la situación de bloqueo entre la Comisión Europea (EC) y Google por la investigación derivada de los cambios efectuados por Google en febrero de este año para cumplir con el DMA, Google ha comenzado a desactivar de manera paulatina la experiencia de navegación específica para hoteles. [Aquí verás la entrada que Google acaba de publicar en su blog al respecto.](#)

Por ahora estos cambios están siendo aplicados de manera gradual pero creciente en Alemania, Bélgica y Estonia.

Alemania es un mercado emisor clave para España. Los cambios que Google aplica suponen **una enorme pérdida para los usuarios de Google (viajeros) como para los anunciantes hoteleros.**



Los primeros pasan a tener que formular sus búsquedas de una manera más compleja, menos intuitiva y con mucha menos información sobre la oferta hotelera existente en cualquier destino.

Los hoteles, por su parte, pierden capacidad de presentar su producto de una manera relevante, personalizada y en combinación con otras relevantes soluciones de Google como mapas, *reviews* de cliente y otras soluciones que hacían la búsqueda hotelera **más organizada, clara, eficiente, rápida** y orientada a la venta.

Estos cambios suponen un retroceso en el tiempo que sólo tiene un beneficiado: Los intermediarios, más concretamente las grandes OTAs.

Como hemos anunciado en numerosas ocasiones el DMA busca hacer un mercado más justo y abierto, objetivo que por supuesto compartimos, pero su interpretación actual está generando una clara ventaja para las OTAs en términos de visibilidad y tráfico que redundan en una mayor venta de hoteles a través de las mismas y una disminución de las ventas directas para los hoteles.

Ayer mismo estuvimos en Bruselas convocados por la EC para analizar los cambios anunciados por Booking.com y efectuados como consecuencia de su designación de "guardián del acceso" (gatekeeper) por la EC en mayo de este año. Habrá que ver cómo valora la EC los cambios efectuados por Booking.com en este contexto, en cualquier caso, nuestra valoración es que no resuelven los problemas de base que sustentan la posición de dominancia actual en la distribución hotelera.

Desde Mirai, hemos seguido este tema de cerca y nuestros análisis han revelado en sucesivas ocasiones que los grandes perdedores en esta situación son los hoteles. **Muy especialmente los independientes y pequeñas cadenas.**



Dadas la circunstancias y las fechas críticas de reserva en las que estamos entrando de cara a la temporada 2025 es indispensable hacer llegar de una manera clara y determinada **un mensaje de preocupación exhortando a la EC a encontrar, de manera urgente, un acuerdo con Google que asegure el cumplimiento del DMA sin dañar la visibilidad de los medios de venta directa (webs propias del hotel) de aquellas empresas que quieren vender de forma directa al consumidor final.**

Somos conscientes de que este es un asunto farragoso, poliédrico y que queda "muy lejos" del día a día de muchos hoteles. Es por ello que desde Mirai nos ponemos a disposición de la CEHAT para organizar las reuniones que hagan falta para trasladar a sus asociados la situación y las enormes implicaciones que se están ya derivado de la misma.

La inacción o indiferencia ante la situación actual no es una opción ya que supondría un retroceso de décadas en el ecosistema del marketing digital y un enorme aumento de costes y dependencia de la intermediación para los hoteles y operadores de alojamiento.

Quedo a tu disposición para lo que podáis necesitar y quedo muy agradecido por la difusión que le deis a este asunto de vital importancia así como el continuado interés y apoyo que desde CEHAT habéis o mostrado desde su inicio

Un abrazo

Javier



A handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a long vertical stroke at the end.

Javier Delgado Muerza
Socio & CEO EMEA
Mirai