Growthmaster *Travel*

E-BOOK GRATIS

Guía gratuita
8 CAPÍTULOS + CHECKLIST

Más *reservas directas*

Una guía práctica para campings, glampings, parques vacacionales, B&B y pequeños hoteles



AÑOS DE EXPERIENCIA EN MARKETING EN

Holidu · Belvilla · Center Parcs

Kelly Kap, Growthmaster

Edición de noviembre de 2026

MÁS RESERVAS DIRECTAS

Índice

01 Lo que te cuesta una reserva a través de una plataforma

02 Lo que permite la Ley de Mercados Digitales

03 Tu web como máquina de reservas

04 Un motivo para reservar directamente

05 Aparecer en Google

06 Responder rápido y hacer seguimiento

07 Que los huéspedes habituales vuelvan

08 Medir lo que funciona

Checklist: 20 puntos

Las plataformas de reservas te traen huéspedes nuevos. Pero cada reserva cuesta comisión, y el huésped sigue siendo en parte de la plataforma. Esta guía te ayuda a que más huéspedes reserven directamente contigo, sin dejar del todo las plataformas.

Verás lo que cuesta de verdad una reserva a través de una plataforma, qué permite ahora la Ley de Mercados Digitales con tus precios y cómo conseguir más reservas directas en seis pasos. Al final encontrarás una checklist de 20 puntos.

KK

Sobre la autora. Kelly Kap trabajó durante años en marketing en Holidu, Belvilla y Center Parcs. Con Growthmaster Travel ayuda a empresas turísticas a conseguir más reservas directas con automatización inteligente.

Holidu · Belvilla · Center Parcs

CAPÍTULO 1

01 Lo que te cuesta una reserva a través de una plataforma

Según SiteMinder, Booking.com suele cobrar entre un 10 y un 25 por ciento de comisión, según tu ubicación y tus acuerdos, entre otras cosas. Un ejemplo:

10–25 %

de comisión por reserva en Booking.com, según SiteMinder

COMISIÓN SOBRE UNA RESERVA DE 600 €



✓ **Cada reserva que llevas a tu propia web es tuya por completo.**

Valor de la reserva	Al 10 %	Al 15 %	Al 25 %
300 €	30 €	45 €	75 €
600 €	60 €	90 €	150 €
1.200 €	120 €	180 €	300 €

Calcúlalo para tu propio negocio: reservas por plataforma al año × valor medio de la reserva × tu porcentaje de comisión. Cada reserva que llevas a tu propia web te ahorra esa cantidad. Y aún más importante: con una reserva directa, el contacto con el huésped es tuyo.

CAPÍTULO 2

02 Lo que permite la Ley de Mercados Digitales

Durante mucho tiempo no podías ser más barato en tu propia web que en la plataforma. Con la Ley de Mercados Digitales (DMA) de la UE, Booking.com ha sido designado guardián de acceso. Según la ficha informativa de la Comisión Europea, desde el 14 de noviembre de 2024 la plataforma debe cumplir todas las obligaciones pertinentes: los alojamientos del Espacio Económico Europeo pueden fijar libremente sus precios y condiciones, dentro y fuera de Booking.com, también en su propia web.

QUÉ HA CAMBIADO

14 nov. 2024
Booking.com debe cumplir las obligaciones de la DMA

sept. 2026
Los precios externos ya no cuentan para el programa Sponsored Benefit

Ahora
Puedes ofrecer un mejor precio o mejores condiciones en directo

En septiembre de 2026, Booking.com se comprometió además a que los precios externos dejen de influir en la admisión al programa Booking Sponsored Benefit. Las comparaciones de precios externos en la extranet son ahora solo informativas.

¿Qué significa esto para ti? Puedes ofrecer un precio más bajo o mejores condiciones a quien reserva directamente. Eso sí, revisa tu propio contrato y las condiciones de los programas en los que participas.

03 CAPÍTULO 3
Tu web como máquina de reservas

La mayoría de las reservas directas se pierden en la propia web. Revisa estos puntos en tu móvil, porque es ahí donde reserva la mayoría de los huéspedes:

Ejemplo



1. **Disponibilidad y precio de un vistazo**
2. **Precio total sin sorpresas**
3. **Botón de reserva siempre visible**

- ¿Ves la disponibilidad y el precio en pocos segundos?
- ¿Se puede reservar en tres pasos, sin crear una cuenta?
- ¿El precio total y los posibles suplementos se ven claros desde el principio?
- ¿El botón de reserva está visible en todas las páginas?
- ¿La web carga rápido, también con una conexión móvil lenta?
- ¿Las fotos, el plano y las normas de la casa son fáciles de encontrar?

No mandes a los huéspedes a un formulario de correo para reservar. Cada paso de más cuesta reservas.

CAPÍTULO 4

04 Un motivo para reservar directamente

Los huéspedes reservan directamente cuando ganan algo con ello. Elige una o dos ventajas y muéstralas junto al botón de reserva, en la página de confirmación y en tu perfil de Google:

- **Elegir tu propia parcela, cabaña o habitación**
- **Salida tardía o llegada anticipada gratis**
- **Cancelación más flexible**
- **Desayuno, una botella de vino o alquiler de bicis a la llegada**
- **Un precio más bajo, si decides ofrecerlo**
- **Contacto personal antes de la llegada, por ejemplo por WhatsApp**

Cuéntalo de forma breve y concreta: "¿Reservas directamente? Eliges tu parcela y puedes quedarte hasta las 13:00."

05 CAPÍTULO 5 Aparecer en Google

Muchos huéspedes te buscan primero por tu nombre en Google, aunque te hayan encontrado en una plataforma. Asegúrate de que ahí gane el camino directo:

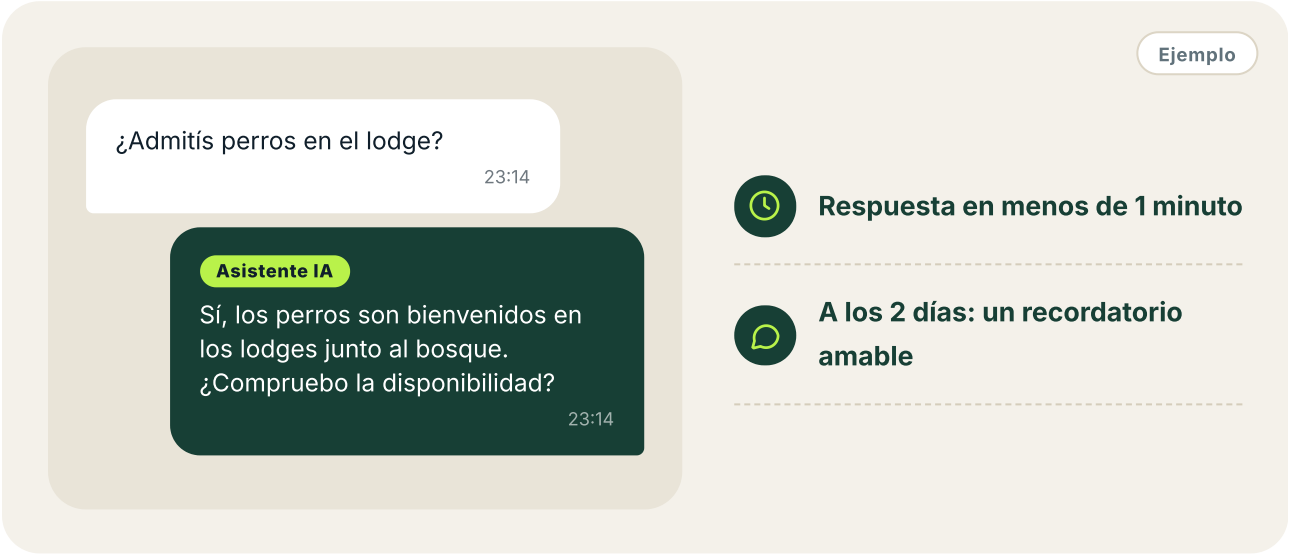


- Mantén actualizado tu Perfil de Empresa de Google: fotos, horarios, temporadas y un enlace a tu página de reservas.
- Los hoteles pueden conseguir enlaces de reserva gratuitos a través de Google Hotel Center. Son enlaces junto a los anuncios, sin coste por clic. La conexión suele ir a través de tu sistema de reservas o tu channel manager.
- Crea páginas para lo que buscan tus huéspedes, como "camping con perro junto al lago" o "B&B con desayuno en los Pirineos".
- ¿Recibes muchos huéspedes extranjeros? Una web multilingüe con hreflang les ayuda a encontrarte en su propio idioma.

CAPÍTULO 6

06 Responder rápido y hacer seguimiento

Quien duda, primero pregunta. Si la pregunta se queda un día sin respuesta, el huésped suele reservar en otro sitio. Tres cosas ayudan:



- **Respuestas preparadas** para las veinte preguntas más frecuentes, para contestar en un minuto.
- **Estar disponible fuera del horario de oficina**, por ejemplo con un asistente digital que responda a las preguntas frecuentes. Eso sí, indica que es IA: es obligatorio desde el 2 de agosto de 2026 según el Reglamento Europeo de Inteligencia Artificial.
- **Hacer seguimiento**: un recordatorio amable a los dos días cuando una solicitud o un presupuesto no recibe respuesta.

CAPÍTULO 7

07 Que los huéspedes habituales vuelvan

Un huésped que ya ha estado contigo es tu reserva más barata. Por eso, crea tu propia lista y mantén el contacto:



- Pregunta a quienes reservan directamente si quieren recibir tu newsletter.
- Da a conocer tu web durante la estancia, por ejemplo con un código QR en recepción.
- Envía con tiempo a tus huéspedes habituales tu oferta para la temporada baja o el año siguiente.

Las normas: para enviar publicidad por correo electrónico normalmente necesitas consentimiento. Existe una excepción para clientes existentes (artículo 13 de la Directiva europea sobre la privacidad y las comunicaciones electrónicas): si obtuviste la dirección con una reserva, ofreces algo similar y el huésped puede darse de baja fácilmente en cada correo. La autoridad de tu país explica cómo funciona; en España se recoge en el artículo 21 de la LSSI. Los huéspedes que reservaron a través de una plataforma no suelen entrar en esta excepción.

08 CAPÍTULO 8 Medir lo que funciona

Una vez al mes, apunta cómo te llegan las reservas. Basta con una tabla sencilla:



Mes	Directas	Por plataformas	% directas	¿Qué cambiaste?
Enero	18	42	30 %	Ventaja junto al botón de reserva
Febrero	24	40	38 %	Correo a huéspedes habituales

Las cifras de esta tabla son un ejemplo.

Así ves qué paso marca realmente la diferencia y con qué seguir.

CHECKLIST

Checklist: 20 puntos

Marca lo que ya haces

- [ ] 01 Sé cuánto me cuestan al año en comisiones las reservas por plataforma
- [ ] 02 He vuelto a leer mi contrato con las plataformas de reservas
- [ ] 03 Disponibilidad y precio aparecen en segundos en mi web
- [ ] 04 Se reserva en tres pasos, también desde el móvil
- [ ] 05 El precio total está claro desde el principio
- [ ] 06 Hay un botón de reserva en cada página
- [ ] 07 Mi web carga rápido en el móvil
- [ ] 08 Hay una ventaja concreta junto al botón de reserva
- [ ] 09 Esa ventaja también aparece en mi perfil de Google y en el correo de confirmación
- [ ] 10 Mi Perfil de Empresa de Google está al día y enlaza a mi página de reservas
- [ ] 11 He comprobado si puedo tener enlaces de reserva gratuitos de Google
- [ ] 12 Tengo páginas para lo que buscan mis huéspedes
- [ ] 13 Mi web está en los idiomas de mis principales huéspedes extranjeros
- [ ] 14 Tengo respuestas preparadas para las veinte preguntas más frecuentes
- [ ] 15 Las preguntas se responden en pocas horas, también por la noche
- [ ] 16 Un asistente digital indica que es IA
- [ ] 17 Las solicitudes sin respuesta reciben un recordatorio
- [ ] 18 Quien reserva directamente puede apuntarse a mi newsletter
- [ ] 19 Los huéspedes habituales reciben con tiempo mi oferta para la próxima temporada
- [ ] 20 Mido cada mes mi porcentaje de reservas directas

SIGUIENTE PASO

¿Necesitas ayuda?

Growthmaster Travel ayuda a empresas turísticas con la comunicación con huéspedes, las redes sociales, las reseñas y el seguimiento de solicitudes de reserva, con IA y siempre con tu aprobación. En una demo gratuita de 30 minutos (en inglés o neerlandés) vemos dónde puedes ganar más reservas directas.

growthmaster.nl/es/travel →



KK

Sobre la autora. Kelly Kap trabajó durante años en marketing en Holidu, Belvilla y Center Parcs. Con Growthmaster Travel ayuda a empresas turísticas a conseguir más reservas directas con automatización inteligente.

Holidu · Belvilla · Center Parcs

Fuentes

1. Comisión Europea: ficha sobre la DMA y Booking.com (septiembre de 2026) https://digital-markets-act.ec.europa.eu/factsheet-how-dma-ensures-businesses-using-bookingcom-are-free-set-their-prices-and-bookingcom-2026-09-28_en
2. SiteMinder: Booking.com fees https://www.siteminder.com/r/booking-com-fees/
3. Ayuda de Google Hotel Center: enlaces de reserva gratuitos https://support.google.com/hotelprices/answer/10472394?hl=es
4. EUR-Lex: Directiva 2002/58/CE (privacidad y comunicaciones electrónicas) https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2002/58/oj/spa
5. EUR-Lex: Reglamento (UE) 2024/1689 (Reglamento de Inteligencia Artificial) https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2024/1689/oj/spa

Esta guía se ha elaborado con cuidado, pero no es asesoramiento jurídico. Las normas pueden variar según el país; en caso de duda, comprueba tu situación.