



---

**Universidad de Valladolid**

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, JURÍDICAS Y DE LA COMUNICACIÓN

Grado Turismo

TRABAJO DE FIN DE GRADO

**Comparativa entre el sistema tradicional de alojamiento, hotel,  
y uno de los nuevos modelos de alojamiento, Airbnb. El  
desistimiento.**

Presentado por Luis Alfredo Lourenco da Costa

Tutelado por Henar Álvarez Álvarez

Segovia, Junio de 2017



*A mi madre, Por su apoyo incondicional. Sin su esfuerzo no habría sido posible llegar hasta aquí.*

**“Viajar es un ejercicio con consecuencias fatales para los prejuicios, la intolerancia y la estrechez de mente” – Mark Twain**

## **Resumen del trabajo**

En el presente trabajo de fin de grado vamos a hacer una comparativa entre el sistema tradicional de alojamiento, hotel, y uno de los nuevos modelos, Airbnb.

Vamos a presentar las dos empresas, veremos cómo están formadas y, posteriormente, estudiaremos el desistimiento y los medios para hacer una reserva en cada modelo estudiado.

## **Palabras clave**

Desistimiento – reserva – airbnb – Dreamplace.

## **Abstract**

In the present thesis we are going to make a comparative between the traditional accommodation system, hotel, and one of the new housing models, Airbnb.

We are going to present both companies, how are they formed, and after that, we are going to study the desisting and the means to make a reservation in both study models.

## **Keywords**

Desisting – reservation – airbnb – Dreamplace.



## ÍNDICE

### CAPÍTULO 1 Introducción y justificación

1.1.	Introducción y justificación.....	12
------	-----------------------------------	----

### CAPÍTULO 2 Marco metodológico

2.1.	Objetivos .....	16
2.2.	Metodología .....	16

### CAPÍTULO 3 Marco teórico

3.1.	Presentación de las empresas a comparar .....	20
3.1.1.	Dreamplace Hotels & Resorts .....	20
3.1.1.1.	Información general de la empresa.....	20
3.1.1.2.	Organigrama y actividades principales de empresa.....	22
3.2.1.	Airbnb.....	24
3.2.1.1.	Información general de la empresa.....	24

### CAPÍTULO 4 Análisis de caso

4.1.	Comparativa de estudio de los casos.....	28
4.1.1.	El desistimiento.....	28
4.1.1.1.	El desistimiento en Airbnb .....	29
4.1.1.1.1.	Desistimiento por parte del huésped en Airbnb ..	29
4.1.1.1.2.	Desistimiento por parte del anfitrión en Airbnb ..	29
4.1.1.2.	El desistimiento en Dreamplace Hotels & Resorts.....	30
4.1.1.2.1.	El desistimiento por parte de un cliente individual en	

Dreamplace Hotels & Resorts .....	30
4.1.1.2.2. El desistimiento por parte de un grupo en Dreamplace Hotels & Resorts .....	31
4.1.2. Medios para llevar a cabo una reserva en ambos modelos .....	35
4.1.2.1. Medios para hacer una reserva en Airbnb.....	36
4.1.2.2. Medios para hacer una reserva en Dreamplace .....	36

## **CAPÍTULO 5**

### **Conclusiones**

<b>5.1. Conclusiones .....</b>	<b>42</b>
--------------------------------	-----------

<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>44</b>
----------------------------------------	-----------

### **ANEXO I**

Entrevista a Óscar López (anfitrión de Airbnb) .....	48
------------------------------------------------------	----

### **ANEXO II**

Entrevista a Dominique Gahr (Adjunta de dirección de Dreamplace) .....	49
------------------------------------------------------------------------	----



## ÍNDICE DE GRÁFICOS, FIGURAS Y TABLAS

### GRÁFICOS

3.1.	Organigrama de Dreamplace Hotels & Resorts.....	22
3.2.	Evolución de los ingresos de Airbnb.....	26

### FIGURAS

3.1.	Mapa de localización de Dreamplace.....	21
3.2.	Logotipo de Dreamplace.....	22
3.3.	Logotipo de Airbnb.....	25

### TABLAS

4.1.	El desistimiento en ambos modelos de alojamiento .....	33
------	--------------------------------------------------------	----



## **Capítulo 1 Introducción y justificación**

## **1.1.- Introducción y justificación.**

Según la OMT “El Turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios.”

El turismo es uno de los sectores que crece más rápidamente, siendo considerado como uno de los motores para el proceso socioeconómico en la sociedad actual. (OMT)

Ya en la civilización griega (1200 a.C. - 146 a.C.) se realizaban viajes para asistir a los Juegos Olímpicos y para hacer peregrinaciones religiosas en las que participaban miles de personas. Con la llegada del Imperio Romano, se realizaron otro tipo de viajes como la asistencia a termas, espectáculos y viajes frecuentes a las zonas costeras.

Durante la Edad Media la mayoría de los pueblos decayeron pero sobresalen las peregrinaciones religiosas (Especialmente a la Meca y a Santiago de Compostela). Más tarde, y con las cruzadas, el gremio de los posaderos adquirió gran protagonismo y se convirtió en un negocio rentable.

En la Edad Moderna surgen dos de los motivos que hacen que se produzca uno de los mayores desarrollos en turismo y son:

-El descubrimiento de América (1492).

-Surgimiento de los primeros coches y carrozas (1550)

Durante la Edad Contemporánea sucede la Revolución industrial lo que provoca un auge espectacular en el turismo. En esta época se realiza el primer viaje en grupo organizado por Thomas Cook (1841). Posteriormente surge la primera agencia de viajes, “Thomas Cook and Son”.

Ya en la segunda mitad del S. XX se desarrolló el conocido como “boom turístico”. Algunos factores que ayudaron a esto fueron la paz tras la segunda guerra mundial, los avances en infraestructuras, las mejoras económicas y las condiciones laborales de los trabajadores. Todo esto, visto desde el punto de vista del turismo, provocó el desplazamiento de turistas (fundamentalmente de países del norte de Europa) a las costas españolas buscando el denominado turismo de sol y playa.

Desde ese momento ha sido un no parar y, aunque este tipo de turismo sigue siendo el más representativo de nuestro país, han surgido otros modelos para adaptarse a las exigencias, cada vez mayores, de los turistas.

En el presente trabajo vamos a realizar un estudio comparativo entre el sistema tradicional de alojamiento, Hotel (Estudiaremos la cadena hotelera Dreamplace Hotels & Resorts), y uno de los nuevos modelos de alojamiento, Airbnb.

Para realizar esta comparativa seguiremos un orden en el que empezaremos hablando de los objetivos de este trabajo y la información que hemos usado para desarrollarlo. Acto seguido colocaremos los datos teóricos ya existentes y sobre el que se soportará el caso de estudio concreto. Finalmente sacaremos conclusiones tanto positivas como negativas de ambos modelos de alojamiento y propondremos algunas mejoras.

He decidido hacer este trabajo, después de analizar diferentes alternativas, porque es un tema actual y de interés. En los últimos años han surgido nuevos modelos de alojamiento y, barajando diferentes propuestas con la tutora, Henar Álvarez Álvarez, pensamos que es un trabajo diferente y en el que puedo aplicar conocimientos adquiridos durante la realización de las prácticas tanto en la recepción del Hotel Tryp Lisboa Aeroporto como en el departamento de calidad de la cadena hotelera

Dreamplace Hotels & Resorts, que se encuentra en el archipiélago canario y que cuenta con cuatro hoteles repartidos entre las islas de Tenerife (Dream Gran Tacande, Dream Tigotan y Dream Tagoro) y Lanzarote (Dream Gran Castillo). Todos ellos son de 4 y 5 estrellas enfocados al turismo de sol y playa.

## **Capítulo 2 Marco metodológico**

## **2.1. Objetivos.**

En el presente trabajo de fin de grado se va a diferenciar por un lado el objetivo principal y por otro el secundario.

El objetivo principal va a ser hacer una comparativa en lo referente al desistimiento entre el modelo tradicional de alojamiento, hotel (en este caso, la cadena hotelera canaria Dreamplace Hotels & Resorts), y uno de los nuevos modelos de alojamiento, surgido a finales del año 2008, Airbnb.

Como objetivo secundario describiré el modelo de reserva en ambos modelos turísticos para ver qué diferencias surgen entre ellos.

## **2.2.- Metodología.**

En este apartado vamos a comentar las fuentes de las que hemos obtenido la información para la realización del presente TFG.



## Marco metodológico

Hemos analizado los libros y páginas web que figuran al final del trabajo, en el apartado de referencias bibliográficas.

Para la obtención de datos secundarios pensamos que sería interesante realizar una entrevista a la adjunta de Dirección de Dreamplace Hotels & Resorts, Dominique Gahr (Anexo II), y otra a uno de los propietarios que ofrecen la opción de reservar una habitación en su vivienda del centro de Madrid. Se llama Óscar López y reside en la calle San Bernardo (Anexo I).



## **Capítulo 3 Marco teórico**

### **3.1- Presentación de las empresas a comparar.**

En este apartado presentaremos las dos empresas del estudio del caso, el ejemplo del sistema tradicional de alojamiento, Dreamplace Hotels & Resorts, y uno de los nuevos modelos, Airbnb.

#### **3.1.1 Dreamplace Hotels & Resorts.**

##### **3.1.1.1 Información general de la empresa**

Dreamplace Hotels & Resorts está compuesta por 554 trabajadores repartidos en todos los departamentos de la empresa y en los cuatro hoteles con los que la cadena cuenta en las Islas Canarias. Tres de ellos se encuentran en la parte sur de isla de Tenerife (Dream Gran Tacande – donde se encuentran las oficinas centrales de la compañía, Dream Tigotán y Dream Tagoro). El otro hotel con que la compañía cuenta, se encuentra en la isla de Lanzarote (más concretamente en el sur de la isla, en la zona de Playa Blanca).

Dreamplace Hotels & Resorts ha facturado más de 57 millones de euros en el año 2014, aumentando en un 12.88% respecto al año anterior. Se prevé seguir aumentando los beneficios en los años siguientes.

No se disponen de datos más recientes debido a que, a finales de 2015, la actuación de un hacker informático accedió a la red de la empresa dejándola seriamente afectada y perdiendo mucha información con la que contaba. Como consecuencia tuvo que empezarse de cero hasta volver a recobrase, poco a poco, la normalidad. Fue tan grave el asunto que se llegó al punto de tomar reservas únicamente en papel durante más de dos semanas con la gravedad del asunto y pensando que se rozaba el 100% de ocupación debido a la llegada de turistas extranjeros en la época estival.

Algunos datos de interés referentes a Dreamplace Hotels & Resorts son:

- Dirección: Calle Alcalde Walter Paetzmann s/n, 38670 Adeje, Santa Cruz de Tenerife

FIGURA 3.1. Mapa de localización de Dreamplace.



FUENTE:  
<https://goo.gl/dIFzuy>

- El logotipo de la empresa se presenta a continuación.

FIGURA 3.2. Logotipo de la empresa Dreamplace.



Fuente

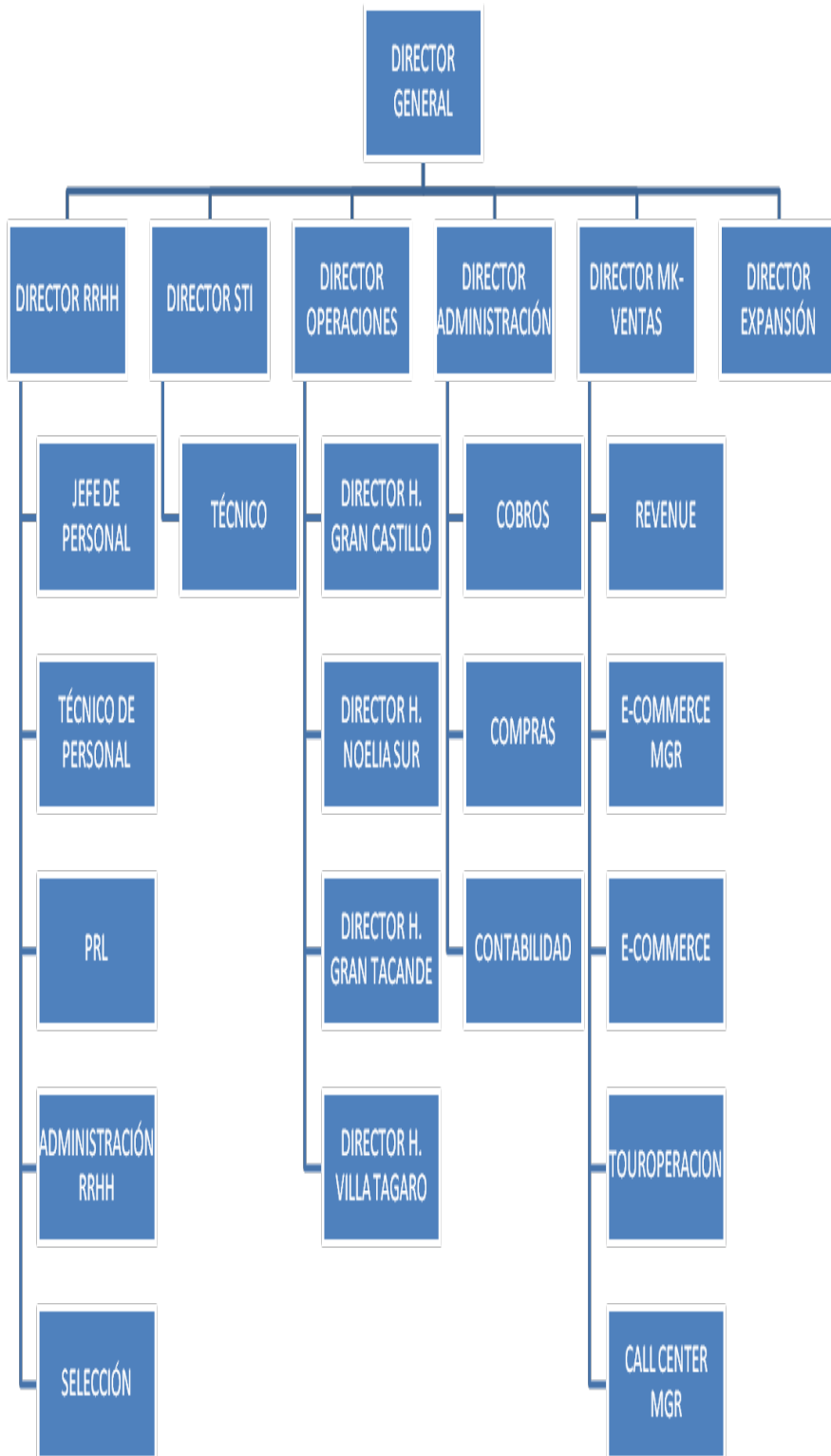
<https://goo.gl/01bUlp>

- Teléfono: 922 97 92 81
- Página web: En ella se pueden encontrar todos los detalles de los cuatro hoteles con los que la cadena cuenta, tanto en la isla de Tenerife como en Lanzarote. Además, desde aquí, se puede hacer una reserva directa para cualquiera de los cuatro hoteles. La dirección es la siguiente:

<http://www.dreamplacehotels.com/es>

### 3.1.1.2. Organigrama y actividades principales de la empresa.

GRÁFICO 3.1. Organigrama de Dreamplace.



FUENTE: Elaboración propia

Dreamplace Hotels & Resorts. S.A está especializada en la oferta de alojamiento en los cuatro hoteles con los que la cadena cuenta en Tenerife y Lanzarote a cambio de un precio. Los hoteles cuentan con 4 estrellas (Dream Tigotan – enfocado al público adulto disponiendo también de una zona nudista en su azotea. También cuenta con 4 estrellas el Dream Tagoro orientado a familias). Dos de sus hoteles disponen de 5 estrellas (Dream Gran Tacande. Se encuentra al lado de la playa del duque en Tenerife y además alberga las oficinas centrales de la cadena. Del mismo modo cuenta con 5 estrellas el hotel que se encuentra en Playa Blanca, Lanzarote. Es el hotel Dream Gran Castillo , este hotel es famoso por contar con 11 piscinas y por su proximidad a la famosa playa del Papagayo).

### 3.1.2 Airbnb

#### 3.1.2.1 Información general de la empresa

Airbnb es un nuevo modelo de alojamiento que surgió a finales del año 2008 en California, Estados Unidos.

Los creadores son:

-Joe Gebbia: Director de producto y cofundador.

-Brian Chesky: Cofundador, director ejecutivo y presidente de la comunidad Airbnb.

-Nathan Blecharczyk: Cofundador y director de estrategia de Airbnb.



Fuentes : <https://goo.gl/SUyOPC>

<https://goo.gl/YHYI9X>

<https://goo.gl/IQ2YLa>



El logotipo de la empresa es el presentado en la siguiente figura:

Figura 3.3. Logotipo de Airbnb.



Fuente: <https://goo.gl/d8Vej0>

Airbnb es un acrónimo de airbed and breakfast. Esto en castellano podría traducirse como colchón hinchable y desayuno. Surgió como alternativa al modelo tradicional de alojamiento, el hotel, pero desde sus comienzos hasta hoy ha ido mucho más allá de este colchón hinchable y con derecho a desayuno. Actualmente es posible reservar viviendas completas sin necesidad de compartir la vivienda con el propietario y hasta incluso poder alquilar un castillo en el sur de Francia para pasar las vacaciones más inolvidables de tu vida.

De igual manera, después de ver los resultados en viviendas, se llevó a cabo un proyecto externo de alquiler de barcos por días o semanas. Actualmente cuentan con una flota disponible de más de 15.000 barcos en más de 100 países y están pensando en ampliar el mercado a zonas del mundo que todavía no explotan, como podría ser el Caribe y el mercado ruso.

Con Airbnb es posible reservar un alojamiento en más de 65.000 ciudades repartidas en 191 países. Del mismo modo, cuenta con más de 1400 castillos disponibles para pasar momentos de ensueño.

Desde su creación en 2008, Airbnb ha dado alojamiento a más de 150.000.000 de huéspedes y, cada vez más, es un modelo a tener en cuenta a la hora de reservar unas vacaciones en cualquier parte del mundo.

En el año 2012, la empresa sufre una de los mayores crecimientos desde la formación en 2008 y abren 6 oficinas internacionales por todo el mundo. Las sedes se implantan en:

-París.

-Milán.

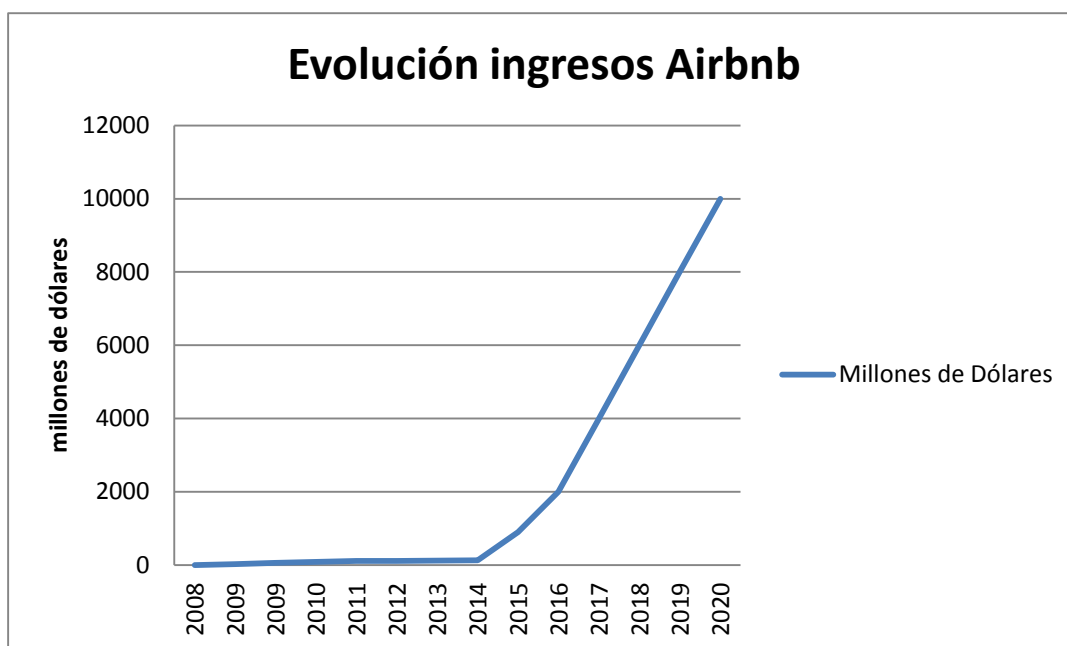
- Barcelona.
- Copenhague.
- Moscú.
- São Paulo.

Desde la creación de Airbnb, la evolución de los ingresos ha sido creciente hasta el punto de facturar cerca de 900 millones de dólares en el año 2015. El secreto del éxito de esta empresa es el crecimiento del número de reservas en viviendas privadas. También hay un dato a tener muy en cuenta y es que entre el 9 y el 15 % de lo que abonan los huéspedes por sus reservas va a parar a manos de la empresa. Por lo que no todo el importe abonado por los huéspedes es para el anfitrión de la vivienda en la que se quedan a pernoctar.

Con este crecimiento anual, los expertos estiman que para el año 2020, el gigante Airbnb facturará 10.000 millones de dólares.

Vemos la evolución de los ingresos de Airbnb, desde su creación en agosto del año 2008 hasta lo que los expertos han previsto en el año 2020, en el siguiente gráfico 3.1.2.

Gráfico 3.2. Evolución de los ingresos de Airbnb.



Fuente: Elaboración propia.

## **Capítulo 4 Análisis de caso**

## **4.1. Comparativa de estudio de los casos:**

En este apartado vamos a ver el desistimiento en ambos modelos de estudio, la cadena hotelera canaria – Dreamplace Hotels & Resorts, y uno de los nuevos modelos de alojamiento, Airbnb. Finalmente realizaremos un cuadro comparativo para el desistimiento en ambos modelos.

### **4.1.1 El desistimiento.**

“Desistimiento en derecho civil es la renuncia de unas de las partes<sup>1</sup> a que un contrato<sup>2</sup> continúe.” Rodríguez Zulaica, A. (1996). *Diccionario de Términos Jurídicos*. Madrid: Acento.

---

<sup>1</sup> Partes: “en derecho civil – persona que interviene de forma principal en un contrato.” Rodríguez Zulaica, A. (1996). *Diccionario de Términos Jurídicos*. Madrid: Acento.

#### **4.1.1.1. El desistimiento en Airbnb**

En este apartado vamos a diferenciar por un lado si el desistimiento viene por parte del huésped o del anfitrión y la repercusión que tiene en ambos casos.

##### **4.1.1.1.1 El desistimiento por parte del huésped en Airbnb**

Como cliente de Airbnb se tiene derecho a cancelar una reserva tanto antes de llegar a la vivienda como después de haberlo hecho.

Cada anfitrión puede seleccionar las condiciones de cancelación para su vivienda (puede ser flexible, moderada o estricta) pero, por norma general, las tarifas cobradas a un huésped no son reembolsables.

En caso de que la política de cancelación de la reserva sí sea reembolsable, Airbnb Payments, iniciará el reembolso conforme a los términos y condiciones de pago.

##### **4.1.1.1.2 El desistimiento por parte del anfitrión en Airbnb**

En este caso, si un anfitrión cancela una reserva que previamente había confirmado a un huésped, Airbnb Payments reembolsará el total del importe de la reserva al huésped y se le ofrecerá una oferta de anuncios alternativos. Si el cliente acepta uno de estos alojamientos alternativos deberá abonar esta nueva reserva al nuevo anfitrión.

Del mismo modo, si el anfitrión cancela una reserva a un huésped, Airbnb puede aplicar penalizaciones como la publicación de un comentario crítico sobre su anuncio informando que se hizo esta cancelación. También pueden proceder a mostrar como “no disponible” o “bloqueada” la fecha en la que el anfitrión ha cancelado la reserva de un cliente. Así mismo, Airbnb, puede proceder a imponer un pago referente a la comisión de cancelación.

---

<sup>2</sup> Contrato: “en derecho civil – convención o acuerdo por el que una o varias personas consienten en obligarse respecto de otra u otras y dar alguna cosa o prestar algún servicio.” Rodríguez Zulaica, A. (1996). *Diccionario de Términos Jurídicos*. Madrid: Acento.

La empresa, en determinados casos, puede Cancelar una reserva hecha a través de la página web. Estos casos pueden ser por fuerza mayor o por otros motivos. En este caso se estudiará el reembolso de la cantidad total o parcial que el huésped había abonado.

Estos motivos excepcionales pueden ser los siguientes:

- Muerte o enfermedad grave del anfitrión, huésped o familiar cercano de ambos.
- Lesiones graves que impidan al anfitrión hospedar al huésped o lesiones que impidan viajar a este último.
- Desastres naturales o meteorológicos que impidan el servicio de alojamiento.
- Restricciones de la administración pública que impidan hacer el viaje.
- Obligaciones civiles impuestas por las autoridades.
- Etc.

#### **4.1.1.2 El desistimiento en Dreamplace Hotels & Resorts**

En el caso de Dreamplace Hotels & Resorts vamos a ver el desistimiento por parte de un cliente individual, reserva menos de 10 habitaciones, y por parte de un grupo en el que se reserva más de 10 unidades de alojamiento.

##### **4.1.1.2.1. El desistimiento por parte de un cliente individual en Dreamplace Hotels & Resorts.**

Se habla de un cliente individual cuando la reserva es menos de 10 unidades de alojamiento.

En este tipo de reservas se solicita el número de una tarjeta de crédito, a modo de garantía de pago, a la hora de formalizar la reserva.

En caso de que no se quiera ofrecer el número de una tarjeta, en el momento de llegar al hotel se procederá al cobro de la primera noche de estancia o de la estancia completa según la empresa. En el caso de Dreamplace se procede al cobro de la primera noche y en las sucesivas se va haciendo el pago cada X días según la duración de la reserva para que al final de dos semanas no se presente un impago de tantas noches.

En lo referente al desistimiento, como cliente de Dreamplace Hotels & Resorts, se puede cancelar la reserva. Hay que tener en cuenta las siguientes peculiaridades y plazos:

-Te permite cancelar una reserva hasta 48 horas antes de la llegada al hotel sin ningún tipo de cargo.

-Períodos de cancelación para una reserva de 9 habitaciones:

- 8 días antes se puede cancelar 1 habitación.
- 7 días antes se puede cancelar 2 habitaciones.
- 6 días antes se puede cancelar 3 habitaciones.
- 5 días antes se puede cancelar 4 habitaciones.
- 4 días antes se puede cancelar 5 habitaciones.
- 3 días antes se puede cancelar 6 habitaciones.
- 48 horas antes se puede cancelar toda la reserva sin gastos

-Reserva “no reembolsable”: Es una reserva en la que el cliente se compromete a no poder cancelarla y por este motivo se paga por debajo de la tarifa normal. Este tipo de reserva también se caracteriza porque hay que abonarla en el mismo momento en que se hace dicha reserva.

#### **4.1.1.2.2. El desistimiento por parte de un grupo en Dreamplace Hotels & Resorts.**

Se habla de un grupo cuando la reserva es de más de 10 unidades de alojamiento en una misma reserva.

En este tipo de reservas las condiciones de pago se miden en tramos. El contrato de reserva nos indica que tiene una fecha de validez. Una vez hecha la reserva del grupo hay que mandar ese mismo contrato con firma y fecha por parte del aceptante donde se le indican las condiciones de pago y de cancelación y, a través de la firma, acepta estas condiciones.

Los plazos normales para el pago íntegro de una reserva son cuatro. Son espaciados en el tiempo uniformemente, el primero corresponde al pago del 10% en concepto de garantía y, el último, se establece unos 10 días antes de la llegada del grupo al hotel.

Los otros dos pagos, serán espaciados en el tiempo dependiendo de los meses de por medio que haya entre el primer pago y el último.

Por ejemplo. El 19 de Octubre del 2016 se realiza una reserva para un grupo de 40 habitaciones dobles en el Hotel Dream Gran Tacande para la llegada de los huéspedes el día 1 de Julio del 2017. Los plazos de pago son:

- 19 de Octubre del 2016 – 10% del total de la reserva (Depósito) – No es reembolsable.

- 19 de Enero del 2017 – 30% del total de la reserva.

- 19 de Marzo del 2017 – 60% del total de la reserva.

- 23 de Mayo del 2017 – 100% del total de la reserva.

En cada plazo de pago se emitirá una factura proforma en la que se indicará:

- La cantidad que ya está pagada.

- La cantidad que queda por pagar.

- La cantidad que se paga en ese pago.

Siguiendo el ejemplo anterior, en el que se reservan 40 habitaciones dobles el 19 de Octubre del 2016 para el 1 de Julio del 2017, los plazos de cancelación y la penalización a la que se haría frente por parte del cliente sería:

- 24 de Mayo – penalización del 100% del total de la reserva.

- 21 de Marzo – Penalización del 25% del total (penalizan con el 25%. Esto quiere decir que devuelven el 5% ya que se había pagado el 30% del total de la reserva.)

- 21 de Enero – penalización del 50% del total (penalizan con el 50% del total. Esto quiere decir que devuelven el 10% ya que se había pagado el 60% del total de la reserva.)

- 19 de Octubre – Penalización del 10 % del total de la reserva.

Para el desistimiento, sin penalización, se establecerá en cada plazo de pago el porcentaje de habitaciones que se pueden cancelar. Superado este tendrán un 20% de penalización por cada habitación cancelada a mayores.

- Primer plazo: Se puede reducir 20 habitaciones. Hay reservadas 20 habitaciones del total que eran 40.



-Segundo plazo: Se puede reducir 5 habitaciones. Hay reservadas 15 habitaciones de 40

-Tercer plazo: Se puede reducir 3 habitaciones. Hay reservadas 12 habitaciones de 40.

-Cuarto plazo: Se puede reducir 2 habitaciones. Hay reservadas 10 habitaciones que es el mínimo que se exige para tener un precio de grupo.

También es de interés saber que lo atractivo de estas reservas en grupo es que se ofrecen gratuidades y es la forma de poder ajustar más el precio cuando se hace una reserva en grupo. La regla general es que se ofrece una gratuidad por cada 20 unidades de alojamiento, es decir, la número 21 es gratuita.

En la siguiente tabla 4.1 se resume el desistimiento en ambos modelos de alojamiento.

Tabla 4.1 El desistimiento en ambos modelos de alojamiento

AIRBNB	Huésped	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Tiene derecho a cancela la reserva en cualquier momento.</li> <li>-Las tarifas normalmente no son reembolsables.</li> <li>-Si la política de cancelación de la reserva permite reembolso, Airbnb payments lo realizará.</li> </ul>
	Anfitrión	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Si un anfitrión cancela una reserva, la empresa Airbnb reembolsará el total del importe abonado y le dará nuevas opciones de alojamiento.</li> <li>-Airbnb cancela todas las reservas para esa fecha y esa vivienda.</li> <li>-Airbnb publicará un comentario desfavorable en su perfil.</li> <li>-Puede poner una sanción económica.</li> <li>-En caso de fuerza mayor, Airbnb payments estudiará el reembolso total o parcial del importe al huésped.</li> </ul>

<b>DREAMPLACE HOTELS &amp; RESORTS</b>	Individual (hasta 10 hab.)	<ul style="list-style-type: none"><li>-Pago con tarjeta o en el momento del check-in.</li><li>-Se puede cancelar la reserva hasta 48h antes de la llegada.</li><li>-Períodos de cancelación:<ul style="list-style-type: none"><li>-8 días antes se puede cancelar 1 hab.</li><li>-5 días antes se puede cancelar 4 hab.</li><li>-48h antes se puede cancelar todo.</li></ul></li><li>-Reserva “no reembolsable”: se paga por debajo de la tarifa normal pero no se puede cancelar.</li></ul>
----------------------------------------	----------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	Grupo (Más de 10 hab.)	<p>-Se paga en cuatro períodos. Ej. Reserva para el 1/07/17 hecha el 19/10/16.</p> <p>-19/10/16- 10% del total (depósito).</p> <p>-19/01/17- 30% del total.</p> <p>-19/03/17- 60% del total.</p> <p>-23/05/17- 100% del total.</p> <p>Plazos de cancelación:</p> <p>-24/05/17- penalización del 100% del total de la reserva.</p> <p>-21/03/17- 25% del total (devuelven 5%).</p> <p>-21/01/17- 50% del total (devuelven 10%).</p> <p>-19/10/16- Deposito no reembolsable.</p> <p>En cada plazo se establece un nº máximo de habitaciones de las que puedes desistir sin penalización:</p> <p>-Primer plazo: se puede reducir 20 hab. Quedan 20.</p> <p>-Segundo plazo: se puede reducir 5 hab. Quedan 15.</p> <p>-Tercer plazo: se puede reducir 3 hab. Quedan 12.</p> <p>-Cuarto plazo: se puede reducir 2 hab. Quedan 10.</p>
--	------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fuente: Elaboración propia.

#### 4.1.2. Medios para llevar a cabo una reserva en ambos modelos de alojamiento.

En este apartado vamos a ver los diferentes medios a través de los cuales se puede hacer una reserva tanto en Dreamplace Hotels & Resorts como en Airbnb.

Entendemos como reserva al contrato bilateral – empresario/anfitrión y cliente- hecho de la forma más oportuna, por el cual, el empresario/anfitrión se compromete a dar, en

las mejores condiciones posibles, los servicios solicitados en el tiempo y lugar convenidos y el cliente a respetar lo contratado, pagar dichos servicios y hacer buen uso de los mismos.

#### **4.1.2.1. Medios para hacer una reserva en Airbnb.**

Para hacer una reserva en este nuevo modelo de alojamiento surgido en 2008 es necesario registrarse en su página web. Una vez realizado este trámite se puede hacer una reserva en cualquier alojamiento del mundo.

En mi caso hice una reserva en Madrid y el procedimiento fue:

- Registro.
- Buscar alojamientos.
- Hacer una propuesta de reserva que el responsable del anuncio tuvo que aceptar. Para ello tenía un plazo máximo de 24h.
- Aceptación de la reserva por parte del anfitrión.
- Contactar por teléfono con el anfitrión para concertar la hora del Check-in.
- Hora del Check- in a partir de las 12:00h.
- Normas de la casa (no está permitido traer visitas, no se puede caminar con zapatos por la casa, respetar horario de sueño, limpiar los utensilios de cocina que se utilicen, respetar la comida que los demás ocupantes de la casa tienen en la nevera...).
- Hora del Check-out a las 10:00h.

#### **4.1.2.2. Fuentes a través de las cuales se puede hacer una reserva para los hoteles de la cadena Dreamplace Hotels & Resorts.**

Las fuentes de reserva a través de las que se puede hacer una reserva para cualquiera de los cuatro hoteles con que la cadena Dreamplace Hotels & Resorts cuenta en el archipiélago canario son:

##### -Tour Operadores:

Son empresas grandes que ofrecen viajes a un precio muy bajo por lo que atraen a un número muy elevado de personas. Son capaces de mover las corrientes turísticas hacia destinos que a estas grandes empresas les puede interesar. Son tan poderosas estas

empresas por el volumen de turistas que son capaces de atraer y, en muchas ocasiones son ellas mismas las propietarias de los establecimientos. Frecuentemente tienen en propiedad sus propios medios de transporte, por lo que pueden ajustar los precios de los paquetes vacacionales todavía más.

Una particularidad de este tipo de empresas es que sus clientes suelen ir en grupos a los destinos turísticos.

-Agencias de viajes:

Este grupo se divide en España en 3 categorías. Pueden ser mayoristas, minoristas y mayoristas-minoristas. Su función principal es de intermediario entre los establecimientos y los clientes.

La principal diferencia con los tour operadores es el potencial empresarial, en el caso de las agencias es menor, y el número de turistas que mueven, también es menor en el caso de este último grupo.

-Centrales de reserva y sistemas de distribución:

Dreamplace Hotels & Resorts cuenta con su propia central de reservas. Esta se localiza en las oficinas centrales de la cadena situadas en el Hotel Dream Gran Tacande.

En la central de reservas se canalizan las solicitudes de los clientes hacia el hotel solicitado o, respetando lugar, ubicación y categoría del establecimiento, al que más interese a la cadena hotelera, para potenciarlo, si el nivel de ocupación es bajo.

Los sistemas de distribución funcionan asociando el mayor número de servicios turísticos que un cliente puede solicitar (Establecimientos, restaurantes, medios de transporte, alquileres, etc.) y en el mayor número de centros turísticos posibles, de tal manera que, al ser solicitados sus servicios de reserva en un lugar determinado, tenga el mayor y más variado número de asociados, para poder satisfacer las necesidades de sus clientes.

-Representantes:

Los representantes son, normalmente, agencias de viajes minoristas que hacen de “cara visible”, en destino, de tour operadores y agencias de viajes mayoristas extranjeras en donde estas dos últimas no cuentan con sucursal u oficinas propias.

Se ocupan de todos los servicios turísticos, contratados o por contratar, así como las gestiones administrativas, de los clientes de estas mayoristas, en el centro turístico, como si de sus propios clientes se tratara. El éxito de las representaciones está en que reciben comisiones por hacer de representante en destino. Este tipo de agencia también es conocida como receptiva.

-Empresas:

Son entidades que suelen realizar contratos especiales con los establecimientos con quienes trabajan, que dependen del volumen de negocio que muevan en el hotel, comprometiéndose, a cambio, a realizar los servicios del inmueble para todas sus actuaciones, como reuniones de trabajo, congresos y alojamientos, tanto de sus trabajadores como de sus propios clientes.

Algunas empresas tienen, en sus instalaciones, departamentos que se encargan de realizar todos los trámites y gestiones con los establecimientos hoteleros, así como con los medios de transporte y todo lo que se refiera a actuaciones turísticas.

-Particulares:

Son lo que se llama cliente directo que, sin ningún tipo de intermediarios, reservan directamente los servicios de hotel. Tradicionalmente eran los únicos clientes que pagan las tarifas oficiales publicadas por el establecimiento. En la actualidad, con la proliferación del uso de internet, los hoteles procuran ofertar el mejor precio garantizado, y así controlar precios, comisiones y descuentos aplicables.

Cabe destacar que normalmente los medios por los que se solicitan, confirman, aceptan, anulan, etc. las reservas son los siguientes:

-Personalmente:

Es lo que llamábamos anteriormente cliente directo (son particulares).

En Dreamplace se hace a través del Walk-in (documento donde se rellenan los datos con la reserva del cliente – datos personales, datos de la reserva, número de la tarjeta de crédito, etc). Es un documento que se rellena en recepción a la hora de una reserva directa.

-Ordenador:

A través de este medio contactan con agencias u operadores turísticos para formalizar una reserva.

-Teléfono:

Por este medio van a entrar en contacto con las citadas anteriormente centrales de reserva y así llevarán a cabo la reserva para un hotel concreto de la cadena Dreamplace Hotels & Resorts.





## **Capítulo 5 Conclusiones**

## 5.1 Conclusiones

Después de realizar este trabajo de fin de grado haciendo una comparativa entre la cadena hotelera Dreamplace Hotels & Resorts y el modelo de alojamiento, Airbnb, sacamos algunas conclusiones. Son las siguientes:

1. El mercado está en expansión y que crezca un modelo turístico no significa que el otro tenga que disminuir. Es más, ambos modelos están en expansión y se prevé que así continúe.
2. Sería necesario mejorar las condiciones de desistimiento en el nuevo modelo de alojamiento, Airbnb. Dejan mucho poder de decisión al anfitrión y con este sistema el huésped siempre tiene las de perder.

Lo ideal sería que se regularizase desde la empresa y que estableciese un mínimo de garantía a todos los clientes tanto si son ellos los que desisten de una reserva como si es el potencial anfitrión, que por unas causas u otras, la cancelan.

3. Un detalle que podría ayudar a ambas empresas a tener un mayor desarrollo sería teniendo una mayor presencia, de la que ya tienen actualmente, en las redes sociales, en ferias de turismo (Por ejemplo en FITUR o INTUR), en revistas especializadas y en los medios de comunicación.
4. Conectar ambos modelos de alojamiento de manera que se puedan aprovechar los aspectos comunes para que crezcan independientemente pero conectados y hacia un futuro de crecimiento.
5. Intentar proporcionar a los turistas el servicio más satisfactorio posible puesto que el medio de transmisión boca-oreja es el medio de comunicación más económico y uno de los más efectivos.

En definitiva, es necesario disponer de una perspectiva temporal más amplia para, en estudios posteriores, analizar y valorar la puesta en marcha de estas medidas impulsoras así como su impacto económico, social y ambiental.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

### Bibliografía

Aranda Hipólito, A.y otros (2010). *Turismo: una visión global*. Madrid: Aranzadi.

Lourenco Costa,L (2017). *Practicum II: Dreamplace Hotels & Resorts*. Segovia.

Rodríguez Zulaica, A. (1996). *Diccionario de Términos Jurídicos*. Madrid: Acento.

### Webgrafía:

<http://www.eleconomista.es/empresas-finanzas/noticias/7729004/07/16/AirBnB-podria-alcanzar-los-91028-millones-de-euros-de-facturacion-en-2020.html> - último acceso 22/04/17

[http://sabemos.es/2016/06/30/airbnb-dispara-ya-vale-dolares\\_21719/](http://sabemos.es/2016/06/30/airbnb-dispara-ya-vale-dolares_21719/) - último acceso 22/04/17

<https://matadornetwork.com/es/las-50-frases-sobre-viajes-mas-inspiradoras-de-todos-los-tiempos/> - último acceso 11/03/17

<https://www.airbnb.es/> - último acceso 23/04/17

<https://www.dreamplacehotels.com/es?gclid=CPrOsChu9MCFdUaGwodoj8Exg> - último acceso 02/04/17

<http://www.consumoteca.com/comercio/venta-a-distancia/en-que-consiste-el-derecho-de-desistimiento-de-los-consumidores/> - último acceso 04/04/17

[http://www.pasosonline.org/Publicados/pasosedita/Simancas\\_y\\_Hernandez\\_Reinventando\\_alojamientos\\_turisticos.pdf](http://www.pasosonline.org/Publicados/pasosedita/Simancas_y_Hernandez_Reinventando_alojamientos_turisticos.pdf) - último acceso 22/04/17

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4089564> – último acceso 22/04/17

[http://guiasjuridicas.wolterskluwer.es/Content/Documento.aspx?params=H4sIAAAAAAABAAEAMtMSbF1jTAAAUMjEyMjtbLUouLM\\_DxbIwMDCwNzAwuQQGZapUt-ckhlQaptWmJOcSoAQT4DhjUAAAA=WKE](http://guiasjuridicas.wolterskluwer.es/Content/Documento.aspx?params=H4sIAAAAAAABAAEAMtMSbF1jTAAAUMjEyMjtbLUouLM_DxbIwMDCwNzAwuQQGZapUt-ckhlQaptWmJOcSoAQT4DhjUAAAA=WKE) – último acceso 11/03/17

<http://www.finanzas.com/noticias/empresas/20160701/boatbureau-airbnb-para-alquilar-3434550.html> - último acceso 15/05/17

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5803883> – último acceso 25/03/17

<http://www.intangiblecapital.org/index.php/ic/article/view/921/609> - último acceso 25/03/17

[https://issuu.com/peldano/docs/tecnohotel\\_460/72?e=1189233/6424202](https://issuu.com/peldano/docs/tecnohotel_460/72?e=1189233/6424202) - último acceso 29/04/17

[http://www.cidob.org/es/articulos/revista\\_cidob\\_d\\_afers\\_internacionals/113/el\\_turismo\\_y\\_la\\_ciudad\\_hacia\\_nuevos\\_modelos](http://www.cidob.org/es/articulos/revista_cidob_d_afers_internacionals/113/el_turismo_y_la_ciudad_hacia_nuevos_modelos)- último acceso 29/04/17

<https://www.airbnb.es/terms> - último acceso 08/04/17

<https://goo.gl/d8Vej0> - último acceso 23/04/17

<https://goo.gl/01bUlp> - último acceso 10/10/16

<https://goo.gl/dIFzuy> - último acceso 10/10/16

<https://goo.gl/SUyOPC> - último acceso 02/04/17

<https://goo.gl/lQ2YLa> - último acceso 02/04/17

<https://goo.gl/YHYi9X> - último acceso 02/4/17

<http://www.consumoteca.com/comercio/venta-a-distancia/en-que-consiste-el-derecho-de-desistimiento-de-los-consumidores/> - último acceso 08/04/17

<http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico> - último acceso 06/05/17

<http://florencianur.blogspot.com.es/2011/02/origen-y-evolucion-del-turismo.html> - último acceso 06/05/17

[https://es.slideshare.net/ivanna\\_navi/lnea-de-tiempo-de-la-evolucion-del-turismo](https://es.slideshare.net/ivanna_navi/lnea-de-tiempo-de-la-evolucion-del-turismo) - último acceso 06/05/17

<http://www.rtve.es/alacarta/videos/como-hemos-cambiado/como-hemos-cambiado-turismo/993356> - último acceso 06/05/17



## **Anexos**

## **Anexo I. Entrevista a Óscar López (anfitrión de Airbnb).**

**¿Cómo y cuándo decidiste registrarte como anfitrión en Airbnb?**

*Me registré hace dos años pero la actividad ha sido intermitente por cambios de domicilio. Lo encontré de casualidad.*

**¿Cuáles son las nacionalidades de los clientes que más reservan tus habitaciones?**

*Europeos en general.*

**Si un cliente desiste de una reserva, ¿tiene derecho al reembolso de lo pagado?**

*Dependiendo de la antelación con que lo haga recibirá el 50% o nada.*

**Si tú cancelas una reserva a un huésped ¿qué consecuencias tiene para ti como anfitrión?**

*Pierdo la posibilidad de ser súper host, se bloquea el calendario impidiendo nuevas reservas esos días y se paga una multa económica a partir de la segunda cancelación en menos de seis meses consecutivos. Esta cuantía es de 50\$ cuando se cancela hasta 7 días antes de la llegada del huésped y de 100\$ cuando quedan menos de 7 días para su llegada.*

**He visto en la web de Airbnb que cada anfitrión puede decidir las condiciones de desistimiento de una reserva. ¿Cuál has elegido tú y por qué?**

*Estricta, porque al ser una casa pequeña los cambios de última hora impactan en el alquiler.*

**¿Qué porcentaje de ocupación tienes normalmente?**

*En torno a un 30% anual.*



## **Anexo II. Entrevista a Dominique Gahr (adjunta de dirección de Dreamplace Hotels & Resorts).**

**¿A través de qué medios se puede realizar una reserva para cualquiera de los hoteles de Dreamplace Hotels & Resorts? ¿Qué porcentaje representa cada medio de reserva?**

*A través de cualquier medio, usamos tanto los canales indirectos por intermediarios y OTAs (son las siglas de “online travel Agencies”, en castellano son las agencias de viajes online) así como canales directos como es nuestra web, nuestro call-center o por medio de nuestra recepción (walk-in).*

**¿Cuáles son las nacionalidades de los clientes que más reservan en vuestros hoteles Dream?**

*Los dos grupos principales son clientes ingleses y clientes españoles, y después pues de muchas más nacionalidades, pero con pesos menores, en algún hotel también se puede destacar el mercado alemán y en otro, clientes de los Países Bajos.*

**¿Han aumentado en los últimos años las reservas a través de internet?**

*Si, han aumentado.*

**¿Qué os diferencia de las cadenas hoteleras de la zona?**

*Somos una cadena canaria que guarda en su diseño el espíritu canario y no solo ofrecemos alojamiento a nuestros clientes, sino experiencias, las cuales intentamos crear implicando a todos los sentidos de nuestros clientes. A destacar es la amabilidad de nuestro personal y nuestro continuo empeño en seguir mejorando en cuanto a calidad de servicio pero también en lo que se refiere a las instalaciones y productos que ponemos a disposición de nuestros usuarios.*

**Habéis aumentado los ingresos en los últimos años. ¿Esperáis que siga este ritmo en los próximos años?**

*Si, los ingresos han aumentado y esperamos que esta tendencia positiva siga durante los próximos años.*

*Muchas gracias por el interés Luis. Te deseo todo lo mejor para el futuro y espero que vuelvas pronto para disfrutar de algunas vacaciones en Canarias y en Dreamplace.*

