



UNIVERSIDAD DE CUENCA

UNIVERSIDAD DE CUENCA



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD

CARRERA DE TURISMO

ENSAYO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO EN “INGENIERA EN TURISMO”

“ANÁLISIS DE LOS PORTALES WEB DE LOS HOTELES BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE CUENCA”

AUTORES:

TANIA PATRICIA PLAZA MARÍN

CARLOS ANDRÉS AUQUILLA MELENDRES

COORDINADORA:

LCDA. ALEXANDRA GALARZA TORRES

CUENCA, 25 JULIO DE 2013

Tania Plaza Marín
Andrés Auquilla Melendres



UNIVERSIDAD DE CUENCA

RESUMEN

Este ensayo se desarrolla como proyecto final del III curso de graduación que se imparte en la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad de la Universidad de Cuenca, con el fin de aplicar lo aprendido durante el módulo de TIC's aplicadas al Turismo.

Para el sector turístico los portales web son muy importantes y estas son parte de las Tecnologías de Información y Comunicación, que son aprovechadas por los empresarios hoteleros, como una herramienta de promoción, además hoy en día juega un papel importante dentro del área de ventas. El análisis se realiza estudiando las páginas iniciales, la información publicada, la comercialización de sus servicios, la posición del hotel en los principales buscadores, la facilidad para navegar por la Web y para obtener la información precisa, la disponibilidad de idiomas, los enlaces, y otras utilidades propias de Internet y la www que se presentan en la página del hotel y de los intermediarios.

El desarrollo de este ensayo permitirá conocer cómo se maneja la promoción en los hoteles boutique de manera interna, para luego ser presentada a los interesados que visitan las diferentes páginas web.

La información presentada es verídica ya que el hotel ha brindado apertura para el presente análisis que a la vez se enfoca en mejorar las estrategias promocionales existentes en los establecimientos hoteleros.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

ABSTRAC

This test was developed as a final project of III degree course taught in the School of Hospitality Sciences, University of Cuenca, in order to apply what they learned during the TIC's module applied to Tourism.

For the tourism sector web portals are very important and these are part of the Information and Communication Technologies, which are exploited by hoteliers, as a promotional tool, and today plays an important role within the sales area. In this paper we analyze the presence of Santa Lucia boutique online through official websites and sales intermediaries. The analysis is performed by studying the initial pages, published information, the marketing of its services, the hotel's position on major search engines, easy to browse the Web and to get accurate information, language availability, links, and other utilities own Internet and www served on the hotel page and intermediaries.

The development of this essay will reveal how you handle the promotion in St. Lucia boutique hotel internally, so later it can be presented to the clients who visit different web pages. With the analysis of these pages the client will be able to know the current situation of the hotel on the internet, and know of any possible diagnosis failures. Finally giving a proposal to track a promotional strategy that keeps the hotel and if possible find a way to improve them.

Prompt diagnosis also seeks to understand the promotional strategies that keep the hotel locally, nationally and internationally. The information presented is correct since the hotel has provided this information for this analysis that simultaneously focuses on improving existing promotional strategies in the hotel establishment.



INDICE

Portada	1
Resumen	2
Abstract	3
Índice	4
Clausulas	6
Dedicatoria	10
Agradecimientos	11
Introducción	12
Sección 1: Portal o página web de un hotel: conceptualización y características	13
1.1. Internet en el ecuador	13
1.2. Internet en el sector hotelero	14
1.3. Portal web	14
1.4. Portal web como canal de distribución de los hoteles boutique en la ciudad de cuenca....	15
1.5. Características de un portal o página web de un hotel	16
Sección 2: Análisis de los portales web de los hoteles boutique	19
2.1. Modelo de análisis para las características de los portales o páginas web.	19
2.2. Análisis de los hoteles boutique de la ciudad de cuenca	20
2.3. Situación actual: hoteles boutique de cuenca	20
2.4. Hoteles boutique catastrados	21
2.4.1. Hotel Boutique Casa Ordoñez	22
2.4.2. Hotel Boutique Carvallo	22
2.4.3. Hotel Mansión Alcázar	26
2.4.3. Hotel Boutique Santa Lucía	29
2.4.4. Hotel Boutique Los Balcones	31



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Sección 3: Resultados del análisis de los hoteles boutique	32
3.1. Resultados del análisis de los hoteles boutique	33
3.1.1. Hotel Boutique Casa Ordoñez	34
3.1.2. Hotel Boutique Carvallo	34
3.1.3. Hotel Boutique Mansión Alcázar	34
3.1.4. Hotel Boutique Santa Lucía	36
3.1.5. Hotel Boutique Los Balcones	37
Sección 4: Análisis Global	38
4.1. Punto de vista y apreciación del análisis de los hoteles boutique de la ciudad de Cuenca....	38
4.1.1. Accesibilidad	38
4.1.2. Servicios ofrecidos en la web	38
4.1.3 usabilidad	38
4.1.4. Segmentación	39
4.1.5. Seguridad	39
Conclusiones	40
Recomendaciones	41
Glosario	42
Anexos	45



UNIVERSIDAD DE CUENCA



Yo, Tania Patricia Plaza Marín, autor de la tesis "Análisis de los portales web de los hoteles boutique en la ciudad de Cuenca", reconozco y acepto el derecho de la Universidad de Cuenca, en base al Art. 5 literal c) de su Reglamento de Propiedad Intelectual, de publicar este trabajo por cualquier medio conocido o por conocer, al ser este requisito para la obtención de mi título de Ingeniera en Turismo. El uso que la Universidad de Cuenca hiciera de este trabajo, no implicará afección alguna de mis derechos morales o patrimoniales como autor.

Cuenca, 25 julio de 2013

A handwritten signature in black ink that reads "Tania Patricia Plaza Marín".

Tania Patricia Plaza Marín
0105272538



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Yo, Carlos Andrés Auquilla Melendres, autor de la tesis “Análisis de los portales web de los hoteles boutique en la ciudad de Cuenca”, reconozco y acepto el derecho de la Universidad de Cuenca, en base al Art. 5 literal c) de su Reglamento de Propiedad Intelectual, de publicar este trabajo por cualquier medio conocido o por conocer, al ser este requisito para la obtención de mi título de Ingeniero en Turismo. El uso que la Universidad de Cuenca hiciere de este trabajo, no implicará afección alguna de mis derechos morales o patrimoniales como autor.

Cuenca, 25 julio de 2013



Carlos Andrés Auquilla Melendres
0104795802



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Yo, Tania Patricia Plaza Marín, autor de la tesis "Análisis de los portales web de los hoteles boutique en la ciudad de Cuenca", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autora.

Cuenca, 9 de septiembre de 2013

A handwritten signature in black ink that reads "Tania Patricia Plaza Marín".

Tania Patricia Plaza Marín
0105272538



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Yo, Carlos Andrés Auquilla Melendres, autor de la tesis "Análisis de los portales web de los hoteles boutique en la ciudad de Cuenca", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor.

Cuenca, 9 de septiembre de 2013



Carlos Andrés Auquilla Melendres
0104795802



UNIVERSIDAD DE CUENCA

DEDICATORIA

Una vez concluido mi trabajo quiero dedicarlo a Dios por haberme dado la fuerza para alcanzar mis objetivos, a mi madre Rosarios por su apoyo incondicional durante toda mi vida estudiantil, a mis hermano, hermanas y mi primo por estar a mi lado en los buenos y malos momentos dándome ánimos para salir adelante.

A Dany, Anita, Cris, Adri, amigas con las que he compartido gratos momentos y las que siempre me están apoyando, para alcanzar mis metas.

A todas las personas que de una u otra manera han estado a mi lado brindándome su amistad y apoyo durante mi carrera.

Finalmente a los maestros de la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, por compartir sus conocimientos y experiencias, dentro y fuera de las aulas de clase.

Tania Plaza Marín

Este título quiero dedicar con todo mi cariño a mis Padres, ya que sin su apoyo no hubiese logrado este propósito, que gracias a su paciencia, desde mi infancia inculcaron en mí la responsabilidad, la perseverancia, el compañerismo y han sido sin duda lo más importante en vida.

Los Amo

También quiero dedicar este título a Gaby, tu carisma e inquebrantable amor han sido un apoyo absoluto para lograr este objetivo.

Te Amo

Andrés Auquilla Melendres

Tania Plaza Marín
Andrés Auquilla Melendres



UNIVERSIDAD DE CUENCA

AGRADECIMIENTOS

Al haber finalizado mi trabajo mi más sincero agradecimiento es a Dios, quién ha guiado mis pasos hasta este momento, a mi familia por ser un pilar importante en mi vida.

A mi compañero Andrés por su esfuerzo en la realización del presente trabajo. A mis maestros ya que gracias a ellos he adquirido los conocimientos necesarios para finalizar esta etapa de mi vida.

A mis amigos, compañeros y maestros que he conocido durante mi carrera universitaria, y que de alguna forma han marcado la misma de una manera positiva.

Tania Plaza Marín

Agradezco a Dios por haberme permitido llegar a estas instancias de mi vida académica, por guiarme en todos mis pasos de formación y por haberme brindado la oportunidad de crecer como persona.

Doy gracias a mis padres, Carlos y Lucila, quienes con su incondicional esfuerzo me han dado la oportunidad de tener una excelente educación en el transcurso de mi vida, por ser quienes con sus valores y ejemplos han hecho de mí una persona responsable y profesional. A mis hermanos Edu, Anita y Estefany, quienes han sido un soporte muy importante en mi vida representando siempre la unidad familiar.

A Gaby Cuesta, agradezco su apoyo, su esfuerzo, su paciencia, su comprensión pero sobre todo su amor incondicional, gracias por compartir mi vida y mis logros... Este título también es tuyo. TAM!!

A mi gran amigo Paul, quien con su compañerismo y amistad ha estado siempre presente a lo largo de mi carrera. Gracias hermano!!

Y a todos mis profesores quienes con su sabiduría profesional han sabido conducir a personas de bien a lograr esta importante meta.

Andrés Auquilla Melendres

Tania Plaza Marín
Andrés Auquilla Melendres



UNIVERSIDAD DE CUENCA

INTRODUCCIÓN

Al hablar del internet se menciona un medio de comunicación mundial, y lo importante es que cada institución lo aproveche de la mejor manera para que el mundo conozca sus servicios x medio de la red.

No se puede descartar que en todo el mundo la globalización está muy latente, y en el país se nota la influencia de internet en todo tipo de negocio.

En el país un aspecto que ha crecido es el turismo, y dentro de este se encuentra al sector hotelero, quienes se han preocupado por dar a conocer los servicios que brinda por medio de una página web.

Por lo mencionado anteriormente se ha decidido hacer un análisis de los portales web de los hoteles boutique que son una gran tendencia en los hoteles cuencanos, y así dar a conocer las ventajas que tienen con ese servicio en el primer capítulo, en el siguiente se conocerá los detalles de actividad, en el siguiente se continuará con el análisis de los hoteles catastrados, pero el último será un análisis global de las páginas web de los hoteles boutique.

Para finalizar se expresan las opiniones, recomendaciones y conclusiones que dan al trabajo un aporte adicional.

Pero lo que se busca es que la información facilitada sea útil para futuras investigaciones.



SECCIÓN 1: PORTAL O PÁGINA WEB DE UN HOTEL: CONCEPTUALIZACIÓN Y CARACTERÍSTICAS

1.1. INTERNET EN EL ECUADOR

Internet se ha convertido en una herramienta que facilita la comunicación entre personas, empresas privadas e instituciones públicas, permitiendo el desarrollo de las mismas dentro y fuera del país en un mercado donde la competencia es cada vez mayor y la globalización no pasa desapercibida, por eso es importante conocer de desarrollo de internet en el Ecuador, gracias a las estadísticas publicadas en la página web del Consejo Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL)

No está demás resaltar el crecimiento que ha tenido el acceso a internet en Ecuador en los últimos años, pero algo positivo es que el gobierno ha buscado políticas que permitan a los usuarios acceder a este tipo de tecnologías con mayor facilidad, y el uso es cada vez mayor ya que los precios son más bajos, haciendo de este un servicio accesible.

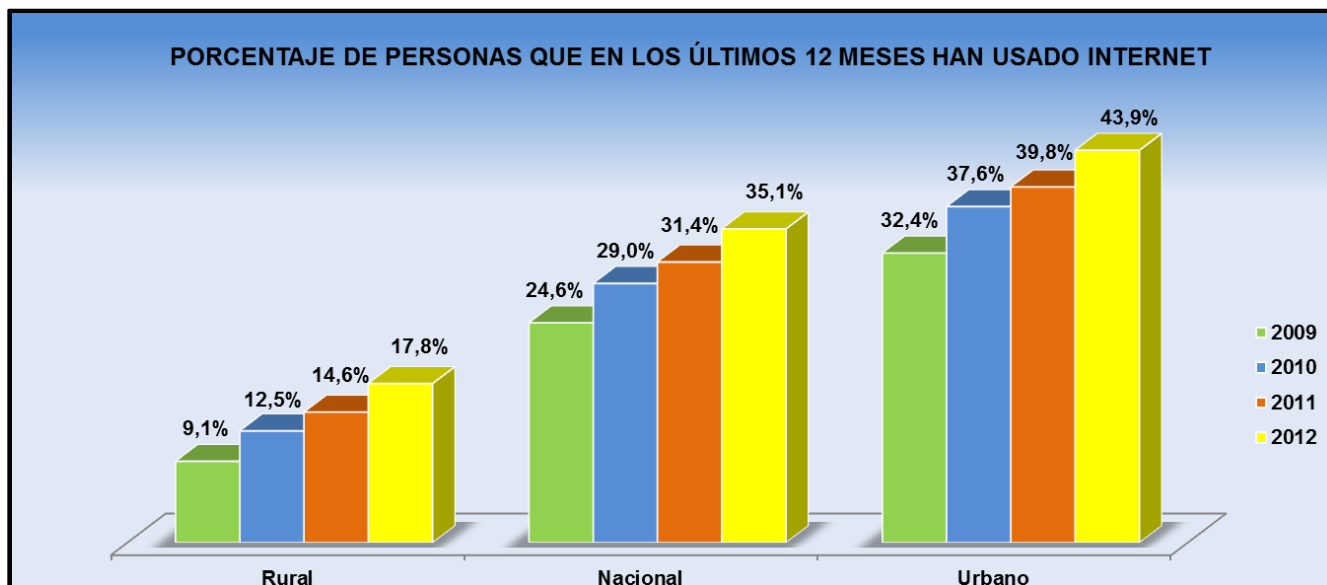


Gráfico 1

Título: Porcentaje de personas que en los últimos 12 meses han usado internet

Autor: INEC

Fuente: www.inec.gob.ec

Fecha: Julio, 2013



En el cuadro anterior se puede ver el crecimiento que ha tenido el acceso a internet a nivel de usuarios desde el 2009 hasta el 2013, donde se puede observar que en el sector rural el acceso es más bajo desde el 9,1% al 17,8% mientras que en el sector urbano el crecimiento es de casi el 50% al año 2012.

Con esto se demuestra que el acceso a internet ha crecido considerablemente en el Ecuador, lo cual ha permitido que en la actualidad más ecuatorianos puedan beneficiarse de este servicio, pero a la vez por medio de internet las empresas que promocionan y venden sus servicios por internet pueden llegar de manera más rápida e innovadora a sus clientes.

1.2. INTERNET EN EL SECTOR HOTELERO

El sector hotelero ha ido adaptándose a los cambios del mundo actual, Internet se ha convertido en una herramienta fundamental de información, además a través de internet se facilita el posicionamiento de un establecimiento hotelero en la web.

Se puede afirmar que Internet está revolucionando los canales de comunicación e intermediación de la actividad turística y es fácil de comprobar ya que una gran mayoría de hoteles cuentan con portales web, a través de las cuales promocionan y venden sus servicios.

En el Ecuador los hoteles se han visto obligados a actualizarse para poder ser más competitivos en un mercado que se ve influenciado por las nuevas tecnologías de información y comunicación, en internet se puede encontrar mucha información, promociones y ofertas interesantes a los posibles clientes, pero la información publicada dependerá de las estrategias que tenga cada hotel, y el éxito de dichas estrategias, se verá reflejado en el nivel de visitas, reservas y ventas que mantenga el hotel.

1.3. PORTAL WEB

En el libro *Introducción a las Actividades Hoteleras* de Suzane Stewart, se menciona que:

El portal es un sitio web que provee un único punto de interacción con aplicaciones, información, personas y procesos, personalizados a las necesidades y responsabilidades del usuario. Constituyen la próxima generación de escritorios de



UNIVERSIDAD DE CUENCA

trabajo, permitiendo la ejecución de aplicaciones a través de Internet utilizando no sólo una PC, sino además otros dispositivos como PDA y teléfonos celulares (165).

Un portal o página web ha tomado gran importancia en el mundo de los negocios, y el sector hotelero debe desarrollarlo adecuadamente ya que un servicio es más difícil de promocionar y vender en internet, y si bien se puede mostrar o dar a conocer los servicios y sus características, también este puede ser el medio para desprestigiar a cualquier establecimiento por comentarios mal intencionados que pueden desmoronar el posicionamiento alcanzado.

1.4. PORTAL WEB COMO CANAL DE DISTRIBUCIÓN DE LOS HOTELES BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE CUENCA

El diario El Tiempo, en su página web público que en un hotel boutique “el tipo de servicio se da, principalmente, en casas patrimoniales que fueron acomodadas para recibir a los visitantes. A las cuales se les integra servicios como Internet, restaurante, etc.”

Pero también en la revista *EnRoute* de Air Canada en su publicación de *Hoteles Boutique* los describe así:

Todo aquel establecimiento con un ambiente moderno, un servicio personalizado y un diseño sofisticado para los viajeros más exigentes. Son generalmente independientes de las grandes cadenas de hoteles y suelen tener menos de 200 habitaciones, ofrecen la experiencia de una estancia relajante en un ambiente íntimo incluso para los viajes de negocios (www.enroute.aircanada.com).

A lo expresado anteriormente se puede mencionar que no por ser en una casa antigua, esta pierda la elegancia y lujo de un hotel de primera o que no pueda tener los servicios necesarios para satisfacer las exigencias de los huéspedes que optan por este tipo de alojamiento.



Un tema que ha crecido notablemente en los últimos tiempos es el comercio electrónico en Ecuador, aunque la utilización es todavía muy reducida, el español y el inglés son lenguas conocidas y los hoteles de la ciudad se han habilitado para crear portales web con estas dos lenguas. Ya que si, en el país todavía no se realiza comercio electrónico en un 100%, en otros países, esta actividad es muy normal y popular lo cual favorece a los hoteles boutiques cuencanos que cuentan con portales o páginas web para promocionar y vender sus servicios.

Se puede mencionar que la importancia de Internet como canal de comercialización se puede observar a lo largo del análisis de las páginas web de cada uno de los hoteles boutique de la ciudad, como por ejemplo las portales web, las páginas web de los intermediarios que impulsan y ayudan en la venta de las plazas hoteleras.

Con todo lo que se puede observar en las páginas web, se entiende que los hoteles deben trabajar muy duro por sacar adelante sus páginas, ya que con el desarrollo de estas se puede llegar a un mercado local, nacional y hasta internacional, permitiendo que el hotel oferte sus servicios, a la gran demanda existente en internet.

1.5. CARACTERÍSTICAS DE UN PORTAL O PÁGINA WEB DE UN HOTEL

Las características de un portal web dependerán de cada autor, pero para el presente ensayo se ha tomado en cuenta información presentada en la “Guía para la creación de Sitios Web” aprobada por la Comisión Nacional de Conectividad de Chile, de la cual se obtuvo la información que se presenta a continuación, y obviamente adecuada a un hotel.

- **Accesibilidad**

La accesibilidad hace referencia a la facilidad de acceso a la página web a través de buscadores como google o yahoo que son los más conocidos, dentro de la misma página la facilidad de acceso a los diferentes servicios que brinda el hotel, utilización de metatags (palabras clave) y los idiomas utilizados, que optimicen la navegación en la página y cuan fácil es el acceso a cada parte del menú.



- **Usabilidad**

La Usabilidad, hace referencia, a la rapidez y facilidad con que las personas “navegan” y realizan la actividad para la cual han visitado el portal web. Puede decirse que es la medida en la cual un producto puede ser usado y como puede satisfacer las necesidades del usuario. Hay varios puntos que pueden determinar la usabilidad del portal web como:

Home Page o Inicio: si es clara y directa y la facilidad para navegar en ella.

Diseño: el diseño consistente (sigue la misma estructura y formato) de todas las páginas y siguiendo la imagen de marca del hotel.

Comunicación: estructura de las páginas en párrafos, no en grandes textos. Número limitado de gráficos y de buena calidad y la utilización de animaciones.

Navegación por la web: está determinada por la existencia de herramientas tales como: mapas web, idiomas, herramientas de búsqueda dentro de la web, páginas de ayuda, barras de navegación, etc. y sobre todo flexibilidad en la navegación por la web.

- **Segmentación**

La Segmentación de la página consiste en ofrecer mayor valor a cada uno de los distintos clientes (empleados, accionistas, proveedores, clientes finales, etc.). Este concepto se basa en el marketing relacional, que se ha convertido en un arma estratégica para la fidelización de clientes y que se debe tener en cuenta a la hora de desarrollar nuestra estrategia en internet. En este punto se analiza la existencia de secciones para inversores (con información general y financiera sobre la empresa), para Recursos Humanos (información sobre planes de formación, puestos de trabajo, disponibles y posibilidad de incluir un currículum vitae en la base de datos online), secciones de acceso exclusivo para miembros de clubes de fidelización, hoteles de la cadena, agencias de viajes y empresas.

- **Relación de Servicios**

La relación de Servicios ofrecidos dentro de la página web, desde un punto de vista de cantidad, calidad y relevancia, es uno de los elementos más importantes y atractivos ofrecidos por una página web. Debemos analizar la posibilidad de realizar búsquedas



UNIVERSIDAD DE CUENCA

avanzadas (con variables cruzadas de búsquedas por marca, región, ciudad, proximidad a aeropuerto, precio, puntos de interés, etc.; el detalle de la información ofrecida sobre las facilidades del hotel, lugares de interés, información sobre llegar al hotel y sobre todo la disponibilidad de fotos en incluso de visitas virtuales por el hotel.

Un servicio fundamental es la posibilidad de realizar reservar a través de Internet a tiempo real, además de la información y facilidades que nos dan a tal efecto.

- **Seguridad**

Se puede decir que este tema es un punto muy importante. La Seguridad ofrecida por la página web a la hora de realizar introducir información personal y realizar transacciones económicas. Se analizará si la página ofrece información sobre sus políticas de privacidad y si utilizan servidores seguros que garanticen la seguridad de las transacciones económicas.



SECCIÓN 2: ANÁLISIS DE LOS PORTALES WEB DE LOS HOTELES BOUTIQUE

2.1. MODELO DE ANÁLISIS PARA LAS CARACTERÍSTICAS DE LOS PORTALES O PÁGINAS WEB.

Para la realización de un análisis es necesario contar con un modelo para basándose en este realizar el análisis pertinente.

El modelo de análisis para los portales o páginas web de los hoteles boutique de Cuenca, se lo ha desarrollado a partir de la información presentada anteriormente y de algunas características específicas que se presentan en cada hotel.

Según una publicación en la página web de Hotel Electronic Distribution Network Association (HEDNA), “una página web eficiente debe ser fácil de navegar, rápida a la hora de cargarse, debe ser visualmente atractiva, actualizada, interactiva, detallada, y orientada a la obtención de beneficios”

A partir del modelo anteriormente descrito, se creó un cuadro con las características que debe tener una página o portal web, para que sea exitosa, las mismas se expresan a continuación en el cuadro 1.

<p>ACCESIBILIDAD</p> <p>Página web registrada y legalmente constituida.</p> <p>El orden de aparición en los principales buscadores e intermediarios.</p> <p>Metatags e idiomas utilizados.</p>	<p>SERVICIOS OFRECIDOS EN LA WEB</p> <p>Búsqueda: por fecha de llegada.</p> <p>Información sobre el hotel: servicios ofrecidos por el hotel.</p> <p>Cerca de que se encuentra el hotel.</p> <p>Precio, habitaciones, galería de fotos.</p> <p>Reservas Online: políticas de privacidad, de reservas. Facilidad de uso del servicio, Facilidad de pago y con qué instituciones tiene afiliación.</p>
<p>USABILIDAD</p> <p>Home Page: Objetivos Claros. Utilización de links y distribución del texto.</p> <p>Diseño: diseño de la página, y la imagen del hotel.</p> <p>Comunicación: textos no tan grandes, buenos gráficos, animación.</p>	



Navegación: por el sitio web, herramientas: mapa web, idiomas disponibles, página de ayuda y preguntas frecuentes, herramientas de búsqueda, inicio.	
SEGMENTACIÓN Información de la institución. Información de los RRHH que dirigen las actividades del hotel. Registro para usuarios, fidelización. Acceso exclusivo para agencias e intermediarios.	SEGURIDAD La política de privacidad. Informar si la forma de pago es segura. Utilización de servidores confiables.

Cuadro 1

Título: Cuadro de Características de las páginas web

Autor: Tania Plaza y Andrés Auquilla

Fuente: Tania Plaza y Andrés Auquilla

Fecha: julio 2013

2.2. ANALISIS DE LOS HOTELES BOUTIQUE DE LA CIUDAD DE CUENCA

Para este análisis se toman en cuenta todos los hoteles boutique de la ciudad de Cuenca, los cuales se numeran a continuación. Estos hoteles se encuentran dentro del catastro hotelero del Ministerio de Turismo, y la gran mayoría son hoteles de primera. Pero para el presente análisis se han dividido a los hoteles en dos grupos, el primero con los hoteles conocidos como boutique dentro del catastro hotelero del Ministerio de Turismo y el segundo con los hoteles que cumplen con las características para ser hotel boutique pero no están dentro del catastro.

2.3. SITUACIÓN ACTUAL: HOTELES BOUTIQUE DE CUENCA

Los hoteles boutique de la ciudad han alcanzado un gran auge en los últimos años dentro del sector hotelero, además a través de internet estos hoteles pueden mejorar su imagen ya sea
Tania Plaza Marín
Andrés Auquilla Melendres



UNIVERSIDAD DE CUENCA

a nivel local, nacional e internacional, ya que los usuarios de este tipo de servicio pueden acceder libremente, de cualquier lugar y en cualquier momento al portal web de un hotel que será la única imagen que podrá ver el usuario.

Para esto el presente ensayo se enfoca en analizar los portales web de cada hotel boutique en la ciudad de Cuenca, y como primer punto se analizará la situación actual de cada una de éstas páginas web.

2.4. HOTELES BOUTIQUE CATASTRADOS

Listado de hoteles a analizar en el primer grupo de hoteles boutique:

- Hotel Casa Ordoñez
- Hotel Carvallo
- Hotel Mansión Alcázar
- Hotel Santa Lucía

2.4.1. HOTEL BOUTIQUE CASA ORDOÑEZ

Este hotel cumple con las características para ser catalogado como hotel boutique. Además de se encuentra ubicado en el centro histórico de la ciudad de Cuenca, y obviamente cuenta con una arquitectura antigua pero maravillosa a la vez. Este hotel está ubicado en la calle Mariscal Lamar 8-59

El portal web del hotel es www.casa-ordonez.com y el análisis se presenta en el siguiente cuadro.

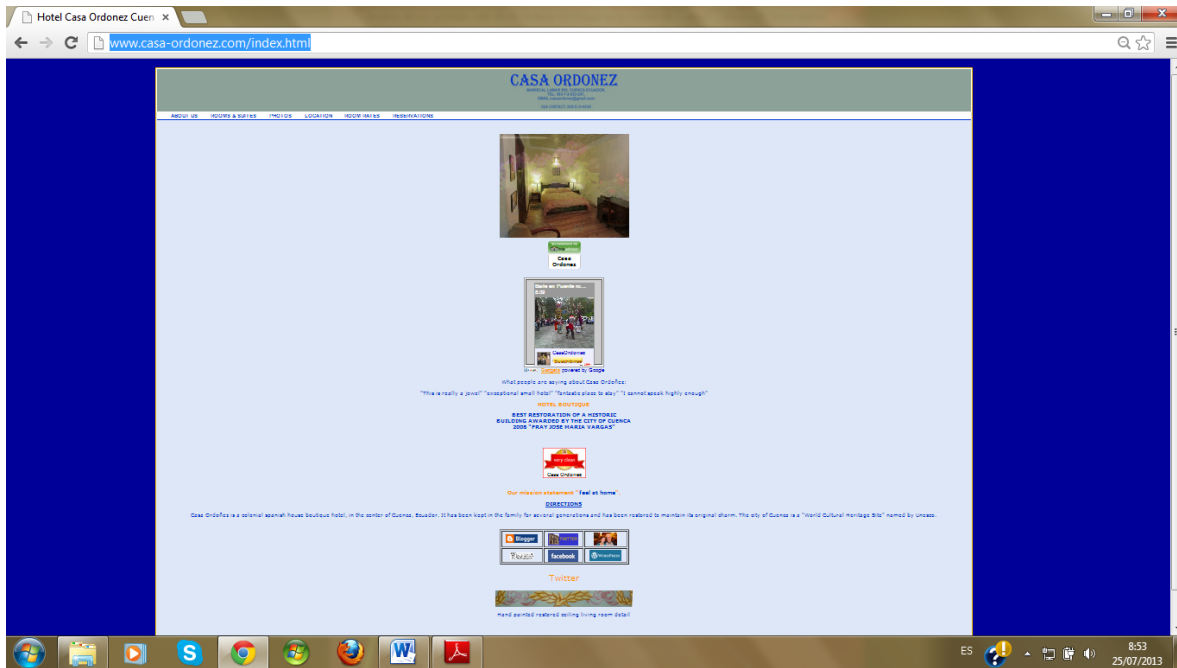


Imagen 1

Título: Imagen página web hotel Casa Ordoñez

Autor: Tania Plaza y Andrés Auquilla

Fuente: www.casa-ordonez.com

Fecha: julio 2013

Cuadro de Análisis de Características del portal web del Hotel Boutique Casa Ordoñez

ACCESIBILIDAD	SERVICIOS OFRECIDOS EN LA WEB
<p>Página web registrada del hotel.</p> <p>La aparición de la página es una de las principales en los buscadores google y yahoo.</p> <p>Metatags como hotel boutique no lo direccionan a este hotel entre las primeras opciones y la página se encuentra</p>	<p>Búsqueda: por fecha de llegada y tipo de habitación.</p> <p>Información sobre el hotel: acerca de los servicios con los que cuenta el hotel.</p> <p>Un link re direcciona a la página de la guía turística de la ciudad, donde obviamente se informa de todos los atractivos turísticos de</p>



<p>únicamente en inglés.</p>	<p>Cuenca.</p>
<p>USABILIDAD</p> <p>Home Page: Se nota que el hotel tiene como objetivo dar información del hotel únicamente a los extranjeros. Los links que utiliza direccionan a páginas como Tripadvisor, Youtube, google, eblogger, Twitter, Facebook, wordpress, Wikipedia.</p> <p>La distribución del texto nula y totalmente simple.</p> <p>Diseño: la estructura de la página es totalmente poco atractiva y muy simple. Se nota el poco trabajo realizado en este portal web. Además la imagen del hotel no sobresale.</p> <p>Comunicación: textos cortos e información muy vaga, gráficos mal distribuidos y la animación dentro del portal del hotel es nula.</p> <p>Navegación: por el sitio web, herramientas: mapa web, idiomas disponibles, página de ayuda y preguntas frecuentes, herramientas de búsqueda, inicio.</p>	<p>No hay información de los precios de las habitaciones, y una galería fotográfica con muy pocas imágenes.</p> <p>Reservas Online: no se expresan las políticas de privacidad, ni de reservas. Facilidad de uso de la página web.</p> <p>No informa de las formas y facilidades de pago que ofrece el hotel.</p>
<p>SEGMENTACIÓN</p> <p>Tiene poca información del hotel.</p> <p>No tiene información de las persona encargadas del hotel. Registro para usuarios, fidelización.</p> <p>Acceso a reservaciones y el único contacto que se tiene es el mail empresarial.</p>	<p>SEGURIDAD</p> <p>En el portal web no se informa de la política de privacidad.</p> <p>No se informa a los usuarios de las formas y facilidades de pago y si los servidores son confiables.</p>



Cuadro 2

Título: Cuadro de Características de las páginas web

Del Hotel Boutique Casa Ordoñez

Autor: Tania Plaza y Andrés Auquilla

Fuente: Tania Plaza y Andrés Auquilla

Fecha: julio 2013

2.4.2. HOTEL BOUTIQUE CARVALLO

Este hotel es uno de los más reconocidos en la ciudad de Cuenca, además un establecimiento reconocido y muy bien posicionado en el mercado hotelero. Con solo al ingresar al hotel Carvallo se puede notar que es una instalación de primera, capaz de brindar los lujos y servicios deseados o exigidos por los clientes. Este está en la calle 9-52 y Benigno Malo.

El portal web del hotel es www.hotelcarvalloecuador.com y a continuación se presenta la imagen de la página y el cuadro de análisis.

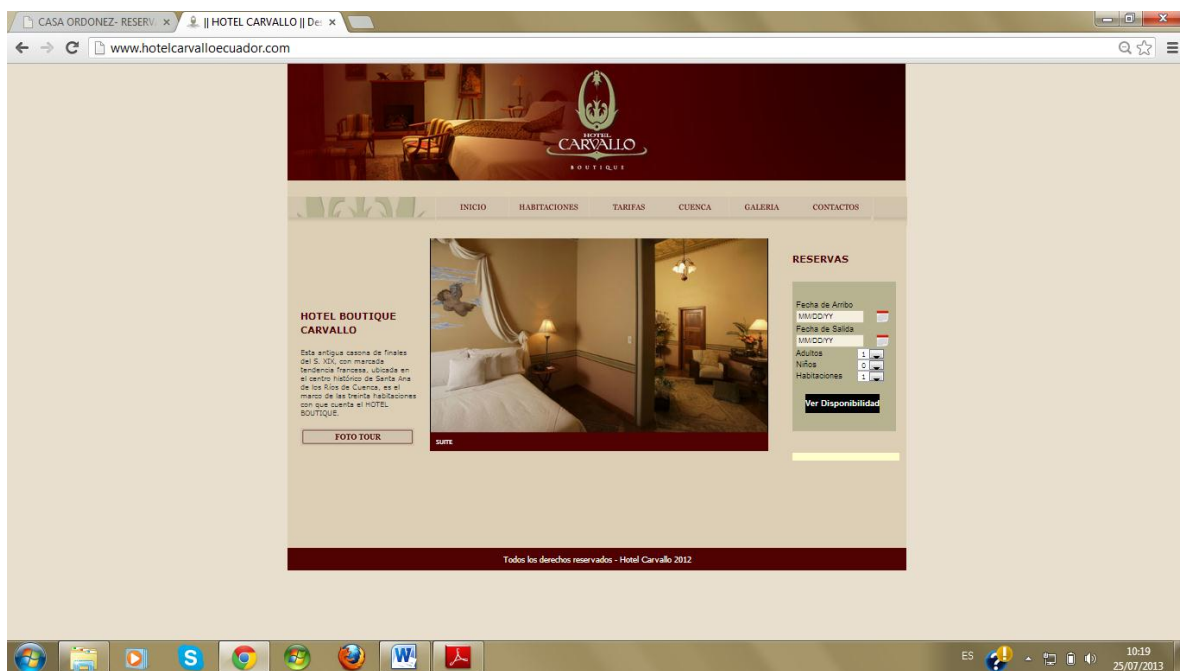


Imagen 2



Título: Imagen página web hotel Carvallo

Autor: Tania Plaza y Andrés Auquilla

Fuente: www.hotelcarvallo.com

Fecha: julio 2013

Cuadro de Análisis de Características del portal web del Hotel Boutique Carvallo

<p>ACCESIBILIDAD</p> <p>Página web registrada y legalmente constituida y con todos los derechos propios del hotel Carvallo.</p> <p>Este hotel se encuentra entre las principales apariciones en google y yahoo, además en los intermediarios como tripadvisor y otros buscadores de destinos hoteleros.</p> <p>El idioma en el que se encuentra la página es únicamente en español.</p>	<p>SERVICIOS OFRECIDOS EN LA WEB</p> <p>Búsqueda: por fecha de llegada. Y fácil acceso para hacer reservas.</p> <p>Información sobre el hotel: servicios ofrecidos y características que tiene el hotel. Detalles de tarifas y tipos de habitaciones, además cuenta con una galería fotográfica.</p> <p>Reservas Online: políticas de pago e informe de costos.</p> <p>Facilidad de uso del servicio de reserva de habitaciones.</p>
<p>USABILIDAD</p> <p>Home Page: el objetivo de la página es mostrar el hotel y los servicios que brinda. Además de dar a conocer la información sobre el mismo. Y el portal es exclusivamente del hotel.</p> <p>Diseño: cuenta con un diseño muy elegante, y textos claros y específicos.</p> <p>Comunicación: textos cortos y con la información necesaria. Gráficos excelentes y con animaciones fotográficas.</p> <p>Navegación: rápida y sin complicaciones</p>	



por el sitio web, de fácil acceso a cada uno de los links dentro de la página.	
<p>SEGMENTACIÓN</p> <p>Información de la constitución del hotel.</p> <p>Brinda información de los encargados del hotel y datos como ubicación del mismo.</p> <p>Libre acceso de cualquier tipo de usuarios, a la información publicada en la página web del hotel.</p>	<p>SEGURIDAD</p> <p>La política de privacidad.</p> <p>Informar si la forma de pago es segura.</p> <p>Utilización de servidores confiables.</p>

Cuadro 3

Título: Cuadro de Características de las páginas web

Del Hotel Boutique Carvallo

Autor: Tania Plaza y Andrés Auquilla

Fuente: Tania Plaza y Andrés Auquilla

Fecha: julio 2013

2.4.3. HOTEL BOUTIQUE MANSIÓN ALCÁZAR

Este hotel está muy bien posicionado como un hotel boutique de lujo, además de que cuenta con una gran belleza arquitectónica, lo que hace de este hotel una joya en el centro histórico de la ciudad. Está ubicado en la calle Simón Bolívar 12-55 y Tarqui.

La página web y su análisis se presentan a continuación. El portal web es www.mansionalcazar.com.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

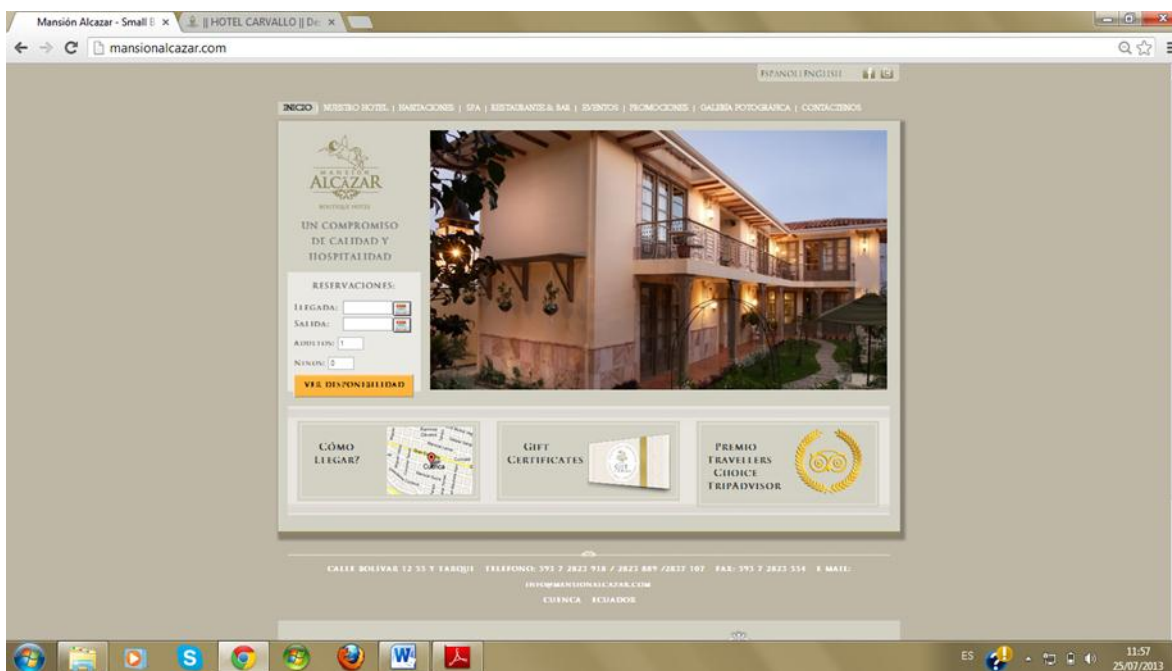


Imagen 3

Título: Imagen página web hotel Mansión Alcázar

Autor: Tania Plaza y Andrés Auquilla

Fuente: www.mansionalcazar.com

Fecha: julio 2013

Cuadro de Análisis de Características del portal web del Hotel Mansión Alcázar

ACCESIBILIDAD	SERVICIOS OFRECIDOS EN LA WEB
<p>Página web registrada y legalmente constituida. Además se muestra que pertenece a otras cadenas hoteleras.</p> <p>Este hotel se localiza en los tres primeros lugares de aparición en los buscadores google y yahoo además es un hotel con una página web de libre acceso.</p>	<p>Búsqueda: por fecha de llegada y salida del hotel.</p> <p>Información sobre el hotel: cuenta con una barra de menú superior para navegar fácilmente por la página del hotel.</p> <p>Permite ver la ubicación del hotel.</p> <p>Expone precios de las habitaciones, galería</p>



<p>La página web aparece de forma inmediata si se busca un hotel boutique en Cuenca. Y se encuentra en inglés y español.</p>	<p>de todas las áreas del hotel. Reservas Online: políticas de privacidad, de reserva y tipo de pago, términos y condiciones.</p>
<p>USABILIDAD Home Page: tiene como objetivo mostrar las cualidades del hotel, y obviamente los reconocimientos que ha alcanzado el hotel. Diseño: diseño de la página es bastante atractivo y elegante. Cuenta con textos claros y sin problemas de comprensión. Comunicación: tiene textos cortos y claros. Navegación: sin complicaciones por la página web, y tiene todas las herramientas de navegación pero no cuenta con link de ayuda. Y links para direccionar a Facebook y Twitter.</p>	
<p>SEGMENTACIÓN Información del hotel y sus características. No da información de los encargados del hotel, únicamente un correo para información. Acceso libre para todos los usuarios que deseen visitar la página web del hotel.</p>	<p>SEGURIDAD Tiene una política de privacidad y confiabilidad. Informa si la forma de pago es segura. Utilización de servidores confiables.</p>

Cuadro 4

Título: Cuadro de Características de las páginas web

Del hotel Mansión Alcázar

Autor: Tania Plaza y Andrés Auquilla

Fuente: Tania Plaza y Andrés Auquilla



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fecha: julio 2013

2.4.4. HOTEL BOUTIQUE SANTA LUCÍA

Este es un hotel de lujo que además tiene un gran reconocimiento a nivel internacional tanto por su ubicación, como por la cantidad de servicios de calidad que brinda. El hotel Santa Lucía se encuentra ubicada en el centro histórico de Cuenca, en las calles Antonio Borrero 8-44 y Sucre. La página web es www.santaluciahotel.com, cuya imagen y página vemos a continuación.

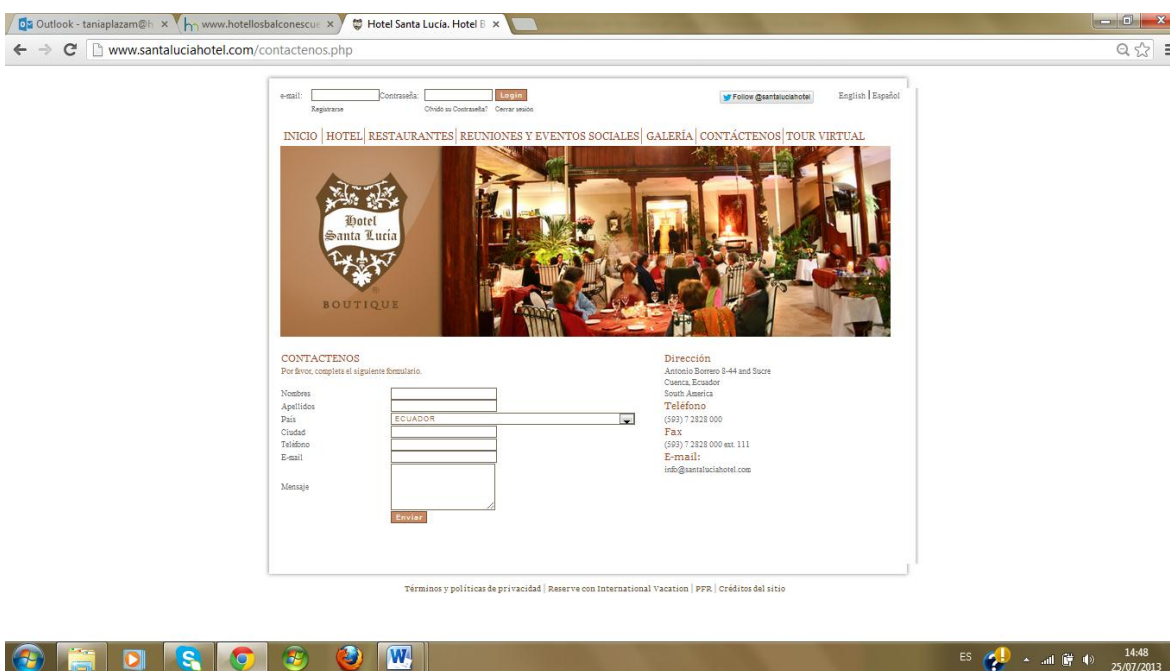


Imagen 4

Título: Imagen página web hotel Santa Lucía

Autor: Tania Plaza y Andrés Auquilla

Fuente: www.santaluciahotel.com

Fecha: julio 2013



Cuadro de Análisis de Características del portal web del Hotel Santa Lucía

<p>ACCESIBILIDAD</p> <p>Página web del hotel Santa Lucía registrada y legalmente constituida.</p> <p>Es el primer hotel en aparecer en los principales buscadores google y yahoo e intermediarios como tripadvisor</p> <p>Es la primera opción en hotel boutique, y la pagina esta en inglés y español.</p>	<p>SERVICIOS OFRECIDOS EN LA WEB</p> <p>Búsqueda: por fecha de llegada y salida.</p> <p>Información sobre el hotel: servicios ofrecidos por el hotel.</p> <p>Cerca de que se encuentra el hotel.</p> <p>Precio, habitaciones, galería de fotos.</p> <p>Reservas Online: políticas de privacidad, de reservas.</p> <p>Facilidad de pago y con las instituciones financieras con las que trabajan.</p>
<p>USABILIDAD</p> <p>Home Page: Objetivo que tiene es mostrar información importante de los servicios del hotel. Y cuenta con un menú superior muy bien organizado.</p> <p>Diseño: diseño acorde al tipo de servicio de lujo y acogedor que brinda el hotel.</p> <p>Comunicación: textos cortos y con información clave del hotel.</p> <p>Navegación: por el sitio web rápida, herramientas muy bien distribuidas.</p>	<p>SEGURIDAD</p> <p>La política de privacidad que mantiene el hotel.</p> <p>Informa seguridad en pago.</p> <p>Utilización de servidores confiables.</p>
<p>SEGMENTACIÓN</p> <p>Información de la institución y su historia</p> <p>Información de los encargados del hotel.</p> <p>Trabajan en intranet con intermediarios</p>	

Cuadro 5



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Título: Cuadro de Características de las páginas web
Del hotel Santa Lucía

Autor: Tania Plaza y Andrés Auquilla

Fuente: Tania Plaza y Andrés Auquilla

Fecha: julio 2013

2.4.5. HOTEL BOUTIQUE LOS BALCONES

En los principales buscadores este hotel hace una de las principales apariciones, al ser un hotel boutique atractivo aunque luego del análisis no se pueda decir lo mismo de su página web. Su portal web es www.santaluciahotel.com, cuyo análisis está a continuación.

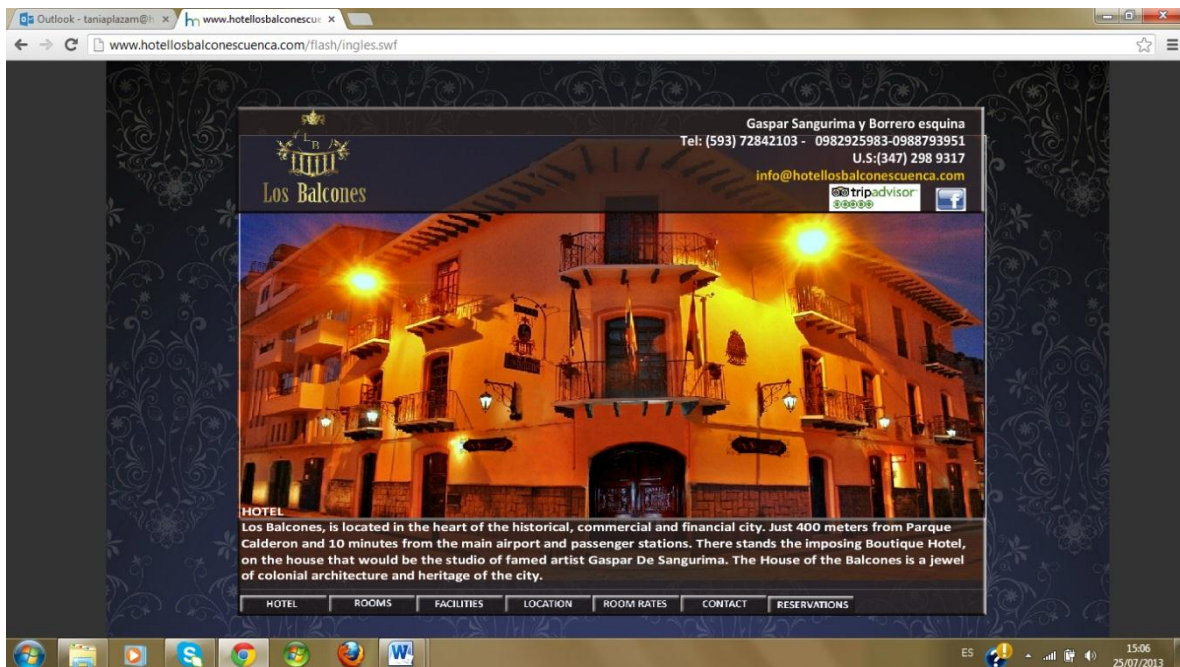


Imagen 5

Título: Imagen página web hotel Los Balcones

Autor: Tania Plaza y Andrés Auquilla

Fuente: www.hotellosbalconescuenca.com

Fecha: julio 2013



Cuadro de Análisis de Características del portal web del Hotel Los Balcones

<p>ACCESIBILIDAD</p> <p>Página web del hotel Los Balcones registrada legalmente.</p> <p>Es uno de los principales hoteles en los buscadores google y yahoo, además es recomendado en tripadvisor.</p> <p>Su portal web está disponible en inglés.</p>	<p>SERVICIOS OFRECIDOS EN LA WEB</p> <p>Búsqueda: únicamente permite enviar correo electrónico.</p> <p>Información sobre el hotel: servicios ofrecidos por el hotel.</p> <p>Cerca de que se encuentra el hotel y sus servicios con precios y fotos.</p> <p>Reservas Online: permite únicamente contacto por vía correo electrónico. Y no se puede saber la información de manera inmediata.</p>
<p>USABILIDAD</p> <p>Home Page: el objetivo que se nota es que trata de mostrar el hotel al mercado internacional</p> <p>Diseño: diseño poco atractivo y resalta mucho color de fondo (lo que vuelve molesto a la vista)</p> <p>Comunicación: textos cortos y con información clave pero a la vez poco confiable.</p> <p>Navegación: por el sitio web es un poco lenta ya que cuenta con demasiadas animaciones.</p>	
<p>SEGMENTACIÓN</p> <p>Información de la institución y su historia</p> <p>Información de los encargados del hotel e información de contactos.</p> <p>Permiten el fácil ingreso de todo público a la</p>	<p>SEGURIDAD</p> <p>Mantiene contactos telefónicos con encargados del hotel, y por vía de correo electrónico.</p>



UNIVERSIDAD DE CUENCA

página.	
---------	--

Cuadro 6

Título: Cuadro de Características de las páginas web

Del hotel Los Balcones

Autor: Tania Plaza y Andrés Auquilla

Fuente: Tania Plaza y Andrés Auquilla

Fecha: julio 2013



SECCION 3: RESULTADOS DEL ANÁLISIS DE LOS HOTELES BOUTIQUE

3.1. RESULTADOS DEL ANÁLISIS DE LOS HOTELES BOUTIQUE

3.1.1. HOTEL BOUTIQUE CASA ORDOÑEZ

En la página web visitada y luego del análisis se puede decir que la página en cuanto a accesibilidad es muy simple y no cuenta con un diseño que llamen la atención de los usuarios, además esta página se encuentra únicamente en inglés. En cuanto a la usabilidad se nota que el hotel busca dar información del hotel a posibles interesados extranjeros, pero también desde esta página se re direcciona a tripadvisor Twitter, Facebook, Youtube.

El diseño es poco atractivo y demasiada simple para mantener el interés de los visitantes. Aunque tiene textos cortos y puntuales, a veces la información no tiene nada que ver con el hotel ya que tiene textos e imágenes mal distribuidas. El menú está en la parte superior y de fácil navegación. Los servicios ofrecidos en la web son de acuerdo a la fecha de llegada del huésped al hotel, además informan de todos los servicios que brindan, y los atractivos que tiene la ciudad. No cuenta con información de precios lo cual es una desventaja ya que será un motivo para salir de la página. No se expresan las facilidades de pago que brinda el hotel lo cual es un punto menos para el hotel. En la segmentación en el portal web se muestra poca información, no hay acceso a reservar habitaciones ya que el único medio es el correo empresarial. Y la seguridad, no tiene una política de privacidad, ni se indica las facilidades de pago que se puede tener, lo cual demuestra la falta de interés por tener un portal web del hotel.

3.1.2. HOTEL BOUTIQUE CARVALLO

En la página web visitada y luego del análisis se puede decir que la página en cuanto a accesibilidad Página web registrada y legalmente constituida y con todos los derechos propios del hotel Carvallo. Este hotel se encuentra entre las principales apariciones en google y yahoo, además en los intermediarios como tripadvisor y otros buscadores de



destinos hoteleros. El idioma en el que se encuentra la página es únicamente en español, lo cual es una desventaja frente a los otros hoteles.

La usabilidad es un tema muy importante y este hotel lo tuvo muy claro ya que el diseño es llamativo y elegante, el objetivo de la página es mostrar el hotel y los servicios que brinda. Además de dar a conocer la información sobre el mismo. Los servicios ofrecidos en la web son una búsqueda por fecha de llegada y salida del hotel y fácil acceso para hacer reservas. Información sobre el hotel: servicios ofrecidos y características que tiene el hotel. Detalles de tarifas y tipos de habitaciones, además cuenta con una galería fotográfica muy interesante. Las reservas Online muestran políticas de pago e informe de costos además facilidad de uso del servicio de reserva de habitaciones. La segmentación muestra información de la constitución del hotel. Brinda información de los encargados del hotel y datos como ubicación del mismo. Libre acceso de cualquier tipo de usuarios, a la información publicada en la página web del hotel. La seguridad es importante ya que muestra la política de privacidad. Además informa si la forma de pago es segura e indica que utiliza de servidores confiables. Y todos estos detalles consiguen que el portal web del hotel sea confiable y los usuarios vuelvan a usarlo.

3.1.3. HOTEL BOUTIQUE MANSIÓN ALCÁZAR

Su accesibilidad a la página web muestra un portal web registrado y legalmente constituido. Además se muestra que trabaja con otras cadenas hoteleras. Este hotel se localiza en los tres primeros lugares de aparición en los buscadores google y yahoo además es un hotel con una página web de libre acceso. La página web aparece de forma inmediata si se busca un hotel boutique en Cuenca. Y se encuentra en inglés y español. Los servicios que ofrece son que la búsqueda se realiza por fecha de llegada y salida del hotel. La información sobre el hotel cuenta con una barra de menú superior para navegar fácilmente por la página del hotel. Permite ver la ubicación del hotel además expone precios de las habitaciones, galería de todas las áreas del hotel. Las reservas Online muestran políticas de privacidad, de reserva y tipo de pago, términos y condiciones. En la usabilidad la Home Page tiene como objetivo mostrar las cualidades del hotel, y obviamente los reconocimientos que ha alcanzado el hotel. El diseño de la página es bastante atractivo y elegante. Cuenta con textos claros y sin problemas de comprensión. La Comunicación: tiene textos cortos y claros. La navegación es



sin complicaciones por la página web, y tiene todas las herramientas de navegación pero no cuenta con link de ayuda. Y links para direccionar a Facebook y Twitter. La segmentación involucra la información del hotel y sus características y no da información de los encargados del hotel, únicamente un correo para información. Hay acceso libre para todos los usuarios que deseen visitar la página web del hotel. La seguridad de la página advierte que tiene una política de privacidad y confiabilidad y también Informa si la forma de pago es segura. En el portal web de este hotel se nota el interés de los encargados por hacer una confiable y segura a los usuarios.

3.1.3. HOTEL BOUTIQUE SANTA LUCÍA

En cuanto a accesibilidad la página web del hotel Santa Lucía registrada y legalmente constituida. Es el primer hotel en aparecer en los principales buscadores google y yahoo e intermediarios como tripadvisor además es la primera opción en hotel boutique, y la pagina esta en inglés y español. Sus servicios de búsqueda es por fecha de llegada y salida, la información sobre el hotel es amplia de acuerdo a servicios ofrecidos por el hotel el precio, habitaciones, galería de fotos. Y las reservas Online anticipan las políticas de privacidad, de reservas, también muestran las facilidades de pago y con las instituciones financieras con las que trabajan. La usabilidad en la Home Page muestra que el objetivo que tiene es mostrar información importante de los servicios del hotel. Y cuenta con un menú superior muy bien organizado. El diseño es acorde al tipo de servicio de lujo y acogedor que brinda el hotel. La comunicación es con textos cortos y con información clave del hotel. La navegación: por el sitio web rápida, herramientas muy bien distribuidas. La segmentación trata de la información de la institución y su historia, también información de los encargados del hotel. Ellos trabajan en intranet con intermediarios. Su seguridad es buena y muestran la política de privacidad que mantiene el hotel. Informan de la seguridad en pago con utilización de servidores confiables. Se nota también que este hotel ha hecho esfuerzos grandes por tener una página web de calidad.

3.1.4. HOTEL BOUTIQUE LOS BALCONES

En cuanto a la accesibilidad se puede decir que la página web del hotel Los Balcones registrada legalmente, que es unos de los principales hoteles en los buscadores google y yahoo, además es recomendado en tripadvisor, su portal web está disponible en inglés. Los



UNIVERSIDAD DE CUENCA

servicios de búsqueda únicamente permiten enviar correo electrónico. La información sobre el hotel: servicios ofrecidos por el hotel. Informa que cerca de que se encuentra el hotel y sus servicios con precios y fotos. Para las reservas Online permite únicamente contacto por vía correo electrónico. Y no se puede saber la información de manera inmediata. Lo cual no es bueno para los usuarios. La usabilidad de la Home Page tiene el objetivo que se nota es que trata de mostrar el hotel al mercado internacional, un diseño: diseño poco atractivo y resalta mucho color de fondo (lo que vuelve molesto a la vista), su comunicación: textos cortos y con información clave pero a la vez poco confiable y la navegación: por el sitio web es un poco lenta ya que cuenta con demasiadas animaciones. En cuanto a la segmentación muestra información de la institución y su historia, información de los encargados del hotel e información de contactos. Permiten el fácil ingreso de todo público a la página. La seguridad mantiene contactos telefónicos con encargados del hotel, y por vía de correo electrónico. Si este hotel quisiera tener reconocimiento debería tratar de mejorar su página web y así darse a conocer en el mercado local, nacional e internacional.



SECCIÓN 4: ANÁLISIS GLOBAL

4.1. PUNTO DE VISTA Y APRECIACIÓN DEL ANALISIS DE LOS HOTELES BOUTIQUE DE LA CIUDAD DE CUENCA

A manera de opinión y aporte personal esta sección se trata de ver los ventajas y desventajas de los portales web de los hoteles boutique de una manera global, ya que si bien es cierto si algunas están bien realizadas, las falencias de otras pueden ayudar a mejorar las características de las otras páginas web. A continuación se presenta un aporte a cada una de las características del modelo de análisis de las páginas web.

4.1.1. ACCESIBILIDAD

Todas las páginas web están registradas y legalmente constituidas aunque en casos como el hotel Casa Ordoñez y el Hotel los Balcones no muestran seguridad de que este dato sea acertado, lo cual es una desventaja de estos portales en cuanto a la excelente accesibilidad que muestran las demás.

En los buscadores principales como google y Facebook todos los hoteles boutiques analizadas se muestran al inicio en los resultados siendo un punto importante en esto. Los idiomas no es un problema ya que todos cuentan con más de un idioma a excepción de Casa Ordoñez y los Balcones que están en inglés.

4.1.2. SERVICIOS OFRECIDOS EN LA WEB

Todas las búsquedas en los hoteles son por fecha de llegada y salida del hotel y disponibilidad de habitaciones. La información sobre el hotel: servicios ofrecidos por el hotel. Hoteles como Santa Lucía, Carvallo, Mansión Alcázar muestran los atractivos de la ciudad. En temas como precio, habitaciones, galería de fotos, absolutamente todos expresan estos detalles con claridad. Mientras que las reservas Online facilitan información de políticas de



privacidad, de reservas. En todos los casos el uso del portal de reserva es fácil y confiable lo cual facilita el trabajo del hotel.

4.1.3 USABILIDAD

Home Page: en todos los hoteles se indica que los objetivos son claros, utilizan de links y distribución del texto. Además cuentan con un diseño de la página acorde a los servicios que brinda el hotel, y la imagen del hotel se ve de acuerdo a lo que se trata de mostrar en la página.

Comunicación: es con textos no tan grandes, buenos gráficos, animación que se presenta en casi todos los hoteles, la única excepción es el hotel Casa Ordoñez.

Navegación: por el sitio web, herramientas: mapa web, idiomas disponibles, página de ayuda y preguntas frecuentes, herramientas de búsqueda.

4.1.4. SEGMENTACIÓN

Todos los hoteles muestran información de la institución, información de los encargados que dirigen las actividades del hotel. Pero un problema es que ninguno permite afiliar al hotel

Acceso exclusivo para agencias e intermediarios.

4.1.5. SEGURIDAD

La política de privacidad se encuentra expuesta en la página y se informa si la forma de pago es segura, obviamente este tema no se puede obviar por nada ya que será una manera de mantener al cliente. Además la utilización de servidores confiables aumenta en reconocimiento del hotel.



CONCLUSIONES

Los hoteles boutique en la ciudad de Cuenca están sufriendo un proceso de internacionalización. Este proceso supone nuevos retos y uno de ellos es Internet. Deben estudiar fuertemente la posibilidad de incrementar su presencia en Internet invirtiendo en el desarrollo canales de distribución electrónicos de una manera más efectiva e innovadora y sobre todo lo más creativa posible.

Ante esta situación, se debería tratar de agilizar los procesos en internet y mejorar los servicios brindados.

A través de este modelo de análisis, no encontramos diferencias relevantes en los portales web de cada hotel boutique de la ciudad, pero se destaca problemas de información y segmentación que afectan negativamente al aprovechamiento de las oportunidades de este canal a nivel global.

Los aspectos a mejorar son, en primer lugar, la información específica y profunda sobre los servicios hoteleros a la hora de realizar reservas online, posibilitando la especificación de por ejemplo, habitación fumador / no fumador, acceso para minusválidos, posibilidad de modificar o cancelar la reserva online.

Finalmente hay una falta de asistencia a los usuarios online, por ejemplo a través de páginas de ayuda, teléfonos gratuitos para operadoras de asistencia, etc. Tampoco se ofrece suficiente información sobre los métodos para realizar reservas online ni para insertar datos personales a la hora de incorporarse a Clubes de Fidelización.



RECOMENDACIONES

Para finalizar se puede recomendar a todos los hoteles a desarrollar un portal web innovador que logre llegar no solo al mercado local y nacional sino tratar de llegar a tener una fama internacional y porque no alcanzar un posicionamiento en el sector hotelero.

También capacitar a los empleados del hotel en el manejo de estas nuevas tecnologías que llevaran a un control diario de las actividades que se realicen en internet y que involucren al hotel.

Finalmente se puede mencionar utilizar este documento para futuros análisis sobre el tema que serán una guía si se desea lograr algo y lo más impórtate mejorar en otro establecimiento cada uno de los puntos mencionados.



GLOSARIO

Portal: El portal es un sitio web que provee un único punto de interacción con aplicaciones, información, personas y procesos, personalizados a las necesidades y responsabilidades del usuario. Constituyen la próxima generación de escritorios de trabajo, permitiendo la ejecución de aplicaciones a través de Internet utilizando no sólo una PC, sino además otros dispositivos como PDA y teléfonos celulares.

Hotel Boutique: Todo aquel establecimiento con un ambiente moderno, un servicio personalizado y un diseño sofisticado para los viajeros más exigentes. Son generalmente independientes de las grandes cadenas de hoteles y suelen tener menos de 200 habitaciones, ofrecen la experiencia de una estancia relajante en un ambiente íntimo incluso para los viajes de negocios.

Accesibilidad: La accesibilidad hace referencia a la facilidad de acceso a la página web a través de buscadores.

Usabilidad: La Usabilidad, hace referencia, a la rapidez y facilidad con que las personas “navegan” y realizan la actividad para la cual han visitado el portal web.

Segmentación

La Segmentación de la página consiste en ofrecer mayor valor a cada uno de los distintos clientes (empleados, accionistas, proveedores, clientes finales, etc).

Relación de Servicios

Tania Plaza Marín
Andrés Auquilla Melendres



UNIVERSIDAD DE CUENCA

La relación de Servicios ofrecidos dentro de la página web, desde un punto de vista de cantidad, calidad y relevancia, es uno de los elementos más importantes y atractivos ofrecidos por una página web.

Seguridad

Se puede decir que este tema es un punto muy importante. La Seguridad ofrecida por la página web a la hora de realizar introducir información personal y realizar transacciones económicas.



BIBLIOGRAFÍA

1. Cáceres, Diego. "Hoteles boutique, nueva tendencia en la ciudad". El Tiempo (17 enero 2013). Internet. www.eltiempo.com.ec. Acceso: 8 julio 2013.
2. Comisión Nacional de Conectividad. "Guía para la creación de sitios web". Internet. <http://www.guiadigital.gob.cl/recursos/documentos.htm>. Acceso: 8 julio 2013. (PDF)
3. Consejo Nacional de Telecomunicaciones. "Estadísticas". Internet. www.conatel.gob.ec. Acceso: 8 julio 2013.
4. Gallego, Felipe. *Gestión de Hoteles. Una nueva visión*. Madrid, Paraninfo, 2002.
5. Hotel Electronic Distribution Network Association. "Portales web". Internet. www.hedna.org. Acceso: 8 julio 2013.
6. Ismail, Anmed. *Operaciones y Procesos Hoteleros. Gestión de Alojamiento*. Madrid, Paraninfo, 2001.
7. Stewart Weissinger, Suzane. *Introducción a las Actividades Hoteleras*. Madrid, Paraninfo, 2000.
8. "Hotel Boutique". Internet. www.wikipedia.org. Acceso: 8 julio 2013.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

ANEXOS

1. TEMA

“Análisis de los portales web de los hoteles boutique en la ciudad de Cuenca”.

2. NOMBRE DE LOS ESTUDIANTES

Tania Patricia Plaza Marín

Carlos Andrés Auquilla Melendres

3. JUSTIFICACIÓN DEL ENSAYO

Este ensayo se desarrolla como proyecto final del III curso de graduación que se imparte en la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad de la Universidad de Cuenca, con el fin de aplicar lo aprendido durante el módulo de TIC´s aplicadas al Turismo.

Para el sector turístico los portales web son muy importantes y estas son parte de las Tecnologías de Información y Comunicación, que son aprovechadas por los empresarios hoteleros, como una herramienta de promoción, además hoy en día juega un papel importante dentro del área de ventas. En este trabajo se analiza la presencia del hotel boutique Santa Lucia en internet a través de las páginas Web oficiales y de los intermediarios de ventas. El análisis se realiza estudiando las páginas iniciales, la información publicada, la comercialización de sus servicios, la posición del hotel en los principales buscadores, la facilidad para navegar por la Web y para obtener la información precisa, la disponibilidad de idiomas, los enlaces, y otras utilidades propias de Internet y la www que se presentan en la página del hotel y de los intermediarios.

El desarrollo de este ensayo permitirá conocer cómo se maneja la promoción en el hotel boutique Santa Lucía de manera interna, para luego ser presentada a los interesados que visitan las diferentes páginas web. Con el análisis de estas páginas se dará a conocer la situación actual del hotel en internet, y con el diagnóstico saber las posibles falencias, para finalizar dando una propuesta para dar seguimiento a las estrategias promocionales que mantiene el hotel y si fuera posible buscar la manera de mejorarlas.

Tania Plaza Marín

Andrés Auquilla Melendres



Además mediante el diagnóstico se busca conocer las estrategias promocionales que mantiene el hotel a nivel local, nacional e internacional.

La información presentada es verídica ya que el hotel ha brindado apertura para el presente análisis que a la vez se enfoca en mejorar las estrategias promocionales existentes en el establecimiento hotelero.

4. REVISIÓN BIBLIOGRAFICA.

Para el presente ensayo se ha tomado en cuenta varios textos y páginas web, en donde autores abordan temas de interés para este documento.

A nivel mundial todas las actividades van evolucionando y obviamente el sector empresarial se ha adaptado a todos estos cambios.

En el sector hotelero los empresarios han buscado varios medios para promocionar y vender los servicios que presta su instalación de alojamiento. Y una de las herramientas actuales, fácil de usar y más conocida es a través de internet.

En el libro *Introducción a las Actividades Hoteleras* de Suzane Stewart, se menciona “Internet enlaza ordenadores repartidos por todo el mundo. El servicio de la World Wide Web permite a los viajeros reservar su propia habitación directamente” (164), con esto se entiende la función que tiene la www, en el sector hotelero, y que realmente facilita las actividades a los turistas además dando la posibilidad de reservar en Internet los servicios turísticos de su preferencia.

Además en este libro se menciona que:

El portal es un sitio web que provee un único punto de interacción con aplicaciones, información, personas y procesos, personalizados a las necesidades y responsabilidades del usuario. Constituyen la próxima generación de escritorios de trabajo, permitiendo la ejecución de aplicaciones a través de Internet utilizando no sólo una PC, sino además otros dispositivos como PDA y teléfonos celulares (165).



UNIVERSIDAD DE CUENCA

En el libro *Gestión de Hoteles* de Felipe Gallego se dice que los “hoteles boutique, son pequeños establecimientos urbanos que asemejan su diseño a las boutiques clásicas y modernas donde se trata de transmitir personalidad y buen gusto en su decoración y estilo apropiado”. Todo lo que aquí se menciona se puede ver expresado en los diferentes hoteles de este estilo que se encuentran en la ciudad de Cuenca, y se puede agregar que cada hotel trata de ser mejor que otro, y esto hace que todos los hoteles mejoren sus servicios y ofertas para sus clientes.

La revista *EnRoute* de Air Canada en su publicación de *Hoteles Boutique* los describe así:

Todo aquel establecimiento con un ambiente moderno, un servicio personalizado y un diseño sofisticado para los viajeros más exigentes. Son generalmente independientes de las grandes cadenas de hoteles y suelen tener menos de 200 habitaciones, ofrecen la experiencia de una estancia relajante en un ambiente íntimo incluso para los viajes de negocios (www.enroute.aircanada.com).

Sin duda con esto se entiende que a nivel internacional un hotel boutique se enfoca a un mismo estilo de servicio hotelero. Y que además se dirige a todo tipo de mercado.

En la página web del diario *El Tiempo*, Diego Cáceres publica lo siguiente:

La tendencia de hoteles boutique en la ciudad nació hace aproximadamente 10 años, con la Mansión Alcazar, según Daniel Hernández, presidente de la Asociación de Hoteleros del Azuay. Hernández expresó que este tipo de servicio se da, principalmente, en casas patrimoniales que fueron acomodadas para recibir a los visitantes. A las cuales se les integra servicios como Internet, restaurante, etc. Una de las características de los hoteles boutique, es que ofrecen artículos que los huéspedes pueden comprar, principalmente artesanías como sombreros de paja toquilla,



UNIVERSIDAD DE CUENCA

macanas, artículos elaborados en madera, etc. Hernández manifestó que ese negocio es una oportunidad para que los empresarios de la ciudad inviertan en el turismo local.

En esta publicación se toma en cuenta las opiniones e ideas que se han tenido en la ciudad de Cuenca, y para este ensayo es muy importante conocer lo que dicen autoridades dentro del mundo hotelero, por ejemplo Daniel Hernández que ya tiene muchos años en el sector hotelero.

5. OBJETIVO GENERAL, OBJETIVOS ESPECÍFICOS, TRANSFERENCIA Y DIFUSIÓN DE RESULTADOS E IMPACTOS DEL ENSAYO

5.1 OBJETIVO GENERAL:

Analizar si las páginas web de los hoteles boutique de la ciudad de Cuenca cumplen con los requisitos establecidos para un sitio web apropiado.

5.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Conocer lo que debe contener un portal web de un hotel.
- Análisis de los sitios web de los hoteles boutique y conocer si cuentan con los dominios establecidos para la conformación de un portal en internet.
- Identificar las debilidades y fortalezas de los portales web de cada hotel boutique en Cuenca.
- Determinar que debe mantenerse y que debe mejorarse en los diferentes portales web hoteleros.

5.3 METAS

Con este análisis se pretende dar a conocer cómo se maneja la promoción en internet del hotel boutique Santa Lucía, de la ciudad de Cuenca, a través del presente documento que se entregará a la Facultad de Ciencia de la Hospitalidad de la Universidad de Cuenca.



Con el ensayo se trata de mostrar los sistemas electrónicos que se manejan en el hotel y sobre todo dar a conocer cuál es el funcionamiento de los mismos, que facilitarán la información necesaria a los posibles interesados en el tema.

Para finalizar se busca dar los puntos importantes que se deben tomar en cuenta para mejorar la promoción en internet, sistemas de reservas y estrategias de venta del establecimiento hotelero.

5.3. TRANSFERENCIA Y DIFUSIÓN DE RESULTADOS

Los resultados del presente ensayo serán difundidos y transferidos para beneficio de los estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, de la Universidad de Cuenca que será de gran ayuda en su desempeño académico y profesional.

El primer impacto que presenta el ensayo es de tipo tecnológico ya que contribuye al aprendizaje de las herramientas de promoción en internet.

Otro impacto que se identifica es el social, ya que beneficia a la comunidad estudiantil universitaria, mediante la facilitación del presente documento con información relevante del presente tema de ensayo.

6. TÉCNICAS DE TRABAJO DE OBTENCION DE INFORMACION

6.1. MÉTODO EMPÍRICO

Permite la obtención y elaboración de los datos empíricos y el conocimiento de los hechos fundamentales que caracterizan a los fenómenos. En este ensayo el método empírico que se utilizará será la observación.

6.2. MÉTODO TEÓRICO

El método teórico permite profundizar en el conocimiento de las regularidades y cualidades esenciales de los fenómenos. Estos cumplen una función gnoseológica importante, ya que nos posibilitan la interpretación conceptual de los datos empíricos encontrados.

Dentro del ensayo, se utilizarán los siguientes métodos teóricos:

6.2.1. EL ANÁLISIS



Es un procedimiento mental mediante el cual un todo complejo se descompone en sus diversas partes y cualidades. El análisis permite la división mental del todo en sus múltiples relaciones y componentes.

6.2.2. LA SÍNTESIS

Establece mentalmente la unión entre las partes previamente analizadas y posibilita descubrir las relaciones esenciales y características generales entre ellas. La síntesis se produce sobre la base de los resultados obtenidos previamente en el análisis. Posibilita la sistematización del conocimiento.

6.2.3. LA INDUCCIÓN

La inducción es un procedimiento mediante el cual a partir de hechos singulares se pasa a generalizaciones, lo que posibilita desempeñar un papel fundamental en la formulación de hipótesis.

6.2.4. LA DEDUCCIÓN

Es un procedimiento que se apoya en las aseveraciones y generalizaciones a partir de las cuales se realizan demostraciones o inferencias particulares o una forma de razonamiento, mediante el cual se pasa de un conocimiento general a otro de menor nivel de generalidad.

7. PUNTOS DE VISTA, ANALISIS CRÍTICO, ARGUMENTOS DEL CONTEXTO Y REFLEXIONES DENTRO DEL ENSAYO.

Para el presente ensayo se tomaron primero se realizó el catastro hotelero de la ciudad de Cuenca hasta el año 2013.

Luego se procedió al análisis de los portales web de cada una de las instalaciones hoteleras boutique existentes en la ciudad.

Con la observación se puede notar que hay hoteles que poner mayor empeño en la realización de dichas páginas, pero hay otras que demuestran desinterés y poca creatividad.

Para lo cual se tomó en cuenta el documento “Norma Técnica para la Aplicación de la Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública (LOTAIP) aprobada por la Comisión Nacional de Conectividad, Guía para la Creación de Sitios Web facilitada por la licenciada Lucía Méndez Tapia, que impartió el módulo de TIC’s aplicadas al turismo en el



Curso de Graduación de la Facultad Ciencias de la Hospitalidad, de la Universidad de Cuenca.

Una vez leído el documento, se analizó cada portal web, y se notó que la mayoría cumple con los requisitos de fondo, forma, estructura que necesita una página web hotelera. Elemento que dan a una página la estructura necesaria para llamar la atención de los posibles clientes que visitan los portales web hotelero.

Pero con este análisis también se puede dar a conocer, lo que se debe mantener y que se puede mejorar, dentro de cada portal observado y obviamente revisado a profundidad.

Finalmente se puede mencionar, que un hotel, necesita dar a conocer su instalación, sus servicios, a través de un portal web, ya que actualmente por medio de Internet, se puede promocionar un hotel a nivel local, nacional e internacional.

8. BIBLIOGRAFÍA

9. Comisión Nacional de Conectividad. "Guía para la creación de sitios web". Internet. <http://www.guiadigital.gob.cl/recursos/documentos.htm>. Acceso: 8 julio 2013. (PDF)
10. Cáceres, Diego. "Hoteles boutique, nueva tendencia en la ciudad". El Tiempo (17 enero 2013). Internet. www.eltiempo.com.ec. Acceso: 8 julio 2013.
11. Gallego, Felipe. *Gestión de Hoteles. Una nueva visión*. Madrid, Paraninfo, 2002.
12. Ismail, Anmed. *Operaciones y Procesos Hoteleros. Gestión de Alojamiento*. Madrid, Paraninfo, 2001.
13. Stewart Weissinger, Suzane. *Introducción a las Actividades Hoteleras*. Madrid, Paraninfo, 2000.
14. "Hotel Boutique". Internet. www.wikipedia.org. Acceso: 8 julio 2013.