



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

**FACULTAD DE INGENIERÍA MARÍTIMA, CIENCIAS BIOLÓGICAS,
OCEÁNICAS Y RECURSOS NATURALES**

LICENCIATURA EN TURISMO

**“INSTRUCTIVO PARA COMERCIALIZACIÓN DE ESTABLECIMIENTOS
DE ALOJAMIENTO DE SEGUNDA CATEGORÍA DEL CANTÓN SALINAS
(SANTA ELENA) EN PLATAFORMAS DE RESERVAS ONLINE”**

Previa a la obtención del Título de:

LICENCIADAS EN TURISMO

Presentado por:

CONNIE ALEJANDRA RAAK PADILLA

NATHALY HAYMETH RIVADENEIRA LAGOS

GUAYAQUIL- ECUADOR

2016

AGRADECIMIENTO

A mi padre, por haberme enseñado que con esfuerzo, trabajo y constancia todo se consigue y a mi madre por confiar en mis decisiones.

A mis abuelos, porque desde pequeña estuvieron impulsándome en cada etapa de mi vida.

A mi pareja por compartir estos grandes momentos.

A la abuela de mi hija, por haberme aportado su ayuda con el cuidado de mi hija para que llegue a esta meta.

A mis amigos por estar siempre a mi lado.

Connie Raak Padilla

AGRADECIMIENTO

Primeramente gracias a Dios por ser mi guía, a Jesús por ser mi inspiración, modelo y por ser el ejemplo más grande de amor en este mundo.

A mis padres por darme el ejemplo de vida a seguir con sus sabios consejos.

A mi hija que con su sonrisa me llena de ánimos y fuerza para seguir adelante
y a mi pareja por su apoyo.

Nathaly Rivadeneira Lagos

DEDICATORIA

Mi tesis la dedico a mi amada hija, Romina, por ser mi fuente de motivación e inspiración para poder superarme cada día más y así luchar para que la vida nos depara un futuro mejor.

Connie Raak Padilla

DEDICATORIA

A Dios por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

A mi madre Martha por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada, por su amor.

A mi padre Washington por los ejemplos de perseverancia y constancia que lo caracterizan y que me ha infundado siempre, por el valor mostrado para salir adelante y por su amor.

A mi hija Alexia por ser mi fuente de inspiración y superación en la vida a seguir para adelante, el mejor ejemplo.

Y a mi pareja Juan Francisco por su apoyo incondicional.

Nathaly Rivadeneira Lagos

TRIBUNAL DE GRADUACIÓN

M. Sc. Rafael Arce Bastidas

DIRECTOR MATERIA INTEGRADORA

M. Sc. Wilmer Carvache Franco

EVALUADOR

DECLARACIÓN EXPRESA

“La responsabilidad del contenido de esta Tesis de Grado, nos corresponde exclusivamente; y el patrimonio intelectual de la misma a la Escuela Superior Politécnica del Litoral”.

Connie Alejandra Raak Padilla

Nathaly Haymeth Rivadeneira Lagos

RESUMEN

En vista que existe desconocimiento sobre el uso y beneficios de las plataformas de reservas online entre los establecimientos de alojamiento de segunda categoría del cantón Salinas de la provincia de Santa Elena, se considera que el destino está perdiendo competitividad en el mercado al no tomar en cuenta las tendencias actuales de comercialización turística.

La investigación realizada se basa en esa realidad, con el fin de determinar las razones por las cuales se debería incrementar el uso de este tipo de plataformas y para diseñar un instructivo para la comercialización de servicios de alojamiento de segunda categoría del cantón Salinas en las mismas. Para lograr el diseño propuesto se trabajó tanto en investigación documental como en trabajo de campo; a través de revisión de lecturas especializadas, del catastro turístico y de los procesos para creación de cuentas en las tres principales plataformas de reservas online. Además se desarrolló el levantamiento de información por medio de encuestas dirigidas a los establecimientos que ya se encuentran utilizándolas.

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN	II
ÍNDICE DE TABLAS	IV
ÍNDICE DE GRÁFICOS	V
ÍNDICE DE ANEXOS	VI
GLOSARIO	VII
CAPITULO 1	1
INTRODUCCION	1
1.1 Antecedentes.....	1
1.2 Definición del Problema	3
1.3 Objetivos.....	4
1.4 Justificación.....	5
1.5 Alcance del estudio	7
1.6 Objeto de estudio	8
CAPÍTULO 2	16
MARCO CONCEPTUAL DE LA INVESTIGACIÓN	16
2.1 Marketing	16
2.2 Marketing digital	18
2.3 Comercialización	21
2.4 Competitividad.....	21
2.5 E-Commerce	23
2.6 Plataformas virtuales	27
CAPÍTULO 3	30
METODOLOGÍA	30
3.1 Metodología Aplicada	30
CAPITULO 4	35
ANALISIS DE RESULTADOS	35
4.1 Principales plataformas de reservas online	35
a) Booking.....	36
b) Expedia	37

c) Despegar.....	38
4.2 Beneficios otorgados a los empresarios según las plataformas de reservas online.....	39
4.3 Oferta general de alojamiento en Salinas.....	41
4.4 Nivel de uso de las plataformas de reservas online en Salinas.....	42
4.5 Nivel de uso de las plataformas de reservas online entre los establecimientos de segunda categoría de Salinas.....	43
4.6 Beneficios obtenidos de las plataformas de reservas online según los empresarios.....	46
CAPÍTULO 5.....	59
PROPUESTA - INSTRUCTIVO PARA COMERCIALIZACIÓN DE ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO DE SEGUNDA CATEGORÍA DEL CANTÓN SALINAS – PROVINCIA DE SANTA ELENA EN PLATAFORMAS DE RESERVAS ONLINE	59
5.1 Objetivo del instructivo	62
5.2 Grupo meta del instructivo.....	62
5.3 Estructura del instructivo	62
5.4 Metodología para utilizar el instructivo.....	63
CONCLUSIONES	68
BIBLIOGRAFÍA	70
BIBLIOGRAFÍA ELECTRÓNICA.....	72
ANEXOS.....	77

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla I: Principales beneficios según las plataformas de reservas online.....	40
Tabla II: Desglose de oferta de alojamiento del cantón Salinas	41
Tabla III: Presencia de establecimientos de alojamiento de Salinas en las plataformas de reservas online	42
Tabla IV: Presencia de establecimientos de alojamiento de segunda categoría en las plataformas de reservas online.....	43
Tabla V: Tiempo de utilización de plataformas de reservas online.....	47
Tabla VI: Incremento de ventas a través de plataformas de reservas online ...	51
Tabla VII: Principales beneficios de las plataformas de reservas a los empresarios	54
Tabla VIII: Opinión sobre las plataformas de reservas online	56
Tabla IX: Otras estrategias de marketing digital.....	58
Tabla X: Desglose de establecimientos de alojamiento de Salinas y uso de plataformas de reservas online	60

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Nivel de uso de plataforma de reservas online Booking entre los establecimientos objeto de estudio	44
Gráfico 2: Nivel de uso de plataforma de reservas online Expedia entre los establecimientos objeto de estudio	45
Gráfico 3: Nivel de uso de la plataforma de reservas Despegar entre los establecimientos objeto de estudio	46
Gráfico 4: Tiempo de utilización de plataformas de reservas online.....	48
Gráfico 5: Principales medios de promoción de las plataformas de reservas..	49
Gráfico 6: Principales plataformas de reservas online utilizadas	50
Gráfico 7: Plataforma de reservas online más rentable	51
Gráfico 8: Incremento de ventas a través de plataformas de reservas online.	52
Gráfico 9: Porcentaje de ventas mensuales generadas por las plataformas de reservas online.....	53
Gráfico 10: Desventajas de la utilización de plataformas de reservas online ..	55
Gráfico 11: Opinión sobre las plataformas de reservas online	56
Gráfico 12: Preocupación sobre el aumento de nivel de uso de plataformas de reservas online	57
Gráfico 13: Proceso para creación de cuentas en las PRO.....	64
Gráfico 14: Información requerida para perfil en las PRO	65

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo A: Establecimientos de Alojamiento Hotelero de Segunda Categoría.....	78
Anexo B: Cuestionario de las Encuestas	81
Anexo C: Registro Fotográfico	83
Anexo D: Instructivo.....	83

GLOSARIO

A

ALOJAMIENTO:

Actividad turística que puede ser desarrollada por personas naturales o jurídicas y que consiste en la prestación remunerada del servicio de hospedaje no permanente, a huéspedes nacionales o extranjeros...” (Ministerio de Turismo, 2015, p.3).

ACTIVIDADES TURÍSTICAS

Son aquellos actos que realiza el consumidor para que acontezca el turismo. Son el objetivo de su viaje y la razón por la cual requiere que le sean proporcionados los servicios (OEA, 1998).

ACTIVIDAD ECONÓMICA

Es el campo de acción específico al cual se dedican las unidades económicas para producir bienes o generar servicios que satisfagan las necesidades de las personas y de otras unidades institucionales (Definicion.de, s.f).

C

CATASTRO

Censo o registro que tiene el Estado de los diferentes tipos de propiedades privadas y establecimientos existentes en su territorio (Definicion.de, s.f).

COMPETITIVIDAD

Capacidad que tiene una empresa o país de obtener rentabilidad en el mercado en relación a sus competidores. Para poder lograrla depende de la relación entre el valor y la cantidad del producto ofrecido en comparación con otros oferentes de productos similares. (Zona Económica, 2008)

D

DESTINO

El *destino principal de un viaje turístico* es el lugar visitado que es fundamental para la decisión de realizar el viaje (OEA, 1998).

DEMANDA TURÍSTICA

Comprende el total de personas que viaja o desea viajar para usar las instalaciones y servicios turísticos ubicados en lugares distintos al de residencia y trabajo de los usuarios. Por lo tanto, está formada por el conjunto de consumidores o posibles consumidores de servicios turísticos (OEA, 1998).

E

ENCUESTA TURÍSTICA

Es la técnica de la investigación de mercados por la cual se recolecta información utilizando cuestionarios (OEA, 1998).

O

OFERTA TURÍSTICA

Corresponde al conjunto integrado por tres componentes básicos, a saber: atractivos turísticos, planta turística e infraestructura (OEA, 1998).

P

PLANTA TURÍSTICA

Corresponde al subsistema integrado por el equipamiento (alojamiento, alimentación, esparcimiento y servicios turísticos) y las instalaciones turísticas (OEA, 1998).

S

SERVICIOS TURÍSTICOS

Son todos los servicios que el turista requiere y consume mientras está de viaje, como el alojamiento, alimentación, transporte, agencias de viajes, etc (OEA, 1998).

CAPITULO 1

INTRODUCCION

1.1 Antecedentes

Este capítulo será iniciado con los aspectos claves para el planteamiento de la presente investigación.

El sector turístico es una de las fuentes de ingresos más importantes en la economía mundial. En la actualidad según Interactivos.net (2015), el 80% de los usuarios finales utiliza internet para buscar información, comparar ofertas y reservar hoteles. Así mismo en el mencionado sitio web indican que los consumidores ingresan cada vez más al internet antes de decidir que comprar para sus vacaciones, por ser ese medio más eficaz que los procesos para reservar vía telefónica o en una agencia de viajes.

En base a esa tendencia fueron creadas las plataformas de reservas online o PRO, como serán denominadas en el presente estudio; en las cuales se

puede consultar, reservar y comprar lo que se necesite para viajar. Con la utilización de estas plataformas es cada vez más común que los turistas escojan los establecimientos que poseen comentarios positivos de otros clientes y/o una calificación alta en comparación con los demás.

En relación a lo antes mencionado y a nivel latinoamericano, la mayor parte de los establecimientos de alojamiento registrados en ese tipo de sitios web corresponden a las categoría de lujo y primera o 5 y 4 estrellas dependiendo la legislación de cada país. El resto de categorías, en la mayoría de los casos, queda al margen de dicho medio.

La falta de personal capacitado, la no disponibilidad de un computador con acceso a internet, el desinterés en la modernización de los procedimientos del establecimiento así como el ser pequeños negocios podrían enumerarse como razones posibles por las cuales las plataformas de reservas online no están siendo utilizadas por algunos emprendedores.

Si en una ciudad, los usuarios de las plataformas de reservas online son sólo la minoría de los establecimientos, se considera que el destino ya está perdiendo competitividad. Diariamente más clientes son los que se unen y utilizan las plataformas de reservas y el posicionamiento de las mismas entre los viajeros es cada vez mayor. Es por esto indispensable que se aumente el porcentaje de la oferta hotelera presente en las plataformas y así continuar

compitiendo en el mercado acorde a los requerimientos actuales de los posibles clientes.

En base a esto se considera necesario analizar esta realidad en uno de los destinos turísticos más importantes del país como es Salinas; especialmente en lo correspondiente a la segunda categoría de alojamiento por ser éste uno de los segmentos más numerosos.

1.2 Definición del Problema

Como fue mencionado en el apartado anterior, las plataformas de reservas online se han constituido como una de las principales herramientas para la comercialización de productos turísticos y a la presente fecha los establecimientos de alojamiento que más se benefician son los categorizados como de lujo y de primera.

En base a esa realidad, se ha definido como el problema de la presente investigación el siguiente:

“El desconocimiento del uso y beneficios de las plataformas de reservas online por parte los establecimientos de alojamiento de segunda categoría del cantón Salinas de la provincia de Santa Elena hace que el destino pierda competitividad”.

1.3 Objetivos

El objetivo general de la presente investigación es “diseñar un instructivo que ayude a la comercialización de servicios de alojamiento en establecimientos de segunda categoría del cantón Salinas a través de plataformas de reservas online”.

Como objetivos específicos y para llevar a cabo el objetivo general, se busca:

- Determinar los beneficios de la utilización de plataformas de reservas online a los establecimientos de alojamiento de segunda categoría del cantón Salinas por medio de la revisión de sitios web oficiales y realización de encuestas a los establecimientos usuarios.
- Definir el nivel actual de uso de plataformas de reservas online por parte de los establecimientos de alojamiento de segunda categoría del cantón Salinas, a través de la revisión del catastro turístico y de las principales plataformas.
- Diseñar un instructivo basado en los requerimientos de las principales plataformas de reservas online para que los establecimientos de alojamiento de segunda categoría de Salinas puedan comercializarse en ellas.

1.4 Justificación

El vender productos es la razón de toda entidad comercial y para esto es usual que las compañías desarrollen un conjunto de actividades destinadas a lograr con beneficio la satisfacción del consumidor. Los avances del internet han permitido la comunicación entre prestadores de servicios y clientes de cualquier lugar del mundo en cualquier momento.

Según Serra Cantalops (2005) en su libro Marketing Turístico, es necesario conformar una oferta realmente atractiva, competitiva, variada, capaz de obtener clientes dispuestos a consumir el producto y mantener fidelidad al mismo.

Salinas es uno de los principales cantones de la provincia de Santa Elena. Su rubro de ingreso más importante proviene del turismo de acuerdo a lo indicado por el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Salinas (2015). La importancia de esta actividad se ve reflejada en el número de establecimientos de alojamiento existentes, cuya mayor parte no se publicita a través de las plataformas de reservas online.

Por esta razón, al ser uno de los balnearios más visitados del país, es usual que durante la temporada alta y feriados registre problemas de disponibilidad de alojamiento en sitios web tales como booking.com, despegar.com o

expedia.com. En la actualidad, en algunos casos, se torna necesario que el turista viaje al destino y realice en el lugar una búsqueda personal entre los establecimientos existentes; pudiéndose hallar disponibilidad en quienes no constan en las plataformas de reserva. Se considera esto como un factor que ayuda a que el destino Salinas esté perdiendo competitividad en relación a otros sitios similares en la región.

Al ser el turismo la actividad económica más importante de este balneario, es conveniente desarrollar acciones que ayuden a promoverla; especialmente por el número de familias que se benefician directa o indirectamente. Los ingresos económicos generados por el turismo no solamente dinamizan la economía de esas familias sino que incluso aportan a otras actividades como son la industria pesquera y el comercio. A su vez se considera que dichos ingresos son un factor fundamental que permiten mejorar la infraestructura cantonal, diversificar los servicios, crear negocios y por ende disponer de nuevos empleos. De esta manera, el turismo aporta al incremento del nivel de calidad de vida de sus pobladores.

Con la presente investigación se pretende ayudar al mejoramiento de la comercialización del destino Salinas puesto que un aumento de uso de las plataformas de reservas online por parte de los prestadores de servicios, traería facilidades a los viajeros interesados en conocer la ciudad. Esto

ayudaría a mejorar a mediano plazo el posicionamiento del destino y a aumentar indirectamente los ingresos de sus pobladores.

1.5 Alcance del estudio

El presente documento es elaborado como un estudio exploratorio, es decir con él se busca examinar la problemática existente respecto a que la mayoría de los establecimientos de alojamiento de segunda categoría de Salinas no utilizan plataformas de reservas online para promocionar y vender sus productos.

Se considera que con la existencia de esta problemática, los establecimientos arriba mencionados están perdiendo beneficios y esto ayuda a incrementar la falta de competitividad del destino. Durante el desarrollo de la investigación se logrará contar con un diagnóstico con los respectivos beneficios de usar este tipo de herramientas de marketing digital.

Como producto final y en base al diagnóstico realizado y detallado en el párrafo anterior se elaborará un instructivo dirigido a los establecimientos de alojamiento de segunda categoría de Salinas. En este sentido, con este estudio se pretende proporcionar un documento para ayudar al uso de plataformas de reservas online; lo que permitirá a los prestadores de

servicios de alojamiento trabajar acorde a los gustos, preferencias y tendencias de los viajeros actuales.

En el presente proceso sólo se realizarán acciones teóricas de elaboración de diagnóstico y diseño del instructivo. Se considera que la presente ayudará a la familiarización de este tema y servirá al momento de desarrollar a futuro nuevos proyectos afines.

Al final del presente estudio se dispondrá de un documento guía (instructivo) donde se muestren los beneficios que estas herramientas digitales traen a los empresarios además de los pasos requeridos para contar con un espacio en las plataformas y recomendaciones para su manejo.

1.6 Objeto de estudio

De acuerdo a lo señalado por Castellanos (2013) en su artículo denominado “El Turismo en un Ecuador megadiverso” publicado en la Revista Gestión de Octubre del 2013, el Ecuador es uno de los 17 países más megadiversos del mundo y aunque en los últimos 20 años la importancia de esta actividad en el PIB total no ha pasado de 2%, el turismo es la quinta fuente de divisas del Ecuador.

En el año 2014 el turismo dejó aproximadamente 1.487 millones de dólares en ingresos al país gracias al arribo de 1.557.000 turistas extranjeros (Diario EL UNIVERSO, 2015). Por otro lado, según el Ministerio de Turismo del Ecuador (2013), el 40% de los ecuatorianos viaja anualmente por los diferentes destinos turísticos del país generando así una dinamización económica de alrededor de 5.000 millones de dólares a través de la movilización de seis millones de ecuatorianos.

En el Ecuador de acuerdo al Reglamento de Alojamiento Turístico presente en el Registro Oficial N° 465 y vigente desde marzo del 2015, en su artículo 3 señala considerar como alojamiento turístico a la “actividad turística que puede ser desarrollada por personas naturales o jurídicas y que consiste en la prestación remunerada del servicio de hospedaje no permanente, a huéspedes nacionales o extranjeros...” (Ministerio de Turismo, 2015, p.3).

En ese mismo apartado del mencionado reglamento se denomina como un establecimiento de alojamiento turístico a la “unidad íntegra de negocio destinada al hospedaje no permanente de turistas y que brinda servicios complementarios, para lo cual deberá obtener previamente el registro de turismo y la licencia única anual de funcionamiento....” (Ministerio de Turismo, 2015, p.3).

El organismo competente en el país quien autorizará la apertura, funcionamiento y clausura de los alojamientos a la presente fecha es el Ministerio de Turismo, quien también es el responsable de categorizarlos. En el reglamento vigente se considera a un establecimiento de cinco estrellas como el de más alta categoría y al de una estrella como de más baja categoría (Ministerio de Turismo, 2015, p.3).

En el Capítulo III del reglamento vigente se detalla la clasificación y categorización de los establecimientos de alojamiento turístico determinando a los mismos como hotel, hostel, hostería, hacienda turística, lodge, resort, refugio, campamento turístico o casa de huéspedes (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2013, p.7).

Sin embargo al ser este reglamento de reciente aprobación, los catastros a nivel nacional aún mantienen lo dispuesto en el Reglamento General de Actividades Turísticas que había sido aprobado en el año 2002. Por esta razón la re-categorización y re clasificación de establecimientos y por ende la actualización del catastro es una tarea a ser ejecutada por el Ministerio de Turismo a partir del 2016. Para el presente documento se trabajará en base al reglamento anterior debido a que el catastro del cantón Salinas es la herramienta a emplearse para cumplir los objetivos planteados.

En el artículo 3 del reglamento derogado se definía la clasificación de alojamientos legalmente establecidos en el país en dos grupos diferentes: Alojamiento Hotelero y Extrahotelero (Presidencia de la República del Ecuador, 2002). Para el caso del presente estudio sólo se tomará en cuenta para análisis lo correspondiente a alojamientos hoteleros.

En lo que respecta a alojamiento hotelero es importante destacar los subgrupos existentes para un mejor entendimiento del tema a tratar, los mismos que se detallan a continuación:

Grupo 1.- Alojamientos Hoteleros.

Subgrupo 1.1. Hoteles.

- 1.1.1. Hotel (de 5 a 1 estrellas doradas).
- 1.1.2. Hotel Residencia (de 4 a 1 estrellas doradas).
- 1.1.3. Hotel Apartamento (de 4 a 1 estrellas doradas).

Subgrupo 1.2. Hostales y Pensiones.

- 1.2.1. Hostales (de 3 a 1 estrellas plateadas).
- 1.2.2. Hostales Residencias (de 3 a 1 estrellas plateadas).
- 1.2.3. Pensiones (de 3 a 1 estrellas plateadas).

Subgrupo 1.3. Hosterías, Moteles, Refugios y Cabañas.

- 1.3.1. Hosterías (de 3 a 1 estrellas plateadas).
- 1.3.2. Moteles (de 3 a 1 estrellas plateadas).
- 1.3.3. Refugios (de 3 a 1 estrellas plateadas).
- 1.3.4. Cabañas (de 3 a 1 estrellas plateadas).

En una publicación de Diario El Comercio (2013) titulada “Más empresas le sacan provecho al internet”, se indica que según el INEC el comercio electrónico en el país mueve cerca de USD 540 millones

al año. Por otro lado, se menciona lo afirmado por Leonardo Ottati, presidente del Comité de Tecnologías de la Cámara de Comercio respecto a que esta cifra es superior y que podría bordear los USD 700 millones.

A pesar de que algunas empresas vendan sus productos a través de internet, todavía el comercio electrónico no es tan popular en el Ecuador. Siguiendo con la publicación de Diario El Comercio (2013), entre algunas de las razones por las que ciertas pymes se limitan a realizar sus actividades a través de la web, se tiene a la inseguridad al momento de hacer transacciones. Por ejemplo muchos usuarios aún temen introducir datos de tarjetas en la red.

De acuerdo a lo señalado por Korntheuer (s.f), el Ecuador ha aumentado sus cifras porcentuales con respecto al comercio electrónico. La mayor parte de las pymes están conscientes de sus beneficios y algunas ya cuentan con páginas web. A la presente fecha se observan ya ciertas tiendas en línea, quizás no muy desarrolladas, pero con presencia en las redes sociales como Facebook, Instagram o Twitter.

En una publicación presente en el Diario EL TELÉGRAFO (2013) denominada “Compras en internet crecieron 50% en los últimos 3

años” se muestra lo indicado por el Instituto Latinoamericano de Comercio Electrónico (ILCE) para quienes el Ecuador tiene un gran potencial para aumentar las transacciones electrónicas. Destacan la necesidad de que los empresarios aumenten la calidad y cantidad de ofertas a través del internet.

Para dicho instituto, las políticas que el Gobierno ha ejecutado con respecto a las TICs han sido esenciales para que el comercio electrónico tenga un crecimiento. Actualmente el marketing y ventas online en las pymes del Ecuador es aún limitado a pesar de que para los compradores resulta novedoso e interesante.

Como se mencionó al inicio de este apartado, cada vez más empresas comienzan a utilizar el internet ya que la demanda de este tipo de facilidades está en aumento y por existir en el país políticas alineadas a esta situación. La presente investigación es acorde a lo indicado puesto que se logra conocer la realidad de la oferta hotelera del cantón Salinas y ayudar a que esta innove y se comercialice tomando en cuenta las necesidades del consumidor actual.

En el litoral ecuatoriano, al extremo occidental de la costa y a orillas del océano Pacífico, se encuentra localizado el cantón Salinas en la provincia de Santa Elena. A lo largo del siglo XX se constituyó como uno de los destinos turísticos más importantes del país para el turismo interno e internacional.

Este cantón está ubicado a 142 km de Guayaquil y dispone de un área de 97 kilómetros cuadrados (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Salinas, 2015). De acuerdo a los resultados del Censo de Población y Vivienda desarrollado en el 2010, Salinas cuenta con una población de 68.675 habitantes (Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC), s.f.).

En la actualidad, el turismo, la industria pesquera y el comercio se mantienen como las actividades económicas más importantes de este balneario. Tal es la importancia del turismo que usualmente durante los feriados registra hasta un 70% de ocupación hotelera, como fue señalado por el Diario El Comercio (2015) posterior al feriado de fin de año 2014. Cabe recalcar que quienes más se benefician de esta demanda son los establecimientos de alojamiento con categoría lujo y primera, quienes en su mayor parte utilizan plataformas de reserva online.

Habiéndose señalado como problema de la investigación que el desconocimiento del uso y beneficios de las plataformas de reservas online hace que el destino Salinas pierda competitividad, se destaca la importancia

de evaluar a los establecimientos de alojamiento de segunda categoría del cantón por corresponder a uno de los grupos más numerosos.

De acuerdo al Catastro Turístico de la provincia de Santa Elena (Ministerio de Turismo, 2015), el cantón Salinas cuenta con una capacidad hotelera de 6246 plazas repartidas en 116 establecimientos de hospedaje. De este total, 43 corresponden a la segunda categoría, los mismos que en su mayoría no se comercializan a través de plataformas de reservas online. El listado de los establecimientos de esta categoría se encuentra en el Anexo A.

Para llevar a cabo la presente investigación y alcanzar los objetivos planteados se trabajará con los establecimientos de alojamiento de segunda categoría que utilizan plataformas de reservas online considerándose a éstos como el objeto de estudio.

CAPÍTULO 2

MARCO CONCEPTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

Con la finalidad de tener un mejor entendimiento de la investigación, en el presente apartado se han incluido diferentes definiciones de los términos considerados necesarios a analizar así como diversos temas en las cuales esta investigación se basa.

2.1 Marketing

Cuando se habla de marketing, muchas personas creen que se trata sólo de promocionar y vender. Lo cierto es que aquello es apenas una parte de lo que comprende hacer marketing. El vocablo marketing podría ser uno de los más inciertos puesto que ha sido definido de varias maneras pero no todas coinciden entre sí.

Con el marketing se trata de conocer las necesidades del cliente y satisfacerlas. Según Armstrong & Kotler (2013), el marketing se define como un proceso mediante el cual las empresas crean valor y establecen relaciones sólidas con los clientes (p.5).

Según la American Marketing Association (AMA) “la mercadotecnia es la actividad, conjunto de instituciones y procesos para crear, comunicar, entregar e intercambiar ofertas que tienen valor para los consumidores, clientes, socios y la sociedad en general” (Marketing Directo, 2012). Es decir abarca todo el proceso que va desde la creación del producto hasta la satisfacción del cliente.

Sobre este tema, el padre del marketing, Dr. Philip Kotler define a la mercadotecnia como “la ciencia y el arte de explorar, crear y entregar valor para satisfacer las necesidades de un mercado objetivo por un beneficio...” (Marketing Directo, 2012). Esta definición puede ser complementada con lo señalado por Steve Dawson sobre este tema respecto a ser “productos que no vuelven y consumidores que si lo hacen” (Marketing Directo, 2012).

Para las primeras décadas del siglo XX se enunciaba el principio de soberanía del consumidor; es decir que la mercadotecnia tenía como base a la producción. El tiempo pasó y luego en las décadas 50 y los

60 el concepto de marketing cambió de perspectiva y se enfocó en la satisfacción del consumidor naciendo allí el paradigma de las 4P (Delgado Ballester, Hernández Espallardo, & Rodríguez Orejuela, 2009, p.9).

Para Kotler, et al. (2010) durante los años 90 hasta la actualidad el marketing se ha transformado a la par de la evolución tecnológica lo que ha dado como resultado nuevas definiciones tales como marketing de servicio, marketing relacional, marketing holístico, marketing mix, y marketing on-line (p.42).

Es importante destacar que el marketing ha tenido tres etapas fundamentales en su desarrollo, la primera es una etapa centrada en el producto, la segunda por su parte se centraba en las ventas y finalmente en la actualidad está centrado en la dinámica del entorno.

2.2 Marketing digital

Con el paso del tiempo y la innovación tecnológica, las estrategias de comercialización utilizadas hasta ese momento en el mundo offline o medios tradicionales fueron llevadas al mundo digital o mundo online. Esto trajo consigo el nacimiento del llamado “marketing digital”.

Gay, Charlesworth, & Esen (2007) en su libro versión inglés "Online Marketing: a customer lead-approached", destacan algunas definiciones para el marketing online o e-marketing.

Para los mencionados autores, el Instituto de Marketing Directo define al marketing online como "el uso de las TICs en relación con los objetivos del marketing". También lo consideran como un proceso "donde se construye y se mantiene las relaciones con los clientes a través de la actividad en línea, de modo que sea fácil la compraventa de productos y/o servicios" (p.5).

Sobre este tema en la mencionada publicación de Gay, et al. (2007), el e-marketing es también considerado como "el uso de internet y las tecnologías de información y comunicación digitales relacionados con el logro de los objetivos de marketing" (p.5).

Llanos Baeza (2009) sostiene por su parte que el marketing online inició en la década de los 90 cuando las empresas utilizaban páginas web sencillas donde el usuario o consumidor encontraba información de productos. Posteriormente se comenzaron a subir anuncios publicitarios utilizando gráficas, y en la actualidad se han establecido negocios que utilizan el internet para comprar y/o vender además de poder interactuar con sus clientes a través del uso de las TICs (p.21).

Para Julie Barile y como es parte de la publicación “31 definiciones de mercadotecnia” del sitio web “Marketing Directo” (2012); desde la aparición de los medios digitales con el marketing también se busca la construcción de relaciones más profundas, significativas y duraderas con tus actuales y potenciales clientes; algo que en el marketing tradicional era mucho más difícil de lograr.

Área (2011) sostiene que utilizar las vías de comunicación que ofrecen las TICs es también innovar; y que tener dominio en el uso de internet, redes sociales u otras tecnologías de información y comunicación se ha convertido en un reto para los profesionales.

En esta parte de la presente investigación es importante determinar algunas de las ventajas competitivas que genera el marketing digital. Este tipo de marketing ofrece rapidez de interacción con potenciales clientes, creación de nuevos espacios de comunidades en línea y medición de resultados en tiempo real. Por otro lado, permite llegar a las personas en cualquier momento y lugar manteniendo la misma visión del marketing tradicional: si se tiene más clientes se generará más ingresos.

2.3 Comercialización

De acuerdo a lo señalado en el sitio web Definicion.de (s.f.) al hablar de comercialización se refiere a la acción y efecto de poner a la venta un producto o darle las condiciones y vías de distribución para su venta. Se convierte en un factor clave para que un emprendimiento pueda sostenerse y crecer.

En otras palabras, la comercialización es el conjunto de funciones que se llevan a cabo desde que el producto sale del establecimiento del productor hasta que llega al consumidor. El sistema de comercialización vincula a los aspectos productivos, con los relacionados a la transferencia de la propiedad de los productos. Básicamente la comercialización, opera como un mecanismo de coordinación de las transferencias entre los distintos integrantes de la cadena productor – consumidor (Chiodo Juve, 1996).

2.4 Competitividad

De acuerdo a lo señalado en el sitio web Zona Económica (2008), al referirse a competitividad se menciona a la capacidad que tiene una empresa o país de obtener rentabilidad en el mercado en relación a sus competidores. Para poder lograrla depende de la

relación entre el valor y la cantidad del producto ofrecido en comparación con otros oferentes de productos similares.

Sobre este tema Garay (s.f.) señala que una economía es competitiva en la producción de un bien cuando puede por lo menos igualar los patrones de eficiencia vigentes en el resto del mundo, en términos de la utilización de recursos y de la calidad del bien.

Por ejemplo, Zona Económica (2008) señala que una empresa será muy competitiva si es capaz de obtener una rentabilidad elevada debido a que utiliza técnicas de producción más eficientes que las de sus competidores. Esto le permite obtener ya sea mayor cantidad y/o calidad de productos o servicios, o tener costos de producción menores por unidad de producto.

Sobre este concepto Gestipolis (s.f.) menciona que a nivel empresarial puede ser definido como la capacidad para desarrollar y mantener unas ventajas comparativas que le permitan disfrutar y sostener una posición destacada en el entorno socio económico en que actúa.

2.5 E-Commerce

Para Armstrong, et al. (2013), la mezcla de comunicaciones de marketing constituyen un conjunto de recursos para relacionarse directamente con los clientes. Es decir el e-commerce consiste en combinar diferentes herramientas tanto de publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas, ventas personales y marketing directo con la finalidad de persuadir sobre el valor del producto en los clientes y crear relaciones con ellos (p.363).

El e-commerce es un término anglosajón que se refiere al comercio realizado electrónicamente y cuyo boom en los años 90 dio origen a la burbuja del punto com. Se refiere a “la transacción comercial como tal, es decir al intercambio de un producto o servicio por dinero u otro bien similar” (Miletsky, 2010, p.299).

Para (Miletsky, 2010), el e-commerce es parte de las TIC. Las TIC conforman un abanico de tecnologías que fortalecen el comercio así como a las empresas. El internet en el mundo ha generado múltiples cambios incluyendo hasta en la forma de cómo se hace publicidad y se comercializan los productos. Utilizando esta herramienta, ahora los anunciantes tienen que llegar a los consumidores en formas mucho menos convencionales.

Respecto a esta realidad la Universidad de Málaga, en el sitio web de la Facultad de Comercio y Gestión (s.f.), señala que como consumidores estamos acostumbrados a anuncios en medios tradicionales como la televisión, revistas, periódicos, radio, etc. pero que nos encontramos en un momento de la historia en que se debe sorprender al cliente. Para esta universidad los altos costes para campañas en medios de publicidad tradicionales hicieron que se busquen alternativas a menores costes, y que permitan alcanzar un mayor impacto.

Actualmente es común encontrar campañas de publicidad en sitios no usuales como el metro, la calle, teléfonos celulares, paredes, parques para patinar, tiendas, buses, entre otros, lo que antes para muchos quizás era inimaginable (Universidad de Málaga-Facultad de Comercio y Gestión, s.f).

“Usar internet se hizo tan popular y tuvo un crecimiento tan rápido que se lo considera como el corazón de la era digital” (Miletsky, 2010, p.300). Las personas ven un gran beneficio en el uso del internet por lo cual tanto los consumidores finales de un producto como las empresas resultan interesadas en usarlo debido a las enormes cantidades de información que descansan en la web.

A través del comercio electrónico se puede llegar a estrechos márgenes del mercado tomando en cuenta que la web es útil en la creación de comunidades virtuales las que podrían llegar a ser mercados objetivos ideales para tipos específicos de productos o servicios. En estos últimos años la tendencia de realizar transacciones comerciales entre personas utilizando la web como plataforma ha aumentado su importancia e incluso las pequeñas y medianas empresas ofrecen sus bienes y servicios de manera virtual.

Según la Revista Forbes México (2014), el e-commerce trae variedad de beneficios tales como: reducción de costos, generación de lealtad con los clientes, brindar facilidades para una buena atención y garantía de satisfacción total, mayor alcance de público, seguridad para el vendedor y el comprador, facilidad de entrega de productos y mayor participación en la cartera de los clientes.

Al tratar sobre el e-commerce, es necesario referirse a dos de los principales tipos de transacciones online existentes como son el B2B (business to business o empresa a empresa) y el B2C (business to consumer o negocio a consumidor). Estos modelos de negocios fueron creados para obtener resultados concretos, aumentar la productividad de toda empresa y la satisfacción de los clientes tal como lo afirma Siebel (2001, p.48).

De acuerdo al sitio web Mercado 20 (s.f.), al hablar del término B2B (business to business) se menciona así a las empresas que básicamente se dedican a vender servicios a otras empresas y no precisamente a particulares. El modelo business to business es entonces cualquier operación comercial que se genere entre empresas a través de redes IP (internet, extranet, intranet).

Este modelo se concentrará en las relaciones comerciales con otras empresas, es decir a distribuidores mayoristas y minoristas. Su principal objetivo es la reducción de costos y el incremento de las ganancias puesto que con este tipo de modelo existe un manejo mucho más rápido de los pedidos ya que se realizan a través de la web de manera instantánea, logrando una mejor comunicación entre la empresa y los clientes.

Por otro lado y al hablar sobre el B2C se refiere a un término anglosajón "business to consumer" que sería el comercio al consumidor (Master Magazine, s.f.). Este modelo de negocio es uno de los más extendidos por ser un comercio directo puesto que posibilita que sea el propio productor el que venda directamente, sin intermediarios.

Si bien es cierto que con el comercio electrónico B2C las empresas venden sus productos al público en general también es importante señalar que hasta la actualidad el ámbito de las transacciones B2B es mucho más amplio que el de las B2C, tal como lo menciona la Organización Mundial de Comercio (2013, p.3).

2.6 Plataformas virtuales

Para Ballesteros Regaña, López Meneses, & Torres Barzabal, en la última década el internet ha hecho grandes cambios a las interrelaciones entre los seres humanos incluyendo a los procesos educativos y al acceso a toda la información en general. Esta innovación ha permitido crear nuevos escenarios siendo uno de ellos los conocidos como plataformas virtuales.

En palabras sencillas y de acuerdo a lo señalado en el sitio web Definicion.de (s.f), una plataforma virtual es un sistema que permite la ejecución de diversas aplicaciones bajo un mismo entorno, dando a los usuarios la posibilidad de acceder a ellas a través de internet.

El internet facilita a cualquier persona con interés en alguna temática a encontrar en la red información. A través de esta herramienta se puede consultar en la mejor biblioteca del mundo, participar

virtualmente en simulaciones de proyectos o asistir virtualmente a cualquier evento mundial, tal como lo sostiene Limón Domínguez, López Meneses, & Ballesteros Regaña (2001, p.12).

Una de las ventajas actuales es que cada vez las plataformas virtuales son operadas sin problemas, puesto que el tipo de máquina de un usuario no es una barrera insalvable que impida acceder a los recursos de este tipo de entorno. En la actualidad las plataformas virtuales no son utilizadas exclusivamente para temas investigativos y de formación. Se considera ya a la actividad turística como una de las razones principales para que se sigan creando nuevas de manera permanente.

Como ejemplo de plataformas turísticas se tiene en Bogotá – Colombia a la plataforma virtual “Bogotá Travel Guide” en la cual se ofrecen los nombres de los distintos restaurantes, hoteles, sitios de diversión y entretenimiento, lugares de compras, planes para realizar city tours, eventos y más. Otro ejemplo de plataformas virtuales turísticas es Minube.com, en la cual se ofrece una breve reseña de los establecimientos turísticos de Ciudad de México así como información de vuelos y lugares turísticos.

A nivel nacional, el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Guayaquil ha desarrollado una aplicación móvil llamada “Guayaquil es mi Destino” con la finalidad de promocionar a la ciudad y sus diferentes atractivos además de las actividades que en ella se puede realizar.

Las innovaciones más utilizadas en turismo son sin lugar a dudas las llamadas plataformas de reservas donde establecimientos de hospedaje publicitan y venden sus servicios o productos.

CAPÍTULO 3

METODOLOGÍA

Este capítulo da a conocer la metodología utilizada en el presente estudio como parte del proceso de investigación. En este mismo se describen el tipo de investigación seleccionada, el objeto de estudio, la muestra, y el instrumento. Sobre el último se hace un análisis de los resultados que serán presentados en el siguiente capítulo.

3.1 Metodología Aplicada

Para llevar a cabo los objetivos planteados se utilizará una metodología basada en los siguientes aspectos y que ha sido clasificada de la siguiente manera:

a) Investigación Documental: Se ha utilizado una gran cantidad de literatura previa sobre la temática a ser investigada, como obras de referencia, artículos en revistas especializadas online, blogs, informes de

organismos oficiales, publicaciones de empresas privadas, entre otros. La información bibliográfica recopilada fue obtenida a través de visitas a las diferentes bibliotecas de las principales universidades de la ciudad de Guayaquil tales como la Escuela Superior Politécnica del Litoral, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Universidad de Especialidades Espíritu Santo, Universidad ECOTEC, entre otras.

Tanto para la realización de la parte teórica de la presente investigación como para entender mejor el tema a tratar se recurrió a la investigación documental basada en lo siguiente:

- **Técnica.-** bibliográfica.
- **Instrumento.-** ficha bibliográfica
- **Herramientas.-** papel y lápiz

Para cumplir con el primer objetivo específico respecto a determinar los beneficios de la utilización de plataformas de reservas online a los establecimientos de alojamiento de segunda categoría del cantón Salinas, se realizó la búsqueda sobre este tema en el internet, en fuentes oficiales de dichas plataformas.

Con el propósito de alcanzar el segundo objetivo específico, el mismo que busca definir el nivel actual de uso de plataformas de reservas online por parte de los establecimientos de alojamiento de segunda categoría de Salinas; se recurrió a la revisión del catastro turístico de la provincia de Santa Elena para identificar en Salinas los establecimientos de dicha categoría y determinar entre ellos su nivel de presencia en las tres principales plataformas de reservas online.

b) Encuesta: Dentro de la investigación de campo se utilizaron técnicas cuantitativas. Para cumplir el primer objetivo específico se utilizó la técnica de encuestas detallada a continuación y por medio de la cual se levantó información de parte del 65% de los establecimientos objeto de estudio. El cuestionario utilizado se encuentra más adelante como **Anexo B.**

En un inicio se definió realizar las encuestas vía correo electrónico a través del sitio web de Google Drive (<https://drive.google.com>). Al no recibir respuesta de parte de los representantes de los establecimientos se procedió a realizar las respectivas encuestas el día viernes 8 de enero del 2016 en el cantón Salinas, basado en lo siguiente:

- **Técnica.-** encuesta
- **Instrumento.-** cuestionario
- **Herramienta.-** papel y lápiz

La encuesta fue realizada para poder conocer el nivel de uso de plataformas de reservas online de los establecimientos de alojamiento de segunda categoría del cantón Salinas-provincia de Santa Elena y definir sus ventajas y desventajas.

Se debe indicar que al definir la población objetivo de la encuesta se concluyó en un inicio que serían 25 establecimientos; puesto que estos están presentes en una o más de las tres principales plataformas de reservas online. Sin embargo al momento de trabajo de campo se pudo conocer que 5 de estos han dejado de utilizarlas.

Durante la realización del trabajo de campo, siete hoteles no fueron encuestados. Cuatro de ellos no contaban con el funcionario encargado del manejo de las plataformas y tres establecimientos no pudieron ser contactados puesto que la información presente en el internet y/o catastro no es actualizada. Por lo antes indicado, se trabajó en la recopilación de información del 65% de la población objetivo, es decir 13 de los 20 hoteles.

En lo concerniente a las técnicas cuantitativas se aplicó el método hipotético-deductivo, cuestionario y la estadística en el análisis de los datos.

Con la información recopilada en el cumplimiento de los dos objetivos anteriores se logró contar con un diagnóstico, insumo para desarrollar el tercer objetivo específico de diseñar un instructivo basado en los requerimientos de las principales plataformas de reservas online para que los establecimientos de alojamiento de segunda categoría de Salinas puedan comercializarse en ellas.

CAPITULO 4

ANALISIS DE RESULTADOS

A continuación se presentarán los detalles de los resultados obtenidos en la presente investigación. Cabe recalcar que la información primaria presentada se basa en la información presente en las principales plataformas de reservas y en el catastro turístico de la provincia de Santa Elena. Los resultados obtenidos a través de las encuestas realizadas son parte de la información secundaria generada.

4.1 Principales plataformas de reservas online

Una de las herramientas de comercialización que se ajusta a las preferencias de los usuarios son las denominadas plataformas de reservas online. Entre las más utilizadas se tienen:

a) Booking

Según el sitio web oficial de Booking (s.f), esta plataforma es el líder mundial en reservas de alojamiento online puesto que se reservan allí más de 950.000 noches por día. Desde 1996, Booking busca ofrecer a sus usuarios los mejores precios para todo tipo de alojamientos, desde pequeños “bed and breakfasts” hasta apartamentos exclusivos y lujosas suites de 5 estrellas. Este sitio web está disponible en más de 40 idiomas, con una oferta de 838.401 alojamientos activos en 221 países y territorios (Booking.com, s.f).

Según sus creadores con este tipo de herramientas se busca ayudar a todo tipo de viajeros a descubrir, reservar y disfrutar de los mejores alojamientos de todo el mundo sea cual sea su presupuesto. Su prioridad es ofrecer al usuario un sitio web informativo, fácil de usar y con los mejores precios garantizados (Booking.com, s.f).

Adicional a esto, es importante señalar que todas las reservas realizadas a través de Booking se confirman instantáneamente y los invitados pueden dejar los comentarios de su estancia, lo que

se constituirá como un factor importante para que futuros clientes tomen la decisión de quedarse en uno u otro lugar.

b) Expedia

Expedia es una agencia de viajes en internet que ofrece entre sus servicios la reserva billetes de avión, alojamiento en hoteles, alquiler de vehículos, venta de cruceros, paquetes vacacionales, visita a varios parques de atracciones, entre otros.

Expedia brinda sus servicios desde el 1996 y en la actualidad es la empresa matriz de un grupo de compañías de viajes. La compañía cuenta con más de 400 empleados con sede en los mercados locales para promover las relaciones de la empresa con varios hoteles y líneas aéreas en un esfuerzo por ofrecer al consumidor la mejor oferta posible (Turismo.org s.f).

En su sitio web institucional, Expedia (s.f.) señala que esta herramienta “permite organizar fácilmente las vacaciones a la medida del cliente y que antes de su existencia nunca se tuvo tan cerca millones de tarifas publicadas y con descuento”. La información presente corresponde a más de 500 líneas aéreas, un directorio de más de 120.000 hoteles en todo el mundo con cuatro

millones de habitaciones, alquiler de las principales compañías y tecnología para fácilmente organizar un viaje (Expedia, s.f.).

Expedia promociona disponer de un inventario de calidad superior, con quienes negocian directamente, incluyendo paquetes dinámicos y tarifas exclusivas. Se consideran como una marca con gran poder de conversión basada en la relevancia y reputación de Expedia y como líderes en el mercado (Expedia, s.f.).

c) Despegar

Despegar o Decolar en Portugués, es una agencia de viajes online que cuenta con presencia en 21 países. Esta agencia de viajes fue creada en 1999 con el objetivo inicial de evitar que los viajeros hicieran largas colas en las ventanillas de las aerolíneas para conseguir un vuelo como señala en su sitio web oficial (Despegar.com s.f.).

Hoy es la agencia con mayor presencia en la región, tiene oficinas en 12 países del continente americano y es líder en ventas. El ingreso de esta plataforma proviene de comisiones pagadas por los establecimientos asociados. Estos recursos son completados con la publicidad a partir del tráfico en el sitio (seis millones de

usuarios registrados) y su línea de viajes corporativos; tal como es señalado por el sitio web Cronista.com (2010).

Para esta empresa su ventaja principal es disponer del mejor inventario de turismo de Latinoamérica; ofreciendo a los pasajeros los mejores hoteles en los mejores destinos con un total de 150.000 hoteles en 8.000 destinos con los mejores precios así como líneas de emergencia a pasajeros las 24 horas (Cronista.com, 2010).

4.2 Beneficios otorgados a los empresarios según las plataformas de reservas online.

Con la finalidad de determinar los beneficios que otorgan las plataformas de reservas online, primero se detallarán lo que cada una de las tres principales señalan como ventajas de suscripción y posteriormente en un siguiente apartado se establecerán los beneficios indicados por los hoteleros de Salinas en las encuestas desarrolladas. Para poder definir los beneficios que las propias plataformas de reservas indican brindar a través de la suscripción, se procedió a revisar los sitios web oficiales de Booking, Expedia y Despegar. En este tema se destacan los siguientes aspectos:

Tabla I: Principales beneficios según las plataformas de reservas online

Booking	Expedia	Despegar
Equipo multilingüe de atención al cliente las 24 horas.	Más de 90 puntos de venta en más de 60 países.	Servicio 100% gratis y sin cuotas ocultas
Comercialización en motores de búsqueda: Google, Bing y Yahoo.	Garantía de confidencialidad de los datos personales proporcionados como política institucional.	Herramienta sencilla, rápida y fácil de usar.
No se pagan cuotas de inscripción o costos de suscripción.	Servicios turísticos cubiertos con póliza de seguro de caución.	Soporte personalizado para atención a los afiliados.
950.000 reservas de noches por día.	Más de 60 millones de visitas al mes, 150 sitios web en más de 70 países.	Plataforma con capacidad de procesar decenas de miles de reservas diarias.
Disponible en más de 40 idiomas.	Más de 79 millones de noches de hotel reservadas por día y 39400 millones de dólares en reservas en el 2013.	Dispone de herramientas para autogestión y monitoreo de reservas.
.	El número de personas que adquiere viajes en todo el mundo supera al de cualquier otra empresa de viajes en línea	Aval de 15 años de experiencia.
	Directorio de más de 120.000 hoteles en todo el mundo con cuatro millones de habitaciones.	
	Constante inversión en publicidad de la marca Expedia.	

Fuente: Elaboración propia basada en información de los sitios web Booking.com, NexoHotel.com, Expedia.com y Despegar.com
8 de diciembre de 2015

4.3 Oferta general de alojamiento en Salinas

Como ya fue mencionado, Salinas es una de las poblaciones turísticas más importantes de la costa ecuatoriana y uno de los destinos con mayor diversidad de establecimientos de alojamiento. De acuerdo al Ministerio de Turismo (2015) en el Catastro Turístico de la provincia de Santa Elena y hasta diciembre del 2015, el cantón Salinas dispone de 116 establecimientos en los cuales se tienen hostales, hostales residencia, hosterías, hoteles, hoteles apartamento, hoteles residencia y pensiones desglosados de la siguiente manera:

Tabla II: Desglose de oferta de alojamiento del cantón Salinas

Actividad	Categoría					Total
	Lujo	Primera	Segunda	Tercera	Cuarta	
Hostal	0	7	18	21	0	46
Hostal Residencia	0	0	4	5	0	9
Hostería	0	1	4	1	0	6
Hotel	1	3	10	7	0	21
Hotel Apartamento	0	1	0	1	0	2
Hotel Residencia	0	0	1	3	0	4
Pensión	0	4	6	18	0	28
Total	1	16	43	56	0	116

Fuente: Elaboración propia basado en el Catastro Turístico de la provincia de Santa Elena

De acuerdo a la tabla arriba expuesta, se puede concluir que de los 116 establecimientos de alojamiento registrados ante el Ministerio de Turismo, la segunda categoría es una de las que registra mayor número con 43 establecimientos (37,07%).

4.4 Nivel de uso de las plataformas de reservas online en Salinas

Para este apartado se procedió a realizar la búsqueda de los 116 establecimientos de alojamiento del cantón Salinas en cada una de las tres principales plataformas de reserva online mencionadas anteriormente. Al respecto se puede concluir que el número de establecimientos que aún no las utilizan es relevante puesto que se observan los siguientes resultados:

Tabla III: Presencia de establecimientos de alojamiento de Salinas en las PRO

Principales plataformas de reservas online	# establecimientos de Salinas
Booking	58
Expedia	13
Despegar	36

Fuente: Elaboración propia basado en la revisión de las plataformas de reserva online 8 de diciembre de 2015

Al observar los resultados del análisis de todo el catastro turístico de establecimientos de alojamiento de Salinas, se puede concluir que de los 116 establecimientos, 58 de ellos tienen presencia en Booking, seguidos por 36

que utilizan Despegar y en último lugar se tiene a Expedia con 13 usuarios. Cabe recalcar que varios de los establecimientos que utilizan las plataformas de reservas online se encuentran registrados en más de una.

4.5 Nivel de uso de las plataformas de reservas online entre los establecimientos de segunda categoría de Salinas

Una vez que las tres plataformas de reservas online han sido revisadas, se ha observado que la mayor parte de los 43 establecimientos de alojamiento de segunda categoría aún no se comercializan a través de este medio ya que se obtuvieron los siguientes resultados:

Tabla IV: Presencia de establecimientos de alojamiento de segunda categoría en las PRO

Principales plataformas de reservas online	# establecimientos de segunda categoría de Salinas
Booking	20
Expedia	3
Despegar	15

Fuente: Elaboración propia basado en la revisión de las plataformas de reserva online.
8 de diciembre de 2015

Según la tabla anterior se puede observar que de los 43 establecimientos sólo 20 utilizan Booking (46,51%), 3 Expedia (6,98%) y 15 Despegar (34,88%).

Tomando en cuenta el **objeto de estudio planteado**, a continuación se evaluará el nivel de presencia de ellos en las tres principales plataformas.

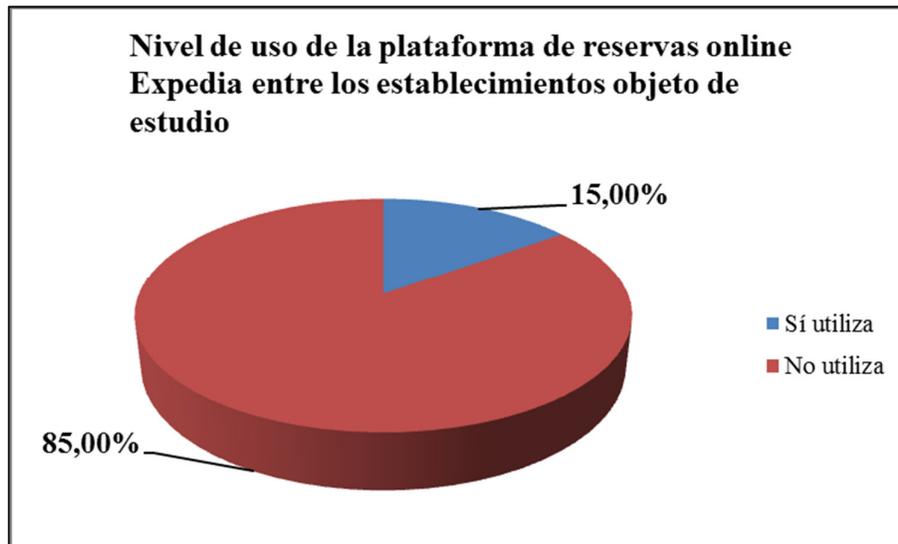
Gráfico 1: Nivel de uso de plataforma de reservas online Booking entre los establecimientos objeto de estudio



Fuente: Elaboración propia basado en resultados de revisión del catastro en la plataforma Booking
8 de diciembre de 2015

En el Gráfico 1 se muestra que el 100% de los establecimientos objeto de estudio están presentes en la plataforma de reservas online Booking.

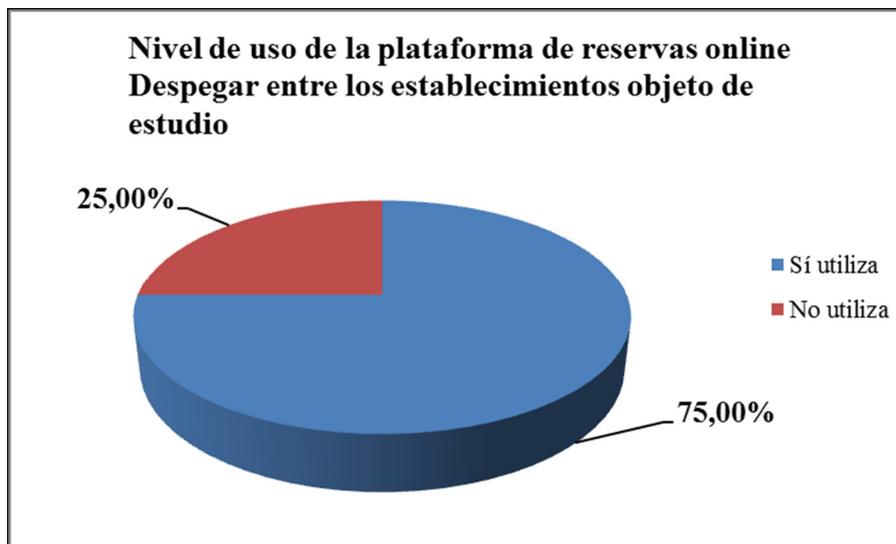
Gráfico 2: Nivel de uso de plataforma de reservas online Expedia
Entre los establecimientos objeto de estudio



Fuente: Elaboración propia basado en resultados de revisión del catastro en la plataforma Expedia
8 de diciembre de 2015

En el Gráfico 2 se muestra que el 15% de los establecimientos objeto de estudio están presentes en la plataforma de reservas online Expedia.

Gráfico 3: Nivel de uso de la plataforma de reservas Despegar entre los establecimientos objeto de estudio



Fuente: Elaboración propia basado en resultados de revisión del catastro en la plataforma Despegar 8 de diciembre de 2015

En el Gráfico 3 se muestra que el 75% de los establecimientos objeto de estudio están presentes en la plataforma de reservas online Despegar.

4.6 Beneficios obtenidos de las plataformas de reservas online según los empresarios.

Como se indicó en el apartado “Metodología Aplicada”, para determinar los beneficios que las plataformas de reservas online ofrecen a los establecimientos afiliados se procedió a realizar el respectivo levantamiento de información a través de una encuesta desarrollada el día 8 de enero del

2016 y en la que se contó con la participación de 13 establecimientos (65% de la población objetivo).

A continuación se detallan los resultados obtenidos en las encuestas realizadas y cuyo cuestionario se encuentra más adelante como **Anexo B**. Posterior a la presentación de cada uno de los resultados se encontrará el respectivo gráfico.

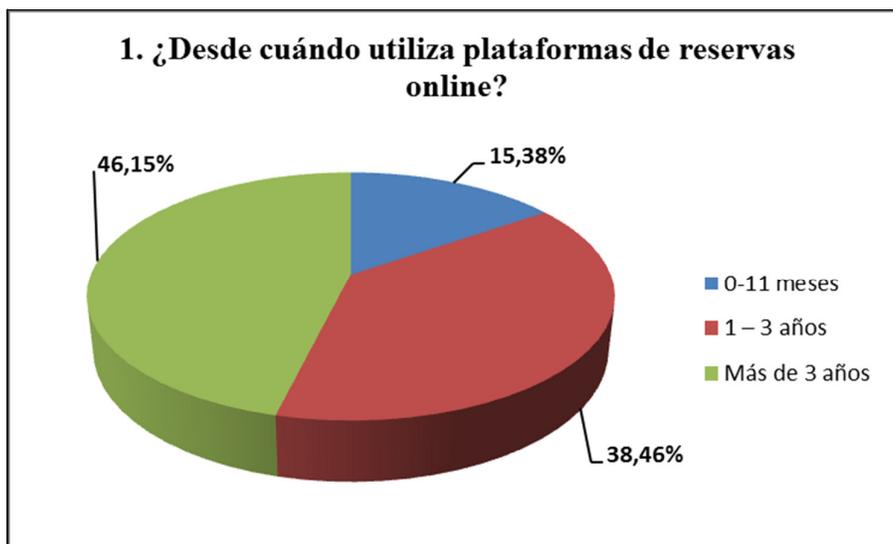
Pregunta 1: ¿Desde cuándo utiliza plataformas de reservas online?

Se puede destacar que el uso de plataformas de reservas online no es algo nuevo entre los establecimientos encuestados puesto que el 46,15% ya viene utilizándolas por más de 3 años.

Tabla V: Tiempo de utilización de plataformas de reservas online

Tiempo	# establecimientos
0-11 meses	2
1 – 3 años	5
Más de 3 años	6

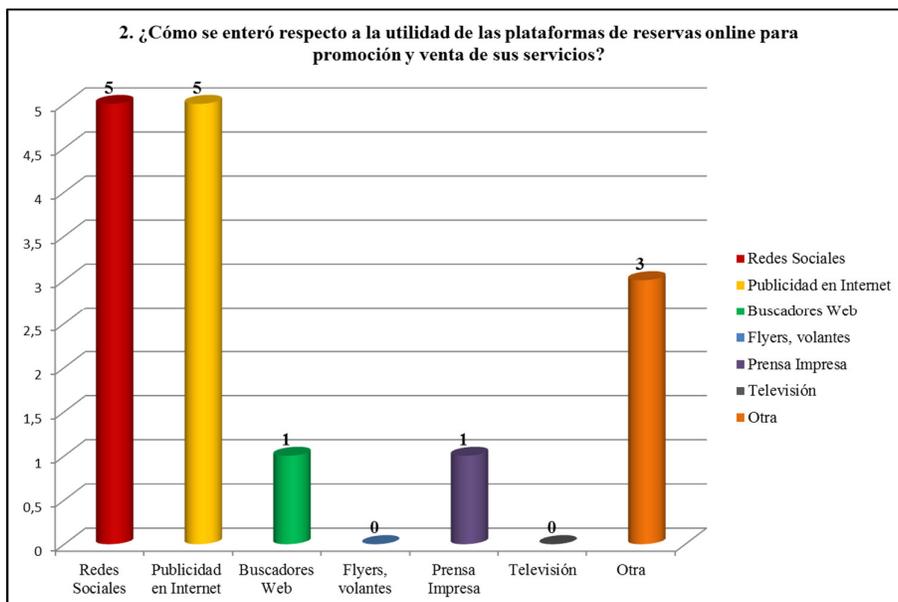
Fuente: Elaboración propia basado en resultados *de las encuestas*

Gráfico 4: Tiempo de utilización de plataformas de reservas online

Fuente: Elaboración propia basado en resultados de las encuestas

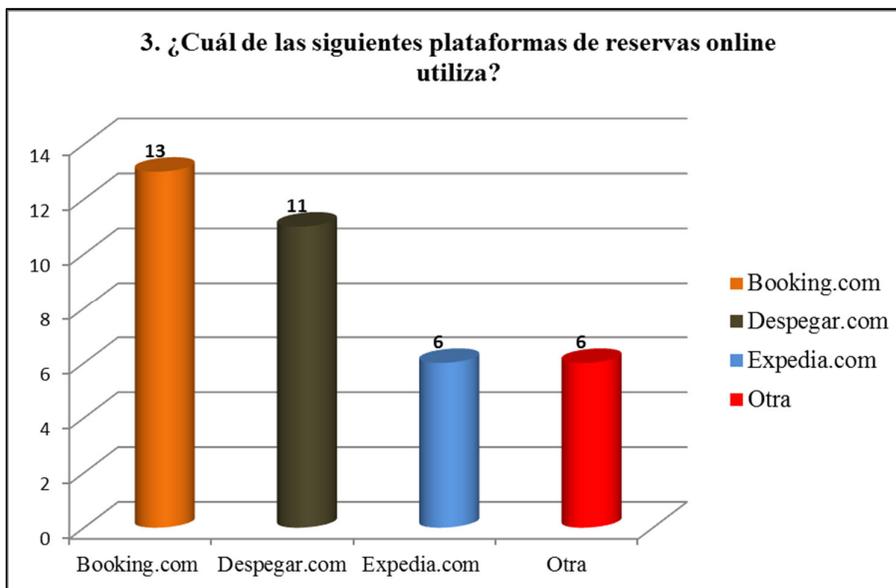
Pregunta 2: ¿Cómo se enteró respecto a la utilidad de las plataformas de reservas online? A través de la encuesta se concluyó que los principales medios por los cuales los establecimientos de segunda categoría de Salinas se enteraron de la existencia de las plataformas de reservas online fueron a través de redes sociales y publicidad en internet con un 38,46% cada uno. Cabe recalcar que los establecimientos conocieron de las PRO por más de un medio y que las respuestas obtenidas se encuentran a continuación:

Gráfico 5: Principales de medios de promoción de las plataformas de reservas online



Fuente: Elaboración propia basado en resultados de las encuestas.

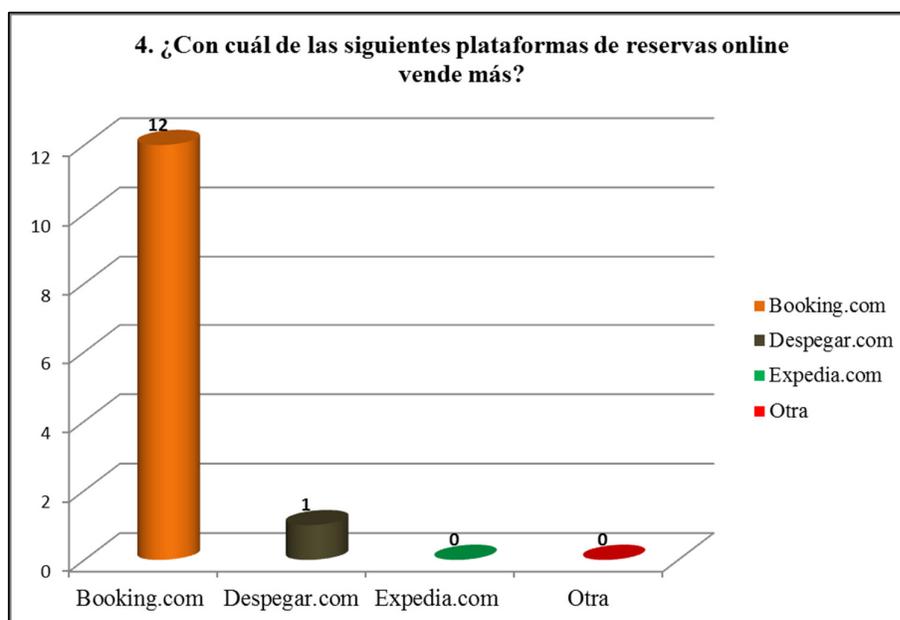
Pregunta 3: ¿Cuál de las siguientes plataformas de reservas online utiliza? Con la presente encuesta se pudo concluir que Booking.com se ha constituido como la principal plataforma de reservas online puesto que el 100% de los establecimientos encuestados la utilizan. Como factor importante se tiene la visita periódica de sus agentes de ventas, quienes ofrecen servicios de capacitación a los nuevos funcionarios de los hoteles y brindan seguimiento a los requerimientos de los usuarios afiliados. El nivel de uso de las PRO por los establecimientos objeto de estudio está dado por los siguientes resultados:

Gráfico 6: Principales plataformas de reservas online utilizadas

Fuente: Elaboración propia basado en resultados de las encuestas.

Otros sitios utilizados por los hoteles encuestados y con uso similar a las tres plataformas de reserva detalladas anteriormente son www.trivago.com, www.tripadvisor.es, www.bestday.com, www.travelreservations.com y www.visitaecuador.com.

Pregunta 4: ¿Con cuál de las siguientes plataformas de reservas online vende más? Se conoce que el 92,31% de los encuestados señaló a Booking como la plataforma de reservas online con la cual venden más.

Gráfico 7: Plataforma de reservas online más rentable

Fuente: Elaboración propia basado en resultados de las encuestas.

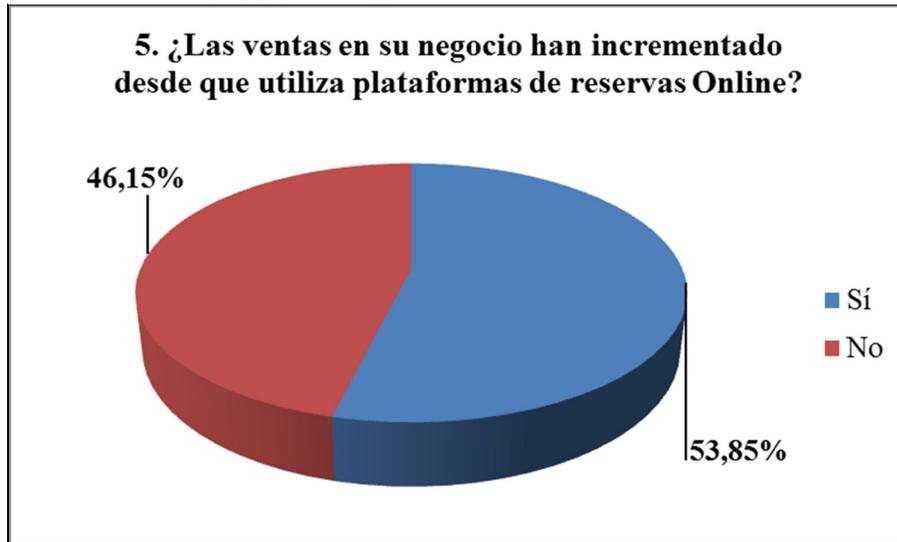
Pregunta 5: ¿Las ventas en su negocio han incrementado desde que utiliza plataformas de reservas online? A través de esta pregunta se concluyó que el 53,85% de los encuestados consideran haber aumentado sus ventas gracias a las PRO.

Tabla VI: Incremento de ventas a través de plataformas de reservas online

Respuesta	# establecimientos
Sí	7
No	6

Fuente: Elaboración propia basado en los resultados de las encuestas

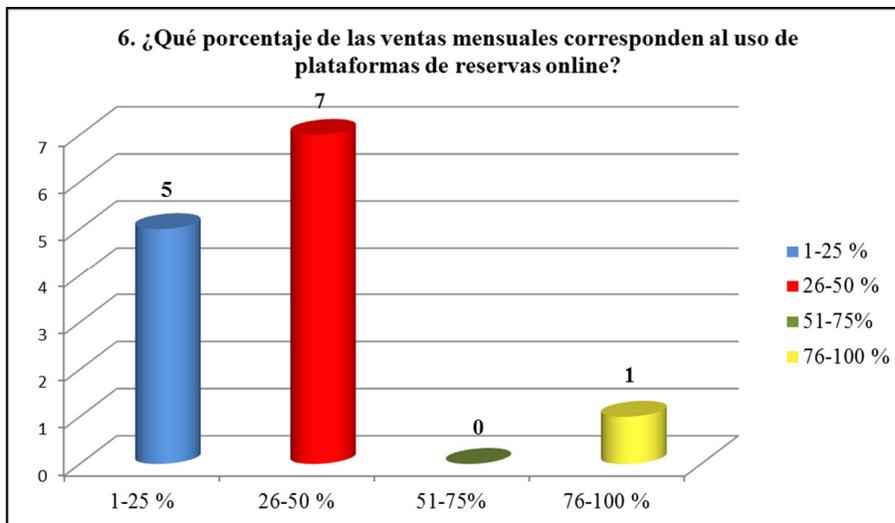
Gráfico 8: Incremento de ventas a través de plataformas de reservas online



Fuente: Elaboración propia basado en resultados de las encuestas

Pregunta 6: ¿Qué porcentaje de las ventas mensuales corresponden al uso de plataformas de reservas online? El porcentaje de las ventas que son generadas por las PRO también fue determinado. Se conoce que más de la mitad de los encuestados (53,85%) indicaron que de sus ventas mensuales promedio entre el 26 y 50% se generan con las PRO.

Gráfico 9: Porcentaje de ventas mensuales generadas por las plataformas de reservas online



Fuente: Elaboración propia basado en resultados de las encuestas

Pregunta 7: ¿Qué beneficios le ha traído utilizar plataformas de reservas online? Con la finalidad de identificar las principales ventajas recibidas por los establecimientos afiliados de parte de las plataformas de reservas online, en la encuesta realizada se incluyeron varias opciones de beneficios en una pregunta de opción múltiple, teniéndose que para el 46,15% de los encuestados, el principal beneficio ha sido el incremento de las ventas, seguido de contar con nuevos clientes (38,46%).

Tabla VII: Principales beneficios de las plataformas de reservas online a los empresarios

Beneficios	# establecimientos	%
Más ventas	6	46,15%
Posicionamiento en la web	4	30,77%
Fácil acceso a la información de su hotel	4	30,77%
Buenos comentarios de los clientes	2	15,38%
Nuevos clientes	5	38,46%
Buenas comisiones de ventas	0	0,00%
Buena imagen	3	23,08%
Otro	0	0,00%

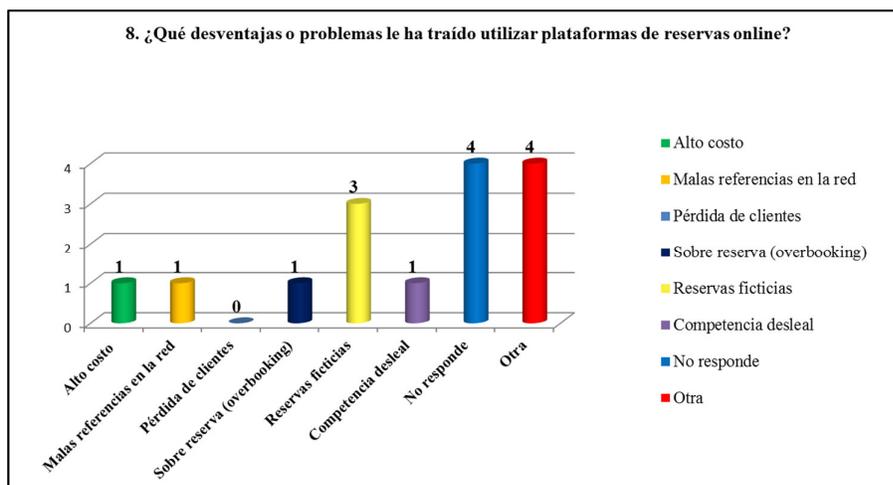
Fuente: Elaboración propia basado en resultados de las encuestas

Pregunta 8: ¿Qué desventajas o problemas le ha traído utilizar plataformas de reservas online? Es importante también conocer los problemas que ha traído la utilización de plataformas de reservas online a los establecimientos encuestados, para esto se creó una pregunta de respuesta múltiple. Sin embargo el 30,77% de los encuestados no señaló alguna desventaja sobre las plataformas de reserva.

De las respuestas recibidas se tiene a la existencia de reservas ficticias como el principal problema de las PRO por parte del 23,08%; seguidas por el alto costo, malas referencias en la red y sobre reservas indicado por el 7,69% cada una.

Por otro lado, una falencia de las PRO para los encargados de cuatro hoteles Marvento es la existencia de problemas al momento de cancelación de reservas; puesto que pese a que el cliente la haya eliminado en el sistema, para ellos aún se mantienen, perdiendo así la oportunidad de poder comercializarla.

Gráfico 10: Desventajas de la utilización de plataformas de reservas online



Fuente: Elaboración propia basado en resultados de las encuestas

Pregunta 9: ¿Recomendaría el uso de plataformas de reservas online?

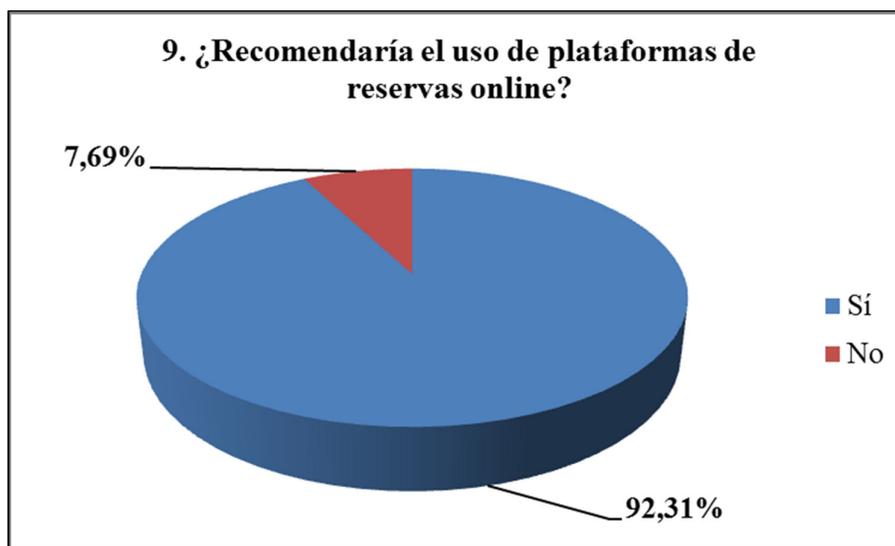
Entre los establecimientos encuestados, las plataformas de reservas online tienen un alto nivel de aceptación puesto que el 92,31% las recomiendan ya que consideran que ayudan a que los hoteles se den a conocer (posicionamiento) y brindan fácil acceso a la información del establecimiento.

Tabla VIII: Opinión sobre las plataformas de reservas online

Respuesta	# establecimientos
Recomendable	12
No recomendable	1

Fuente: Elaboración propia basado en los resultados de las encuestas

Gráfico 11: Opinión sobre las plataformas de reservas online

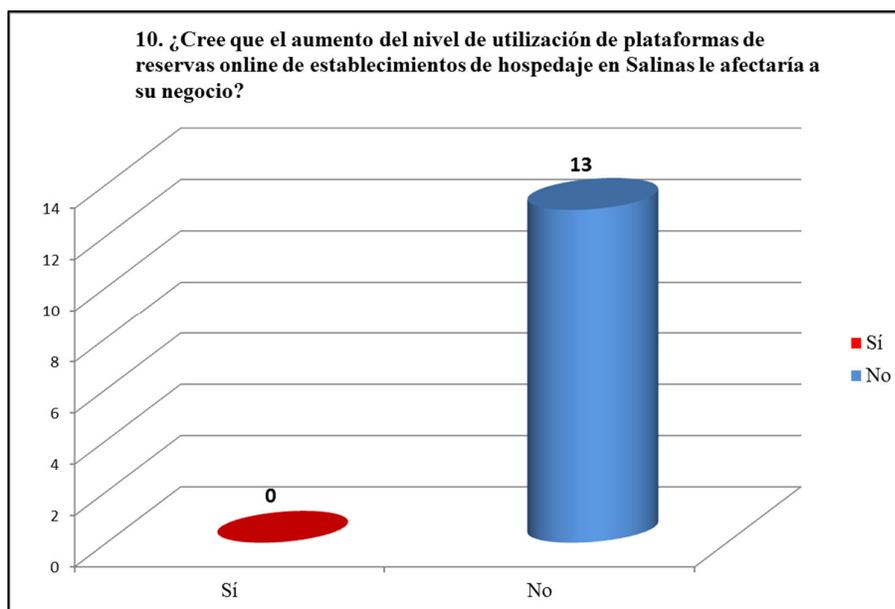


Fuente: Elaboración propia basado en los resultados de las encuestas

Pregunta 10: ¿Cree que el aumento de nivel de utilización de plataformas de reservas online entre los establecimientos de alojamiento de Salinas afectaría a su establecimiento? ¿Por qué? Al momento de consultar si les preocupa el aumento del nivel de uso de las PRO en Salinas, el 100% de los encuestados manifestó que esto no les

afectaría considerando que pueden crear en ellas un perfil personalizado y desarrollar diferentes estrategias adicionales para continuar compitiendo basándose principalmente en los precios y creación de promociones. Señalaron también que en la actualidad el destino cuenta con una oferta de alojamiento para todos los gustos y presupuestos.

Gráfico 12: Preocupación sobre el aumento de nivel de uso de Plataformas de reservas online en Salinas



Fuente: Elaboración propia basado en resultados de las encuestas

Pregunta 11: ¿Cuáles otras estrategias de marketing digital utiliza para la promoción y venta de sus servicios? Es importante señalar que adicional a las plataformas de reservas online, se encuentra presencia de los

establecimientos objeto de estudio en el internet ya sea a través de una página web oficial o en publicaciones con datos de contacto en sitios como Olx, Páginas Amarillas, Hoteles de Salinas, Hoteles Ecuador, Salinas Hoteles, entre otros.

Como parte del marketing digital y con la información proporcionada por los 13 establecimientos encuestados, se sabe que estos trabajan en otros medios virtuales adicionales a las PRO, teniéndose los siguientes resultados:

Tabla IX: Otras estrategias de marketing digital

Estrategias de marketing digital	# establecimientos	%
Publicidad en redes sociales	12	92,31%
Publicidad en buscadores web	1	7,69%
Publicidad en sitios web de viajes	1	7,69%
Mailing	2	15,38%
Página web del establecimiento	3	23,08%
Publicidad en sitios web turísticos locales (cantonales, provinciales, nacionales)	0	0,00%
Otra	4	30,77%

Fuente: Elaboración propia basado en los resultados de las encuestas

CAPÍTULO 5

PROPUESTA - INSTRUCTIVO PARA COMERCIALIZACIÓN DE ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO DE SEGUNDA CATEGORÍA DEL CANTÓN SALINAS – PROVINCIA DE SANTA ELENA EN PLATAFORMAS DE RESERVAS ONLINE

En el presente apartado se presenta brevemente la propuesta diseñada como una solución a la problemática investigada en el presente documento. El instructivo fue elaborado en base a las acciones teóricas de diagnóstico y está dirigido a los establecimientos de alojamiento de segunda categoría de Salinas que no utilizan las PRO para que ellos puedan comercializarse por ese medio.

A continuación se presenta el desglose del total de la oferta de alojamiento de Salinas, el número de establecimientos objeto de estudio y el nivel de uso que éstos hacen de las plataformas de reservas online.

Tabla X: Desglose de establecimientos de alojamiento de Salinas y uso de plataformas de reservas

# establecimientos de alojamiento					
Salinas	Salinas	Segunda categoría de Salinas	Segunda categoría de Salinas	Segunda categoría de Salinas	Segunda categoría de Salinas
	Segunda categoría	Utilizan plataformas de reservas online	Utilizan Booking	Utilizan Expedia	Utilizan Despegar
116	43	20	20	3	15

Fuente: Elaboración propia basado en el catastro turístico de la provincia de Santa Elena y revisión de las tres principales plataformas de reservas online

Es importante destacar que la difusión, implementación y medición de beneficios del uso del instructivo no son parte del presente estudio y podría ser abarcado como una nueva investigación independiente. Se considera que con la propuesta que se encuentra más adelante como **Anexo D** se ayudará a la familiarización respecto a las plataformas de reserva entre los establecimientos hoteleros existentes y podrá servir también al momento en que se desarrollen nuevos establecimientos.

Como fue mostrado en el apartado anterior, a nivel cantonal la plataforma de reserva online Booking es la más importante al contar con la presencia del 50% de los 116 establecimientos de Salinas. De la misma manera se concluyó que el 100% de los establecimientos encuestados se promocionan y venden en esa PRO y de ellos el 92,31% la consideran como la PRO con la cual venden más.

Por lo antes expuesto, la propuesta de instructivo elaborada ha sido diseñada para que los establecimientos puedan fácilmente crear una cuenta en una plataforma de reserva online tomando en consideración que más de la mitad de los encuestados (53,85%) señalaron a las PRO como un factor relevante para sus ventas mensuales ya que en promedio entre el 26 y 50% de ingresos son generadas por ese medio.

La propuesta que se encuentra a continuación ha sido formulada en base a los procesos de creación de cuenta en las plataformas de reservas Booking, Expedia y Despegar. Los datos que son requeridos al llenar el instructivo provienen de las mencionadas plataformas.

Es importante destacar que si bien es cierto, el instructivo ha sido diseñado para uso de los establecimientos de segunda categoría por ser uno de los segmentos más numerosos en Salinas, también podría ser utilizado por los

hoteles de otras categorías que deseen unirse a las plataformas de reservas online.

5.1 Objetivo del instructivo

Contar con un documento guía que facilite el acceso a utilizar las diferentes plataformas de reservas online para la comercialización y promoción de establecimientos de alojamiento.

5.2 Grupo meta del instructivo

Propietarios y/o responsables de ventas y reservas de los establecimientos de alojamiento de segunda categoría del cantón Salinas - provincia de Santa Elena que deseen vender sus servicios a través de plataformas de reservas online.

5.3 Estructura del instructivo

- 1 Portada
- 2 Contenido
- 3 Introducción
- 4 Requerimientos para la utilización del instructivo
- 5 Definición de plataformas de reservas online
- 6 Proceso para creación de cuentas en plataformas de reservas online
- 7 Recomendaciones de uso
- 8 Glosario de Términos

9 Fuentes de Consulta

5.4 Metodología para utilizar el instructivo

La metodología para utilización del instructivo propuesto se basa en la lectura y en el análisis del establecimiento puesto que durante este proceso se irán definiendo las características del mismo y la información a ser publicada, la misma que fue escogida en base a lo solicitado por los sitios www.booking.com, www.despegar.com y www.expedia.es durante los procesos de creación de cuentas.

En el mencionado documento se hallarán preguntas con espacios en blanco o de múltiples respuestas de acuerdo a la información requerida en las PRO. Para alcanzar lo planteado en el párrafo anterior se cuenta con varias capturas de pantalla obtenidas del sitio web de Booking por ser la plataforma más reconocida entre los establecimientos de alojamiento de segunda categoría del cantón Salinas.

Además de esto se han elaborado varias tablas donde se podrá desglosar los servicios, facilidades, precios, etc. que el hotel quiera promocionar en su perfil dentro de la PRO. Por otro lado, en caso de existir palabras

desconocidas en el proceso de recopilación de información, la definición de las mismas se podrán hallar en el glosario de términos.

El apartado más extenso es el denominado “Proceso para creación de cuentas en plataformas de reservas online”. El objetivo de ese apartado es dar a conocer la información requerida por la mayor parte de las PRO y que deberán ser ingresadas en dichos sitios de internet.

A continuación se muestra a manera de gráfico el proceso que se detalla en el instructivo (Anexo D) y cuya información debe ser recopilada por el hotel previo al ingreso a una plataforma de reserva.

Gráfico 13: Proceso para creación de cuentas en las PRO



Fuente: Elaboración propia basada en los procesos para creación de cuentas en los sitios web de las plataformas Booking, Expedia y Despegar. 13 de enero del 2016

A continuación se detallará de manera gráfica la información que se deberá ingresar en las plataformas de reservas online y que serán parte de la cuenta

de los establecimientos y que observarán los potenciales clientes en el internet.

Gráfico 14: Información requerida para perfil en las PRO



Fuente: Elaboración propia basada en los procesos para creación de cuentas en los sitios web de las plataformas Booking, Expedia y Despegar. 13 de enero del 2016

Tomando en consideración que la creación de una cuenta en las plataformas de reservas online no es el fin que se debe alcanzar sino que es el inicio de una nueva modalidad de comercialización, en el último apartado del instructivo se detallaron las recomendaciones de uso, las mismas que se encuentran a continuación:

- Para evitar el pago por reservas recibidas y cuyos huéspedes no asistieron, es importante tener claras las políticas, plazos y

procedimientos de las plataformas de reservas online sobre los “No Shows”.

- Los precios presentes en las plataformas de reservas son los que deberán ser cobrados a los huéspedes. Las plataformas no reciben dinero directamente de ellos, por eso los ingresos generados por las PRO se generan exclusivamente de las comisiones mensuales cobradas a los hoteles afiliados.
- La responsabilidad de abrir o cerrar fechas es exclusiva de los hoteles. Tomar en cuenta especialmente las fechas de temporada para actualizar sus tarifas ya que la que se refleja en el sistema es la que debe respetar el hotel.
- Recordar que hay plataformas que permiten reservar hasta con 14 meses de anticipación al viaje.
- En caso de sobreventa, el hotel es el responsable de encontrar alternativas para hospedar al huésped afectado. Los costos por transportación o diferencia de precio deberán ser cubiertos por el hotel. En estos casos la comisión a la plataforma por la venta se mantiene.

- Los comentarios ingresados por los huéspedes en las plataformas de reservas tienen mucho valor para otros clientes actuales y potenciales. Debemos cuidar y valorar la imagen de nuestro establecimiento.
- El aviso de una nueva reservación llegará vía correo electrónico. Es necesario revisar el e-mail registrado al menos una vez al día.
- Se debe tener cuidado con las transacciones realizadas con tarjeta de crédito al momento de la reserva. Algunas plataformas ofrecen un manual sobre el uso de las mismas para poder validarlas y corroborar que sean válidas y con fondos suficientes o caso contrario como poder reportarlo.
- Hay que tener en cuenta la periodicidad de pago de comisiones a las plataformas de reserva así como las fechas tope de pago para evitar inconvenientes. Se debe mantener constante comunicación con el Gerente de Cuenta de nuestra plataforma en caso de presentarse dudas o inconvenientes.

CONCLUSIONES

- 1 Sé pudo comprobar que el problema planteado acontece en Salinas puesto que menos de la mitad de los establecimientos de segunda categoría utilizan plataformas de reservas online.
- 2 La difusión, la implementación y la medición de beneficios del instructivo diseñado podría ser desarrollado como una nueva investigación.
- 3 Los establecimientos objeto de estudio consideran a las plataformas de reservas online como una opción beneficiosa para el negocio por lo que es necesario promover su utilización para aumentar las ventas.
- 4 A nivel cantonal la plataforma de reserva online Booking es la más utilizada y es considerada como la más importante por ser la que más ventas les genera.
- 5 Los establecimientos que no utilizan plataformas de reservas están perdiendo una importante oportunidad para aumentar sus ventas.

- 6 Los establecimientos usuarios de las PRO consideran al aumento del nivel de uso de plataformas de reservas online como una oportunidad para mejorar la competencia y lograr diferenciarse en el mercado.

- 7 El internet ya es un medio importante para los establecimientos de segunda categoría puesto que pese a que el nivel de uso de las plataformas de reservas es bajo, existe promoción en diferentes páginas web tales como Olx, Páginas Amarillas, Hoteles de Salinas, Hoteles Ecuador, Salinas Hoteles, entre otros.

BIBLIOGRAFÍA

- Armstrong, G., & Kotler, P. (2013). *Fundamentos de Marketing*. México: Pearson.
- Chiodo Juve, L. (1996). *Estrategias de Mercadeo para PPM en un programa de desarrollo agrícola*. Buenos Aires.
- Delgado Ballester, E., Hernández Espallardo, M., & Rodríguez Orejuela, H. A. (2009). *Marketing: Fundamentos Científicos y Empresariales*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Gay, R., Charlesworth, A., & Esen, R. (2007). *On Line Marketing: A Customer - Led Approach*. Oxford: Oxford University Press.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2012). *Marketing 3.0*. Madrid: LID.
- Limón Domínguez, D., López Meneses, E., & Ballesteros Regaña, C. (2001). *El trabajo por proyecto en educación ambiental*. Sevilla: Digital Atres.
- Miletsky, J. (2010). *Principles of Internet Marketing: New tools and methods for web developers*. Boston: CENGAGE Learning.
- Ministerio de Turismo. (24 de Noviembre de 2015). Catastro Turístico de la Provincia de Santa Elena. Salinas, Santa Elena, Ecuador: n/a- Documento Oficial.
- Ministerio de Turismo. (2015). Reglamento de Alojamiento Turístico. *Registro Oficial # 465, 3*.

- Presidencia de la República del Ecuador. (29 de Noviembre de 2002). Reglamento General de Actividades Turísticas. *Registro Oficial N° 726*. Quito, Pichincha, Ecuador: Registro Oficial.
- Serra Cantalops, A. (2005). *Marketing Turístico*. Madrid: Pirámide.
- Siebel, T. M. (2001). *Principios del e-Business*. Barcelona: Granica.

BIBLIOGRAFÍA ELECTRÓNICA

- América Economía. (s.f). *América Economía*. Recuperado el 10 de Diciembre de 2015, de <http://especiales.americaeconomia.com/2012/comercio-electronico-america-latina-2012/estudio.php>
- Área, E. (30 de Abril de 2011). *Eduarea's Blog "Nuevas Tecnologías: La Empresa y los Medios de Comunicación Social"*. Recuperado el 03 de Diciembre de 2015, de <https://eduarea.wordpress.com/2011/04/30/los-nuevos-paradigmas-del-marketing-innovacion-marketing-y-comunicacion/>
- Ballesteros Regaña, C., López Meneses, E., & Torres Barzabal, L. M. *Laboratori de Mitjans Interactius*. Recuperado el 06 de Diciembre de 2015, de <http://www.lmi.ub.es/edutec2004/pdf/195.pdf>
- Booking.com. (s.f). *Booking.com*. Recuperado el 11 de Diciembre de 2015, de <http://www.booking.com/content/about.es.html>
- *Booking.com*. (s.f.). *Booking.com*. Recuperado el 11 de Diciembre de 2015, de <http://www.booking.com/affiliate-program/faq.es.html>
- Castellanos, M. L. (Octubre de 2013). *Revista Gestión*. Recuperado el 24 de Noviembre de 2015, de http://www.revistagestion.ec/wp-content/uploads/2013/10/201_Turismo.pdf
- Cronista.com. (19 de Octubre de 2010). *Cronista.com*. Recuperado el 11 de Diciembre de 2015, de <http://www.cronista.com/impresageneral/Los-secretos-de-Despegar.com-20101019-0008.html>
- Definicion.de. (s.f). *Definicion.de*. Recuperado el 12 de Diciembre de 2015, de <http://definicion.de/plataforma-virtual/>

- Definicion.de. (s.f.). *Definicion.de*. Recuperado el 09 de Diciembre de 2015, de <http://definicion.de/comercializacion/>
- Dell'Anno Irigoyen, M. (2008). *E-Marketing Blog*. Recuperado el 03 de Diciembre de 2015, de <http://e-mktg.blogspot.com/2008/10/definicion-de-marketing-digital.html>
- Despegar.com. (s.f.). *Despegar.com*. Recuperado el 09 de Diciembre de 2015, de <https://www.despegar.com.ec/comunidadafiliados/home/benefits>
- Diario El Comercio. (05 de Julio de 2013). Más Empresas le sacan provecho al. *Diario El Comercio*, págs. http://www.elcomercio.com.ec/negocios/Comercio-electronicoeCommercDay-Guayaquil-internet-negocioempresas_0_950305023.html.
- Diario El Comercio. (02 de Enero de 2015). *elcomercio.com*. Recuperado el 24 de Noviembre de 2015, de <http://www.elcomercio.com/video/video-feriado-turismo-salinas.html>
- Diario EL TELÉGRAFO. (05 de Julio de 2013). Compras en Internet crecieron un 50% en los últimos 3 años. *Diario EL TELÉGRAFO*, págs. <http://www.telegrafo.com.ec/economia/item/compras-eninternet-crecieron-50-en-los-ultimos-3-anos.html#>.
- Diario EL UNIVERSO. (09 de Abril de 2015). *El Universo.com*. Recuperado el 24 de Noviembre de 2015, de <http://www.eluniverso.com/noticias/2015/04/09/nota/4749676/turismo-dejo-14872-millones-ingresos-ecuador-2014>
- Efemerides.ec. (s.f.). *Efemerides.ec*. Recuperado el 02 de Diciembre de 2015, de http://www.efemerides.ec/1/nov/can_21.htm
- Expedia. (s.f.). *Expedia.es*. Recuperado el 05 de Diciembre de 2015, de <https://www.expedia.es/acerca-de-expedia.aspx>
- Expedia. (s.f.). *Expedia.es*. Recuperado el Diciembre de 2015, de <https://www.expedia.es/p/network-affiliate>

- Forbes. (19 de Agosto de 2014). *7 beneficios del e-commerce en las empresas*. Recuperado el 10 de Diciembre de 2015, de <http://www.forbes.com.mx/7-ventajas-que-tu-empresa-debe-saber-sobre-el-e-commerce/>
- Fundación Universia España. (17 de Enero de 2013). *Universia España*. Recuperado el 02 de Diciembre de 2015, de <http://noticias.universia.es/en-portada/noticia/2013/01/17/994375/4-habilidades-comunicacion-debe-poseer-emprendedor.html>
- Garay, L. (s.f.). *Banco de la República*. Recuperado el 22 de enero de 2016, de <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/economia/industrialatina/246.htm>
- García Rondón, I. (2010). *eudmed.net*. Recuperado el 25 de noviembre de 2015, de [eudmed.net: http://www.eumed.net/ce/2010a/igr2.htm](http://www.eumed.net/ce/2010a/igr2.htm)
- Gestipolis.com. (s.f.). *Gestipolis.com*. Recuperado el 22 de enero de 2016, de <http://www.gestipolis.com/concepto-competitividad-empresarial/>
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Salinas. (2015). *salinas.gob.ec*. Recuperado el 01 de Diciembre de 2015, de <http://www.salinas.gob.ec/index.php/salinas/historia>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC). (s.f.). *Ecuador en cifras*. Recuperado el 10 de Diciembre de 2015, de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manualateral/Resultados-provinciales/santa_elena.pdf
- Interactivos.net. (21 de Septiembre de 2015). *Interactivos.net*. Recuperado el 07 de Diciembre de 2015, de <https://www.interactivos.net/es/article/1018/marketing-hotelerero-nuevas-tendencias>
- Korntheuer, R. (s.f.). *SEO-Quito. Posicionamiento Web en Quito. Ecuador*. Recuperado el 07 de Diciembre de 2015, de <http://seo-quito.com/ecuador-centros-comerciales-comercio-electronico/>

- Llanos Baeza, P. F. *Academia.edu*. Recuperado el 09 de Diciembre de 2015, de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/123456789/1969/1/T-UCSG-PRE-ECO-GES-108.pdf>
- Marketing Directo. (01 de Octubre de 2012). *marketingdirecto.com*. Recuperado el 08 de Diciembre de 2015, de <http://www.marketingdirecto.com/punto-de-vista/la-columna/31-definiciones-de-mercadotecnia-9/>
- Master Magazine. (s.f.). *mastermagazine.info*. Recuperado el 10 de Diciembre de 2015, de <http://www.mastermagazine.info/termino/3986.php>
- Mercado 20. (s.f.). *mercado20.com*. Recuperado el 11 de Diciembre de 2015, de <http://www.merca20.com/que-son-las-companias-b2b-3-definiciones/>
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (29 de Noviembre de 2013). *Turismo.gob.ec*. Recuperado el 24 de Noviembre de 2015, de <http://www.turismo.gob.ec/turismo-interno-en-el-ecuador-genera-al-ano-alrededor-usd-5-000-millones/>
- NexoHotel.com. (05 de Febrero de 2013). *Nexotur.com*. Recuperado el 08 de Diciembre de 2015, de <http://www.nexotur.com/noticia/55514/NexoHotel/Expedia-comparte-con-los-hoteles-los-beneficios-de-su-nuevo-programa-Expedia-Traveler-Preference.html>
- Organización Mundial de Comercio (OMC). (2013). *wto.org*. Recuperado el 28 de Diciembre de 2015, de https://www.wto.org/spanish/res_s/booksp_s/ecom_brochure_s.pdf
- Turismo, M. d. (5 de junio de 2016). *Ministerio de Turismo de Ecuador*. Obtenido de <http://www.mintur.gob.ve/descargas/glosariof.pdf>
- Turismo.org. (s.f.). *Turismo.org*. Recuperado el 01 de Diciembre de 2015, de <http://turismo.org/expedia/>

- Universidad de Málaga-Facultad de Comercio y Gestión. (s.f). *Grado en Marketing e Investigación de Mercados*. Recuperado el 06 de diciembre de 2015, de http://gradomarketing.uma.es/index.php?option=com_content&view=article&id=100:medios-alternativos-para-la-publicidad&catid=43:blog&Itemid=62
- Urbina, S., & Salinas, J. (2014). *Universidad de Murcia-España*. Recuperado el 08 de Diciembre de 2015, de <http://www.um.es/ead/red/42/UrbinaSalinas.pdf>
- Zona Económica. (s.f. de 2008). *Zona Económica*. Recuperado el 22 de enero de 2016, de <http://www.zonaeconomica.com/definicion/competitividad>

ANEXOS

Anexo A:

**ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO HOTELERO DE SEGUNDA CATEGORÍA
CANTÓN SALINAS-PROVINCIA DE SANTA ELENA
(DICIEMBRE 2015)**

#	Nombre del Establecimiento	Registro Nuevo	Propietario	Cantón	Ciudad	Dirección	Categoría	Actividad	Teléfono
1	COCOS	2403502199	OTTON ARTURO SEGUNDO ARBOLEDA SANCHEZ	SALINAS	SALINAS	MALECON Y CALLE 19 FIDON TOMALA	SEGUNDA	HOSTAL	04-2774349 / 04-2772609
2	LOS GEMELOS	0915500143	MARIA SOLEDAD VACA VITERI	SALINAS	JOSE LUIS TAMAYO	CDLA. COSTA DE ORO AV. 8VA. Y ABDÓN CALDERÓN	SEGUNDA	HOSTAL	04-2778843 / 04-2778842
3	FRANCISCO II	2403502201	OLGA GRACIELA LUNA LEON	SALINAS	SALINAS	MALECON 723 Y LAS PALMERAS	SEGUNDA	HOSTAL	04-2773751
4	FLORIDA	0915500141	ERNESTO WALDEMAR DURAN WAUGE	SALINAS	SALINAS	MALECON Y CALLE 2DA.	SEGUNDA	HOSTAL	04-2772780
5	ECOLOGICA EL FARO	2403502214	GABRIEL EDUARDO FAIDUTTI	SALINAS	SALINAS	CDLA MILINA MZG G SOLAR 1-2-3-4	SEGUNDA	HOSTERIA	04-2930680
6	EL REPOSO DEL GUERRERO	0915500168	LUIS FELIPE LUCERO SOLIS	SALINAS	SALINAS	CALLE 53 Y AV. 43	SEGUNDA	HOSTERIA	04-2776134
7	TRES CIROS	0915500161	SOUBEL S.A.	SALINAS	SALINAS	AVDA. 12 ENTRE CALLES 40 Y 43	SEGUNDA	PENSION	04-2770261
8	TUVENTURA	0915500149	ALVAREZ GONZALEZ JOSE MIGUEL RENE	SALINAS	SALINAS	BARRIO BAZAN. CALLE 7-A S/N Y CALLE 27-C (DIAGONAL A LA DISCOTECA EL PATIO)	SEGUNDA	HOSTAL	04-2774632
9	RIVIERA INN	0915500148	MALTA CASTAGNETO MARIA CAROLINA	SALINAS	SALINAS	AV. OCTAVA S/N CALLE 26	SEGUNDA	HOSTAL	04-2770299
10	PALACIO DEL MAR	0915500146	ZOILA ROSA PALACIOS PILELLE	SALINAS	SALINAS	AV. 25 Y CALLE 33	SEGUNDA	HOSTAL	
11	MANHATTAN	0915500145	JULIO MANTILLA CARDENAS	SALINAS	SALINAS	CDLA. ITALIANA CALLE 54 ENTRE AVDAS. 37-38 SOLAR 20 DIAGONAL AL COLEGIO RUBIRA	SEGUNDA	HOSTAL	04-2778529
12	EL AUTENTICO DIAMANTE	2403500169	VILLACIS NARVAEZ JORGE ANIBAL	SALINAS	SALINAS	AV. 12 DE OCTUBRE S/N Y CALLE 24	SEGUNDA	PENSION	04-2774978
13	SALINAS COSTA AZUL	2403502223	EMTURISA	SALINAS	SALINAS	AV. JOSE ESTRELLA Y GRAL. ENRIQUEZ	SEGUNDA	HOTEL	04-2774267
14	ARAGOSTA	2403502882	JOSE FRANCISCO FALQUEZ ZAMBRA	SALINAS	SALINAS	AV. CARLOS ESPINOZA LARREA	SEGUNDA	HOTEL	04-2778720
15	J & S HOTEL'S	0915500192	EGAS VERNAZA JOSSHUA ALBERTO	SALINAS	SALINAS	AV. 17 AVA. S/N Y CALLE 43 AVA. (JUNTO AL TALLER MECANICO RAMIREZ)	SEGUNDA	PENSION	04-2773395 / 04-2394195
16	HAZIEL	2403505154	PABLO ENRIQUE PAZMIÑO TAMAYO	SALINAS	SALINAS	FLORESTA CALLE 53 INTERSECCIÓN AV. 54 SOLAR 4-A	SEGUNDA	PENSION	04-2779793
17	CARLONCHO	0915500189	CARLOS A. FERNANDEZ GUILPI	SALINAS	SALINAS	AV. SEGUNDA Y MALECON	SEGUNDA	PENSION	04-2773194
18	SUITE SALINAS	2403502838	JORGE F. SOTOMAYOR ZAMBRANO	SALINAS	SALINAS	GRAL. ENRIQUE GALLO Y JOSE A. ESTRELLA	SEGUNDA	HOTEL	04-2774267

**ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO HOTELERO DE SEGUNDA CATEGORÍA
CANTÓN SALINAS-PROVINCIA DE SANTA ELENA
(DICIEMBRE 2015)**

#	Nombre del Establecimiento	Registro Nuevo	Propietario	Cantón	Ciudad	Dirección	Categoría	Actividad	Teléfono
19	SALINAS	2403502222	EMTURISA S.A.	SALINAS	SALINAS	GRAL.ENRIQUEZ Y AV. JOSE ALBERTO ESTRELLA	SEGUNDA	HOTEL	04-2772993/ 04-2774280 / 04-2772179
20	DON MINCHO	2403502220	HNOS. NARANJO MIRANDA	SALINAS	SALINAS	CARRETERO LIBERTAD - SALINAS	SEGUNDA	HOTEL	04-2775034
21	RIVIERA DEL SOL	2403500216	PEREZ GARCIA MARIA GUADALUPE DEL ROCIO	SALINAS	SALINAS	AV. JAIME ROLDOS AGUILERA MZ 30-31	SEGUNDA	HOTEL	04-2770190 / 04-2770246
22	MAR ADENTRO	2403500271	VIVAR DE CEVALLOS NORA SOFÍA	SALINAS	SALINAS	CALLE JOSÉ ALBERTO ESTRELLA S/N	SEGUNDA	HOSTERIA	04-2770665
23	FRANCISCO III	2403500323	OLGA GRACIELA LUNA LEON	SALINAS	SALINAS	AVENIDA MALECON # 231 Y CALLE 27	SEGUNDA	HOSTAL	04-2774833
24	MILINA BEACH	2403500362	ROCIO DEL PILAR GARCIA MONTOYA	SALINAS	SALINAS	CDLA. LA MILINA MZ. M-N SOLARES 5 Y 6	SEGUNDA	HOSTERIA	04-2931492
25	RONABI BEACH	2403500367	HANNA GUERRA ROBERTO LUIS	SALINAS	SALINAS	BARRIO PUEBLO NUEVO AV. 4	SEGUNDA	HOSTAL	04-2770154
26	LAS CONCHAS	0915520406	MELBA PATRICIA NARANJO VALENCIA	SALINAS	SALINAS	CDLA. LAS CONCHAS, VÍA A LIBERTAD	SEGUNDA	HOTEL	04-2779792 / 04-2779797
27	BLUE MARLIN DEL PACIFICO	2403500431	WALTER WILFRIDO CEDEÑO GRACIA	SALINAS	SALINAS	CALLE DIEGO NUÑEZ Y FICUS BARRIO BAZAN	SEGUNDA	HOTEL	04-2774897
28	GREENFIELD BEACH	2403500443	GIONEGSA S.A.	SALINAS	SALINAS	LA FLORESTA CALLE 53 S/N INTERSECCION CALLE 48 A 3 CUADRAS DEL RUBIRA	SEGUNDA	HOTEL	04-2778424
29	MARVENTO II	2403500502	GABRIEL ARIOSTO CALLE ARGUDO	SALINAS	SALINAS	AVENIDA GENERAL ENRIQUE GALLO Y DIGNO NUÑEZ	SEGUNDA	HOTEL	04-2770975
30	MILTON INN	2403500499	GARCIA BUSTILLOS ANDREA ELIZABETH	SALINAS	SALINAS	SECTOR CHIPIPE AVENIDA QUINTA CALLE 14 AVA	SEGUNDA	HOTEL RESIDENCIA	04-2771755
31	COPA MAR	2403500517	JUAN CARLOS MUÑOZ PESANTES	SALINAS	SALINAS	AVENIDA SIXTO DURAN BALLEEN Y FIDEN TOMALA FRENTE A COCOS	SEGUNDA	PENSION	04-2770842
32	MARVENTO III	2403500513	ANDREA GABRIELA CALLE MENDIETA	SALINAS	SALINAS	CHIPIPE ALFONZO COBOS Y EDUARDO AUSPIAZU	SEGUNDA	HOSTAL	04-2774684
33	J.C. CAMPIÑA MARINA	2401540520	JHON OMAR CARRION AIMAR	SALINAS	SALINAS	SALINAS - AV. ENRIQUE GALLO Y CALLE 19 A	SEGUNDA	HOSTAL RESIDENCIA	04-2771758
34	VICKY	2403500536	CARMEN VICTORIA ARREAGA HUACON	SALINAS	SALINAS	BARRIO BAZAN AVENIDA 18 S/N ENTRE CALLE 27 Y 28	SEGUNDA	HOSTAL RESIDENCIA	04-2770893
35	ISABELLA	2403500577	JOSÉ MANUEL VILLAFUERTE TRIVIÑO	SALINAS	SALINAS	BARRIO SALINAS CALLE BERTHA VALVERDE 3212 Y AV. 14	SEGUNDA	HOSTAL	0980875362
36	MARVENTO IV	2403500585	SANDRA MAYELIN AGUILAR ASTUDILLO	SALINAS	SALINAS	AVENIDA GENERAL ENRIQUEZ GALLOS ENTRE CALLE 28 Y 29	SEGUNDA	HOSTAL	04-2772037

**ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO HOTELERO DE SEGUNDA CATEGORÍA
CANTÓN SALINAS-PROVINCIA DE SANTA ELENA
(DICIEMBRE 2015)**

#	Nombre del Establecimiento	Registro Nuevo	Propietario	Cantón	Ciudad	Dirección	Categoría	Actividad	Teléfono
37	MARVENTO I	2403500587	NORA DEL CARMEN MENDIETA AGUILAR	SALINAS	SALINAS	CALLE DIGNO NUÑEZ Y AVE. ENRIQUEZ GALLOS	SEGUNDA	HOSTAL	04-2770975
38	TRAFALGAR	2403500649	NORRIS VERDESOTO PAUL JAMES	SALINAS	SALINAS	SECTOR CARBO VITERI AV. 15 A CUATRO CUADRAS DEL COLEGIO DOBRONSKI	SEGUNDA	HOSTAL	0967782386
39	VENETO	2403500738	FLORES CABRERA MARCO ANTONIO	SALINAS	SALINAS	AVENIDA 12 DE OCTUBRE Y LEONARDO AVILES	SEGUNDA	HOSTAL RESIDENCIA	04-2774876
40	IPANEMA	2403500752	ZURITA AVILA CHRISTIAN ALEXIS	SALINAS	SALINAS	SECTOR CARBO VITERIAV. 12 ENTRE CALLE 6 Y 7	SEGUNDA	HOSTAL	04-2770799
41	PLAYA DORADA HONVAC S.A.	2403500761	HOTELES ON VACATIONS HONVAC S.A.	SALINAS	SALINAS	LA MILINA A 500 METROS DE ANTENA DE TV CABLE	SEGUNDA	HOSTAL	04-2930647
42	OLA BRAVA	2403500781	CENTERDIVA S.A.	SALINAS	SALINAS	CHIPIPE AVENIDA 12 DE OCTUBRE Y LEONARDO AVILES	SEGUNDA	HOSTAL RESIDENCIA	04-2771881
43	PALMIRA INN	2403500797	LILLIEGREN PROCEL BRUNO NICOLAS	SALINAS	SALINAS	AVENIDA ENRIQUEZ GALLOS Y CALLE LUIS ALBERTO FLORES SECTOR CARBO VITERI	SEGUNDA	HOSTAL	04-2774937

Fuente: Elaboración propia basado en el Catastro Turístico de la Provincia de Santa Elena, Mnisterio de Turismo

Anexo B:

CUESTIONARIOS DE LAS ENCUESTAS

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

FACULTAD DE INGENIERÍA MARÍTIMA, CIENCIAS BIOLÓGICAS, OCEÁNICAS Y
RECURSOS NATURALES

LICENCIATURA EN TURISMO

“INSTRUCTIVO PARA COMERCIALIZACIÓN DE ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO DE SEGUNDA CATEGORÍA DEL CANTÓN SALINAS (SANTA ELENA) EN PLATAFORMAS DE RESERVAS ONLINE”

OBJETIVO: Conocer el nivel de uso de plataformas de reservas online por los establecimientos de alojamiento de segunda categoría del cantón Salinas-provincia de Santa Elena y definir sus ventajas y desventajas.

NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO _____

1. ¿Desde cuándo utiliza plataformas de reservas online?

0 - 11 meses <input type="checkbox"/>	1 – 3 años <input type="checkbox"/>	Más de 3 años <input type="checkbox"/>
---------------------------------------	-------------------------------------	--

2. ¿Cómo se enteró respecto a la utilidad de las plataformas de reservas online para promoción y venta de sus servicios?

Redes sociales <input type="checkbox"/>	Buscadores web <input type="checkbox"/>	Prensa impresa <input type="checkbox"/>
Publicidad en internet <input type="checkbox"/>	Flyers, volantes <input type="checkbox"/>	Televisión <input type="checkbox"/>
Otra <input type="checkbox"/>	¿Cuál? _____	

3. ¿Cuál de las siguientes plataformas de reservas online utiliza?

Booking <input type="checkbox"/>	Despegar <input type="checkbox"/>	Expedia <input type="checkbox"/>
Otra <input type="checkbox"/>	¿Cuál? _____	

4. ¿Con cuál de las siguientes plataformas de reservas online vende más?

Booking <input type="checkbox"/>	Despegar <input type="checkbox"/>	Expedia <input type="checkbox"/>
Otra <input type="checkbox"/>	¿Cuál? _____	

5. ¿Las ventas en su negocio han incrementado desde que utiliza plataformas de reservas online?

Sí <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
-----------------------------	-----------------------------

6. ¿Qué porcentaje de las ventas mensuales corresponden al uso plataformas de reservas online?

1-25 % 26-50 % 51-75 % 76-100 %

7. ¿Qué beneficios le ha traído utilizar plataformas de reservas online?

Más ventas Nuevos clientes
 Posicionamiento en la web Buenas comisiones de ventas
 Fácil acceso a la información de su hotel Buena imagen
 Buenos comentarios de los clientes Otro _____

8. ¿Qué desventajas o problemas le ha traído utilizar plataformas de reservas online?

Alto costo Sobrereserva
 (overbooking) Reservas ficticias
 Malas referencias en la red Competencia desleal
 Pérdida de clientes
 Otra _____

9. ¿Recomendaría el uso de plataformas de reservas online?

Sí No ¿Por qué? _____

10. ¿Cree que el aumento del nivel de utilización de plataformas de reservas online de establecimientos de hospedaje en Salinas le afectaría a su negocio? ¿Por qué?

Sí No ¿Por qué? _____

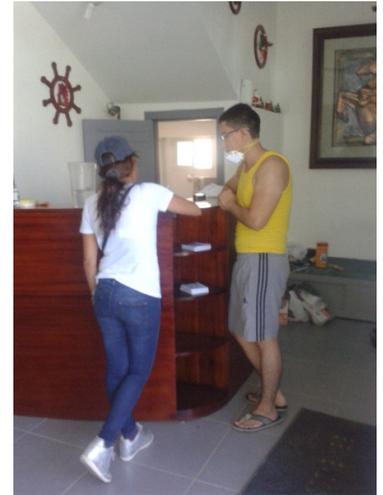
11. ¿Cuáles otras estrategias de marketing digital utiliza para promoción y venta de sus servicios? Ejemplo:

Publicidad en redes sociales Publicidad en buscadores web
 Publicidad en sitios web de viajes Mailing
 Página web del establecimiento Publicidad en sitios web turísticos
 Locales
 (cantonales, provinciales, nacionales)
 Otra ¿Cuál? _____

Encuestador: _____

Anexo C:

**REGISTRO FOTOGRÁFICO
LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN ENCUESTAS A
ESTABLECIMIENTOS USUARIOS DE LAS PRO
(ENERO 8 DE 2016)**





**“INSTRUCTIVO PARA
COMERCIALIZACIÓN DE
ESTABLECIMIENTOS DE
ALOJAMIENTO DE SEGUNDA
CATEGORÍA DEL CANTÓN SALINAS
PROVINCIA DE SANTA ELENA EN
PLATAFORMAS DE RESERVAS
ONLINE”**

Enero, 2016

CRÉDITOS:

Escuela Superior Politécnica del Litoral

Facultad de Ingeniería Marítima, Ciencias Biológicas, Oceánicas y Recursos Naturales
Licenciatura en Turismo

AUTORES:

Connie Raak Padilla
Nathaly Rivadeneira Lagos

REVISIÓN:

Msc. Rafael Arce Bastidas, Catedrático de la Licenciatura en Turismo-ESPOL
Msc. Wilmer Carvache, Catedrático de la Licenciatura en Turismo-ESPOL

Primera edición
Guayaquil - Ecuador, enero de 2016

Contenido

Introducción	4
Requerimientos para la utilización del instructivo	5
Definición de plataformas de reservas online	6
Proceso para creación de cuentas en plataformas de reservas online	12
Recomendaciones de uso:	32
Glosario de términos:	33
Fuentes de Consulta	34

Introducción

¿Cuál es el objetivo de este instructivo?

Contar con un documento guía que facilite el acceso a utilizar las diferentes plataformas de reservas online para la comercialización y promoción de establecimientos de alojamiento.

¿A quién está dirigido el instructivo?

A los propietarios y/o responsables de ventas y reservas de los establecimientos de alojamiento de segunda categoría del cantón Salinas-provincia de Santa Elena que deseen vender sus servicios a través de plataformas de reservas online.

¿Qué hacer antes de empezar a utilizar el instructivo?

- Crear una dirección de correo electrónico del hotel para que sea utilizada en las plataformas de reservas online.
- Disponer de fotografías de las diferentes áreas del hotel (habitaciones por tipo, áreas comunes, fachada, servicios disponibles, etc.) para que sean ingresadas al perfil a ser creado.

Requerimientos para la utilización del instructivo

1. Equipos y materiales

A continuación un listado sugerido para la creación de perfil en plataformas de reserva online:

Cantidad	Descripción	Observaciones
Equipos y materiales		
1	Computadora portátil	Contar con conexión a internet.
1	Ejemplar del instructivo	Previo al ingreso al sistema se debe llenar el presente instructivo con la información del hotel.
1	Cámara fotográfica	Disponer de fotografías de las diferentes áreas del hotel (habitaciones por tipo, áreas comunes, fachada, servicios disponibles, etc.).
1	Lápiz	Llenar los espacios en blanco con la información solicitada en cada apartado del instructivo.
Nota Importante:		
<p>Para la creación de un perfil en las plataformas de reservas online se debe contar con una dirección de correo electrónico del hotel para que sea utilizada en ese medio.</p>		
<p>Con el presente instructivo se pretende determinar los servicios y productos a ser promocionados y vendidos a través de las plataformas de reservas incluyendo precios y/o condiciones de los mismos.</p>		
<p>A través de las plataformas de reservas online se podrá también promocionar variedad de productos que son comercializados por el hotel a manera de intermediario tales como tours, transfers, servicio de alimentación, etc.</p>		

Definición de plataformas de reservas online

¿Qué son las plataformas de reservas online?



Una plataforma de reservas online es un sistema que permite la ejecución de diversas opciones (reserva, promoción, compra de diferentes servicios, etc.) bajo un mismo entorno, dando a los usuarios la posibilidad de acceder a ellas a través de internet.

Anotaciones
del lector

¿Por qué usar una plataforma de reserva online?

- El sector turístico es una de las fuentes de ingresos más importantes en la economía mundial. En la actualidad según el sitio web Interactivos.net (2015), el 80% de los usuarios finales utiliza internet para buscar información, comparar ofertas y reservar hoteles.
- En base a esa tendencia, existen las denominadas plataformas de reservas online en las cuales se puede consultar, reservar y comprar lo que se necesite para viajar.
- Cada vez es más común que los turistas prefieran los establecimientos que poseen comentarios positivos de otros clientes y/o una calificación alta en relación a los demás dentro de las plataformas.

¿Qué ocurre en Salinas?

- A la presente fecha los establecimientos de alojamiento que más se benefician de las plataformas de reservas online son los categorizados como de lujo y de primera.
- Se puede concluir que de los 116 establecimientos de alojamiento registrados ante el Ministerio de Turismo de Salinas, la segunda categoría es la que registra mayor número con 43 establecimientos (37,07%).
- El desconocimiento del uso y beneficios de las plataformas de reservas online por parte 23 de 43 establecimientos de alojamiento de segunda categoría del cantón Salinas hace que el destino pierda competitividad. Es decir **usted tiene una oportunidad de incrementar sus ventas.**
- Los turistas cada vez usan más las plataformas de reservas online y **usted no debe quedarse fuera de esta forma de vender.**



¿Sabía usted?

Que una de las ventajas actuales es que cada vez las plataformas virtuales son operadas sin problemas, puesto que el tipo de máquina de un usuario no es una barrera que impida acceder a los recursos de este tipo de entornos.

¿Qué debo saber sobre el turismo en Ecuador?

- El sector turístico es una de las fuentes de ingresos más importantes en la economía mundial y en la actualidad según el sitio web Interactivos.net (2015), el 80% de los usuarios finales utiliza internet para buscar información, comparar ofertas y reservar hoteles.
- De acuerdo a lo señalado por Castellanos (2013) en su artículo denominado “El Turismo en un Ecuador Megadiverso” publicado en la Revista Gestión de Octubre del 2013, el Ecuador es uno de los 17 países más megadiversos del mundo.
- En el año 2014 el turismo dejó aproximadamente 1.487 millones de dólares gracias al arribo de 1.557.000 turistas extranjeros.
- Según el Ministerio de Turismo del Ecuador, el 40% de los ecuatorianos viaja anualmente por los diferentes destinos turísticos del país generando así una dinamización económica de alrededor de 5.000 millones de dólares.
- Es usual que el destino Salinas en feriados registre hasta un 70% de ocupación hotelera. Se conoce que quienes más se benefician de esta demanda son los establecimientos de alojamiento con categoría lujo y primera, muchos de los cuales utilizan plataformas de reserva online.

Turismo en el Ecuador

Una oportunidad



Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador

¿Qué beneficios ha traído utilizar plataformas de reservas online a los hoteles de segunda categoría de Salinas?

92

Anotaciones
del lector

- 7 de 13 establecimientos de Salinas consideran haber aumentado sus ventas gracias a las plataformas de reservas online.
- 7 de 13 establecimientos de Salinas consideran que de sus ventas mensuales en promedio entre el 26 y 50% se genera a través de las plataformas de reserva online.
- Entre los beneficios que las plataformas de reservas online brindan a los establecimientos afiliados de Salinas se tiene el aumento de las ventas, posicionamiento en la web, fácil acceso a la información del hotel, buena imagen, buenos comentarios y nuevos clientes.



Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Salinas

¿Cuáles son las principales plataformas de reservas online a nivel mundial?

A nivel mundial existen variedad de plataformas de reservas online y sitios con similares usos y a manera de ejemplo se pueden citar los siguientes:



El presente instructivo ha sido diseñado para que pueda ser utilizado en cualquier plataforma de reservas online puesto que la información requerida guarda similitud entre ellas. En la investigación realizada en el mes de enero del 2016 entre los establecimientos de Salinas que utilizan este tipo de herramientas se definió a Booking como la más utilizada seguida por Despegar.

¿Qué información requiero ingresar en las plataformas de reservas online?

A lo largo del presente instructivo vamos a ir recopilando información relevante y necesaria para poder comercializar nuestro establecimiento en las diferentes plataformas de reservas online.

A breves rasgos, los aspectos de nuestro establecimiento que vamos a tratar son los siguientes:

I N F O R M A C I Ó N	<ol style="list-style-type: none">1) Nombre del establecimiento y del usuario responsable2) Información General3) Información del establecimiento4) Información de las habitaciones5) Servicios6) Fotos
---	--

Proceso para creación de cuentas en plataformas de reservas online

El apartado que inicia a continuación tiene como objetivo conocer la información requerida por la mayor parte de las plataformas de reservas online y que serán ingresadas en dichos sitios de internet. Se recomienda que durante el proceso de lectura se vayan definiendo las respuestas a dichas preguntas para que al momento de ingresar y crear un perfil se conozca cada uno de los campos requeridos.

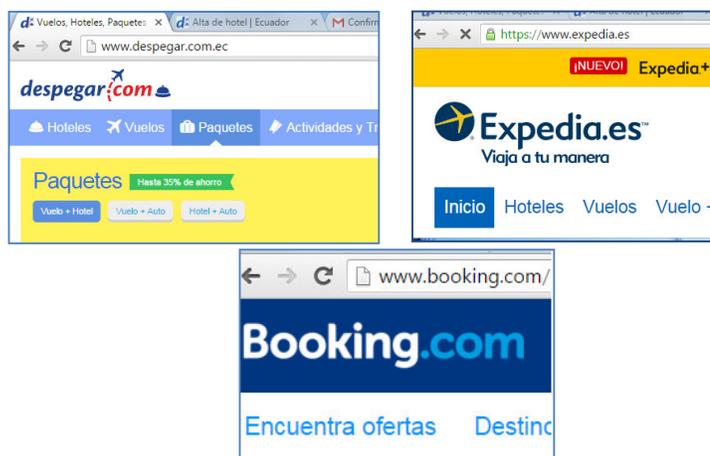
Las capturas de pantalla mostrados en este apartado han sido obtenidas del sitio web www.booking.com por ser la plataforma más reconocida entre los establecimientos de alojamiento de segunda categoría del cantón Salinas. La información posible a ser ingresada corresponde a los datos solicitados por las plataformas de booking, despegar y expedia, las más utilizadas en nuestro medio.

En caso de existir palabras desconocidas, estas estarán definidas en el apartado de glosario.

1.- Elección de la plataforma de reservas online: Antes de comenzar el proceso para creación de una cuenta en una plataforma de reservas es importante escoger el sitio o los sitios a los cuales desea pertenecer, Por ejemplo:

- <http://www.booking.com>
- <http://www.despegar.com.ec/>
- <https://www.expedia.es/p/network-affiliate>

2.- Ingreso al sitio web: Una vez que lo anterior haya sido decidido, se debe ingresar al sitio web deseado para empezar con el registro.



Este tipo de sitios permiten la creación de cuentas a los viajeros para tener registro de las reservaciones realizadas por este medio. Sin embargo en el presente instructivo sólo se busca guiar al lector en el proceso de creación de cuentas para hoteleros.

Como paso inicial en la creación de cuentas hoteleras en las plataformas de reservas online se debe ubicar en la parte inferior de la página principal la opción que nos permita crear una cuenta para nuestro hotel.

[Incluye tu alojamiento](#)

[Anuncia tu hotel](#)

[Registre su hotel](#)

Ingrese con lápiz la información solicitada a lo largo del instructivo en los espacios en blanco.

Anotaciones del lector

3.- Ingreso de información general y de contacto del hotel: Una vez que se ha accedido a la opción para creación de cuenta en la plataforma virtual es importante contar a la mano con información general del establecimiento tales como:

Información del Hotel
Los campos marcados con * son obligatorios

Nombre Hotel: *

Establecimiento:

¿Cómo nos conoció?:

Categoría: *

Ciudad: *

Lenguaje de Preferencia:

Información del Contacto para Contratación

Nombre: *

Cargos: *

Correo Electrónico: *

Apellidos: *

Teléfono: *

Fuente: www.booking.com

Información del hotel

- Nombre del Hotel
- Tipo de Establecimiento

Escoger entre:

(apart hotel, bed and breakfast, boutique hotel, cabañas, hostel, hotel, agroturismo, lodge, albergue, motel, camping, hotel, resort, etc.)

- Categoría
(lujo o 5*, primera o 4*, segunda o 3*, tercera o 2*, etc.)

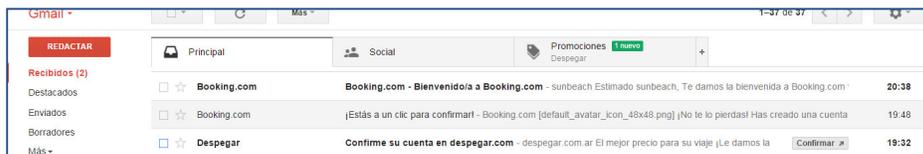
Información de contacto del hotel

- Nombre
- Apellido
- Cargo
- Teléfono
- Correo Electrónico



Algunas plataformas de reservas sólo permiten crear la cuenta e ingresar la información general del hotel y de contacto. Posterior a eso se deberá esperar la llamada y continuar los pasos que se nos indiquen durante la misma.

Nota importante: Algunas plataformas de reservas online generan automáticamente un mensaje vía correo electrónico. Se debe proceder a ingresar al email, abrir el mensaje y seguir las instrucciones presentes en él, siendo en la mayoría de los casos dar un click en el link recibido para poder activar la nueva cuenta.



Fuente: www.gmail.com

4.- Ingreso de información de ubicación del hotel: Una vez que la información ingresada anteriormente ha sido enviada se debe continuar el formulario donde se requerirán datos como:

Dirección del establecimiento

Asegúrate de introducir la dirección completa, con el nombre del edificio, el número del apartamento, etc. Una vez te hayas registrado, te enviaremos una carta para verificar la dirección.

País: Ciudad:

Dirección: Código postal:

Número de teléfono (en caso de que Booking.com tenga preguntas sobre tu registro):

Esta es la ubicación exacta que daremos a los clientes. Si necesitas modificarla, haz clic en el marcador y arrástralo hasta la ubicación correcta.

Fuente: www.booking.com

Ingrese con lápiz la información solicitada a lo largo del instructivo en los espacios en blanco.

Anotaciones del lector

- País
- Ciudad
- Dirección
- Código Postal
- Teléfono

Ingrese con lápiz la información solicitada a lo largo del instructivo en los espacios en blanco.

Es usual que adicional a haber ingresado la dirección exacta de nuestro hotel debamos ingresarlo manualmente (con el mouse) dentro del plano de nuestra ciudad.

Anotaciones del lector



Fuente: www.booking.com

5.- Ingreso de información de servicios y políticas del hotel: A partir de este momento vamos a comenzar a describir el o los productos que nuestro hotel ofrece y que contempla variedad de información tanto para nuestro huésped como para diferenciarnos de la competencia.

En las imágenes a continuación se encontrarán espacios en blancos que deberán ser llenados por el lector.

Horario del check in y check out

Definir:

Hora de entrada		Hora de salida	
Desde	hasta (opcional)	Desde (opcional)	hasta
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

Fuente: www.booking.com

Disponibilidad de internet

En lo que respecta a internet se debe definir e indicar con una equis (X) lo siguiente:

¿Hay conexión a internet disponible para los huéspedes?		
Sí	Gratis	Wifi <input type="checkbox"/>
		Por Cable <input type="checkbox"/>
	Pagado	Wifi <input type="checkbox"/>
		Por Cable <input type="checkbox"/>
		Precio _____
No disponible		<input type="checkbox"/>

Disponibilidad del internet	Zonas comunes	<input type="checkbox"/>
	Algunas habitaciones	<input type="checkbox"/>
	Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/>
	Todo el establecimiento	<input type="checkbox"/>

Fuente: Elaboración propia

Ingrese con lápiz la información solicitada a lo largo del instructivo en los espacios en blanco.

Anotaciones del lector

Aparcamiento o Parqueo

En lo que respecta a aparcamiento se debe definir e indicar con una equis (X) lo siguiente:

¿Hay parqueadero disponible para los huéspedes?		
Sí	Gratis	<input type="checkbox"/>
	Pagado	<input type="checkbox"/>
		Precio _____
No disponible		<input type="checkbox"/>

Fuente: Elaboración propia

El parqueadero disponible es:	
Público	<input type="checkbox"/>
Privado	<input type="checkbox"/>
Dentro del hotel	<input type="checkbox"/>
Fuera del hotel	<input type="checkbox"/>
¿Hay que reservarlo con antelación?	Sí <input type="checkbox"/>
	No <input type="checkbox"/>

Fuente: Elaboración propia

Servicio de desayuno:

En lo que respecta a disponibilidad de desayunos, se debe definir e indicar con una equis (X) lo siguiente:

¿Hay desayuno disponible para los huéspedes?		
Sí	Gratis	<input type="checkbox"/>
	Pagado	<input type="checkbox"/>
No disponible		<input type="checkbox"/>

Fuente: Elaboración propia

¿Qué tipo de desayuno está disponible para los huéspedes?		
Tipo de desayuno	Disponible (Sí/No)	Precio
Continental	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Americano	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Buffet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vegetariano	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Fuente: Elaboración propia

Facilidades para alojar a:

Se debe definir e indicar con una equis (X) lo correspondiente a facilidades para alojar en nuestro hotel de acuerdo al siguiente cuadro:

Niños	Sí		
	No		
Mascotas	Sí	Gratis	
		Pagado	
	Bajo Petición	Gratis	
		Pagado	
No			

Fuente: Elaboración propia

Idiomas del staff del hotel:

Elegir de una lista uno o más idiomas que habla el personal de nuestro hotel.

Fuente: www.booking.com

Actividades disponibles:

- Definir y anotar una equis (X) en la opción disponible.
- Indicar al lado de la opción, según corresponda, sí el mencionado servicio es gratis o tiene recargo adicional. Definir precios.

Fuente: www.booking.com

Ingrese con lápiz la información solicitada a lo largo del instructivo en los espacios en blanco.

Anotaciones del lector

Disponibilidad de Alimentos y bebidas

- Definir y anotar una equis (X) en la opción disponible.
- Indicar al lado de la opción, según corresponda, sí el mencionado servicio es gratis o tiene recargo adicional. Definir precios.

Comida y bebida

Indica las opciones disponibles.

<input checked="" type="checkbox"/> Restaurante	<input type="checkbox"/> Barbacoa
<input type="checkbox"/> Restaurante (a la carta)	<input type="checkbox"/> Máquina expendedora (bebidas)
<input type="checkbox"/> Restaurante (buffet)	<input type="checkbox"/> Máquina expendedora (aperitivos)
<input type="checkbox"/> Indica las opciones disponibles.	<input type="checkbox"/> Menús dietéticos (bajo petición)
<input type="checkbox"/> Snack-bar	<input checked="" type="checkbox"/> Servicio de habitaciones
<input type="checkbox"/> Servicio de entrega de comestibles	<input checked="" type="checkbox"/> Desayuno en la habitación
<input type="checkbox"/> Almuerzos para llevar	

Fuente: www.booking.com

Disponibilidad de instalaciones para relajación

- Definir y anotar una equis (X) en la opción disponible.
- Indicar al lado de la opción, según corresponda, sí el mencionado servicio es gratis o tiene recargo adicional. Definir precios.

Piscina y bienestar

Indica qué instalaciones están disponibles en tu establecimiento por temporada o durante todo el año.

<input type="checkbox"/> Piscina cubierta	<input type="checkbox"/> Spa y centro de bienestar
<input type="checkbox"/> Piscina interior (de temporada)	<input type="checkbox"/> Sauna
<input type="checkbox"/> Piscina interior (todo el año)	<input type="checkbox"/> Hammam
<input type="checkbox"/> Piscina al aire libre	<input type="checkbox"/> Bañera de hidromasaje
<input type="checkbox"/> Piscina al aire libre (de temporada)	<input type="checkbox"/> Gimnasio
<input type="checkbox"/> Piscina al aire libre (todo el año)	<input type="checkbox"/> Solárium
<input type="checkbox"/> Zona privada de playa	<input type="checkbox"/> Baños termales
<input type="checkbox"/> Situado frente a la playa	<input type="checkbox"/> Masajes

Fuente: www.booking.com

Ingrese con lápiz la información solicitada a lo largo del instructivo en los espacios en blanco.

Anotaciones del lector

Disponibilidad de transportación para huéspedes

- Definir y anotar una equis (X) en la opción disponible.
- Indicar al lado de la opción, según corresponda, sí el mencionado servicio es gratis o tiene recargo adicional. Definir precios.

Transporte

Indica el transporte del que dispone tu establecimiento o que se puede organizar para los clientes.

<input type="checkbox"/> Bicicletas disponibles (gratis)	<input type="checkbox"/> Traslado aeropuerto (gratis)
<input type="checkbox"/> Alquiler de bicicletas	<input type="checkbox"/> Servicio de traslado (gratis)
<input type="checkbox"/> Alquiler de coches	<input type="checkbox"/> Servicio de traslado (de pago)
<input type="checkbox"/> Traslado aeropuerto (de pago)	

Fuente: www.booking.com

Disponibilidad de servicio de recepción para huéspedes

- Definir y anotar una equis (X) en la opción disponible.
- Indicar al lado de la opción, según corresponda, sí el mencionado servicio es gratis o tiene recargo adicional. Definir precios.

Servicios de recepción

<input type="checkbox"/> Recepción 24 horas	<input type="checkbox"/> Cajero automático
<input type="checkbox"/> Registro de entrada / salida privado	<input type="checkbox"/> Servicio de aparcacoches
<input type="checkbox"/> Registro de entrada y salida exprés	<input type="checkbox"/> Guardaequipaje
<input type="checkbox"/> Servicio de conserjería	<input type="checkbox"/> Taquillas
<input type="checkbox"/> Venta de entradas	<input type="checkbox"/> Caja fuerte
<input type="checkbox"/> Información turística	<input type="checkbox"/> Prensa
<input type="checkbox"/> Cambio de moneda	

Fuente: www.booking.com

Ingrese con lápiz la información solicitada a lo largo del instructivo en los espacios en blanco.

Anotaciones del lector

Disponibilidad de zonas comunes y servicio de ocio para familias

103

- Definir y anotar una equis (X) en la opción disponible.
- Indicar al lado de la opción, según corresponda, sí el mencionado servicio es gratis o tiene recargo adicional. Definir precios.

The image shows a screenshot of a Booking.com form. The first section is titled 'Zonas comunes' and contains a grid of checkboxes for various amenities: Jardín, Terraza, Terraza / solárium, Cocina compartida, Zona TV/salón compartidos, Sala de juegos, Biblioteca, and Capilla. The second section is titled 'Oferta de ocio y servicios para familias' and includes a sub-section 'Indica si ofreces servicios o actividades de ocio para niños y adultos en tu establecimiento.' followed by checkboxes for: Entretenimiento nocturno, Discoteca / DJ, Casino, Karaoke, Personal de animación, Club infantil, Zona de juegos infantil, and a checkbox to indicate seasonal availability of installations.

Fuente: www.booking.com

Disponibilidad de servicios de limpieza, instalaciones de negocios y tiendas.

- Definir y anotar una equis (X) en la opción disponible.
- Indicar al lado de la opción, según corresponda, sí el mencionado servicio es gratis o tiene recargo adicional. Definir precios.

The image shows a screenshot of a Booking.com form. The first section is titled 'Servicios de limpieza' and contains checkboxes for: Servicio de limpieza en seco, Servicio de planchado, Servicio de lavandería, Servicio diario de camarera de pisos, Limpiabotas, and Plancha para pantalones. The second section is titled 'Instalaciones de negocios' and contains checkboxes for: Salas de reuniones / banquetes, Centro de negocios, Fax / fotocopidora. The third section is titled 'Tiendas' and includes a sub-section 'Indica qué tiendas hay en tu establecimiento.' followed by checkboxes for: Tiendas, Colmado, Peluquería / salón de belleza, and Tienda de recuerdos.

Fuente: www.booking.com

Ingrese con lápiz la información solicitada a lo largo del instructivo en los espacios en blanco.

Anotaciones del lector

Otros aspectos

- Definir y anotar una equis (X) en la opción disponible.
- Indicar al lado de la opción, según corresponda, sí el mencionado servicio es gratis o tiene recargo adicional. Definir precios.

Varios

<input type="checkbox"/> Solo para adultos	<input type="checkbox"/> Ascensor
<input type="checkbox"/> Habitaciones aptas para alérgicos	<input type="checkbox"/> Habitaciones insonorizadas
<input type="checkbox"/> Prohibido fumar en todo el establecimiento	<input type="checkbox"/> Suite nupcial
<input type="checkbox"/> Zona de fumadores	<input type="checkbox"/> Habitaciones con servicios VIP
<input type="checkbox"/> Habitaciones no fumadores	<input checked="" type="checkbox"/> Aire acondicionado
<input type="checkbox"/> Indica si ofreces servicios o actividades de ocio para niños y adultos en tu establecimiento.	<input type="checkbox"/> Calefacción

Por favor, comprueba que tus instalaciones cumplen con la normativa local antes de marcar esta opción.

Fuente: www.booking.com

6.- Ingreso de información de las habitaciones: En este apartado se deberá detallar las características de las habitaciones disponibles en nuestro hotel. Procurar ser lo más detallista posible y colocar siempre información veraz.

Tipo de habitaciones	Individual	Doble	Doble (dos camas)	Triple	Cuádruple	Familiar	Suite	Apartamento	Habitación compartida
# hab. para fumadores									
# hab. para no fumadores									
Precio									

Fuente: Elaboración propia

Tipo de habitaciones	# camas individuales	# camas dobles	Literas	Sofacama	Futón
Individuales					
Doble					
Doble con dos camas					
Triple					
Cuádruple					
Familiar					
Suite					
Apartamentos					
Habitación compartida					

Fuente: Elaboración propia

Ingrese con lápiz la información solicitada a lo largo del instructivo en los espacios en blanco.

Anotaciones del lector

Otros servicios en las habitaciones

105

- Contestar las preguntas que constan a continuación:

Servicios
¡Ya casi estás! Solo necesitamos saber un poco más sobre las opciones que ofreces para camas supletorias y sobre las instalaciones, características y servicios disponibles.

Camas supletorias
Estos son los tipos de cama que se pueden añadir bajo petición.

¿Ofreces camas supletorias?
 Sí No

Selecciona el número de camas supletorias que se pueden añadir.
1

Marca la casilla si los siguientes huéspedes pueden dormir en camas supletorias.

- Niños de hasta 2 años en cunas
- Niños
- Adultos

Fuente: www.booking.com

- Indicar el precio por noche por la utilización de camas supletorias para los siguientes tipos de huéspedes:

Tipo de huésped	Precio por noche por cama supletoria
Niños hasta 2 años (cunas)	USD \$
Niños hasta 6 años	USD \$
Niños hasta 12 años	USD \$
Niños hasta 16 años	USD \$
Adultos	USD \$

Fuente: Elaboración propia

Otros servicios en las habitaciones:

- Definir y anotar una equis (X) en la opción disponible.
- Indicar al lado de la opción, según corresponda, sí el mencionado servicio es gratis o tiene recargo adicional. Definir precios.
- De estar dicho servicio disponible sólo en algunas habitaciones, definir en cuales habitaciones se presta ese servicio.

Ingrese con lápiz la información solicitada a lo largo del instructivo en los espacios en blanco.

Anotaciones del lector

Ingrese con lápiz la información solicitada a lo largo del instructivo en los espacios en blanco.

Anotaciones del lector

Tendedero portátil	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
Aire acondicionado	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
Amario	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
Suelo de moqueta	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
Vestidor	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
Camas extra largas (más de 2 metros)	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
Ventilador	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
Chimenea	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
Calefacción	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
Habitaciones comunicadas disponibles	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
Plancha para ropa	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
Equipo de planchado	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
Mosquitera	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
Entrada privada	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
Caja fuerte	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
Sofá	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
Insonorización	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
Zona de estar	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
Suelo de baldosa/mármol	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
Plancha para pantalones	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
Suelo de madera/parquet	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
Escritorio	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
Apta para alérgicos	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
Productos de limpieza	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
Mantas eléctricas	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones

Fuente: www.booking.com

Ingrese con lápiz la información solicitada a lo largo del instructivo en los espacios en blanco.

Anotaciones del lector

Otros servicios en las habitaciones:

Baños

- Definir y anotar una equis (X) en la opción disponible.
- Indicar al lado de la opción, según corresponda, sí el mencionado servicio es gratis o tiene recargo adicional. Definir precios.
- De estar dicho servicio disponible sólo en algunas habitaciones, definir en cuales habitaciones se presta ese servicio.

Baño		
Bañera	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
Bidé	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
Bañera o ducha	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
Albomoz	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
Baño	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
Artículos de aseo gratuitos	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
Secador de pelo	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
Bañera de hidromasaje	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
Baño compartido	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
Ducha	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
Zapatillas	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
Aseo	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones

Fuente: www.booking.com

Otros servicios en las habitaciones:

Equipamiento audiovisual y tecnológico

- Definir y anotar una equis (X) en la opción disponible.
- Indicar al lado de la opción, según corresponda, sí el mencionado servicio es gratis o tiene recargo adicional. Definir precios.
- De estar dicho servicio disponible sólo en algunas habitaciones, definir en cuales habitaciones se presta ese servicio.

Equipamiento audiovisual y tecnológico		
Ordenador	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
Videconsola	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
Videconsola - Nintendo Wii	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
Videconsola - PS2	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
Videconsola - PS3	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
Videconsola - Xbox 360	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
Ordenador portátil	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
iPad	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
Canales por cable	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
Reproductor de CD	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
Reproductor de DVD	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
Fax	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
Soporte para iPod	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
Caja fuerte con capacidad para ordenador portátil	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
TV de pantalla plana	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
Canales de pago	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
Radio	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
Canales vía satélite	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
Teléfono	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
TV	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
Vídeo	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
Videjuegos	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
Reproductor de Blu-ray	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones

Ingrese con lápiz la información solicitada a lo largo del instructivo en los espacios en blanco.

Anotaciones del lector

Otros servicios en las habitaciones:

109

Comida y bebida

- Definir y anotar una equis (X) en la opción disponible.
- Indicar al lado de la opción, según corresponda, sí el mencionado servicio es gratis o tiene recargo adicional. Definir precios.
- De estar dicho servicio disponible sólo en algunas habitaciones, definir en cuales habitaciones se presta ese servicio.

Ingrese con lápiz la información solicitada a lo largo del instructivo en los espacios en blanco.

Anotaciones del lector

Comida y bebida		
Zona de comedor	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
Mesa de comedor	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
Barbacoa	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
Fogones	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
Tostadora	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
Hervidor eléctrico	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
Zona de comedor exterior	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
Muebles de exterior	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
Minibar	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
Zona de cocina	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
Utensilios de cocina	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
Microondas	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
Frigorífico	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
Tetera/Cafetera	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones

Fuente: www.booking.com

Otros servicios en las habitaciones:

110

Servicios extras

- Definir y anotar una equis (X) en la opción disponible.
- Indicar al lado de la opción, según corresponda, sí el mencionado servicio es gratis o tiene recargo adicional. Definir precios.
- De estar dicho servicio disponible sólo en algunas habitaciones, definir en cuales habitaciones se presta ese servicio.

Servicios y extras		
Acceso al salón ejecutivo	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
Reloj despertador	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
Servicio de despertador	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
Servicio de despertador/Reloj despertador	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
Ropa de cama	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
Toallas	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
Toallas/sábanas con suplemento	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
Vistas y exteriores		
Balcón	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
Patio	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
Vistas	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
Terraza	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
Vistas a la ciudad	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
Vistas al jardín	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
Vistas al lago	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
Vistas a un lugar de interés	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
Vistas a la montaña	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
Vistas a la piscina	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
Vistas al río	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones
Vistas al mar	<input type="checkbox"/> Todas las habitaciones	<input type="checkbox"/> Algunas habitaciones

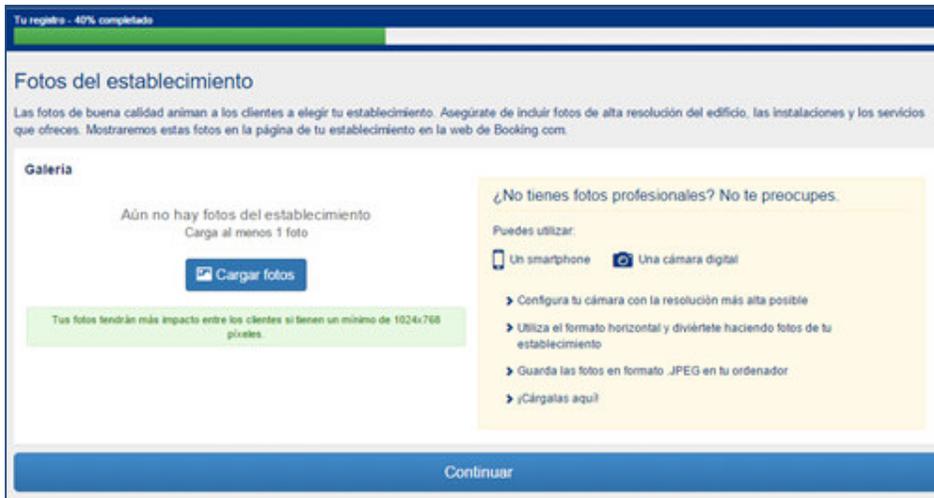
Ingrese con lápiz la información solicitada a lo largo del instructivo en los espacios en blanco.

Anotaciones del lector

7.- Ingreso de fotografías del hotel:

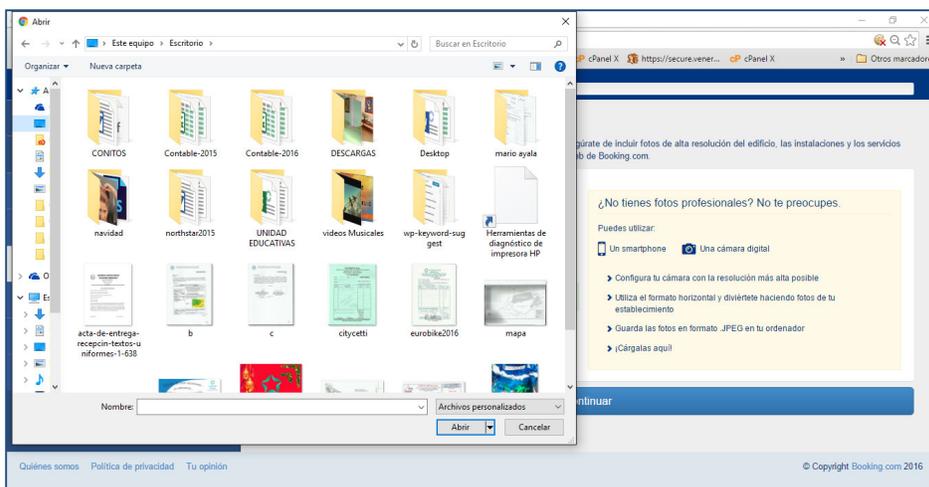
El ingreso de fotografías de las diferentes áreas del hotel será de mucha importancia al momento de promocionar nuestros productos.

Se recomienda que las fotos elegidas provengan directamente de celulares y/o cámaras digitales para que sean del tamaño adecuado y mantengan la calidad requerida. En muchos casos, el utilizar fotografías guardadas en nuestras redes sociales hará que sean de baja calidad y poco atractivas.



Fuente: www.booking.com

Se recomienda tener en nuestro computador las fotografías separadas en carpeta por tipo de habitación (sencilla, matrimonial, doble, triple, etc.), áreas comunes (jardín, lobby, sala de estar, etc.), exteriores (fachada, parqueadero, patio, etc.) para así tener más facilidad al momento de escoger las mismas para cada sección del hotel.



Fuente: www.booking.com

Ingrese con lápiz la información solicitada a lo largo del instructivo en los espacios en blanco.

Anotaciones del lector

Una vez que las fotos hayan sido subidas al sistema podrán ser observadas dentro de una galería correspondiente a nuestro hotel, tal como se observa a continuación:



Fuente: www.booking.com

Hasta este momento se ha subido toda la información de nuestro hotel respecto a habitaciones, servicios y facilidades existentes por lo que toca se definan las formas de pago aceptadas por nosotros y que deberán seguir nuestros clientes.

Información a considerar	Respuesta	
Acepta pagos por tarjeta de crédito	Sí	
	No	
Los pagos deben ser efectuados	Hasta 7 días antes de la llegada	
	Hasta 3 días antes de la llegada	
	Día de llegada	
	En la primera noche	

Fuente: Elaboración Propia

Ingrese con lápiz la información solicitada a lo largo del instructivo en los espacios en blanco.

Anotaciones del lector

Pagos y condiciones

[Esta es la última sección para registrar tu establecimiento! Indica la forma de pago que aceptas, los datos sobre los impuestos y otras opciones, como por ejemplo notificaciones de texto para las nuevas reservas y proveedores de gestión de canales (channel management).]

Opciones de pago para los clientes

Los clientes pueden garantizar su reserva a través de Booking.com B.V. con las principales tarjetas de crédito. Sin embargo, puedes especificar la forma de pago que aceptas para el pago de la estancia en tu establecimiento.

¿Aceptas tarjetas de crédito o débito en tu establecimiento?

Sí No Informaremos a los clientes de que solo aceptas pagos en efectivo.

Pago por adelantado y condiciones de cancelación

¿Con cuántos días de antelación los clientes pueden cancelar sin cargos? o los clientes pagarán el 100% de la primera noche.

El cliente debe cancelar antes de las 18:00 del día de llegada o pagará el 100% del importe de la primera noche.
Atención: Puedes realizar cambios en tus condiciones más adelante. Ahora es necesario para que puedas empezar.

Impuestos

Indica el IVA o el impuesto municipal para que los clientes sepan qué está incluido en el precio de su estancia.

Configuración de IVA/impuestos

● Opciones por defecto (Normalmente, el 12 % no está incluido en el precio de las habitaciones en Guayaquil)

Personalizado

Impuesto municipal

● Opciones por defecto (Normalmente, el 1 US\$ por noche no está incluido en el precio de las habitaciones en Guayaquil)

Personalizado

Personalizado

Impuesto municipal

● Opciones por defecto (Normalmente, el 1 US\$ por noche no está incluido en el precio de las habitaciones en Guayaquil)

Personalizado

Notificaciones por SMS

¿Te gustaría recibir notificaciones por SMS?

Sí No

Datos de facturación

La dirección que introduzcas a continuación aparecerá en las facturas de comisión que recibirás y pagarás a Booking.com.

Selecciona el destinatario de la factura

¿La dirección del destinatario es la misma que la del establecimiento?

Sí No

Channel manager ¿Qué es un channel manager?

¿Trabajas con algún channel manager o proveedor de XML para gestionar tus tarifas y disponibilidad?

Sí No

Continuar

Fuente: www.booking.com

Cada plataforma de reserva online tiene sus propias condiciones y políticas respecto a las comisiones requeridas por usar el servicio. Es recomendable leer detenidamente lo que les detalla.

Servicios

Fotos del establecimiento

✓ Pagos y condiciones

Acuerdo

Vista previa

Acuerdo de Colaboración con Booking.com B.V.

entrio: Booking.com B.V.
Havengracht 587
1017 CE Amsterdam
Holanda

Registro de la Cámara de Comercio e Industria de Amsterdam.
número de inscripción: 31047344, NIF - número de IVA: NL0027458851, número de registro en la autoridad neerlandesa de protección de datos: 1283245.

y tú, el Alojamiento

Nombre del establecimiento
Sea Beach Hostel

Persona de contacto
Connie Alejandra Raak Padilla

Razón social
Empresario individual Connie Alejandra Raak Padilla

*Si el establecimiento es de un particular, introduce el nombre y apellido del propietario.

Dirección (entidad jurídica)
24 de mayo y calle malecón, 240209, Guayaquil, Ecuador

Acuerdan lo siguiente:

Porcentaje de comisión
El porcentaje de comisión será del 12%. ¿Qué comiso por la comisión sea por?

Ejecución y cumplimiento
El Acuerdo solo se hará efectivo tras la aprobación y confirmación de Booking.com B.V.

Condiciones generales
Este Acuerdo está sujeto y se rige por las condiciones generales (los "Términos y Condiciones"). El alojamiento manifiesta que ha leído y acepta los términos y condiciones.

Fecha
10 ene 2016

Marca las dos casillas que encontrarás a continuación:

Certifico que esta es una empresa de alojamiento legal y que cuenta con todas las licencias y permisos necesarios, los cuales pueden mostrarse a primer requerimiento. Booking.com B.V. se reserva el derecho de verificar e investigar cualquier dato que proporciones durante el registro.

He leído y acepto los términos y condiciones.

Certifico que la Empresa Tercera Parte puede confirmar y garantizar que dispone de derechos únicos y exclusivos para comercializar, promocionar, distribuir y poner el Alojamiento a disposición por ella misma o mediante sus socios de distribución.

Certifico que la Empresa Tercera Parte puede ser responsable de (y debe actuar, prestar y proporcionar diligentemente) los servicios de gestión del alojamiento en el mismo establecimiento tales como entrega de llaves, servicio de atención al cliente en el establecimiento, servicio de ropa de cama/toallas (si corresponde) o limpieza.

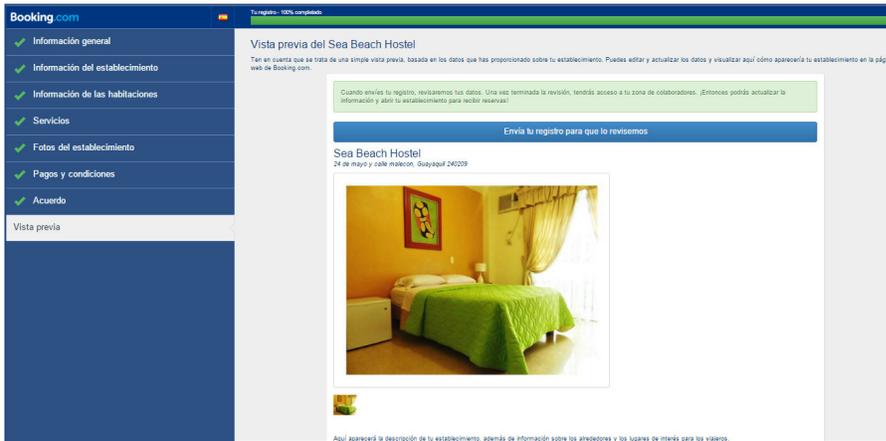
Continuar

Fuente: www.booking.com

Ingrese con lápiz la información solicitada a lo largo del instructivo en los espacios en blanco.

Anotaciones del lector

Una vez que el proceso de ingreso de información y fotografías así como la aceptación de las condiciones de pago estipuladas por el propietario de la plataforma de reserva han sido llevadas a cabo se podrá visualizar el perfil tal como el cliente lo observará y así el proceso ha finalizado.



Fuente: www.booking.com

Tipos de habitación del Sea Beach Hostel			
	Condiciones	Capacidad personas/muebles	Precio por noche
Habitación Individual Aquí es donde mostramos a los clientes algunas de las características de tu alojamiento que más destacan, además de los tipos de cama disponibles y las condiciones que tengas para niños o mascotas. Instalaciones: Patio, Zona de cocina, Bañón, Bañera o ducha Tamaño: 0 m ²	Desayuno incluido	▲	US\$ 50

Instalaciones del Sea Beach Hostel	
Transporte	Servicio de traslado (de pago)
Varios	Suite nupcial, Awe acondicionado
Zonas comunes	Tarrazo y salón, Zona TV/visión compartidos, Tarrazo
Servicios de recepción	Servicio de consejería, Venta de entradas, Cambio de moneda, Información turística, Recepción 24 horas
Piscina y bienestar	Piscina interior (de temporada), Piscina interior (todo el año)
Comida y bebida	Móquina expendedora (aperitivos), Menús dietéticos (bajo petición), Desayuno en la habitación, Servicio de habitaciones, Pastelería
Internet	Conexión WiFi gratuita en todo el establecimiento
Aparcamiento	No hay parking

Condiciones del Sea Beach Hostel	
Hora de entrada	14:00
Hora de salida	13:00
Cancelación / Pre pago	Todas las reservas son 100% reembolsables.
Mascotas	Se admiten mascotas. Pueden comportar suplementos.
Tarjetas de crédito aceptadas	No se aceptan tarjetas de crédito o débito como forma de pago.
Configuración de IVA/impuestos	12 % IVA no incluido
Impuesto municipal	1 USD por noche no incluido

Fuente: www.booking.com

Recomendaciones de uso:

- Para evitar el pago por reservaciones recibidas y cuyos huéspedes no asistieron, es importante tener claras las políticas, plazos y procedimientos de las plataformas de reservas online sobre los “No Shows”.
- Los precios presentes en las plataformas de reservas son los que deberán ser cobrados a los huéspedes. Las plataformas no reciben dinero directamente de ellos, por eso los ingresos generados por las PRO se generan exclusivamente de las comisiones mensuales cobradas a los hoteles afiliados.
- La responsabilidad de abrir o cerrar fechas es exclusiva de los hoteles. Tomar en cuenta especialmente en fechas de temporada para actualizar sus tarifas ya que la que se refleja en el sistema es la que debe respetar el hotel.
- Recordar que hay plataformas que permiten reservar hasta con 14 meses de anticipación al viaje.
- En caso de sobreventa el hotel es el responsable de encontrar alternativas para hospedar al huésped afectado. Los costos por transportación o diferencia de precio deberán ser cubiertos por el establecimiento. En estos casos la comisión a la plataforma por la venta se mantiene.
- Los comentarios ingresados por los huéspedes en las plataformas de reservas tienen mucho valor para otros clientes actuales y potenciales. Debemos cuidar y valorar la imagen de nuestro establecimiento.
- El aviso de una nueva reservación llegara vía correo electrónico. Es necesario revisar el e-mail registrado al menos una vez al día.
- Se debe de tener cuidado con las transacciones realizadas con tarjeta de crédito al momento de la reserva. Algunas plataformas ofrecen un manual sobre el uso de las mismas para poder validarlas y corroborar que sean válidas y con fondos suficientes o caso contrario como poder reportarlo.
- Hay que tener en cuenta la periodicidad de pago de comisiones a las plataformas de reserva así como las fechas tope de pago para evitar inconvenientes. Se debe mantener constante comunicación con el Gerente de Cuenta de nuestra plataforma en caso de presentarse dudas o inconvenientes.

Glosario de términos:

Agroturismo: Tipo de turismo que se desarrolla en zonas agrícolas rurales.

Albergue: Lugar que se alquila para alojamiento, particularmente alentando las actividades al aire libre y al intercambio cultural entre jóvenes de distintos países.

Apart hotel: Tipo de hotel que dispone de instalaciones adecuadas para la conservación, elaboración y consumo de alimentos dentro de cada unidad del alojamiento.

Bed and breakfast: Establecimiento hotelero sencillo de precios moderados en casas con menos de diez habitaciones restauradas o acondicionadas. Se las conoce como pensiones con desayuno.

Boutique hotel: Tipo de hotel caracterizado por una particular ubicación, servicio y diseño. Establecimientos con un ambiente moderno, servicio personalizado y diseño sofisticado para los viajeros más exigentes.

Camping: Lugar al aire libre acondicionado para que acampen en él a cambio de una cantidad de dinero establecida. Generalmente dispone de instalaciones como lavabos, lavandería, bar, restaurante, etc.

Desayuno Americano: Tipo de desayuno compuesto por café, té o leche, jugos/zumos de/o frutas, huevos, pan o tostadas, mermelada o mantequilla

Desayuno Buffet: Desayuno compuesto por variedad de alimentos dispuestos en un restaurante entre los que puede escoger el cliente y servirse las veces que desee.

Desayuno Continental: Tipo de desayuno compuesto por café, té o leche, jugo o frutas, pan o tostadas, mermelada o mantequilla

Desayuno Vegetariano: Tipo de desayuno elaborado en base a frutas y vegetales donde no se dispone de alimentos cárnicos o provenientes de animales.

Hostel: Sitio de alojamiento alentando a actividades al aire libre y al intercambio cultural entre jóvenes de distintos países. Disponen de habitaciones compartidas.

Lodge: Tipo de hotel pequeño, adaptado a todo tipo de lugares. Es usado especialmente por las personas que practican deportes o gustan de lugares como las montañas, las selvas, la sabana, etc.

Motel: Establecimiento que presta el servicio de alojamiento ofreciendo servicios básicos y complementarios y que se encuentran ubicados en las proximidades de las vías automotoras y fuera de las zonas urbanas.

Resort: Establecimiento de alojamiento diseñado para la realización de actividades turísticas para la relajación y la recreación, especialmente durante las vacaciones.

Fuentes de Consulta

- Booking.com. (s.f.). *Booking.com*. Recuperado el Diciembre de 2015, de <http://www.booking.com/content/about.es.html>
- Despegar.com. (s.f.). *Despegar.com*. Recuperado el Diciembre de 2015, de <https://www.despegar.com.ec/comunidadafiliados/home/benefits>
- Diario El Comercio. (02 de Enero de 2015). *elcomercio.com*. Recuperado el 24 de Noviembre de 2015, de <http://www.elcomercio.com/video/video-feriado-turismo-salinas.html>
- Diario EL UNIVERSO. (09 de Abril de 2015). *El Universo.com*. Recuperado el 24 de Noviembre de 2015, de <http://www.eluniverso.com/noticias/2015/04/09/nota/4749676/turismo-dejo-14872-millones-ingresos-ecuador-2014>
- Expedia. (s.f.). *Expedia.es*. Recuperado el Diciembre de 2015, de <https://www.expedia.es/acerca-de-expedia.aspx>
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Salinas. (2015). *salinas.gob.ec*. Recuperado el Diciembre de 2015, de <http://www.salinas.gob.ec/index.php/salinas/historia>
- Ministerio de Turismo. (24 de Noviembre de 2015). Catastro Turístico de la Provincia de Santa Elena. Salinas, Santa Elena, Ecuador: n/a-Documento Oficial.
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (29 de Noviembre de 2013). *Turismo.gob.ec*. Recuperado el 24 de Noviembre de 2015, de <http://www.turismo.gob.ec/turismo-interno-en-el-ecuador-genera-al-ano-alrededor-usd-5-000-millones/>