

**Proyecto de creación de plataforma virtual de reservas  
para el Hotel Howard Johnson Plaza Villa Carlos Paz**



JAIME, Florencia Lucía

39.826.352

Trabajo Final de Grado

Reporte de Caso

Licenciatura en Gestión Turística

VHTL01830

Licenciatura en Administración Hotelera

VHTL00506

- 2019 -

## Índice

Resumen _____	Pág. 3
Introducción _____	Pág. 4
Antecedentes _____	Pág. 5
Análisis de la situación _____	Pág. 7
Análisis PESTEL _____	Pág. 8
Diagnostico Institucional: Análisis FODA _____	Pág. 11
Marco teórico _____	Pág. 14
Tecnología de la Información y Comunicación _____	Pág. 14
Plataforma Virtual _____	Pág. 14
Comercio Electrónico _____	Pág. 15
Diagnóstico y Discusión _____	Pág. 17
Plan de implementación _____	Pág. 19
Objetivo General _____	Pág. 21
Objetivos Específicos _____	Pág. 21
Diagrama de Gantt _____	Pág. 21
Presupuesto _____	Pág. 22
Indicadores _____	Pág. 23
Plataforma Virtual de Reservas _____	Pág. 25
Conclusiones y recomendaciones _____	Pág. 27
Bibliografía _____	Pág. 28
Anexo E _____	Pág. 29

## **Resumen**

El Reporte de Caso está orientado a mejorar la prestación de servicios del hotel Howard Johnson Plaza Villa Carlos Paz. En la actualidad las tecnologías de información y comunicación (TIC's) han generado notables cambios en el sector turístico y hotelero. El servicio de Internet ha sido la TIC más dominante en los últimos años en el mercado ya que originó una importante modificación en los canales tradicionales de promoción, venta y distribución debido a que posibilita ofrecer las 24 horas del día y los 365 días del año gran variedad de productos y servicios turísticos.

Acorde con el análisis realizado se desarrolla la propuesta de una plataforma virtual de reservas hoteleras como así también de tours y excursiones, dándoles la posibilidad a las agencias receptoras de abrir un nuevo canal de venta a través de esta plataforma. De esta manera los huéspedes obtendrán sus paquetes de forma rápida, fácil y sencilla en el momento que deseen. Además por reservar a través de la plataforma podrán tener descuentos por reiteradas compras o por la contratación de paquetes turísticos. De este modo se busca generar una mejora en la eficiencia y eficacia de esta organización.

## Introducción

La organización elegida como objeto del caso de estudio es el Hotel Howard Johnson Plaza Villa Carlos Paz inaugurado en el año 2016 por la familia Elliott, oriunda de la provincia de Salta. El mismo se encuentra situado en la calle Azopardo Esquina, J. G. Artigas, X5152 Villa Carlos Paz, Córdoba. El hotel cuenta con 127 habitaciones, un restaurante con cocina internacional, un centro de convenciones, sala de reuniones, sala de relax, piscinas, SPA y todos los servicios necesarios para convertirse en un hotel de alta categoría.

Howard Johnson es una franquicia que “mantiene las prestaciones de una cadena de carácter internacional, pero permite que los franquiciados impriman el toque personal en cada una de sus empresas” (Howard Johnson, 2018).

La actividad turística es un pilar fundamental en las economías de los países porque produce cientos de puestos de trabajos y un gran efecto multiplicador. Argentina es un lugar privilegiado para lograr un gran desarrollo turístico ya sea por su posición geográfica, su diversidad de clima, por su relieve y/o paisajes, por la oferta hotelera y gastronómica, etc.

En el tiempo actual las ventas en el sector turístico han sido potenciadas por el comercio electrónico debido al intensivo consumo de Internet en los últimos años. Las compras virtuales generaron una tendencia a nivel mundial por su inmediatez, velocidad y facilidad de adquirir un producto o servicio turístico en cualquier momento del día sin la necesidad de un vendedor.

El hotel Howard Johnson actualmente canaliza sus ventas a través de agencias de viajes, de forma particular y en su mayoría a través de portales en internet como: Booking, Trip Advisor, entre otros. Este canal de comercialización es muy eficiente ya que permite una visualización del alojamiento a nivel mundial produciendo muchas ventas, pero tiene una desventaja muy notable que es la comisión aplicada por los portales sobre la venta de cada habitación. Sin embargo no se puede estar fuera de los mismos debido a que los viajeros en estos últimos años prefieren utilizar internet para realizar sus reservaciones por lo que sería conveniente para el hotel aprovechar la

oportunidad de incorporar a través de las nuevas tecnologías un portal de reservas electrónico propio.

Este nuevo canal de venta no solo comercializaría el alojamiento sino también paquetes con diferentes excursiones en la ciudad y sus alrededores, de esta manera se pueden realizar convenios con diferentes agencias receptoras de turismo para trabajar de manera conjunta con el hotel.

Los antecedentes encontrados sobre la problemática ya mencionada son los siguientes:

En el primer antecedente “Aplicación de las nuevas tecnologías de la información al sector turístico” (De Miguel, Fernández, Olmeda, & Seguí, 2000) investiga cómo se manifiesta el turismo frente a los grandes cambios producidos por las nuevas tecnologías de la comunicación, las mismas tienen estrategias eficaces que movilizan a los empresarios y trabajadores del sector. El mismo se vincula con este trabajo porque en la actualidad las personas que deciden viajar prefieren realizar sus búsquedas mediante internet debido al dinamismo de su búsqueda, antes de hacerlo a través de agencias de viajes.

En el segundo antecedente “Estrategia tecnológica en el sector hotelero” (Carús Ribalaygua, 2000) intenta motivar al sector hotelero para aplicar estrategias innovadoras, avances tecnológicos y nuevos productos para crear una mayor competitividad en el mercado sin dejar de atender las exigencias, metas y objetivos propios de la empresa. En relación al proyecto se busca generar una táctica para atraer a los viajeros mediante una plataforma de reservas desde la página WEB del hotel, produciendo una mejora en la calidad de servicios prestados por la empresa, ya que este es el principal objetivo de la misma.

En el tercer antecedente “Definiendo las necesidades de capacitación de usuarios web en hoteles de cinco estrellas y agencias de clasificación “A” en la región de Antalya, Turquía” (Aksu & Ebru, 2003) tiene por objeto exponer los resultados de un estudio de casos sobre las características y perfiles de los usuarios que consumen los sitios web en los hoteles de 5 estrellas y en todo lo concerniente al turismo y las agencias de primera categoría, ya que las nuevas tecnologías benefician ampliamente a

los turistas y al turismo en general, cuando el personal involucrado se ha calificado. Esta publicación se asocia con la investigación realizada ya que tiende por consiguiente a mejorar la calidad de experiencia de los huéspedes.

En el cuarto antecedente “El uso de los instrumentos clásicos del marketing y la tecnología digital del turismo” (Anato, 2006) expone un análisis que deja claro que la tecnología con todos sus instrumentos facilita, agiliza y califica ampliamente la actividad hotelera y turística, al mismo tiempo que permite al visitante tener acceso a ellos para satisfacer sus inquietudes. Este artículo se relaciona con la propuesta debido a que la intención es hacer uso de estos nuevos instrumentos en pos de brindarles comodidad a los usuarios a la hora de realizar una reserva tanto hotelera como de excursiones.

En el quinto antecedente “Estrategias de promoción en la web – Análisis de destinos turísticos internacionales” (Da Cruz & De Camargo, 2008) busca promocionar en la web estrategias de comunicación y comercialización, pero es importante crear estrategias orientadas a la sensibilización, valoración y preservación de los recursos naturales y culturales presentes en los destinos turísticos, por ello es necesario la selección de propuestas y sugerencias que deban desarrollarse en la promoción turística. El análisis de dicho artículo se relaciona con este reporte de caso porque se orienta al mismo objetivo de generar nuevas formas de promocionar el producto en la web ajustándose a las necesidades de los clientes.

Para seguir siendo competitivos dentro del mercado es muy importante estar actualizados en materia de tecnología ya que el sector turístico se encuentra en auge dentro de la misma, además se debe contar con profesionales en el tema para poder satisfacer las necesidades de cada turista, más aún en estos tiempos que los viajeros se caracterizan por estar informados, compartir opiniones y calificar los servicios que le son prestados en redes sociales y portales.

## Análisis de situación

Howard Johnson Plaza Villa Carlos Paz, cuenta con un amplio organigrama y una de las áreas más importantes es la de Relaciones Públicas y Marketing, ya que a través de las mismas se produce la promoción del alojamiento, eventos y gastronomía, para poder concretar su comercialización.

El hotel cuenta con tres mercados meta definidos, ellos son:

- Turismo individual.
- Turismo corporativo.
- Turismo estudiantil, de jubilados y agencias.

Para llevar a cabo la promoción para atraer al público objetivo y poder concretar sus ventas, la organización dispone de diferentes actividades como: publicidad en medios de comunicación, patrocinio de eventos, patrocinio de acciones solidarias, realización de eventos pensables, convenios con instituciones y asociaciones, convenios con productores y artistas, publicidad en Google AdWords, publicidad en portales, mailing, workshops, contacto directo, redes sociales, realización de eventos propios, alianzas estratégicas con consultoras, fam tour, regalos empresariales.

Si bien todo lo expuesto sirve para seducir al turista, se podría ampliar este abanico a través del uso de las nuevas tecnologías ya que el hotel no las aplica intensamente en su promoción y en su canal de ventas.

A posteriori de la publicidad de la institución se genera la comercialización, actualmente Howard Johnson canaliza sus ventas a través de agencias de viajes mayoristas y minoristas, de forma particular y por medio de portales de reservas como Booking, Trip Advisor, Despegar, entre otros, pero estas podrían intensificarse mediante nuevos canales de ventas digitales como: plataformas virtuales de reservas hoteleras y paquetes turísticos.

La venta de alojamientos a través de agencias de viajes era una forma muy tradicional de efectuarse, aunque en los últimos tiempos ha caído la magnitud de las mismas debido al implemento de los portales web.

Estos portales generan grandes volúmenes de ventas lo cual es muy beneficioso además de la amplia visibilidad que estos producen a nivel mundial. Los turistas eligen realizar sus reservas a través de este medio debido a su rapidez y su facilidad de acceso, pero tiene una desventaja muy grande que es la importante comisión que aplican los mismos por la venta realizada sobre la habitación, por lo que el alojamiento termina recibiendo sólo un porcentaje de lo cobrado.

El hotel podría aprovechar la oportunidad que hoy brinda el adelanto tecnológico y la globalización con el fin de modernizarse y generar una mayor competitividad en este rubro tan importante como lo es la hotelería y el turismo en la ciudad de Villa Carlos Paz, por ello sería conveniente generar un nuevo canal de venta a través de una plataforma virtual de reservas.

### *Análisis Pestel*

#### Político

Uno de los aspectos políticos más relevantes en la República Argentina es el estado de incertidumbre que sufre el sector hotelero, gastronómico y turístico debido a la inestabilidad y oposición que se generó entre los referentes políticos.

El país vive en democracia hace 36 años por eso se puede disfrutar de un desplazamiento hacia distintos lugares del mismo como también la entrada de personas del exterior para aprovechar la oferta turística que tiene Argentina.

#### Económico

Actualmente el país se encuentra frente a una crisis que afecta a la población no permite satisfacer sus necesidades básicas. La inflación es un flagelo que preocupa a la mayoría ya que los salarios se desajustan y mucha gente queda desocupada o no les alcanza para vivir. La situación de pobreza y de indigencia va en aumento por lo que produce que los argentinos no puedan disfrutar de sus vacaciones, esto perjudica al sector debido a una fuerte baja de ocupación.

De manera contraria a lo expuesto anteriormente la devaluación de nuestra moneda genera el ingreso de muchos turistas extranjeros favoreciendo a las empresas hoteleras y turísticas por su entrada de divisas internacionales.

### Sociales

Uno de los aspectos fundamentales del rubro hotelero es que en tiempos pasados las personas que visitaban los hoteles venían por semana como mínimo, hoy se reducen notablemente la cantidad de días que los huéspedes solicitan para alojarse.

La crisis social se manifiesta en el orden nacional y los más afectados son la clase media y la clase baja por lo tanto las personas se limitan a las necesidades básicas dejando como última opción el salir de vacaciones.

### Tecnológicos

El país desde hace mucho tiempo trata de aggiornarse a los cambios tecnológicos, para enfrentar a la globalización, de lo contrario se queda fuera de contexto. Este aspecto se relaciona directamente con el área hotelera y/o turística debido a que sino se ajustan las mismas a los cambios propuestos por las TIC's quedarán fuera de mercado. En la actualidad para estar a la altura de la demanda de los turistas y ser más competitivos en el sector se tiene que innovar e incorporar a las organizaciones todo tipo de tecnologías ya que las mismas permiten una apertura a nivel mundial acorde a las exigencias de este nuevo mundo globalizado.

La tecnología, el internet, los medios de comunicación y las redes sociales hoy son moneda corriente en el uso cotidiano de las personas. En la actualidad todas las prestaciones de servicios pueden ser criticadas en red por sus consumidores de manera beneficiosa, maliciosa o exaltadas produciendo en algunas ocasiones daños colaterales ya que estas opiniones son vistas por millones de usuarios.

### Ecológicos

El hotel Howard Johnson se ubica en la ciudad de Villa Carlos Paz, lugar donde se encuentra el Lago San Roque. El mismo sufre una intensa contaminación debido al derrame de líquidos cloacales lo que perjudica a la población en general y preocupa a

los turistas. Este aspecto es fundamental a tratar ya que en muchas ocasiones es tanta la contaminación y la proliferación de algas que genera un olor desagradable por lo que produce un disconformismo por parte de los visitantes.

Otro aspecto a tener en cuenta es que debido al relieve montañoso se puede fomentar y experimentar el turismo aventura atrayendo a una gran cantidad de personas que visiten la ciudad de Villa Carlos Paz y sus alrededores.

### Legales

La organización se encuentra inmersa en el rubro hotelero y uno de los aspectos más importantes del sector es la cantidad de cargas tributarias que tienen que afrontar por tener su hotel en funcionamiento.

Las instituciones hoteleras en la ciudad de Villa Carlos Paz están adheridas a la Asociación Hotelera Gastronómica (AS.HO.GA) para poder gozar de un descuento sobre las cargas tributarias mencionadas en el apartado anterior.



Luego de realizar el análisis FODA se llega a las siguientes conclusiones:

En el ámbito de las debilidades se puede vislumbrar que el alojamiento no se encuentra ubicado en calles principales de la ciudad y esto genera que muchos turistas que están de paso no puedan alojarse en él porque no saben de su existencia o porque simplemente van al primer hotel que encuentran en el centro.

Además de la lejanía que tiene en cuanto al centro de Villa Carlos Paz. En épocas de temporada esto suele ser un aspecto muy negativo ya que es muy engorroso movilizarse en automóvil y encontrar lugar para estacionar.

Contradictoriamente a las debilidades se puede considerar como fortaleza su ubicación a pocas cuadras de la costanera que tiene la localidad, lugar donde brinda una belleza paisajística inigualable.

Por otro lado el hotel cuenta con una gran cantidad de habitaciones modernas con elegante decoración y con una gran diversidad en cuanto a sus servicios como piscinas de verano, piscinas climatizadas, restaurante con cocina internacional, entretenimiento para niños, sala de relax, servicio de SPA, salón de convenciones y sala de reuniones.

Otra fortaleza a tener en cuenta es la importancia que significa formar parte de programas de sustentabilidad como: “Hoteles más verdes es un programa de sustentabilidad hotelera que desarrolla herramientas eficaces para la gestión de los alojamientos turísticos de Argentina”. (Asociación de Hoteles de Turismo de la República Argentina, 2011)

Sin lugar a duda se puede destacar la gran cantidad de puestos de trabajo que genera este hotel. Más de 80 colaboradores comenzaron trabajando en el año 2016 lo que ayudó indudablemente fomentar el trabajo en la localidad.

También se puede considerar como un aspecto muy favorable encontrarse tan cerca del Aeropuerto Internacional Ingeniero Ambrosio Taravella, a tan solo 30 minutos de viaje y a 42,6 km.

Con respecto a las oportunidades Howard Johnson Plaza es uno de los pocos hoteles de gran categoría dentro del mercado local. El mismo se encuentra ubicado en Villa Carlos Paz, ciudad estratégica y de gran afluencia turística durante la temporada alta como así también en temporada baja. En esta urbe se brinda un gran abanico de servicios como: hotelería, gastronomía, eventos, teatros, excursiones y encuentros.

En cuanto a las amenazas se puede verificar que la localidad de Villa Carlos Paz tiene una amplia oferta de alojamientos desde hoteles, hosterías, cabañas, campings, entre otros, por lo que resulta muy difícil la elección de un alojamiento entre tantas propuestas.

Asimismo con la extensa oferta que desarrolla la mayor competencia que tiene el Howard Johnson es la creación e inauguración de hoteles de su misma categoría de alto nivel como Hotel Eleton, American y Pinares Panorama lo que le genera una importante competitividad.

Por otra parte cabe destacar que el sector turístico en Villa Carlos Paz tiene una marcada estacionalidad (temporada de verano) y por consiguiente son algunos meses del año los que tanto la hotelería, las agencias y la gastronomía pueden disfrutar de una masiva llegada de turistas.

## Marco teórico

En esta sección se desarrollarán los conceptos más relevantes de este reporte de caso en materia de tecnología y comercialización:

### *Tecnología de la Información y Comunicación (TIC's)*

Según las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) son una herramienta de gran valor frente a los avances sociales y comunicacionales ya que permiten desenvolverse y actuar con precisión ante las exigencias de este mundo globalizado y tecnificado (Dr. Pere Marqués Graells, 2000).

En este concepto se deben incluir no solamente la informática, la telemática y multimedia sino todos los medios posibles de comunicación que incluyan soportes tecnológicos debido a que los conocimientos parecen diluirse ante los cambios constantes y dinámicos, que dejan fuera del sistema a las personas que no tratan de actualizarse en forma permanente. Las TIC's provocan transformaciones continuas en las configuraciones económicas, sociales y culturales (Dr. Pere Marqués Graells, 2000).

Las principales contribuciones a las actividades humanas facilitan la realización de sus trabajos ya que estos requieren información para concretarlos, un desarrollo de datos e intercambio con sus pares (Dr. Pere Marqués Graells, 2000).

De todos los componentes que conforman las TIC's el más potente, eficaz, enérgico y revolucionario es internet, que conforma la "Era Internet", en la que se sitúa la sociedad de la información enriqueciendo su forma de vida. Las personas pueden interactuar en tres mundos diferentes: el mundo presencial, de la imaginación y el ciberespacio (Dr. Pere Marqués Graells, 2000)

### *Plataforma Virtual*

Una plataforma virtual es un sistema tecnológico que facilita la inserción de variadas aplicaciones en un mismo marco, otorgándoles a los usuarios el acceso a la misma a través de internet. Actualmente existen diferentes tipos de plataformas virtuales cada una destinada para su uso específico (Pérez Porto, J.; Gardey, A., 2015).

Otras plataformas permiten gestionar turnos digitales, realizar compra y venta de mercancías, contratar servicios, realizar reservas turísticas, entre muchas otras. El uso de estas plataformas dinamiza la tarea y su vez evita los costos de desplazamiento en mucho de los casos (Pérez Porto, J.; Gardey, A., 2015).

### *Comercio electrónico*

El comercio electrónico surge como una necesidad de actualizarse ante los cambios producidos desde la expansión de las tecnologías informáticas y el uso de las telecomunicaciones, esto comienza a operar a finales de los años noventa (Biblioteca Jurídica Virtual del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM, 2018).

El comercio desarrollado por medios electrónicos, si bien tiene sus orígenes en el comercio clásico con sus procesos de oferta y demanda, tiene características que le son propias y hacen que él se desenvuelva en forma eficaz en cualquier aspecto que se lo aplique ya que su efectividad se debe a que no es sólo una forma de realizar actos de comercio a través de los medios electrónicos, es mucho más que eso según las diferentes definiciones de este concepto (Biblioteca Jurídica Virtual del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM, 2018). Algunas de ellas son:

Lo describe como: “La producción, distribución, comercialización, venta o entrega de bienes y servicios por medios electrónicos” (Consejo General de la Organización Mundial del Comercio, 1998).

El comercio electrónico es el proceso que conduce a la interacción comercial mediante el uso de nuevos instrumentos de comunicación on line (Van Hoose, 2003).

Lo explica como “La compra o venta de bienes o servicios, ya sea entre empresas, hogares individuos, gobiernos y otras organizaciones públicas o privadas, realizadas por redes mediadas por computador” (La organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OECD), 2011).

El comercio electrónico abarca diferentes dispositivos modernos de comunicación que agilizan la tarea de llevar a cabo el intercambio mercantil (Mitchell, 2003).

Después del análisis de todas las definiciones se concluye que los factores más relevantes son el intercambio comercial y el uso de la tecnología. Esta nueva forma de comercialización agiliza, disminuye costos y satisface la demanda a través de una variada oferta.

## Diagnóstico y Discusión

Debido a los vertiginosos cambios tecnológicos que se manifiestan y a las comunicaciones que llegan al instante en distintos lugares del planeta sería muy beneficioso que el Hotel Howard Johnson Plaza Villa Carlos Paz pueda sacar provecho de esta oportunidad para poder invertir en las TIC's y aggiornarse al mundo globalizado.

Es primordial aplicar las nuevas tecnologías en todos los aspectos que se relacionen al turismo para poder aprovechar los nuevos avances de las mismas que permiten a las empresas turísticas ponerlas en práctica en el mercado, en este momento tan relevante.

Las TIC's pueden mejorar todos los aspectos relacionados con el turismo especialmente en la toma de decisiones de las empresas, algo que es bastante complejo a la hora de lograr un resultado eficiente. Por ello cabe destacar al comercio electrónico que se presenta como una forma diferente de encarar esta actividad, frente a la competencia a veces agresiva y desleal por parte de los competidores. Esto brinda una amplia posibilidad a las empresas gracias al desarrollo de internet y las tecnologías de la comunicación a nivel global.

Los estudios e investigaciones permiten destacar que la tecnología originó una revolución que no ha dejado afuera al turismo y a sus profesionales, por eso se considera tendencia mundial la comercialización electrónica de este sector, generando una competitividad significativa en el mercado.

Las tecnologías de la información y comunicación son el sustento para que el turismo crezca y cada día se fomente más la oferta y la demanda, porque constituyen el instrumento de ajuste de las empresas turísticas y la seguridad de los consumidores.

A través de internet se posibilita a los hoteles y a las agencias de viajes a tener una presencia a nivel mundial y relacionarse con otras empresas compartiendo paquetes turísticos con resultados eficientes y acomodaticios para un resultado más rentable.

Es así que ante un panorama tan diverso, competitivo y exigente se hace necesario incorporar nuevas herramientas para acrecentar la competitividad y poder ser

sostenibles en el tiempo, ya que cada vez más personas se interiorizan a través de las redes sociales, portales y otros medios de comunicación sobre opciones, costos e información generalizada para programar sus viajes.

Es necesario intensificar la reflexión y las diferentes opiniones sobre este nuevo enfoque de turismo, impuesto por las nuevas tecnologías y la aplicación de internet, además ver de qué manera las utilizan teniendo en cuenta la competitividad, la efectividad y la seguridad en su aplicación.

## **Proyecto de creación de plataforma virtual de reservas para el Hotel Howard Johnson Plaza Villa Carlos Paz**

La propuesta para implementar en el Hotel Howard Johnson Plaza, situado en la ciudad de Villa Carlos Paz es la creación de una plataforma virtual que permita realizar reservas de habitaciones en el hotel, para el restaurant del mismo, para servicios de spa y el salón de eventos. Además se podrán efectuar reservas para los teatros y excursiones para realizar en la misma ciudad y zonas aledañas. Estos paquetes turísticos serán tercerizados por el hotel a agencias receptoras de la localidad por lo que las mismas se verán favorecidas por este nuevo canal de venta.

El proceso de selección de agencias receptoras se realizará de acuerdo a las agencias que comercialicen la mayor variedad de paquetes turísticos, por la calidad del servicio prestado y el porcentaje de comisión que las mismas ofrecen. Se trabajará con diferentes agencias dependiendo la disponibilidad del pasaje y la temática de la excursión ya sea turismo aventura, deportes extremos, excursiones tradicionales o experiencias debido a que no todas las agencias ofrecen los mismos tours.

La plataforma también contará con un sistema de cotización automática y la facilidad de pagar sus reservas en el instante que las realizan. Las mismas se podrán abonar mediante tarjetas de crédito, débito o transferencias bancarias y luego del pago obtendrán la factura solicitada a través del correo electrónico.

Este sistema sería innovador en la zona ya que permitiría concentrar las reservas de diferentes servicios con los que cuenta el hotel, en un solo canal de venta propio de la organización. Automatizar la venta reduce el riesgo de errores y además se disminuye el personal trabajando en esa área.

Por otro lado es importante destacar que la creación de esta plataforma sería muy favorable para el hotel ya que generaría una competitividad con respecto a los portales on line y las extranet como Booking, Trivago, TripAdvisor, entre otras, debido a que estas páginas de reservas cobran una comisión por cada venta realizada, en cambio este sistema al ser propio del hotel solo generaría gastos de mantenimiento.

El tiempo estimado para la creación de esta plataforma es de 24 semanas y la misma será utilizada por toda las franquicias de la provincia de Córdoba (H.J. Villa Carlos Paz, H.J. Córdoba Capital, H.J. Río Cuarto, H.J. Villa María, H.J. Villa Gral. Belgrano, H.J. Río Ceballos, H.J. Piedras Moras, H.J. Alta Gracia, H.J. San Francisco).

Las áreas involucradas dentro del hotel son: marketing para la promoción de la plataforma virtual, reservas ya que es el medio por donde se venden y toman las mismas y por último finanzas porque efectúa el cobro y realiza la facturación. También se verán afectadas las agencias receptoras de la ciudad ya que trabajaran en conjunto con el hotel prestando sus servicios a los pasajeros que reserven a través de la plataforma virtual.

Las actividades que se llevarán a cabo para lograr los objetivos del proyecto son las siguientes:

1. Búsqueda y contratación de diseñador gráfico, ingeniero en software y licenciado en marketing.
2. Diseñar el sistema de la plataforma virtual:
  - Pestañas de reservaciones, cotizaciones y presupuestos.
  - Novedades y promociones.
  - Sistema de pagos on line y facturación para las diferentes reservas.
  - Indicadores y encuestas de satisfacción.
  - Información turística sobre la ciudad de Villa Carlos Paz.
3. Proceso de selección de agencias receptoras y relevamiento de atractivos turísticos en la ciudad de Villa Carlos Paz y zonas aledañas para armar los paquetes turísticos que serán comercializados en la plataforma.
4. Diseñar la estética gráfica de la plataforma virtual respetando los colores, tipografía y logos de la cadena hotelera Howard Johnson.
5. Creación final de la plataforma virtual de reservas e instalación de la misma en las computadoras del hotel con su respectiva base de datos.
6. Período de prueba para identificar errores y poder modificarlos.
7. Realizar un plan de marketing y promoción del nuevo canal de venta a través de propagandas en la TV, programas de radios, redes sociales del hotel y campañas publicitarias.

*Objetivo general:*

Desarrollar un nuevo canal de ventas para el Hotel Howard Johnson Plaza Villa Carlos Paz con el fin de centralizar las reservas a través de la creación de una plataforma virtual.

*Objetivos específicos:*

- Diseñar un sistema para efectuar reservas de habitaciones, servicios del hotel, teatros y paquetes turísticos o excursiones.
- Crear un circuito de ventas on line para que el mismo sea más rápido, eficaz y eficiente para un huésped cada vez más exigente.

*Diagrama de Gantt*

Actividades	Inicio del Plan	Duración del Plan	Semanas de creación de Plataforma Virtual de Reservas																								
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	
<b>Desarrollo y plan de acción</b>																											
1. Búsqueda y contratación de profesionales.	1	2																									
2. Diseño del sistema de la plataforma virtual.	3	10																									
3. Proceso de selección de agencias receptoras.	9	5																									
4. Diseño gráfico de la plataforma virtual.	12	3																									
5. Creación de la plataforma virtual.	15	4																									
6. Período de prueba	19	2																									
7. Marketing y promoción del nuevo canal de venta.	21	4																									

Periodo resaltado: Semana 1

Porcentaje semanal de cada actividad

### *Presupuesto*

La implementación de la plataforma virtual de reservas requiere de una inversión inicial con costos elevados, por eso es muy importante realizar un presupuesto ya que permite calcular los gastos en un período de tiempo determinado y además reduce la incertidumbre. El mismo consta de los siguientes ítems:

- Contratar a un ingeniero en software para diseñar el sistema de la plataforma virtual y un diseñador gráfico para crear la estética de la misma.
- Validar la plataforma virtual y sus 9 copias para las franquicias de la provincia de Córdoba.
- Comprar 9 computadoras para el uso específico de esta plataforma virtual para las franquicias hoteleras de Howard Johnson en Córdoba.
- Costo de mantenimiento y actualizaciones de la plataforma virtual.
- Contratar a un licenciado en marketing y la promoción de este nuevo canal de venta que se debe realizar en diversos medios de comunicación tanto tradicionales y como digitales.

<b>PRESUPUESTO</b>	
Diseñador gráfico	\$41.500
Ingeniero en software	\$65.000
Licenciado en marketing	\$31.000
Creación de plataforma virtual	U\$D 4.600
Validación de la plataforma	U\$D 3.400
Compra de computadoras	\$300.000
Gastos de mantenimiento	\$12.500
Gastos de promoción	\$80.000
<b>Total en pesos:</b>	<b>\$530.000</b>
<b>Total en dólares:</b>	<b>U\$D 8.000 (Cotización \$90): \$720.000</b>
<b>TOTAL FINAL:</b>	<b>\$1.250.000</b>

La inversión inicial presupuestada se puede recuperar en un período de 15 días en temporada alta de verano, en 1 mes en temporada alta de invierno y en 8 meses en temporada media/baja.

### Indicadores

Los indicadores tienen la capacidad de medir los resultados y el funcionamiento de la plataforma, estas son las características principales y más atractivas de los indicadores ya que permiten verificar el éxito o el fracaso. Además genera la posibilidad de introducir cambios y/o modificar parámetros para optimizar los resultados. Los indicadores elegidos son:

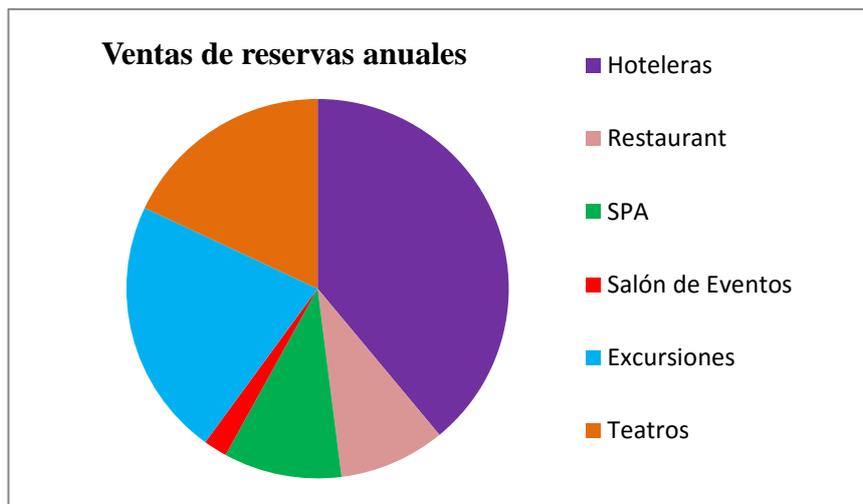
- Dentro de la plataforma se generará un ítem donde cada viajero podrá dejar plasmada su experiencia al contratar con esta nueva plataforma como así también puntuar los diferentes servicios prestados en el hotel.

<b>ENCUESTA SATISFACCIÓN DE CALIDAD HOTEL</b>	
Atención al realizar el Check-IN – Check OUT	
Limpieza, comodidad y condiciones de habitación y baño	
Limpieza y condiciones de piscinas e instalaciones exteriores	
Atención recibida por el personal	
Atención en Restaurant y BAR	
Atención en servicio de SPA	
Relación Precio – Calidad	
<b>ENCUESTA SATISFACCIÓN DE CALIDAD PLATAFORMA VIRTUAL</b>	
¿Le fue útil utilizar la plataforma?	SI – NO
¿Pudo aprovechar algún descuento por la contratación de paquetes?	SI – NO
¿Tuvo algún inconveniente para reservar?	SI – NO
¿Efectuó su pago luego de reservar?	SI – NO
¿Volvería a reservar por este medio?	SI – NO

- Las agencias receptoras tendrán que enviar al hotel los ítems de valoración que desean que se encuentren en las encuestas de satisfacción, con el fin de obtener información sobre la experiencia de los viajeros en los tours. Las estadísticas serán enviadas mensualmente a cada agencia y dividida por excursión.

<b>ENCUESTA SATISFACCIÓN DE CALIDAD EXCURSIONES</b>	
Variedad de la oferta	
Calidad del servicio	
Profesionalidad del guía	
Cumplimiento del recorrido establecido	
Relación Precio – Calidad	

- Sistema automático de estadísticas semanales, mensuales y anuales que cuantifique las reservas hoteleras, de restaurant, de SPA y del salón de eventos que se realizan a través de la plataforma virtual para luego comparar con los otros canales de ventas, además este sistema generará un recuento de cada excursión tercerizada a las agencias de viajes receptoras de la localidad.



# Plataforma Virtual de Reservas



ARS (\$)

## Nuestros hoteles

Alojamiento - Spa - Restaurant  
Salón de Eventos

- H.J. Villa Carlos Paz**
- H.J. Córdoba Capital**
- H.J. Río Cuarto**
- H.J. Villa María**
- H.J. Villa Gral. Belgrano**
- H.J. Río Ceballos**
- H.J. Piedras Moras**
- H.J. Alta Gracia**
- H.J. San Francisco**

### Reserve ahora!

Hotel

Adultos  Menores  Habitaciones

## Tour y actividades

Excursiones - Paseos  
Deportes externos

- Vuelo en Globo**
- LibreParacaidismo**
- Paramotor**
- Ala Delta**
- Puenting**
- Cascada escondida**
- 7 cascadas**
- Mina Clavero - Cura Brochero - Los Túneles**
- La Cumbrecita - Villa Belgrano - Alta Gracia**
- Valle de Punilla de Cosquín a Capilla del Monte**



ARS (\$) 

## RESERVA

 Alojamiento: *H.J. Villa Carlos*

 Excursión: *Cascada escondida* - Salida de 09:00 a 19:00 hs

 2 pasajeros c/desayuno por 10 noches

 2 pasajeros

-  30 m<sup>2</sup>  Aire acondicionado
-  Baño privado  TV de pantalla plana
-  Wifi gratis
- Ducha • Caja fuerte • Teléfono • Zona de estar
- Baño

¡¡Promoción OFF!!

**\$67.000**

RESERVAR

### TREKKING MEDIO - EXPERIENCIA 4X4 SAFARI FOTOGRÁFICO - CABALGATA

- Visita al Recurso Natural de CASCADA ESCONDIDA 1.750 m.s.n.m. en las Altas Cumbres.
- CABALGATA en los Pastizales de Altura de 45m.
- RAPPEL y ESCALADA en pared natural de 25m. en la Quebrada de Diablo.
- TREKKING hasta la Cruz de La Azafata (Homenaje).
- CAMINATA regenerativa hasta el Valle del Águila.
- KAYAK simple y doble en lagunas naturales con agua de vertientes.



SÍGANOS EN LAS REDES



## Conclusiones y recomendaciones

Con el reporte de caso “Proyecto de creación de plataforma virtual de reservas para el Hotel Howard Johnson Plaza Villa Carlos Paz” se llega a la conclusión de que en el siglo XXI la tecnología se encuentra tan inmersa en la vida de todos y los cambios se producen a ritmos tan vertiginosos que los hoteles y las agencias de viajes se tienen que ajustar, informar, especializar y actualizar constantemente en materia informática y tecnológica para poder mantenerse vigentes en el mercado.

Con la propuesta de la plataforma virtual de reserva para el Hotel Howard Johnson Plaza Villa Carlos se buscó modernizar e innovar mediante la creación de un nuevo canal de venta a través de las TIC's y así producir una ventaja competitiva con el resto de los hoteles de la localidad de Villa Carlos Paz, además de buscar mejorar la calidad de servicio y experiencia de los huéspedes.

Luego de seis meses de la puesta en marcha de la plataforma virtual de reservas se sugiere extender la misma a las diferentes franquicias Howard Johnson de todo el país para que puedan aprovechar de este innovador canal de venta.

También se recomienda al área de Marketing hacer mayor hincapié en la publicidad y promociones en los medios digitales debido a que el acceso a internet ha generado nuevos hábitos de consumo como: estar conectados todo el tiempo, estar más informado, tener acceso a múltiples pantallas, ser más impacientes, tener poder sobre las marcas y consumir los medios de una nueva forma.

Todas estas características de las TIC's satisfacen las necesidades de los usuarios, que no logran los medios tradicionales. Por esta razón, generan una mayor participación como canales publicitarios, debido a su adaptabilidad y aprovechamiento.

Además se aconseja cumplir con el mantenimiento de la plataforma cada seis meses, realizar las respectivas actualizaciones cada año para mejorar el funcionamiento de la misma y lograr una mayor evolución.

## Bibliografía

- Aksu, A., & Ebru, T. (2003). Definiendo las necesidades de capacitación de usuarios web en hoteles de cinco estrellas y agencias de clasificación "A" en la región de Antalya, Turquía. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 12, 129-140.
- Anato, M. (2006). El uso de los instrumentos clásicos del marketing y la tecnología digital en turismo. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 15, 19-44.
- Asociación de Hoteles de Turismo de la República Argentina. (2011). *Hoteles más verdes*. Recuperado de <http://www.hotelesmasverdes.com.ar/>
- Biblioteca Jurídica Virtual del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM. (2018). *UNAM*. Recuperado de <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/10/4667/4.pdf>
- Carús Ribalaygua, L. (2000). Estrategia tecnológica en el sector hotelero. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 9.
- Consejo General de la Organización Mundial del Comercio. (1998). *Work Programme on Electronic Commerce*. General Council.
- Da Cruz, G., & De Camargo, P. (2008). Estrategias de promoción en la Web. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 17, 156-169.
- De Miguel, M. d., Fernández, E., Olmeda, I., & Seguí, M. (2000). Aplicación de las nuevas tecnologías de la información al sector turístico. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 9.
- Dr. Pere Marqués Graells. (2000). *SLD*. Recuperado de [http://www.sld.cu/galerias/pdf/sitios/santiagodecuba/las\\_tic\\_y\\_sus\\_aportaciones\\_a\\_la\\_sociedad.pdf](http://www.sld.cu/galerias/pdf/sitios/santiagodecuba/las_tic_y_sus_aportaciones_a_la_sociedad.pdf)
- Howard Johnson. (2018). *Manual de inducción Howard Johnson Plaza*. Villa Carlos Paz, Córdoba.
- La organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OECD). (2011). En *Guide to Measuring the Information Society* (pág. 74).
- Mitchell, A. D. (2003). En A. D. Mitchell, *E - Commerce Economics* (pág. 7). Ohio: Baylor University.
- Pérez Porto, J.; Gardey, A. (2015). *Definición.de*. Recuperado de <https://definicion.de/plataforma-virtual/>
- Van Hoose, D. (2003). En D. Van Hoose, *E - Commerce Economics* (pág. 7). Ohio: Baylor University.