

Este documento ha sido descargado de:  
This document was downloaded from:

*Núlan*

**Portal *de* Promoción y Difusión  
Pública *del* Conocimiento  
Académico y Científico**

**<http://nulan.mdp.edu.ar> :: @NulanFCEyS**

**+info <http://nulan.mdp.edu.ar/2670/>**

## **Páginas web y su buen uso: mirando los portales de hoteles marplatenses**

Mg. María Antonia Artola

¿Son las páginas web de los hoteles de la ciudad una puerta para el ingreso de pasajeros solamente? ¿O pueden ser generadoras de buenas relaciones?, entendidas como aquellas que se sustentan en la noción de participación que las nuevas tecnologías potencian sobre todo en el intercambio y la colaboración que se produce entre los usuarios. Estos interrogantes nos hicieron reflexionar en cómo el sector hotelero utiliza una herramienta informática tan potente para comunicarse con diferentes actores.

Esta reflexión se inscribe en las actividades del Grupo de Investigación Tercer Sector que desarrolla una línea de investigación sobre apropiación de tecnologías por parte de organizaciones incluidas en dicho sector, las cuales comprenden asociaciones que intentan cubrir la insuficiencia del accionar de los otros dos sectores económicos: el mercado y el Estado. Entre ellas encontramos cámaras, asociaciones y mutuales, entre otras.

Bajo esta investigación nos proponemos identificar el uso de los servicios digitales según el tipo de prestaciones informativas, comerciales o de promoción que se brindan a los pasajeros en el sector hotelero marplatense, siendo la finalidad facilitar la definición de políticas de mejora e innovación. Sabemos que la incorporación de tecnologías de la información y de la comunicación – TIC–, y de internet en particular, es uno de los avances que desde fines del siglo pasado ha tenido una gran repercusión en la relación entre pasajeros y empresas de servicios de alojamiento. A través de ella se promueve el intercambio de información, comunicación, definición de servicios con valor agregado y calificación de las organizaciones. Todo destinado a mejorar la estadía en el destino.

Algunos resultados provisorios de lo que muestran los *website* de los hoteles observados fue presentado a los titulares de la Asociación Empresaria Hotelera y Gastronómica de Mar del Plata en el mes de noviembre de 2015. En dicho encuentro se expuso el Diagnóstico del Perfil digital del Sector Hotelero Marplatense elaborado en base a los hoteles consignados en la página oficial del Ente Municipal de Turismo – EMTUR–. Para esta primera exposición se consideraron solo aquellos categorizados como tres, cuatro, cinco estrellas y los boutique.

En este encuentro presentamos algunas conclusiones preliminares. Por ejemplo, el grupo de hoteles analizado en esta instancia muestra énfasis en el aspecto comercial referido a las reservas y disponibilidad de plazas. Asimismo, observamos escaso uso de las herramientas tecnológicas, a pesar de que su empleo resulta prioritario en la consolidación de las relaciones con el cliente. Finalmente, señalamos la falta de instalación de buenas prácticas en el uso de las tecnologías, como brindar información general de la ciudad.

Frente a este diagnóstico nos hemos comprometido con las autoridades de dicha cámara empresarial a desarrollar un taller, mediante el cual se pueda brindar a sus asociados herramientas que exploten al máximo las potencialidades que ofrecen las tecnologías. Para ello se debe dejar

claro que dichas tecnologías, en especial las 2.0, han generado nuevos escenarios de desempeño para las organizaciones en los entornos virtuales. Consideramos primordial hacer hincapié en que la intervención del usuario se torna crítica y destinada a visibilizar actividad empresarial de forma estratégica. Se debe generar la idea de ver al pasajero no solo como público objetivo, sino como elemento decisivo para la orientación de las acciones empresariales.

En virtud del compromiso adquirido pretendemos ser extensivos a todo un sector de gran importancia en el tejido productivo de nuestra ciudad. Para conseguirlo proyectamos relevar todos los establecimientos de servicios de hotelería que publicita el EMTUR y categorizarlos en función tanto de la adopción como del uso de servicios digitales. Además, nos proponemos establecer reglas de comportamiento colectivo, promoviendo la definición de políticas de mejora e innovación en la prestación de servicios digitales.

Con esta investigación buscamos sensibilizar al sector –a través de la difusión de resultados– sobre el carácter estratégico del uso de servicios digitales para una mejor calidad de atención y prestaciones con valor agregado hacia los pasajeros efectivos y potenciales. El impacto que se persigue será generar la instalación de buenas prácticas y estándares en la publicación de servicios digitales. Del mismo modo, se busca la adhesión por parte de las organizaciones del sector hotelero local de estándares internacionales, la protección efectiva de los datos personales y el uso responsable de los recursos web tomando consciencia de que el escenario se configura con un usuario inmerso en los social media que no solo es consumidor de información, sino que quiere ejercer un rol proactivo.