



UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA

Facultad de Turismo y Hospitalidad

Carrera de Licenciatura en Hotelería



Título: "Las Agencias de Viajes Online como factor determinante en el flujo de ventas de hoteles 5 estrellas en Recoleta, Ciudad de Buenos Aires"

Asignatura: Trabajo Final de Grado

Alumna: María Florencia Michel Warckmeister

Mail: Florencia.michelw@hotmail.com

Legajo: 40334

Diciembre 2014



Índice

Aspectos Introdutorios

➤ Introducción al tema.....	4
➤ Antecedentes.....	6
➤ Problemática.....	8
➤ Objetivos.....	9
➤ Limitaciones.....	10
➤ Hipótesis.....	11
➤ Justificación.....	11
➤ Tipo de Investigación.....	12

Capítulo I

1. Marco Teórico-Conceptual

➤ Turismo.....	14
➤ Industria Turística.....	16
➤ Sistema & Producto Turístico.....	16
➤ Canales de Distribución.....	21
➤ Agentes Intermediarios.....	23
➤ Internet.....	26
➤ Primera Agencia de Viajes Online, caso Expedia.....	27

Capítulo II

2. Marco Referencial

➤ Reseña Histórica.....	30
➤ Características generales.....	31
➤ Barrios, Recoleta.....	32
➤ Atractivos Turísticos.....	35

Capítulo III

3. Instrumentos

3.1 Unidades de Análisis y Variables.....	40
3.2 Diseño/Modelo de Encuestas.....	42
3.3 Diseño/Modelo de Entrevistas.....	45

Capítulo IV

4. Análisis Oferta Hotelera.....	46
----------------------------------	----



Capítulo V

5. Estructura y Funcionamiento de OTAS54

Capítulo VI

6. OTAS. Marketing Online70

Capítulo VII

5. Análisis Demanda.....73

Capítulo VII

8. Análisis Entrevistas

8.1 Análisis entrevista Hotel Meliá Recoleta.....90
8.2 Análisis entrevista Hotel CasaSur Art Collection.....91
8.3 Análisis entrevista Algodón Mansión.....92
8.4 Análisis entrevista Buenos Aires Grand Hotel.....92
8.5 Análisis entrevista Mío Hotel.....93

Capítulo IX

9. Conclusiones.....95

Capítulo X

8. Datos Bibliográficos

8.1 Libros consultados.....99
8.2 Páginas Web consultadas.....100
8.3 Artículos Web consultados.....100

Capitulo XI

11. Anexos

11.1 Anexos Encuestas.....103
11.2 Anexos Entrevistas.....230



Aspectos Introdutorios



Aspectos Introdutorios

Introducción al tema

La presente investigación pretende demostrar la importancia de las Agencias de Viajes Online en el flujo de ventas, en este caso en particular, de hoteles de categorías 5 estrellas en Buenos Aires en la zona de Recoleta.

Las Agencias de Viajes Online (OTAS) son una tendencia en la actualidad y principalmente en las industrias de servicios.

Las agencias de turismo, desde un principio, constituyen el contacto inicial entre el cliente y el hotel. Ofrecen a ellos variedad de opciones en alojamiento, tarifas, facilidades y excursiones, lo cual resulta muy práctico para el consumidor. Imaginemos si conjugáramos estos servicios a través de internet, aquí es donde aparecen las llamadas Online Travel Agencies (OTAS).

Al ritmo de los avances tecnológicos y gracias a las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC´s), la industria del turismo ha tenido que innovar y acoplarse al ciber mundo para evitar quedarse atrás, puesto que las mismas permiten actuar, producir, consumir y comunicarse a distancia, en red y en tiempo real.

Las OTAS, constituyen una parte considerable de las ventas en los presupuestos mensuales de un hotel, veremos cómo servirán de herramienta para conocer mejor al cliente, compararnos con la competencia, evaluar el impacto de las distintas promociones, y por último pero no menos importante, la opinión pública.

Como dijo P. Garrido Pintado, *"La importancia del comercio electrónico turístico no sólo recae en sus cifras. La capacidad revolucionaria del mercado de los viajes genera el surgimiento de nuevos modelos empresariales, nuevas formas de colaboración entre empresas, eliminación de intermediarios (y surgimiento de otros nuevos), estrategias de comunicación adaptadas a las necesidades del nuevo medio y, cómo no, la aparición de un nuevo usuario-consumidor con pautas de comportamiento diferentes"*.¹

Las OTAS son también consideradas como una estrategia de marketing muy poderosa. La experiencia del huésped, plasmada en cada web, es tomada como referencia para futuros viajeros a la hora de elegir entre uno u otro hotel.

¹ Pablo Garrido Pintados. Agencias de viajes online: situación y perspectivas en el comercio electrónico español. Madrid 2010. Disponible en www.eprints.ucm.es.



A través de distintas entrevistas a ejecutivos de hoteles 5 estrellas en la zona de Recoleta en Buenos Aires, se pretende descubrir el grado de importancia real del elemento en estudio, su nivel de productividad y su incidencia en el flujo de ventas.

Se eligió el barrio La Recoleta por ser uno de los más característicos en Buenos Aires, entre San Telmo y otros, donde encontraremos variedad de atractivos turísticos en caso de viajes de ocio y uno de los mejores emplazamientos con respecto a ubicación y transporte para aquellos agentes corporativos, convirtiendo al barrio en un nicho hotelero.

Durante el proceso se llevaran a cabo encuestas al público, quienes determinaran en la investigación el motivo su éxito (de las OTAS), constituyendo sus ventajas y desventajas.

Al mismo tiempo, se dará a conocer el origen de esta idea que revoluciono el turismo en el último tiempo.



Antecedentes de estudio

A continuación una breve presentación de algunos trabajos que han servido con antecedentes para llevar a cabo la investigación:

- Vazquez-Casielles, Del Rio-Lanza y Suarez Alvarez realizaron un estudio sobre las Agencias de Viajes Virtuales, u Online, el cual llamaron "¿Cómo analizar la calidad del eservicio y sus efectos sobre la satisfacción del cliente?".²

Demuestra la importancia de las agencias online en la actualidad y su desarrollo señalando que la distribución de servicios turísticos es uno de los negocios que ha experimentado un mayor incremento en las ventas a través de internet, y que constituye un instrumento de vital importancia para la actividad de las empresas.

Junto con una explicación muy clara del desarrollo de estas nuevas agencias, analizan las fortalezas y debilidades de esta nueva modalidad de venta.

- Otro estudio fue el realizado por Carlota Norms, el mismo se llamó "Las Agencias de Viajes Online, la revolución tecnológica del turismo".³

Explica como los negocios en la industria del turismo han cambiado radicalmente debido al desarrollo de las tecnologías de la información. La informática en los hogares ha abierto la posibilidad a los usuarios de internet a acceder a las ofertas turísticas.

Analiza el crecimiento de las agencias virtuales y el impacto que han causado frente a las agencias tradicionales. Al mismo tiempo menciona las principales agencias españolas en el mercado y el motivo de su éxito.

- Existe un estudio de caso realizado por Victor Bara, quien habla sobre el "Ciclo de Reservas en las web de Hoteles".⁴

²Rodolfo Vazquez-Casielles, Ana Belen Del Rio-Lanza y Leticia Suarez-Alvarez. Las agencias de viajes virtuales: ¿Cómo analizar la calidad del e-servicio y sus efectos sobre la satisfacción del cliente?. Universidad Business Review. España. 2009.

³Carlota Norms. Las Agencias de ViajesOnline, la revolución tecnológica del turismo. Escuela de Turismo Mediterrani, Centro Adscrito a la Universitat de Girona. España. 2013.

⁴Vitor Bara. "Ciclo de Reservas en las webs de Hoteles".2012. Disponible en <http://e-marketingturistico.com/ciclo-de-reservas-en-webs-de-hoteles/>.



Este caso resulta interesante y de buen aporte a la investigación ya que trata el tema del marketing en los hoteles y como se relaciona con las agencias online y las nuevas tecnologías de la comunicación e información.

En su reporte explica cómo se lleva a cabo el ciclo de reservas en hoteles independientes (hoteles que no cuentan con una marca establecida en el mercado a nivel internacional), es decir, todo el proceso previo a la elección del hotel por viajeros que utilizan internet y como este finalmente compartirá su experiencia con personas del mundo online y offline.

Además, Analiza el comportamiento que presenta el viajero promedio al inicio de su investigación para elegir en donde hospedarse. Durante el proceso, remarca las distintas agencias utilizadas y su importancia debido al alcance a nivel mundial.

- Pablo Garrido Pintado, realizó una tesis doctoral la cual tituló "Agencias de viaje *online*. Situación y perspectivas en el comercio electrónico español".⁵

Señala la importancia del sector turístico como dinamizador del comercio electrónico en España aplicando técnicas estadísticas para el estudio de las principales sedes web y sus públicos.

No solo analiza e interpreta a las agencias de viajes virtuales, si no también intenta radiografiar al internauta y determinar las posibilidades de internet como medio de comunicación y su capacidad para erigirse como elemento de búsqueda y reservas de viajes.

- Volvemos a mencionar a Pablo Garrido Pintado, quien esta vez junto con Francisco García Gracia han llevado a cabo un estudio sobre "Agencias de viajes online en España: Aplicación de un modelo de análisis de sedes web".⁶

En su ensayo, tuvieron como objetivo analizar las posibilidades que ofrece internet como plataforma de comercialización de servicios turísticos. En concreto, trata de conocer las estrategias que siguen las agencias de viajes online para captar y fidelizar clientes a través de sus websites, de modo que profundizan en los aspectos que vuelven a las OTAS un motor de ventas esencial en la actual industria de servicios.

⁵Pablo Garrido Pintado. "Agencias de viajes online. Situación y perspectivas en el comercio electrónico español". Universidad Complutense de Madrid. España. 2010.

⁶. Pablo Garrido Pintado y Francisco García. "Agencias de viajes online en España: Aplicación de un modelo de análisis de sedes web". Vol 6, Nro 15. 2013.



Problemática

Problema

- ¿Constituyen las Agencias de Viajes Online un papel determinante en el flujo de ventas en la actividad de hoteles 5 estrellas en Buenos Aires?

Preguntas secundarias de investigación

1. ¿Por qué la estructura y funcionamiento de las OTAS facilitan la dinámica de venta para los hoteles?
2. ¿Cuáles son las ventajas que ofrecen las agencias de viajes online al hotel usuario como estrategias para la venta?
3. ¿Pueden estas agencias ser utilizadas o aprovechadas como elementos de marketing? ¿Por qué?
4. ¿Cuál es el porcentaje de ventas que ocupan las Agencias de Viajes Online en los reportes mensuales de un hotel 5 estrellas en Recoleta, Buenos Aires?
5. ¿Cuál es el perfil del consumidor de las OTAS en Buenos Aires?
6. ¿Porque el público decide realizar sus reservas a través de agencias de viajes online por sobre otros medios?



Objetivos

Objetivo General

- Analizar las Agencias de Viajes Online como factor determinante en la productividad (ventas) de hoteles 5 estrellas en Recoleta, Buenos Aires.

Objetivos secundarios

- Conocer la estructura y funcionamiento de las OTAS para entender la dinámica de venta.
- Descubrir cuál es el porcentaje de ventas aproximado correspondiente a la producción de las OTAS en hoteles 5 estrellas en Recoleta, Buenos Aires.
- Determinar las ventajas de las OTAS a nivel laboral para los hoteles seleccionados de acuerdo a las entrevistas realizadas.
- Analizar las OTAS como estrategia de marketing en los hoteles 5 estrellas en Recoleta, Buenos Aires.
- Determinar la razón por la cual el cliente elige las Agencias de Viajes Online por sobre otros medios de reserva.
- Analizar el perfil del consumidor en base a las encuestas realizadas.



Limitaciones

A la hora de realizar el estudio se presentaron las siguientes limitaciones a ser tenidas en cuenta para su corrección:

1. Dificultad al momento de concretar entrevistas con los ejecutivos de los sectores de los hoteles seleccionados. Poder pautar encuentros con las personas deseadas, como los Revenue Management, se volvía algo complejo ya que son altos cargos y no suelen disponer del tiempo para asuntos de esta índole.
2. Falta de tiempo y accesibilidad horaria para amoldarse a los espacios cedidos por los ejecutivos de los hoteles para llevar a cabo a las entrevistas.
3. La información solicitada en las entrevistas podrá ser considerada confidencial, dificultando la recolección de datos concretos.



Hipótesis

Las agencias de viajes online suponen uno de los principales canales de venta en el hotel, le permiten manipular tarifas e inventario, lanzar ofertas de último momento, promocionarse a nivel mundial y traspasar fronteras, todo desde un mismo lugar. Estos aspectos incentivan la venta, haciendo de ellas un elemento fundamental dentro de la actividad hotelera.

Justificación

El motivo de elaboración de la siguiente investigación surge del interés por entender la clave del éxito y con ello, el funcionamiento de las Agencias de Viajes Virtuales.

Como consumidores, podemos considerar a las OTAS como un elemento de gran utilidad para planificar nuestros viajes acorde a ciertas especificaciones, aunque también lo podríamos hacer mediante agencias de viajes tradicionales. Aun así, actualmente preferimos las OTAS por sobre otros medios de reservas.

Como consecuencia, asumimos que esta inclinación hacia el mundo online, una tendencia en la actualidad, se ha convertido en un aspecto importante, concebido por muchas empresas, en este caso, los hoteles.

Creemos pertinente enfatizar el estudio de las OTAS para entender su impacto en la sociedad y su uso como herramienta para los hoteles.



Tipo de Investigación

Estudio Descriptivo-Cualitativo

Teoría

Los estudios **descriptivos** según Toyos y Massafra *"[...] tienen como característica basarse en mediciones, ya que en ciencias describir es medir"*.⁷

Grosso señala que estos estudios buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis. Miden y evalúan diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar. Se seleccionan una serie de cuestiones y se mide cada una de ellas independientemente, para así describir lo que se investiga.⁸

Este tipo de investigaciones pueden expresar sus datos en términos cualitativos y/o cuantitativos:

-**Cualitativos** (por medio de símbolos matemáticos): símbolos numéricos que se utilizan para la exposición de los datos que provienen de un cálculo o medición. Se pueden medir diferentes unidades, elementos, categorías o variables.⁹

Justificación

La investigación es de tipo Descriptiva, ya que tiene por objeto estudiar el fenómeno de las Agencias de Viajes Online en la actualidad, a través de la medición de su impacto en la producción de ventas de hoteles 5 estrellas.

Además decimos que es de carácter Cualitativo debido a que la medición antes mencionada, se llevara a cabo por medio de entrevistas, pero principalmente encuestas realizadas a los consumidores, quienes expondrán los datos (en números) necesarios para corroborar la hipótesis planteada.

⁷ Toyos, Monica y Massafra, Mercedes. Como escribir una tesis en turismo. Ed. Ediciones Turísticas LADEVI Proturismo. 2009.

⁸ Grosso Manuel. Diseño de la investigación: 3 Tipos de investigación. 2013. Disponible en <http://manuelgross.blogoo.com/conozca-3-tipos-de-investigacion-descriptiva-exploratoria-y-explicativa>.

⁹ Grosso Manuel. Op cita (3).



Capítulo I
Marco Teórico - Conceptual



1. Marco Teórico Conceptual

Para poder comenzar a analizar el tema en estudio, será necesario aclarar algunos conceptos. Para ello abordaremos los siguientes temas:

Turismo

Concepto

Es difícil determinar el significado de un fenómeno como lo es el turismo, que depende la perspectiva de cada ciencia tendrá distintas definiciones.

Intentaremos crear un concepto general de la palabra, comenzando por su etimología.

El término tour (de origen francés), que hace su aparición por primera vez en 1670, quiere decir viaje circular, vuelta al punto de partida.¹⁰

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT) en 1994, adopta la siguiente definición:

*"El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros."*¹¹

En esta definición podemos identificar los siguientes conceptos:

- Temporalidad: menor a un año pero con la necesidad de un período de tiempo determinado de estadía.
- La localización de la actividad turística como una actividad realizada (fuera del entorno habitual).
- Diferenciación entre las actividades que se desarrollan antes y durante la estancia.

Por otra parte, Bullòn sitúa al turismo como un fenómeno históricamente condicionado, se detiene en las causas socioeconómicas del mismo, al puntualizar que la cantidad de tiempo libre ha ido variando a lo largo de la historia, propiciándose a partir de las condiciones económicas y sociales que se generan en las sociedades capitalistas del siglo XX. La división de este tiempo, separa a la

¹⁰ Acerenza, Miguel A. Administración turística, CIEST, XII Cilo de Estudios Multidisciplinarios en Turismo, Mexico.1981.

¹¹ OMT. Introducción al turismo. 1998



sociedad en dos grandes categorías: Turismo y Recreación.¹² Así, la existencia del turismo la entiende como *"[...] un movimiento espontáneo por el cual la iniciativa privada, primero, y el poder público después, fueron resolviendo las necesidades de los viajeros, al incorporar cada vez un mayor número de servicios destinados a aumentar el confort del turista y a multiplicar sus oportunidades de diversión."*¹³

Hunziker y Krapf, profesores suizos de la Universidad de Berna, ofrecen una definición de Turismo que llega hasta nuestros días: *"El turismo es el conjunto de las relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas, fuera de su lugar de domicilio, en tanto dichos desplazamientos y permanencia no estén motivados por una actividad lucrativa."*¹⁴

Otra definición completa es la de Miguel Ángel Acerenza quién en el año 1999 dice que: *"El turismo es un fenómeno social de carácter complejo, que puede ser interpretado de distintas formas, según sea la función que, en un momento dado, tengan las personas relacionadas con él. Pero independientemente del punto de vista particular que puedan tener los diferentes sectores dedicados a esta actividad, el turismo, desde el punto de vista conceptual, no es sino un conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar normal de domicilio, motivadas fundamentalmente por una actividad no lucrativa. El turismo es, por consiguiente, una forma particular del uso del tiempo libre, y una forma especial de recreación y no incluye, por tanto, todas las formas de uso que puede hacer el hombre de su tiempo libre ni todas las formas posibles de recreación. Es, esencialmente, una actividad relacionada con la educación, el placer, el descanso y la recreación, aunque puede estar relacionado, también, con algún otro tipo de actividad... En la práctica, y para determinados propósitos, el turismo puede ser clasificado de diversas formas, cada una de ellas orientada a una necesidad específica e, incluso, puede ser identificado en función de más de una de sus características."*¹⁵

En pocas palabras concluimos que, el turismo para la sociedad implica el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su domicilio, generalmente relacionado con el placer, el descanso, el desarrollo cultural, la recreación o el trabajo.

¹² Bullon Roberto. Planificación del Espacio Turístico. Ed. Trillas. México D.F. 1985

¹³ Bullon Roberto. Opc. Cita (7)

¹⁴ Hunziker, W., Krapf, K. Outline of the general theory of tourism. 1942.

¹⁵ Acerenza, MA. Administración del turismo. 6ª Ed. México: Trillas; 1999.



Industria Turística

Concepto

Ahora bien, dejando de lado el punto de vista del "turista", el turismo para fines comerciales se lo conoce como una *industria*. La misma está integrada por el conjunto de empresas que prestan servicios al sector, como son: las compañías de transporte, alojamiento, restaurantes, entretenimiento, etc.

Según una publicación en The ABC´s of Travel, la industria del turismo se define como: *"El negocio de proveer y comercializar servicios y facilidades para el placer de los viajeros"*.¹⁶

Molina señala que el modelo de industria turística se ha constituido en la respuesta para satisfacer las demandas propias del tiempo libre, e indica que *"[...] se estructura y orienta hacia la consecución de fines fundamentalmente financieros, relacionados con la rentabilidad del capital, relegando a segundo plano, un conjunto de cuestiones económicas, políticas, ideológicas, sociales, culturales, fisicoambientales y psicológicas, todas ellos de notable inserción en el fenómeno turístico"*.¹⁷

En resumen y apoyándonos en lo dicho por Acerenza en su capítulo 5, El Funcionamiento del Sistema Turístico, la industria turística, es la cual a través de la prestación sus servicios (de cualquier índole) hace posible que el turista pueda trasladarse, permanecer y disfrutar de los diversos atractivos, que, en definitiva, fueron los que lo llevaron a emprender su viaje a un sitio determinado.¹⁸

Sistema y Producto Turístico

Concepto Sistema

Este intercambio entre turista/industria conforma un sistema.

Se entiende por *sistema* a un conjunto integrado de elementos interactuantes destinados a realizar cooperativamente una función determinada.¹⁹

¹⁶ Ziff Davis Publishing Company, The ABC´s of Travel: A glossary of the terms and abbreviations peculiar to the Travel Industry, New York, 1979.

¹⁷ Molina Sergio. Conceptualización del Turismo. Ilusa Mexico. 1997

¹⁸ Acerenza, Miguel A. Administración turística, Capítulo 5, El Funcionamiento del Sistema Turístico Mexico.1981.

¹⁹ Gibson, Ralph F. The Recognition of Systems Engineering, Hagle, Huggins, Roy, Johnson Hopkins Press, 1946.



Cuervo se basa en la teoría de los conjuntos, estableciendo que: “*el turismo es un conjunto bien definido de relaciones, servicios e instalaciones que se generan en virtud de ciertos desplazamientos humanos*”.²⁰

Asimismo, identifico dentro de este gran conjunto (turismo), los siguientes subconjuntos:

- Los transportes, en todas sus formas.
- El alojamiento, también en todas sus formas.
- Los servicios de alimentación, en toda su gama.
- Los centros de amenidades y diversión.
- Los establecimientos comerciales relacionados
- Los servicios complementarios, tales como: agencias de viajes, guías de turismo, rentadoras de automóviles, etc.

Según Leiper, desde el punto de vista general de los sistemas, el turismo es un sistema abierto en donde conviven: el turista; los puntos geográficos: la región generadora, la ruta de tránsito, la región de destino, y la industria turística.²¹

En otras palabras, Leiper y Cuervo coinciden en que, el sistema turístico entra en funcionamiento por medio de su objeto dinámico, el turista, quien pone en movimiento todo el sistema, como consecuencia del traslado que realiza desde una región de origen, llamada *región emisora*, a través de la ruta de tránsito hasta llegar a la región de destino o *receptora*, y con su posterior regreso al punto de partida.

El turismo no es diferente a otros sistemas, ya que al igual que los demás importan insumos que al ser procesados salen convertidos en productos. Existe un canal de entrada por donde ingresan los materiales y la información importada (necesidades y expectativas), que una vez procesada, salen en forma de productos o de servicios.²²

Antes de continuar con nuestra definición de sistema turístico, valdría la pena apelar al concepto de *producto turístico*.

²⁰ Cuervo S. Raimundo. El turismo como medio de comunicación humana. Departamento de Turismo del Gobierno de México, Pag. 28.

²¹ Leiper, Neil. “Toward a cohesive curriculum in tourism, The case for a Distinct Discipline”, Annals Of Tourism –research, vol. VIII, num 1. 198, pag.74.

²² Molina Sergio. Conceptualización del Turismo. Ilusa Mexico. 1997



Concepto Producto Turístico

Según Juan Luis Colaiacovo, director Centro Interamericano de Comercialización (CICOM)- en un proyecto de la Organización de los Estados Americanos (OEA) con sede en Buenos Aires: *"en una concepción amplia, producto constituye todo lo que contribuye a la satisfacción de sus clientes o consumidor. En un análisis final, lo que se venden son satisfacciones que esperan obtenerse por el consumo de ese producto. El producto es el resultado de toda la acción del sistema"*²³

Según Cardenas Tabares, *"el producto turístico está conformado por el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen en el mercado, para un confort material o espiritual, en forma individual en una gama muy amplia de combinaciones resultantes de las necesidades, requerimientos o deseos de un consumidor al que llamamos turista"*.²⁴

Los tres aspectos que en la actualidad integran el producto turístico son:

Producto Turístico= Atractivos + Facilidades + Accesibilidad

Atractivos

- Atractivos naturales: Montañas, costas, lagos, flora, fauna, etc
- Atractivos artificiales: Museos, lugares históricos, ferias, manifestaciones religiosas, grupos étnicos.
- Atractivos humanos (recursos): hospitalidad, buen trato y atención, precios moderados, limpieza y buena presencia, etc.

Facilidades

- Alojamiento: Hoteles, hosterías, moteles, residencias, campings, etc.
- Alimentos y bebidas: cafeterías, restaurantes, bares, etc.
- Entretenimiento y diversión: clubes nocturnos, casinos, cines, etc.
- Agencias de viajes: detallistas y mayoristas.
- Arrendadoras de carros: incluye además de todo el transporte turístico para city tours y excursiones.
- Capacitación: a nivel básico, técnico, superior y posgrado.

²³ Juan Luis Colaiacovo. Proyecto de exportación y estrategias de marketing internacional. OEA Organización de los Estados Americanos. Ed Macchi, 1993.

²⁴ Fabi Cardenas Tabares. Producto Turístico (aplicación de las estadísticas y del muestreo para su diseño). Ed Trillas.1999.



- Otros: oficinas de información, servicios de guía y comercios turísticos, cambio de moneda, dotaciones para convenciones.

Accesibilidad

- Marítimo (acuático): Barcos, cruceros, incluye transporte lacustre.
- Terrestre: ferrocarril, automóvil, autobús, otros.
- Aéreo: Aviones estatales, etc.

Otra definición válida y completa es la tomada por Altes Machin cuando dice que *"un producto turístico es una combinación de prestaciones y elementos tangibles e intangibles que ofrecen unos beneficios al cliente como respuesta a determinadas expectativas y motivaciones"*.²⁵

Componentes del Sistema Turístico

Si bien los autores citados, además de otros, dividen al sistema turístico en varios elementos, concluiremos en 3 básicos y fundamentales que engloban a los componentes del sistema: Demanda; Oferta e Intermediarios.

Demanda

La demanda se puede definir como el total de turistas que concurren a una región, país o zona o atractivo cualquiera y a los ingresos que generan. Son motivados por ciertas necesidades y deseos que deben ser satisfechas.

A su vez, el Bullón la subdivide de la siguiente manera:²⁶

- Demanda real: cantidad de turistas que solicitan bienes y servicios en un lugar y tiempo determinado.
- Demanda histórica: demandas reales que tuvieron lugar en el pasado.
- Demanda futura: se deduce a través del cálculo que tiene en cuenta la demanda histórica para proyectar la demanda futura posible a partir del presente.
- Demanda potencial: es la que podría obtenerse de la demanda futura y de los mercados todavía no conquistados.

²⁵ Carmen Altes Machin. Marketing y Turismo: Introducción al marketing de empresas y destinos turísticos. Ed. Síntesis. Madrid 1993.

²⁶ Bullón, RC. Planificación del espacio turístico. 2da Ed. México: Trillas; 1990.



Según Kotler P, las necesidades corresponden a un estado de carencia percibida. Cuando no se satisface una necesidad, se experimenta un vacío, que incentiva a la persona a satisfacerlo o simplificarlo.²⁷

Los deseos son el modo en que la gente comunica sus necesidades. Las sociedades van evolucionando y los deseos de sus miembros se amplían.

Oferta

La oferta está integrada por los servicios que suministran los elementos de la planta turística (equipamiento e instalaciones) y por algunos bienes no turísticos, los cuales se comercializan mediante el sistema turístico. Por lo tanto la oferta turística está conformada por todas las actividades realizadas en el lugar del destino turístico para el consumo del turista.

Intermediarios

Los intermediarios según Pere Fullana y Ayuso son: *“los operadores del mercado turístico, aquellos agentes que participan en la actividad turística, en la calidad de intermediarios entre el consumidor final (el turista) y el producto turístico, aunque pueden extender su acción intermediadora al resto de la oferta turística”*.²⁸

Mcintosch, Goeldner y Ritchie, señalan que *“las organizaciones intermediarias de distribución en turismo son una estructura, sistema o enlace de operación de varias combinaciones de organizaciones mediante las cuales un productor de servicios de viaje vende o confirma los arreglos de viaje del comprador”*.²⁹

Por otro lado, Pablo Kohen, en su libro *Tecnologías y Gestión de Agencias de Viajes*, indica que *“las prestaciones y servicios turísticos que toman tanto los turistas como aquellos que viajan por negocios son brindados por intermedio de distintos proveedores de productos turísticos. Estos ofrecen sus servicios directamente a los consumidores finales. Sin embargo, hay una gran cantidad de estas operaciones que se realizan con intermediarios que integran un canal de*

²⁷ Kotler Philip. Marketing para Turismo. Pearson Prentice Hall. Mexico 2004

²⁸ Ayuso, Silvia y Fullana, Pere. Turismo Sostenible. Ed. Rubes. Barcelona. 2002.

²⁹ Robert Woodrow McIntosh, Charles R. Goeldner, J. R. Brent Ritchie. Turismo: Planeación, administración y perspectivas. Ed. Limusa. Mexico 1999.



*comercialización independiente, y generalmente se los conoce como agentes de viajes o mayoristas de excursiones".*³⁰

Entonces los intermediarios son los que distribuyen, por decirlo de alguna manera, el producto turístico.

En la distribución del sector turístico, resulta muy difícil separar lo que es la fase de distribución de producto de la fase de comunicación, dada a su peculiaridad de ser un bien-servicio. Por lo que la Organización Mundial del Turismo (OMT) recomienda denominar esta fase *comercialización turística*.

Esta comercialización se realiza habitualmente mediante la intervención de los *intermediarios turísticos* o canales de distribución. Estos no son los productores originarios de los bienes y servicios sino que son los responsables de adaptar estos servicios en sus diferentes opciones con los atractivos, y crear así un propio producto ofertado a los clientes a un precio determinado.³¹

Canales de Distribución

Como bien indica Balsco Peris en su capítulo 5, comercialización hotelera y sus canales de distribución, *"las empresas de alojamiento tienen tres canales principales de distribución de su producto: canal directo, canal corto y el canal largo".*³²

El primero se utiliza cuando la empresa desea llegar al cliente potencial sin la intervención de ningún intermediario. El segundo tiene como protagonista a las agencias minoristas y el último se basa en la intervención de las agencias mayoristas o TTOO (tour operadores).

Canales

- Canal directo:

El medio más eficaz para llegar al consumidor final, directo, es la publicidad, aunque también uno de los más costosos. Además de considerar el coste de ello, se debe prever su efectividad, es decir el nivel de impacto de la acción sobre las personas y su eficacia.

³⁰ Pablo A Kohen. Tecnologías y gestión de agencias de viajes. Capítulo 1 "Organización y gestión de empresas turísticas". Ed. Macchi Grupo Editor. 2005.

³¹ Abert Isabel Piñole. Gestión de Técnicas de Agencias de Viajes. Ed. Síntesis. Madrid 1989.

³² Albert Balsco Peris. La empresa y el producto turístico. Cap 5, Comercialización hotelera y sus canales de distribución. Ed. Civitas Ediciones S.L. España 2002.



Otra metodología que se aplica es la comunicación directa con la empresa, lo que los hoteles suelen llamar el mercado corporativo. Normalmente las empresas o compañías obtienen una tarifa diferencial a la de los clientes particulares, premiando sobre todo la fidelidad. En estos casos, no solo se pone a disposición servicios de alojamiento, sino también otras facilidades del hotel, como son, sala de reuniones, convenciones, etc.

Dentro de este canal también podemos mencionar las centrales de reservas, internet o web del hotel

- Canal corto:

Agencias de viajes minoristas. Estas son un buen canal de distribución por la especial relación que mantienen con el sector empresarial. Muchas empresas continúan confinando sus viajes a estos intermediarios porque mediante el asesoramiento generan valor añadido al producto. Esta función conlleva también un elemento discriminatorio, puesto que las AAVV (agencias de viajes) ofrecerán aquellos productos que se adecuen a la calidad exigida por sus clientes, pero también aquellos que les ofrezcan mejores condiciones. Por lo que no es conveniente que el proveedor reduzca las comisiones que perciben estos intermediarios.

- Canal largo:

Para los hoteles suele tratarse de uno de los canales de distribución más importantes, aunque no el único.

Las AAVV mayoristas y TTOO suelen firmar con los hoteles un contrato llamado de grupo, cupo, contingente o convenio. Mediante el mismo, el hotel se compromete a mantener a su disposición un número determinado de habitaciones durante un periodo determinado. Dentro de estos contratos suele establecerse lo que en el ambiente se conoce como cut off, es un tiempo límite para gestionar reservas que de lo contrario volverán a la disponibilidad del hotel días antes de la fecha para ser ofrecidas a otra agencia o cliente directo.



Agentes Intermediarios

Existen 4 tipos de agentes intermediarios que se consideran los principales:

1. Proveedores de servicios turísticos (PST)
2. Sistemas globales de distribución (GDS y CRS)
3. El operador de turismo o mayoristas de excursiones (OT)
4. Las agencias de viajes (AV)

1) Proveedores de servicios turísticos (PST):

Para Kohen entendemos como proveedores a *“los que operan y comercializan el servicio, y como prestadores a quienes brindan atención al cliente o pasajero directo. Por lo general agrupamos en este segmento a todas aquellas empresas proveedoras de servicios y productos turísticos: aéreos, alojamiento, seguros al viajero, etc.”*.³³

Por otra parte están las empresas que proporcionan servicios de tipo local como las excursiones, los traslados, servicios de guía, etc.

Completarían este sector los servicios de tipo administrativo financiero como seguros, cambio de moneda y asistencia al viajero.

2) Sistemas globales de distribución (GDS y CRS):

Vialle define los sistemas de distribución como *“un sistema mundial de distribución o SMD constituye un sistema informático de distribución que permite la visualización de las disponibilidades, la reserva y la emisión de billetes por parte de los productores turísticos a escala internacional”*.³⁴

En general son utilizados como una herramienta de trabajo de las AAVV y que, basados en soportes informáticos, ofrecen un rápido acceso a banco de datos permanentemente actualizados sobre transporte, horarios, cotización de tarifas y plazas disponibles, permitiendo una eficaz gestión de reservas y emisión de aéreos.

Para Kohen. P *“los sistemas de distribución cumplen un rol central en el marketing y la distribución de la industria del viaje. Ofrecen a sus usuarios*

³³ Pablo A Kohen. Op cita en nota (24).

³⁴ Vialle Oliver. Los Sistemas Mundiales de Distribución en la Industria Turística, OMT. Ed Madrid. 1994.



capacidad para reservar ampliando la información sobre los servicios de viajes mundiales, además de poderosas herramientas para la gestión de viajes".³⁵

En la actualidad la distribución de los servicios turísticos está dominada por un pequeño número de sistemas GDS, como por ejemplo Amadeus, Galileo, Sabre y Worldspan.



Hoy en día los GDS son más grandes y están abiertos al público. Desde su creación han ido creciendo y ofreciendo cada vez mejores servicios, y con nuevas fusiones y alianzas alcanzan nuevos mercados.

La tecnología les ha permitido incorporar aspectos más funcionales a sus sistemas, a través de interfases que fundamentalmente relacionan los principales aspectos de los servicios que ofrecen con sus bases de datos, creando conexiones electrónicas entre distintos sistemas que facilitan la información a más usuarios entre todas las organizaciones que intervienen.

³⁵ Pablo A Kohen. Tecnologías y gestión de agencias de viajes. Capítulo 1 "organización y gestión de empresas turísticas". Ed. Macchi Grupo Editor. Madrid 2005.



3) Operador Turístico Mayorista (OOTT)

Las Agencias de Viajes (AAVV) mayoristas son conocidas como Tour Operadores (TTOO), se caracterizan porque diseñan sus propios productos: Holidays packages (paquetes turísticos) o inclusive tour formados por una combinación de transporte, alojamiento y servicios complementarios y ofertas al consumidor con un precio global.

4) Agencias de Viajes Minoristas (AAVV)

Las agencias de viajes propiamente dichas proporcionan servicios minoristas. Es decir, venden sus servicios directamente al público. Sus tareas comprenden la organización y comercialización de viajes y servicios que crean otras empresas intermediarias o los operadores mayoristas.

Tanto Vialle, Kohen o Albert (autores citados anteriormente) coinciden en que las funciones principales se pueden distinguir entre:

- AAVV minoristas emisoras: radicadas en el país emisor, promueve viajes y actividades dentro del territorio nacional y hacia el exterior, Obteniendo comisiones.
- AAVV minoristas receptivos: reciben a los turistas proporcionando servicios de transfer y representación de los TTOO en el destino. Venden excursiones y contratación de guías. Reservas de hotel en destino, alquileres de automóviles

Las agencias minoristas no poseen productos propios para vender. Solo pueden diferenciarse a través de la calidad del servicio.

Una vez detallados algunos aspectos que se han considerado importantes para el mayor entendimiento de la investigación, nos iremos acercando al punto de partida del elemento en estudio, OTAS.

El nacimiento de las *Agencias de Viajes Online* es consecuencia de los avances en la tecnología, y con ello nos referimos particularmente a internet.



Internet

Concepto

El término propiamente dicho parte de conjugar **Interconnected Networks** (redes interconectadas).³⁶

Se podría definir como una red de redes, que nos permite comunicarnos e intercambiar información unos con otros desde cualquier parte del mundo en tiempo real.

Internet surgió de un proyecto desarrollado en Estados Unidos para apoyar a sus fuerzas militares. Luego de su creación fue utilizado por el gobierno, universidades y otros centros académicos. En la actualidad constituye la principal herramienta de trabajo de cualquier usuario, así como también de entretenimiento.

Como bien dijo Stephanie Falla Aroche: *37Internet ha puesto una revolución sin precedentes en el mundo de la informática y de las comunicaciones. Internet es una oportunidad de difusión mundial, un mecanismo de propagación de la información y un medio de colaboración e interacción entre los individuos y sus ordenadores independientemente de su localización geográfica.*

Kohen señala que *"[...] La aparición de internet como nuevo canal de distribución ha transformado la función intermediadora que venían desarrollando distintos actores, tales como las agencias de viajes o los operadores mayoristas. Aunque la posibilidad de la relación directa entre los proveedores y prestadores de los servicios y el cliente final siempre ha existido, el impacto de internet es determinante. Tan así, que podríamos afirmar que la incorporación de las nuevas tecnologías de información y comunicación ha modificado la naturaleza misma de la cadena de valor y genera una exigencia mayor".*³⁸

Las TIC's (tecnologías de la información y las comunicaciones) han implicado un cambio significativo en la actividad turística de los últimos tiempos.

De Teresa en su ensayo, El impacto de las nuevas tecnologías en el turismo, comenta que quizá la tecnología que más influyó en esta actividad sea la aparición y consolidación de internet. Indica que *"la tecnología facilita a los proveedores la flexibilidad para integrarse diagonalmente con otros proveedores al objeto de*

³⁶ Computación aplicada al desarrollo SA de CV. Adelfa 213-A, Villa de las Flores, Leon Guanajuato. Disponible en: (http://www.cad.com.mx/que_es_internet.htm)

³⁷ Stephanie Falla Aroche. La Historia del Internet. Febrero 14,2006. Disponible en: (<http://www.maestrosdelweb.com/editorial/internethis/>)

³⁸ Pablo A Kohen. Tecnologías y gestión de agencias de viajes. Capítulo 1 "organización y gestión de empresas turísticas". Ed. Macchi Grupo Editor. Madrid 2005.



proporcionar nuevas combinaciones de servicios y mejora la efectividad de los costos".³⁹

Internet en las Agencias de Viajes

Continuando con lo dicho por De Teresa, es evidente que la venta de productos turísticos tradicionalmente ha estado ubicada en las agencias de viajes.

El comercio electrónico (ecommerce) emerge como una nueva alternativa para que los consumidores realicen sus reservas sin necesidad de desplazarse físicamente, lo que les permite a estas empresas descubrir las posibilidades y usos de internet como soporte de ventas.

De esta manera surgen las OTAS, Agencias de Viajes Online, que en general solo existen en internet sin versión física, una nueva herramienta a disposición del cliente las 24 hs del día, en cualquier lugar, que facilita la búsqueda a medida, comparación de precios y promociones, entre otras cosas.

Según un estudio realizado por Carlota Noms para la Escuela de Turismo Mediterrani, *"una agencia de viaje online es una empresa dedicada de manera habitual y profesional a asesorar, vender y/o organizar viajes u otros servicios turísticos cuya función principal es actuar como intermediadora entre el cliente y el prestador de servicios para posteriormente poder realizar la venta de productos y servicios turísticos a través de internet".⁴⁰*

En conclusión, estas agencias de viajes cumplen las mismas funciones que las agencias tradicionales pero ofrecen nuevas y mayores posibilidades en cuanto a acceso, idioma, tiempo y lugar.

Primera Agencia de Viajes Online, caso Expedia

MSN Expedia (Microsoft), afirma De Teresa, *"es la pionera en el mercado virtual de la venta de viajes y actual líder de facturación. Operativa en un principio en Estados Unidos y Canadá, y desde hace menos tiempo también en el Reino Unido, esta web es utilizado masivamente por los cibernautas para realizar sus reservas viajeras".⁴¹* Pero otras agencias virtuales como Travelocity, Booking, gullivers,

³⁹ De Teresa, Carlos. El impacto de las nuevas tecnologías en el turismo. Tecnova, Magazine Lo que cuenta de ti. Disponible en <http://www.tecnova.es/ti/firmainvitada07.htm>

⁴⁰ Norms, Carlos. Agencias de viajes online, la revolución tecnológica del turismo. Escuela de Turismo Mediterrani de Girona, España. 2013.

⁴¹ De Teresa Carlos, op. Cita en nota (32).



Despegar, Bestday, también manejan gran número de reservas y su volumen de negocio crece de forma exponencial.

Garrido Pintado también ha comentado sobre el caso Expedia, *“desde los inicios de sus operaciones a principios de 1997, presenta en la web un amplio abanico de servicios difícilmente superables por una agencia de viajes tradicional. Por ejemplo, la posibilidad de comprar distintas tarifas aéreas, suscribirse a un boletín electrónico donde recibir por correo electrónico mejores ofertas. Asimismo, ofrece la posibilidad de reservar y comprar online un paquete de servicios acorde con el viaje que se desea realizar: noches de hotel, alquiler de coches, etc”*.⁴²

Su experiencia sirvió de precedente, pues, fue la primera compañía especializada en venta de viajes con presencia en Internet. Supo aprovechar las peculiaridades del medio para ofrecer un sistema de búsqueda avanzado, información de valor añadido e innumerables ventajas en la comercialización de productos turísticos.

Principales agencias online en la actualidad:



⁴² Pablo Garrido Pintados. Madrid 2010. Agencias de viajes online: situación y perspectivas en el comercio electrónico español. Disponible en www.eprints.ucm.es.



Capítulo II

Marco Referencial



2. Marco Referencial

Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Reseña Histórica

La primera fundación de Buenos Aires tuvo lugar en marzo de 1536, cuando Don Pedro de Mendoza, colonizador español, estableció un asentamiento precario de una manzana de extensión, con el fin de poblar y conquistar tierras del Río de la Plata, y la llamó "Puerto de Nuestra Señora del Buen Ayre".⁴³

Durante este tiempo se sucedieron varios enfrentamientos con indios pobladores del lugar, fue así como los españoles se vieron obligados a regresar y Pedro de Mendoza muere antes de llegar a destino.

Se podría decir que esta fue su primera fundación. Pero algunos historiadores sostienen que para que una ciudad fuera fundada, debían erigirse una iglesia, un cabildo y un fuerte militar. La segunda y definitiva fundación estuvo a cargo de Juan de Garay, quien el 11 de Junio de 1580 fundó sobre la barranca frente al río una ciudad puerto que rebautizó con el nombre de "Ciudad de la Trinidad" y al puerto, "Santa María de los Buenos Ayres". Con el tiempo se recuperó el nombre de Buenos Aires.

Pasaron los años y el crecimiento de la ciudad se veía demorado por razones fundamentales: el ataque de los indios y las trabas que encontraba para su desarrollo comercial. Lejos de ser la ruta de riquezas añoradas, fue una ciudad postergada y limitada. Lima (actual capital del Perú) seguía siendo el centro floreciente del imperio y desde allí el virrey ejercía el monopolio de las rutas comerciales impidiendo esa posibilidad a cualquier otro puerto.

Esto cambia en 1776, cuando se crea el Virreinato del Río de la Plata y Buenos Aires es nombrada su Capital. Comienza a transformarse en un importante centro portuario y aduanero. En 1880 es constituida en la Capital de la República Argentina, y separada de la provincia de Buenos Aires. Hasta 1994 depende del gobierno nacional y es administrada por un intendente nombrado por el presidente de la Nación. A partir de esa fecha se convierte en Ciudad Autónoma y pasa a ser gobernada por un Jefe de Gobierno elegido por votación popular.⁴⁴

⁴³ Argentina Turismo. "Historia de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires", Argentina. Disponible en <http://www.argentinaturismo.com.ar/capital/historia.php>.

⁴⁴ Todo Buenos Aires. "Historia de Buenos Aires". Disponible en http://www.todobuenosaires.com/buenos_aires/es/historia/.



Características Generales

La Ciudad de Buenos Aires (Ciudad Autónoma de Buenos Aires), también llamada Capital Federal por ser sede del gobierno federal, es la capital de la República Argentina. Está situada en la región centro-este del país, sobre la orilla del Río de la Plata, en plena llanura pampeana.

El tejido urbano se asemeja a un abanico que limita la sur, oeste y norte con la provincia de Buenos Aires y al este con el río. Oficialmente la ciudad se encuentra dividida en 48 barrios que derivan, los más antiguos, de las parroquias establecidas en el siglo XIX. La metrópolis es una ciudad autónoma que constituye uno de las 24 provincias en las que se divide el país. Tiene sus propios poderes ejecutivo, legislativo y judicial, además de su propia policía.⁴⁵

Demografía

La densidad de la población es de más de 15.000 habitantes por kilómetro cuadrado. Las zonas centro y norte son los espacios territoriales más densamente poblados.

Teniendo en cuenta la edad de los habitantes, se considera que la Ciudad posee una población envejecida. La edad promedio de la población ronda los 40 años.

Clima

El Clima es Templado con influencia marítima. Es un clima benigno todo el año, con una temperatura media anual de 18°C.

Idioma

El español es el idioma oficial de la República. Adquirido por los conquistadores, sufrió algunos cambios propios de la convivencia con indígenas nativos. Las sucesivas oleadas inmigratorias ocurridas durante el siglo XIX y los primeros años del XX también hicieron su aporte a la lengua de los argentinos. El español en Buenos Aires adopta formas del lunfardo, jerga del ámbito porteño.⁴⁶

Religión

En Buenos Aires y en toda la Argentina la religión oficial es la Católica Apostólica Romana, aunque existe total libertad de culto.

⁴⁵ Buenos Aires Ciudad. "La Ciudad". Disponible en <http://www.buenosaires.gob.ar/laciudad/ciudad>.

⁴⁶ Enbuenosaires.com. "Información de Buenos Aires". Disponible en http://www.enbuenosaires.com.ar/buenos-aires-informacion-es_AR.html.



Barrios

Oficialmente la ciudad se encuentra dividida en 48 barrios:⁴⁷

- | | | |
|-------------------------|--------------------------|----------------------------|
| 1. Agronomía | 17. Parque Chas | 33. San Cristóbal |
| 2. Almagro | 18. Parque Patricios | 34. San Nicolás |
| 3. Balvanera | 19. Puerto Madero | 35. San Telmo |
| 4. Barracas | 20. Recoleta | 36. Vélez Sarsfield |
| 5. Belgrano | 21. Retiro | 37. Versalles |
| 6. Boedo | 22. Saavedra | 38. Villa Crespo |
| 7. Caballito | 23. La Paternal | 39. Villa del Parque |
| 8. Chacarita | 24. Liniers | 40. Vila Devoto |
| 9. Coghlan | 25. Mataderos | 41. Villa General
Mitre |
| 10. Colegiales | 26. Monte Castro | 42. Villa Lugano |
| 11. Constitución | 27. Monserrat | 43. Villa Luro |
| 12. Flores | 28. Nueva Pompeya | 44. Villa Ortuzar |
| 13. Floresta | 29. Nuñez | 45. Villa Pueyrredon |
| 14. La Boca | 30. Palermo | 46. Villa Real |
| 15. Parque
Chacabuco | 31. Parque
Avellaneda | 47. Villa Riachuelo |
| 16. Villa Urquiza | 32. Villa Soldati | 48. Villa Santa Rita |

La ciudad de Buenos Aires ofrece variedad de posibilidades de alojamiento que representan 36.000 plazas disponibles. Estos hoteles se encuentran instalados en su mayoría en barrios como Recoleta, San Telmo, Puerto Madero, Palermo, entre otros, con fácil acceso a los principales sitios turísticos.

Entre los barrios mencionados se optó por la zona de Recoleta para llevar a cabo la siguiente investigación, dado a que cuenta con un amplio abanico de establecimientos hoteleros de categoría, con distintas características, los cuales servirán de apoyo en el tema de estudio.

⁴⁷ Buenos Aires Ciudad. "Barrios". Disponible en <http://www.buenosaires.gob.ar/laciudad/ciudad>.

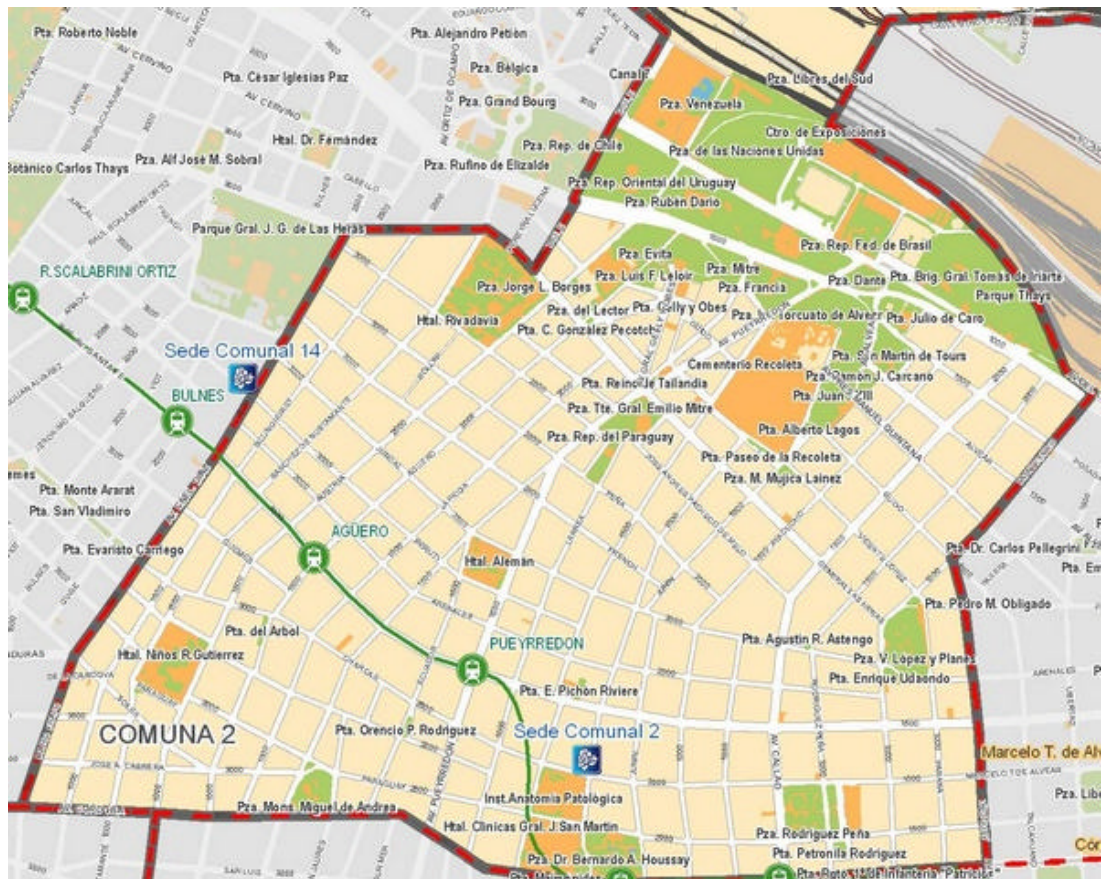


Barrio La Recoleta

Tomo su nombre del Convento de los Recoletos Descalzos, levantado en una chacra llamada "Los Ombúes", que recibió el vecino fundador y primer alcalde, Rodrigo Ortiz de Zarate, en el reparto de tierras hecho por Juan de Garay en 1583.⁴⁸

Limites

Uruguay, Guido; Montevideo, Proyección de Montevideo, Brig. Gral. Facundo Quiroga, prolongación virtual de Juan Biblióni, bajada Autopista Dr. A. Illia (acceso portuario) hasta intersección con Autopista Illia, Avenida Pte. Ramón Castillo, Acceso Wilson, Av. Tomás Edison, borde Oeste de la Dársena D, borde norte de la Dársena D, bordes Dársenas E y F, Avenida Costanera R. Obligado, Jerónimo Salguero, deslinde suroeste zona vías de los ferrocarriles ex FGBM, ex FGB, Tagle, Las Heras, Avenida Coronel Díaz, Mario Bravo, Avenida Córdoba.⁴⁹



⁴⁸ Buenos Aires Ciudad. "La Ciudad". Disponible en <http://www.buenosaires.gob.ar/laciudad/ciudad>.

⁴⁹ DGESC. Datos censales, año 2001. Disponible en <http://www.dgesc.gov.cv/>.



Historia

El barrio comenzó a formarse a fines del siglo XVIII, cuando las chacras y quintas empezaron a edificarse.

Al establecer el matadero y el cementerio del Norte, fue cambiando su aspecto y transformándose. Posteriormente, con la creación del paseo de la Recoleta, se convirtió en un barrio residencial y lujoso.

Debido a la epidemia de la fiebre amarilla en 1871, las familias que habitaban la zona sur, debieron emigrar hacia el norte donde construyeron mansiones de estilo francés muy refinado y cambiaron el paisaje arquitectónico del barrio y lo hicieron conocido a través del nombre la Petit París de Buenos Aires.⁵⁰

*Atractivos*⁵¹

- *Cementerio de la Recoleta:*

-Dirección: Junín 1760

Fue construido en 1822 como el primer cementerio público de la Ciudad y su trazado es obra del ingeniero francés Prospero Catelin.

Es el cementerio más visitado de la Ciudad, por sus numerosos e imponentes mausoleos y bóvedas, pertenecientes a muchos de los principales protagonistas de la historia Argentina, como el de Eva Perón (Evita), una de las tumbas más concurridas.

Asimismo, merece una visita por su valor arquitectónico, ya que es una muestra de los tiempos en que el país era una potencia económica y emergente y las principales familias competían para construir panteones esplendorosos. Muchas de las bóvedas y mausoleos están adornadas con mármoles y esculturas, más de 90 bóvedas han sido declaradas Monumento Histórico Nacional.

⁵⁰ De la Fuente Machain, R. "El barrio de la Recoleta". Cuadernos de Buenos Aires. Buenos Aires, 1973.

⁵¹ Buenos Aires Ciudad. "La Ciudad". Opc Cita 43.



- *Museo Nacional de Bellas Artes:*

-Dirección: Del Libertados Av. 1473

-Email: prensa@mnba.org.ar

-Web: www.mnba.org.ar

El Museo Nacional de Bellas Artes es uno de los más importantes de Latinoamérica y el que tiene la mayor colección de arte argentino del país. Fue inaugurado en 1896, si bien su actual sede data del año 1933, en un edificio reformado en su momento por el arquitecto Alejandro Bustillo para recibir la colección permanente.

Dentro del patrimonio de arte internacional del museo se destacan obras de El Greco, Goya, Rodin, Rembrandt, Rubens, Renoir, Degas, Cezanne, Chagall y Picasso. Entre los pintores argentinos más importantes, posee obras de Cándido López, Lino Enea Spilimbergo, Antonio Berni, Carlos Alonso y Antonio Seguí.

El museo cuenta con una sala de fotografía, una de arte andino precolombino, dos terrazas de esculturas y una biblioteca con más de 150,000 ejemplares.

- *Basilica de Nuestra Señora del Pilar:*

-Dirección: Junín 1904

-Teléfono: 4806 2209

-Email: iglesiadelpilar@gmail.com

-Web: www.basiliCADelpilar.com

Se inauguró en 1732. Fue proyectada por los arquitectos jesuitas Bianchi y Primoli.

Conserva retablos, imaginería y ornamentos originales. Fue declarada Monumento Histórico Nacional en 1942.

- *Centro Cultural Recoleta:*

-Dirección: Junín 1930

-Teléfono: 4803 1040

-Email: direccion@centroculturalrecoleta.com

-Web: www.centroculturalrecoleta.org

Fue construido en 1732, durante varios años se dieron usos diversos al edificio. Funcionó un asilo de mendigos, un hospital, un hogar de ancianos y un cuartel. Finalmente en 1978 se proyectó el Centro Cultural, y los arquitectos Jacques Bedel, Luis Bénédict y Clorindo Testa llevaron a cabo las reformas necesarias respetando la estructura original. Estos trabajos y los



anteriores dieron como resultado una impronta ecléctica, que combina elementos de estilo colonial con rasgos italianos y modernos.

El Centro Cultural cuenta con 27 salas de exposición, un microcine, un auditorio y un anfiteatro. Se desarrolla en el lugar numerosas actividades: exposiciones de artes plásticas, recitales, conciertos, representaciones teatrales y eventos. Además cuenta con un área de formación que ofrece cursos y talleres, y un laboratorio de investigación y producción musical equipado con la más avanzada tecnología.

- *Floralis Genérica:*

-Dirección: Figueroa Alcorta, Pres. Av. 2301

Es una imponente escultura de unos 20 metros de alto que domina la plaza Naciones Unidas, fue donada a la Ciudad de Buenos Aires por su autor, el arquitecto Eduardo Catalano.

Está hecha de acero inoxidable y aluminio, pesa unas 18 toneladas. Es la primera escultura en movimiento controlada por un sistema hidráulico y células fotoeléctricas.

- *Facultad de Derecho:*

-Dirección: Figueroa Alcorta, Pres. Av. 2263

El edificio data de 1949, es el resultado de un concurso de anteproyectos adjudicado a los arquitectos Arturo Ochoa, Ismael Chiapore y Pedro Vivent. Ocupa una superficie de 40.000 m² que se distribuye en una planta baja, piso principal y dos pisos altos, y cuenta con un museo, una pinacoteca y una biblioteca especializada. En el salón de actos se encuentra un óleo de grandes dimensiones del artista Antonio Gonzalez Moreno, que describe la ceremonia de inauguración de la Universidad de Buenos Aires. Como facultad de derecho se fundó en 1821 por el Dr Antonio Sáenz.

- *Avenida Alvear:*

-Dirección: Alvear Av. 1891

La Avenida Alvear, es una de las más elegantes de la Ciudad. Nace en la plazoleta de Carlos Pellegrini y desemboca frente al monumento a Torcuato de Alvear. Esta obra está compuesta por una columna de mármol de estilo dórico, coronada por una figura alada que representa la Gloria. En la parte media se halla el busto del primer intendente de Buenos Aires y en la base tres bajorrelieves que representan los hechos.



A lo largo de la Avenida hay una serie de residencias aristócratas como el Palacio Pereda, el Palacio Ortiz, el Palacio Alzaga Unzue (Four Seasons Hotel) y la residencia Duhau y en la esquina de Av Alvear y Ayacucho se encuentra el Alvear Palace Hotel. El hotel hospedó emperadores, reyes, presidentes y artistas de renombre mundial.

- Plaza Francia:

-Dirección: Del Libertador Av. 1400

-Web: www.feriaplazafrancia.com

Es un espacio verde, vecino de Plaza Intendente Alvear donde se llevan a cabo las ferias de artesanías los fines de semana. Tiene un monumento central llamado "Francia a la Argentina" (figura antes mencionada, representa la Gloria), obra del escultor francés Edmond Peynot e inaugurado en 1910, fue un obsequio de la colectividad francesa al país por motivo del Centenario de la Revolución de Mayo.

- Biblioteca Nacional:

-Dirección: Agüero 2502

-Telefono: 4808 6000

-Email: contacto@bn.gov.ar

-Web: www.bn.gov.ar

El actual edificio se construyó a partir del proyecto de los arquitectos Testa, Bullrich y Cazzaniga, quienes obtuvieron el primer premio del llamado a concurso de carácter nacional, en 1961, pero la biblioteca se inauguró recién en 1992.

En el quinto piso del edificio, junto a la sala de lectura, hay un ventanal con excelente vista a la ciudad.



Capítulo III

Metodología-Instrumentos



3. Instrumentos

Los siguientes instrumentos serán utilizados para la recolección de datos e información que servirá de apoyo para el análisis de la problemática planteada.

3.1 Unidad de Análisis y Variables

UNIDAD DE ANALISIS	VARIABLES	CATEGORIAS
Agencias de Viajes Online (OTAS)	Conocimiento sobre servicios de OTAS	Si
		No
	Medios a través de los cuales conoció a las OTAS	Publicidad en diarios y revistas
		Internet
		Televisión
		Recomendación (amigo/familiar/conocido)
		Otro (especificar)
	Ventajas para las usuarios	Fácil Acceso (internet, computadoras, dispositivos móviles, etc)
		Mayor variedad de productos (amplia oferta)
		Medios de pago alternativos
		Conversión moneda (euros, dólares, reales, otros)
		Comparación de precios y ofertas
		Servicios 24 hs (posibilidad de compra a cualquier hora del día)
		Otros (Especificar)
		Ninguno
Aspectos a mejorar	A desarrollar.. (opinión)	
Perfil Usuario	Edad	Menor a 30 años
		Entre 31 y 50 años
		Mayor a 51 años
	Sexo	Femenino
		Masculino
	Nacionalidad	
	Uso del servicio de OTAS	Si, una vez
Más de una vez		
Nunca		
Servicios contratados a través de OTAS	Alojamiento (hotel, hostel, complejo cabañas,	



		apartamentos, otros)
		Autos
		Excursiones
		Vuelos (nacionales, internacionales)
		Cruceros
	Motivo del Viaje	Ocio, placer
		Trabajo
		Familia
		Otro (Especificar)
	Grado de Satisfacción	Excelente
		Muy bueno
		Bueno
		Regular Malo
Reincidencia en el servicio	Si	
	Probablemente	
	No	
Reviews (Opiniones)	Importancia para la decisión de compra	Si
		No siempre
	Difusión de experiencia post viaje	No
		Si
		No



3.2 Diseño/Modelo de Encuesta

ENCUESTA

La siguiente encuesta es anónima y no tomara más de cinco minutos. Siendo su aporte muy valioso para la investigación.

A continuación encontrara una serie de preguntas relacionadas a Agencias de Viajes Online.

- *Por favor marque con una cruz la respuesta seleccionada (para aquellos puntos con más de una alternativa, pueden existir múltiples respuestas correctas):*

1. Edad

Menor a 30 años	
Entre 31 y 50 años	
Mayor a 51 años	

2. Sexo

Femenino	
Masculino	

3. Nacionalidad:

.....

4. ¿Ha oído hablar de las Agencia de Viaje Online?

Si	
No	

4.1 ¿Conoce alguna Agencia de Viajes Online?

Si	
No	

5. En caso de que su respuesta haya sido positiva, mencione alguna:

- 1)
- 2)
- 3)
- 4)



6. ¿De qué manera conoció a la/s agencias mencionadas en el punto 5?

Publicidad en diarios, revistas	
Internet	
Televisión	
Recomendación (amigo/conocido/familiar)	
Otro (especificar)	

.....

7. ¿Ha realizado en alguna oportunidad una reserva a través de Agencias de Viajes Online?

Sí, una vez	
Más de una vez	
Nunca	

8. De haber efectuado alguna reserva, ¿Qué tipo de servicio ha contratado?

Alojamiento (hotel, hostel, complejo de cabañas, apartamentos, otros)	
Autos	
Vuelos (nacionales, internacionales)	
Excursiones	
Cruceros	

9. ¿Cuál fue el motivo de su viaje?

Ocio, Placer	
Trabajo	
Familia	
Otro (especificar)	

.....

10. ¿Cómo fue su experiencia durante y después del proceso de compra?

Excelente	
Muy Bueno	
Bueno	
Regular	
Malo	



11. ¿Volvería a utilizar los servicios de estas Agencias en su próximo viaje?

Si	
Probablemente	
No	

12. ¿Cuál/es cree, según su opinión, que son las ventajas más significativas que brindan estas Agencias?

Fácil acceso (internet, computadoras, celulares, etc)	
Mayor variedad de productos (amplia oferta)	
Medios de pago (tarjetas, cuotas)	
Conversión moneda (euros, dólares, pesos, reales, otros)	
Comparación de precios y ofertas	
Servicio 24 hs (posibilidad de compra a cualquier hora del día)	
Otros (especificar)	
Ninguno	

.....

13. Mencione algún aspecto a mejorar de estas agencias:

.....

14. ¿Consideras importantes las opiniones (reviews) que otros viajeros dejan en los portales de las agencias virtuales a la hora de elegir un producto/servicio por este medio?

Si	
No siempre	
No	

15. ¿Suele compartir su experiencia en la web?

Si	
No	

16. De tener alguna sugerencia u observación acerca de las preguntas realizadas, por favor desarrolle a continuación:

.....



3.3 Diseño/Modelo Entrevista

ENTREVISTA

Hotel:

Departamento:

Nombre completo:

Edad:

Profesión:

1. ¿Qué cargo/puesto ocupa actualmente en el hotel?
2. ¿Hace cuánto tiempo está en el cargo?
3. ¿De qué manera se relaciona su trabajo con las Agencias de Viajes Online (OTAS)?
4. ¿Cree que las OTAS son un elemento fundamental en la actualidad? ¿Por qué?
5. ¿Cuál cree que es el porcentaje aproximado de ventas (en el hotel) correspondiente a la producción de las OTAS?
6. ¿Cree que las OTAS constituyen un elemento de marketing para los hoteles? ¿Por qué?
7. ¿Cuál de las agencias con las que trabaja la considera como la mejor a nivel laboral? ¿Por qué?
8. ¿Cuál o cuáles crees que son los factores del éxito de estas agencias?
9. ¿Qué diferencia a las Agencias de Viajes Online de las Agencias de Viajes Tradicionales?
10. ¿Ha navegado de manera particular por la web de estas agencias en circunstancias que no involucren su trabajo?
11. ¿Ha concretado la compra o reserva de algún servicio a través de una agencia de viajes online?
12. ¿Cuáles podrías decir que son las agencias más utilizadas por los consumidores?



Capítulo IV

Análisis Oferta



4. Análisis Oferta

En Recoleta existe una amplia variedad de oferta Hotelera, entre ellos hoteles 5 estrellas:

Loi Suites Recoleta Hotel Vicente López 1955	Categoría: ★★★★★
Hotel Club Frances Rodríguez Peña 1832	Categoría: ★★★★★
Buenos Aires Grand Recoleta Las Heras 1745	Categoría: ★★★★★
Casa Sur Art Hotel Callao 1823	Categoría: ★★★★★
Hotel Madero Rosario Vera Peñaloza 360	Categoría: ★★★★★
Hub Porteño Rodríguez Peña 1967	Categoría: ★★★★★
Alvear Palace Hotel Av Alvear 1891	Categoría: ★★★★★
Algodon Mansion Hotel Montevideo 1647	Categoría: ★★★★★
Palacio Duhau - Park Hyatt Buenos Aires Av Alvear N° 1661	Categoría: ★★★★★
Mio Buenos Aires Av Quintana 465	Categoría: ★★★★★
Meliá Recoleta Plaza Hotel Posadas 1557	Categoría: ★★★★★

A continuación el detalle de los hoteles 5 estrellas seleccionados para la investigación:



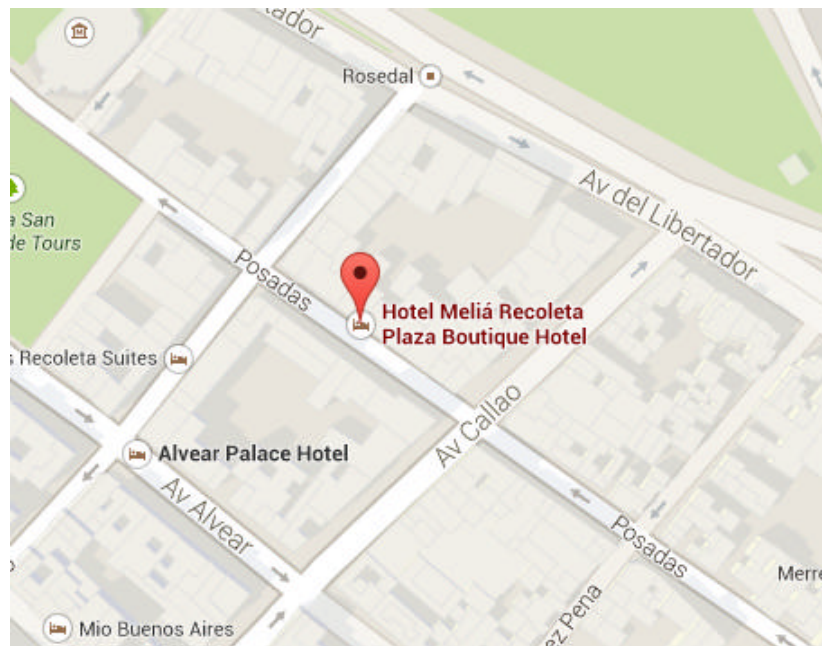
Melia Recoleta Plaza Hotel



DATOS

Dirección: Posadas 1557	Teléfono: (54) 11 5353 4000	Email: reservas@meliarecoletaplaza.com.ar	Página Web: www.meliarecoletaplaza.com.ar
----------------------------	--------------------------------	--	--

Mapa – Ubicación



CARACTERISTICAS - SERVICIOS

Meliá Recoleta Plaza cuenta con 52 habitaciones y 5 suites de estilo clásico con mobiliario de Reina Ana y Luis XV

Equipadas con confortables camas king size o dos camas individuales (twin) y vestidas con tejidos de alta calidad, cuentan, además, con TV, aire acondicionado con control individual, acceso a Internet (WiFi) de alta velocidad, escritorio con silla, teléfono, caja fuerte con capacidad para laptop, mini bar, un completo cuarto de baño con ducha romana (hidromasaje en las suites), secador de pelo y albornoz y zapatillas.



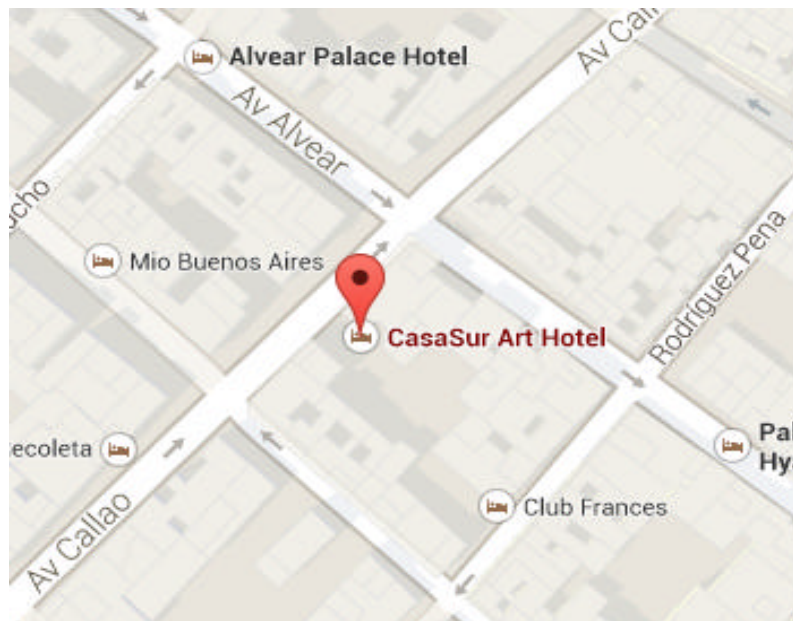
Casa Sur Art Hotel Collection



DATOS

Dirección: Av. Callao 1823	Teléfono: (54) 11 4515 0085	Email: info@casasurhotel.com	Página Web: www.casasurhotel.com
-------------------------------	--------------------------------	---------------------------------	-------------------------------------

Mapa – Ubicación



CARACTERISTICAS - SERVICIOS

En **Casa Sur Art Hotel Collection** la combinación de texturas y materiales nobles, se destacan en cada una de las habitaciones de estilo neoclásico. Un ambiente cálido donde los detalles fueron pensados para satisfacer, en todo momento cada una de sus necesidades.

Todas las habitaciones están equipadas con TV Lcd con cable digital; I pod dock con despertador y radio; laptop safe box; aire frio/calor; minibar; maquinas Nespresso en Superior Suite y cavas de vino en Suites.



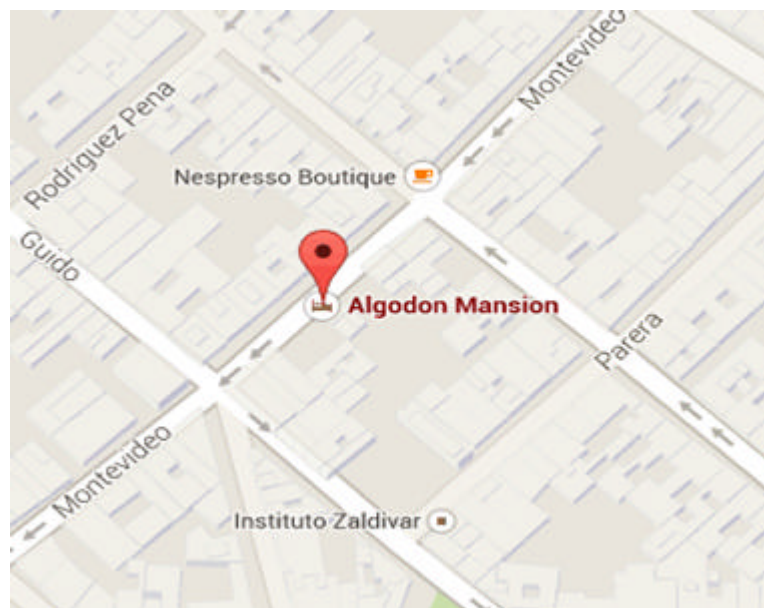
AlgodónMansión Hotel



DATOS

Dirección: Montevideo 1647	Teléfono: (54) 11 3530 7777	Email: reservas@algodonmansion.com	Página Web: www.algodonmansion.com
-------------------------------	--------------------------------	---------------------------------------	---------------------------------------

Mapa - Ubicación



CARACTERISTICAS - SERVICIOS

Algodón Mansión Hotel cuenta con 10 exclusivas Suites. Todas las habitaciones están diseñadas con la tecnología y el confort exigidos por los más altos estándares de calidad y ofrecen un servicio personalizado. Nuestras suites incluyen, salas de estar, acogedoras chimeneas y degantes minibars con lujosos vinos. Baños amplios, decorados con mármol italiano y piedra caliza francesa, cuentan con duchas de vapor y cascada diseñados por Hansgrohe, pisos de Lapacho, obras de arte originales y productos para el baño L'Occitane en Provence.



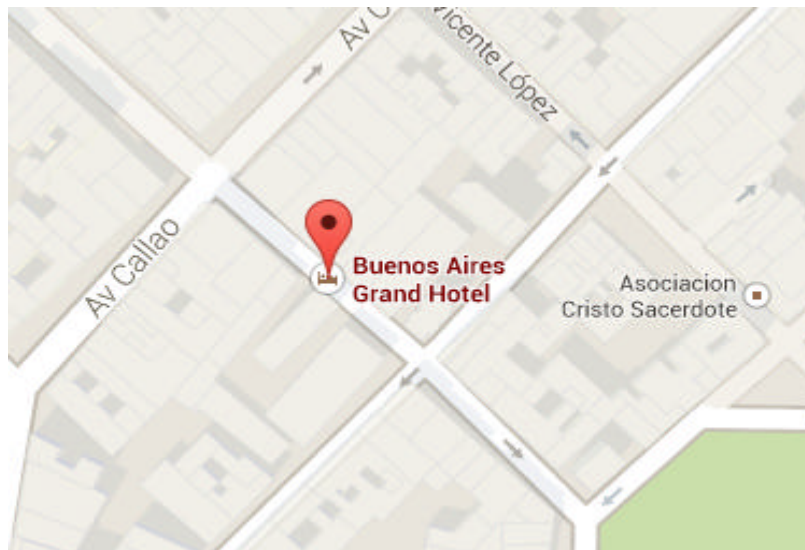
Buenos Aires Grand Hotel



DATOS

Dirección: Av. Las Heras 1745	Teléfono: (54) 11 4129 9800	Email: Reservas1@buenosairesgrnad.com	Página Web: www.buenosairesgrand.com
----------------------------------	--------------------------------	--	---

Mapa - Ubicación

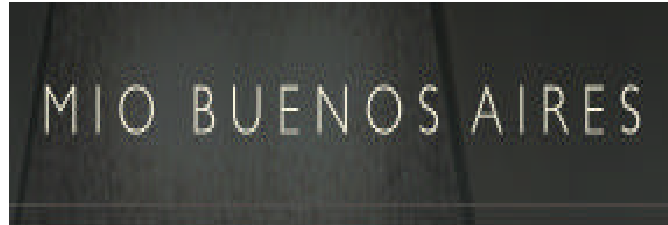


CARACTERISTICAS - SERVICIOS

Buenos Aires Grand Hotel cuenta con 90 habitaciones muy bien equipadas que prometen un descanso de lujo, ofrece exuberantes comodidades y vistas a la ciudad. Todas las suites están decoradas en tonos suaves de marrón, gris y púrpura, acentuados con baños estilo spa con revestimientos de mármol y duchas de lluvia. Además cuentan con escritorio, minibar, TV Lcd 40 pulgadas, cafetera Nespresso, radio alarma, I pod dock y conexión a Wifi.



Mio Buenos Aires Hotel



DATOS

Dirección: Av. Quintana 465	Teléfono: (54) 11 52958500	Email: reservas@miobuenosaires.com	Página Web: www.miobuenosaires.com
---------------------------------------	--------------------------------------	--	--

Mapa – Ubicación



CARACTERISTICAS - SERVICIOS

Mio Buenos Aires Hotel cuenta con 30 habitaciones muy bien equipadas, con ropa de cama de la mejor calidad, sábanas italianas Frette, edredón de plumas y una amplia selección de almohadas. Todas las Suites cuentan con cafetera Nespresso, acceso a internet Wifi, TV Lcd de 32 pulgadas, reproductor DVD, escritorio, caja fuerte y teléfono. Bañeras de madera de La Pampa diseñadas por Mario Dasso.



Capítulo V
Estructura & Funcionamiento
De OTAS



5. Estructura y Funcionamientos de OTAS

Las Agencias de Viajes Online son agencias que ofrecen variedad de servicios relacionados al turismo, como alojamiento, transporte, vuelos, excursiones, entre otros, que generalmente no tiene un lugar físico, sino que se manejan por internet.

Estos motores de reservas, están constituidos por páginas Web que funcionan como sucursales virtuales. Detrás de ellas, hay páginas conocidas como "extranets" (estructuras detrás de las webs) en donde trabajan los hoteles.

Cada OTA, tiene una extranet a la cual ingresa cada hotel con su nombre y contraseña propia. Estos pueden acceder a ella en cualquier momento del día, a cualquier hora, desde cualquier dispositivo conectado a internet.

En estas páginas encontraremos distintas solapas que permitirán a los hoteles llevar a cabo las distintas tareas.

A continuación pondremos como ejemplo una de las OTAS anteriormente mencionadas como las más utilizadas en el mercado: Expedia.com.

La siguiente imagen representa la fase principal de la Extranet de Expedia.com⁵²:

expedia PartnerCentral Buenos Aires Grand Hotel | Reserva Igual | ID de Expeda del hotel: 517985

Tarifas e inventario | Promociones | Administrar reservas | Contabilidad

Bienvenido a Expedia PartnerCentral

Resumen | En resultados de búsqueda | Vistas de la propiedad | Reservas | Conversión

Rendimiento en los últimos 31 días

	Su hotel	Media de rastreo del mercado	
En resultados de búsqueda	150 963	150 876	Ver detalles
Vistas de la propiedad	1 631	743	Ver detalles

Reservas de hoy

Por confirmar	0	Pendiente	0
Llegadas	0	Reconciliaciones	0
Cancelaciones	1	Notas de crédito	2

[Buscar todas las reservas](#) | [ExpediaPay](#)

Rastreo del mercado

Clasificación por resultados de búsquedas: 2/5

Introduzca el nombre | [Buscar](#)

Hotel	Clasificación
IQ Calao by Temporary Apartments Buenos Aires, Capital Federal	1
Buenos Aires Grand Buenos Aires Buenos Aires, Capital Federal	2
Design CE -Hotel de Diseño Buenos Aires, Capital Federal	4
Hotel Etrole Buenos Aires, Capital Federal	5
Hub Porteño Buenos Aires, Capital Federal	6

⁵² Fuente Extranet Expedia Partner central Buenos Aires Grand Hotel



En la siguiente imagen veremos con mayor detenimiento cada solapa:

En el primer recuerdo, de color rojo, encontraremos las siguientes opciones:

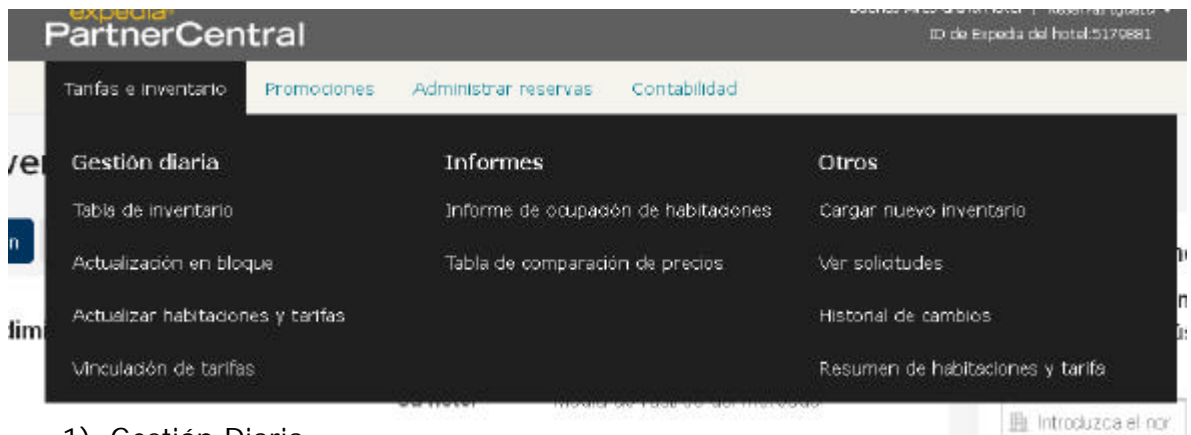
- Tarifas e Inventario
- Promociones
- Administración de Reservas
- Contabilidad

TARIFAS E INVENTARIO

El hotel podrá modificar las tarifas e inventario del hotel en cualquier momento, una vez guardados los cambios estos se verán reflejados en el portal Web de la Agencia, listos para que el cliente pueda proceder con su reserva.



A su vez, dentro encontraremos nuevas opciones:



1) Gestión Diaria

- Tabla de inventario: Permite ver un resumen general del inventario actual y modificarlo, sus categoría de habitaciones y sus promociones, según fechas correspondientes.
- Actualización en bloque: Actualizar el inventario y sus tarifas en bloque, por ejemplo, todo el inventario de un mes o de seis o los actuales hasta el año próximo.
- Actualizar habitaciones y tarifas: Actualizar información sobre las habitaciones y sus tarifas, por categoría.
- Vinculación de tarifas: La vinculación permite unificar promociones y tarifas para ser utilizadas al mismo tiempo. Por ejemplo: aplicar una diaria sin desayuno + un 10% de descuento por compra de último momento, son promociones distintas que pueden acoplarse.

2) Informes

- Informe de ocupación de habitaciones: Permite sacar reportes de ocupación en base a las plazas vendidas en distintos periodos de tiempo.
- Tabla de comparación de precios: Compara precios con los de la competencia (el propio hotel puede determinar cuales cree que son su competencia) en base a tarifas públicas.

3) Otros

- Cargar nuevo inventario: Se utiliza generalmente la primera vez o cuando se incluye una nueva propiedad al programa.
- Ver solicitudes: Muestra las solicitudes pendientes de los pasajeros.
- Historial de cambios: Permite ver el historial de cambios realizados por la propiedad sobre tarifas, inventario y promociones.
- Resumen de habitaciones y tarifas: Ofrece un pantallazo general de tarifas y categorías vigentes.



Tabla de Inventario:

Todas las tarifas en la moneda del hotel para ocupación doble.

LAR Mejor tarifa disponible **NR*** Tarifa neta, menos impuestos **SR** Tarifa de venta

(S) Tarifas independientes **(P)** Paquete **(C)** Tarifa corporativa **X** No se cargó el inventario

Referencias

Elementos que requieren atención

Fechas (Siguiente 180 días)

- + Detener venta/Cerrar (19 fechas)
- + No hay inventario (2 fechas)

Permite cerrar o bloquear la disponibilidad a la venta según las fechas deseadas.

Elementos que requieren atención

Fechas (Siguiente 180 días)

- + Detener venta/Cerrar (19 fechas)
- + No hay inventario (2 fechas)

Tarifas e inventario Promociones Administrar reservas Contabilidad

Buenos Aires Grand Hotel, Buenos Aires, Capital Federal, ARG Select another property

Legenda de la tabla de inventario

- Tipo de habitación no disponible
- Tarifa excesiva o insuficiente O BIEII se precisa un ajuste de la tarifa
- Régimen no disponible

Todas las tarifas en la moneda del hotel para ocupación doble.

LAR Mejor tarifa disponible **NR*** Tarifa neta, menos impuestos **SR** Tarifa de venta

(S) Tarifas independientes **(P)** Paquete **(C)** Tarifa corporativa **X** No se cargó el inventario

Fecha de inicio: 25/11/2014 Ver: LAR Tarifa neta* Tarifa de venta Restricciones Para impresora Exportar a hoja de cálculo 21 días anteriores 21 días siguientes

Haga clic en una celda de la tabla que aparece a continuación para actualizar las tarifas, la disponibilidad y las restricciones.

Ocultar regimenes	Noviembre 2014							Diciembre 2014												
	MAR 25	MIÉ 26	JUE 27	VIE 28	SÁB 29	DOM 30	LUN 01	MAR 02	MIÉ 03	JUE 04	VIE 05	SÁB 06	DOM 07	LUN 08	MAR 09	MIÉ 10	JUE 11	VIE 12	SÁB 13	DOM 14
Fecha que requiere atención	1							1							1					
Deluxe Grand Suite, 1 king	Vendidas: 0							Vendidas: 0							Vendidas: 0					
Breakfast plan (S)	SR \$ 277	NR \$ 208	SR \$ 277	NR \$ 208	SR \$ 277	NR \$ 208	SR \$ 277	NR \$ 208	SR \$ 277	NR \$ 208	SR \$ 277	NR \$ 208	SR \$ 277	NR \$ 208	SR \$ 277	NR \$ 208	SR \$ 277	NR \$ 208	SR \$ 277	NR \$ 208
Meals & Beverage not included (S)	SR \$ 265	NR \$ 199	SR \$ 265	NR \$ 199	SR \$ 265	NR \$ 199	SR \$ 265	NR \$ 199	SR \$ 265	NR \$ 199	SR \$ 265	NR \$ 199	SR \$ 265	NR \$ 199	SR \$ 265	NR \$ 199	SR \$ 265	NR \$ 199	SR \$ 265	NR \$ 199
Non Refundable (S)	SR \$ 277	NR \$ 208	SR \$ 277	NR \$ 208	SR \$ 277	NR \$ 208	SR \$ 277	NR \$ 208	SR \$ 277	NR \$ 208	SR \$ 277	NR \$ 208	SR \$ 277	NR \$ 208	SR \$ 277	NR \$ 208	SR \$ 277	NR \$ 208	SR \$ 277	NR \$ 208

Categoría de habitación

Tipos de Promociones

- Breakfast plan (S)
- Meals & Beverage not included (S)
- Non Refundable (S)

Distintos tipos de tarifas (tener en cuenta referencia arriba), según la habitación el tipo de promoción.



Actualizar habitaciones y tarifas:

Iniciar una solicitud de cambio

Buenos Aires Grand Hotel [Seleccione otra propiedad](#)

1 Seleccione el intervalo de fechas que le gustaría modificar.

De: (mm/dd/aa) Hasta: (mm/dd/aa)

Días aplicables: dom lun mar mié jue vie sáb

2 Seleccione hasta 12 tipos de habitación y 12 regimenes de tarifas en total.

Detalles habitación	Régimen de tarifas (tipo de tarifa)
<input type="checkbox"/> Deluxe Grand Suite, 1 king	<input type="checkbox"/> Breakfast plan (S) <input type="checkbox"/> Meals & Beverage not included (S) <input type="checkbox"/> Non Refundable (S) <input type="checkbox"/> Breakfast plan (P)
<input type="checkbox"/> Deluxe Junior	<input type="checkbox"/> Breakfast Plan (S) <input type="checkbox"/> Meals & Beverages Not Included (S) <input type="checkbox"/> Non Refundable (S) <input type="checkbox"/> Breakfast Plan (P)
<input type="checkbox"/> Estudio de lujo, 1 cama de matrimonio grande	<input type="checkbox"/> Breakfast Plan (S) <input type="checkbox"/> Meals & Beverages Not Included (S) <input type="checkbox"/> Non Refundable (S)

Tabla de comparación de precios:

Tabla Comparativa de Precios de venta pública

Buenos Aires Grand Hotel [Seleccione otra propiedad](#)

Hoteles de la Competencia

Fecha de inicio: (mm/dd/aa)

Ver tarifa media por noche para y adultos en la habitación Los 31 días anteriores | Los próximos 31 días

Ordenar la lista por: **Hotel Usuario**

Haga clic para ordenar por fecha

	mié	mié	jue	vie	sáb	dom	lun	mar	mié	jue	vie	sáb	dom	lun	mar	mié	jue	vie	sáb	dom	lun	mar	mié	jue
Buenos Aires Grand Hotel	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175

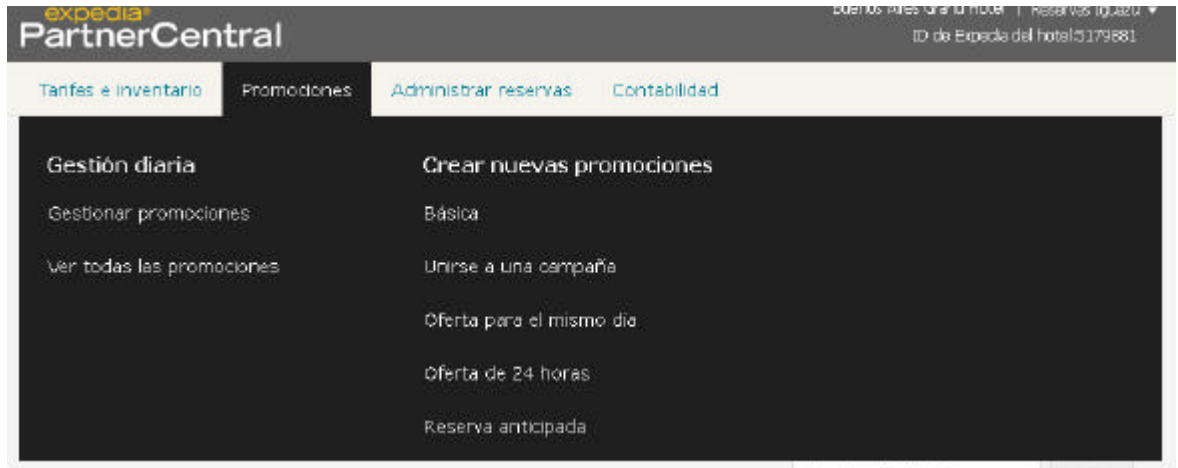
Todas las tarifas se muestran en USD X - No hay tarifas disponibles para la duración de la estancia y el número de adultos en la habitación seleccionada **Tarifas comparativas** **Estancia más barata que la tarifa más barata de Mis hoteles**

Competencia

Hoteles de la competencia 1-9	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
Petit Recoleta Hostel	33	33	33	33	33	33	33	33	33	33	33	33	33	33	33	33	33	33	33	33	33	33	33	33	
SF Suites	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	
Studio Pueyrredon by Temporary Apartments	88	88	88	88	88	88	100	100	100	100	113	113	113	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Design CE Hotel de Diseño	90	90	90	90	90	90	85	85	85	85	85	105	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	
IQ Sallao by Temporary	100	100	X	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	



PROMOCIONES



1) Gestión diaria

- Gestionar promociones: Una vez creadas las tarifas, se ingresa en esta opción para crear cada promoción, para luego volcarlas en el inventario.
- Ver todas las promociones: se podrá ver todas las promociones creadas, presentes y futuras y cuales están activas y en que periodo de fechas.

2) Crear nuevas promociones

- Básica: solo se utiliza para crear promociones simples. Por ejemplo: 10% de descuento sobre la tarifa madre, de lo contrario se utiliza la opción "Gestionar Promociones" en la cual se puede establecer las clausulas puntuales y más complejas.
- Unirse a una campaña: cada OTA, en este caso, Expedia, crea campañas promocionales generales, a las cuales puede adherirse cada hotel.
- Oferta para el mismo día: Ofertas que aplica la OTA para ese día, la opción queda sujeta a la decisión del hotel.
- Oferta 24 hs: Oferta/promoción ofrecida por la Agencia Online, sujeto a decisión del hotel.
- Reserva anticipada: Idem punto anterior.



ADMINISTRAR RESERVAS



1) Gestión diaria

- Confirmar reservas: aquí se encuentran todas las reservas generadas a través de Expedia pendientes de confirmar por el hotel. Se pueden encontrar por fecha o ID de la reserva.
- Ver reservas: permite ver reservas pasadas, presentes o futuras, activas, pendientes de confirmar o canceladas.
- Ver cancelaciones: permite ver las reservas que se encuentran canceladas, según fecha o ID de la reserva.
- Ver lista de llegadas: ofrece un resumen rápido de los arribos del día.

2) Otros

- Obtener ayuda con Expedia Virtual Card: esta función es únicamente para reservas que son modalidad "pago en destino". Al ingresar aquí, indican los pasos a seguir para obtener datos de tarjetas de crédito y mantener la seguridad.



Confirmar Reservas:

Estado de la reserva
 Todo Reserva efectuada Cancelada

Estado de confirmación del hotel
 Todo Confirmado Sin confirmar

Tipo de reserva
 Todo Expedia Collect Hotel Collect

Reserva hecha
Desde: Hasta:

Fecha de entrada
Desde: 27/11/2014 Hasta:

Fecha de salida
Desde: Hasta:

Búsqueda según Estado de la Reserva

Búsqueda según fechas determinadas

expedia® PartnerCentral

Buenos Aires Grand Hotel | Reservas Iguazu | 13 de Expeda del hotel 5179381

Tarifas e inventario Promociones Administrar reservas Contabilidad

Buenos Aires Grand Hotel, Buenos Aires, Capital Federal, ARG [Select another property](#)

Opciones de búsqueda Buscar una reserva y ver detalles. Seleccione las opciones de búsqueda que desee y haga clic en Buscar.

Estado de la reserva
 Todo Reserva efectuada Cancelada

Estado de confirmación del hotel
 Todo Confirmado Sin confirmar

Tipo de reserva
 Todo Expedia Collect Hotel Collect

Id. de la reserva:

Nombre:

Número de confirmación del hotel:

Apellidos:

Reserva hecha
Desde: Hasta:

Fecha de entrada
Desde: 27/11/2014 Hasta:

Fecha de salida
Desde: Hasta:

Búsqueda según ID, Nombre o Apellido de la reserva

Id. de la reserva:

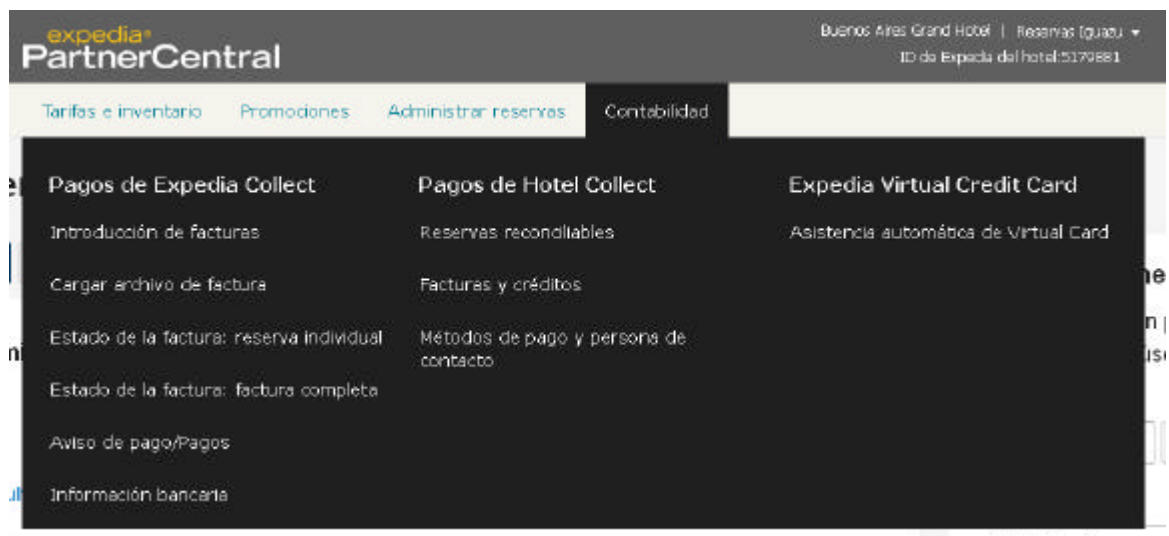
Número de confirmación del hotel:

Nombre:

Apellidos:



CONTABILIDAD



- 1) Pagos de Expedia Collect
 - Introducción de facturas:
 - Cargar archivo de facturas
 - Estados de las facturas: reserva individual
 - Estado de la factura: factura completa
 - Aviso de pago/pagos
 - Información bancaria
- 2) Pagos de Hotel Collect
 - Reservas reconciliables
 - Facturas y créditos
 - Métodos de pago y persona de contacto
- 3) Expedia virtual credit card
 - Asistencia automática de Virtual Card

Dejaremos a un lado esta fase, ya que es netamente contable y no servirá de aporte a la investigación.



Regresaremos entonces al principio, luego de haber explicado la primera solapa, continuaremos con la segunda:

Tarifas e inventario Promociones Administrar reservas Contabilidad

Bienvenido a Expedia PartnerCentral

Resumen En resultados de búsqueda Vistas de la propiedad Reservas Conversión

Rendimiento en los últimos 31 días

	Su hotel	Media de rastreo del mercado	
En resultados de búsqueda	150 963	150 876	Ver detalles
Vistas de la propiedad	1 631	743	Ver detalles

Cada una de estas opciones, en el recuadro bordo, brindan un resumen (dependiendo del criterio del contenido seleccionado) de un periodo de 31 días o un mes.

- 1) Resumen: brinda un resumen, en números, general. Abarca los resultados de búsqueda, las vistas de la propiedad y las reservas efectuadas:

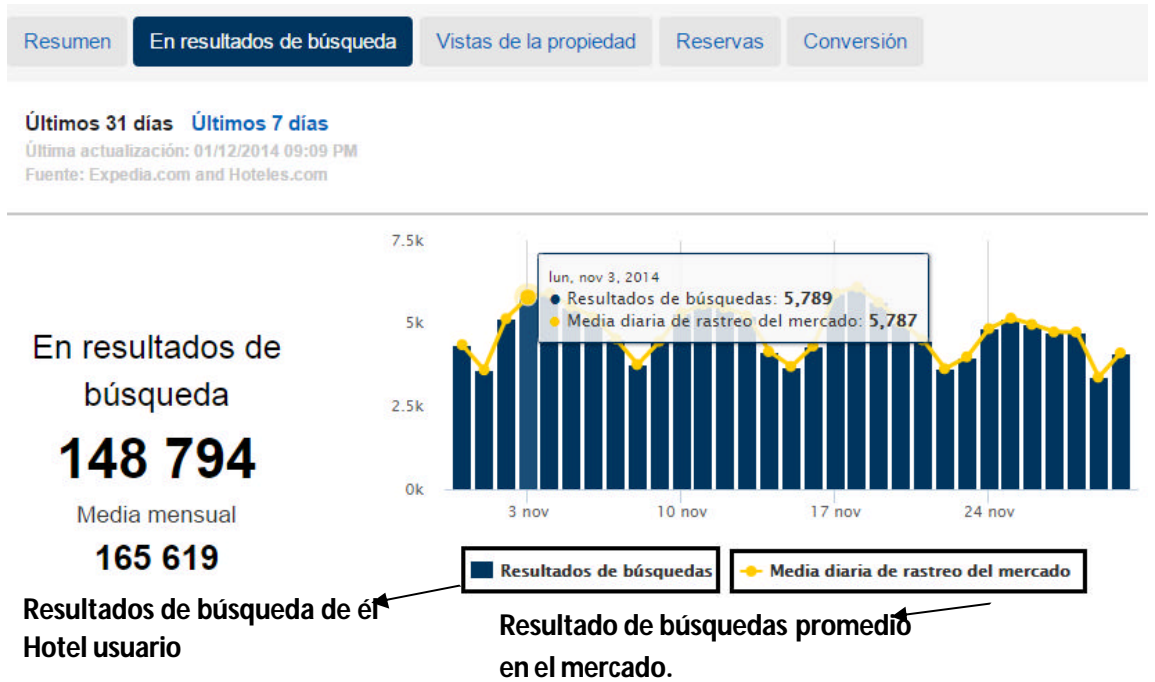
Resumen En resultados de búsqueda Vistas de la propiedad Reservas Conversión

Rendimiento en los últimos 31 días

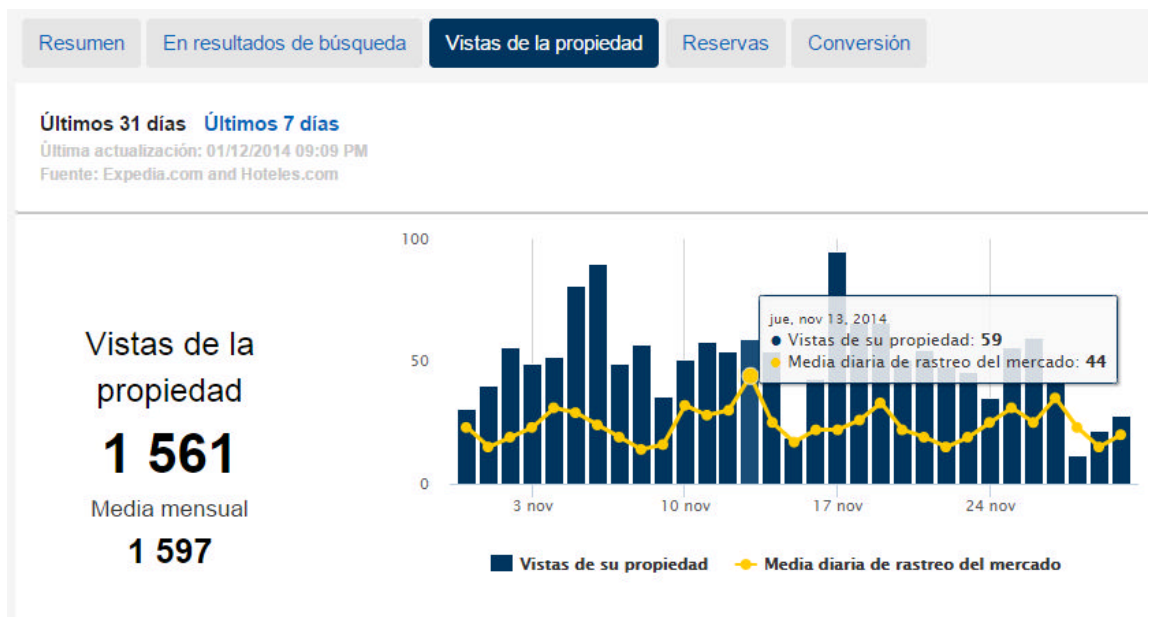
	Su hotel	Media de rastreo del mercado	
En resultados de búsqueda	148 794	148 716	Ver detalles
Vistas de la propiedad	1 561	752	Ver detalles
Reservas	55	22	Ver detalles



- 2) En resultados de búsqueda: muestra un resumen de las búsquedas realizadas en el mercado en comparación con las búsquedas alcanzadas por el Hotel usuario.



- 3) Vistas de la propiedad:

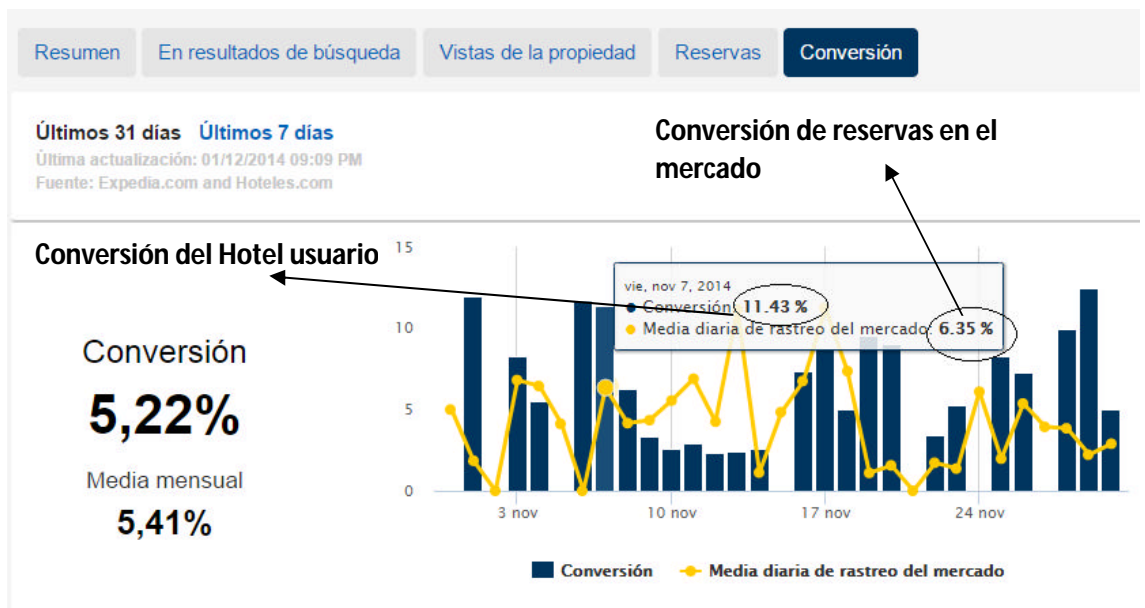




- 4) Reservas: Cantidad de reservas efectuadas en comparación con las realizadas en el mercado.



- 5) Conversión: Indica las reservas concretadas teniendo en cuenta la cantidad de búsquedas de la propiedad y las comprara con las reservas concretadas en el mercado.





Además de los recuadros mencionados, veremos a la izquierda, un buscador que permite llevar a cabo un “Rastreo de mercado”. En él, el Hotel usuario podrá realizar búsquedas determinadas, a elección, o la extranet buscará hoteles que clasifica como competidores de acuerdo a la zona y los servicios.

The screenshot shows the Expedia PartnerCentral interface. At the top, there are navigation tabs: 'Tarifas e inventario', 'Promociones', 'Administrar reservas', and 'Contabilidad'. Below this, a header reads 'Bienvenido a Expedia PartnerCentral'. A secondary navigation bar includes 'Resumen', 'En resultados de búsqueda', 'Vistas de la propiedad', 'Reservas', and 'Conversión'. A 'Rastreo del mercado' (Market Tracking) section is highlighted with a red circle, showing 'Clasificación por conversión: 2/6'. Below this, there is a search input field 'Introduzca el no.' and an 'Añadir' button. A table lists hotels and their conversion rankings, with 'Hotel Etoile' ranked 1st.

This block provides a detailed view of the market tracking table. The title is 'Rastreo del mercado' with a subtitle 'Clasificación por conversión: 2/6'. Below the title is a search input field 'Introduzca el no.' and an 'Añadir' button. The table lists hotels and their conversion rankings. An annotation 'Ranking por conversión de venta' points to the 'Clasificación' column. Another annotation 'Hoteles clasificados' points to the hotel names. A bar chart on the left shows the number of hotels classified.

Hotel	Clasificación
Hotel Etoile Buenos Aires, Capital Federal	1
Buenos Aires Grand Hotel Buenos Aires, Capital Federal	2
Design CE -Hotel de Diseño Buenos Aires, Capital Federal	3
Hub Porteño Buenos Aires, Capital Federal	4



Los detalles y funciones anteriormente mencionadas las encontraremos, en su mayoría, en todas las extranets de cualquier Agencias de Viajes Online.

Expedia solo nos ha servido de ejemplo para demostrar como las OTAS permiten al hotel manejar estrategias más dinámicas día a día en comparación con sus otros canales de venta, como son: segmento Tour & Travel (T&T) y segmento Corporativo.

En estos últimos, no se pueden llevar a cambio modificaciones de último momento, ni aplicar tarifas promocionales al igual que con los clientes directos. Ya que con ellos se manejan tarifas convenio estipuladas con anticipación y por temporada.



Capítulo VI

OTAS. Marketing Online



6.OTAS. Marketing Online.

Como hemos mencionado anteriormente, las OTAS funcionan como herramienta para el Marketing, es decir, de promoción.

Para vender el hotel, el departamento de marketing también apela a las Agencias de Viajes Online. Seleccionan un brochuer de fotos para mostrar de la propiedad, incluyendo sus servicios, categorías de habitaciones, etc.

La web de cada agencia ofrece una variedad de fotografías e incluso paseos virtuales 360, que permiten al cliente una mayor apreciación sobre un producto intangible, a diferencia de las Agencias Tradicionales que no disponen de estas facilidades.

Estos servicios no tienen costos adicionales, sino que forma parte del sistema online.

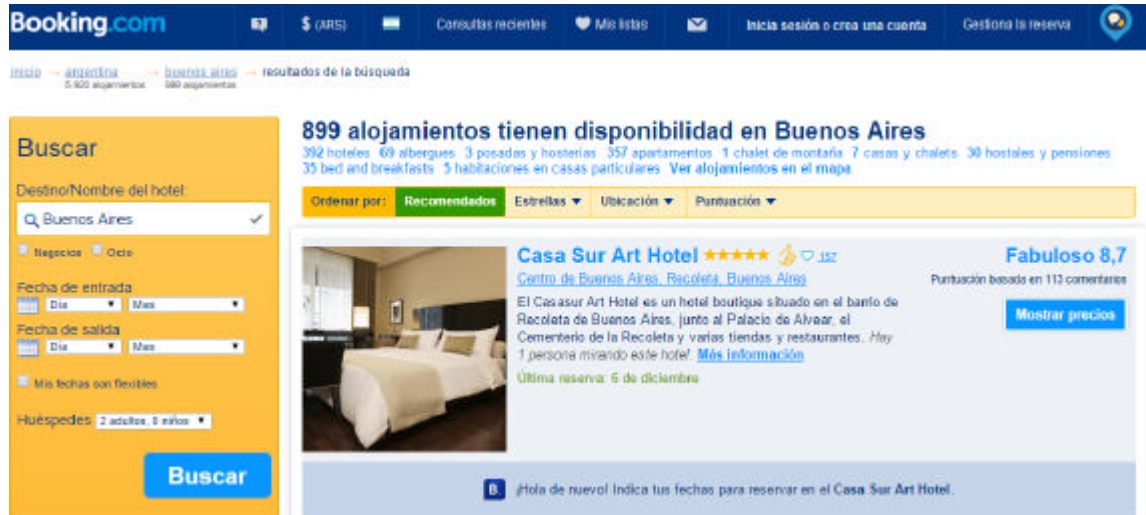
Las OTAS permiten exponer al hotel de una manera más fácil y económica. Significan mayores posibilidades para aquellas propiedades que no pertenecen a cadenas internacionales, quienes ya tienen una marca e imagen establecida en la mente del consumidor, sino que se apoyan en las "reviews".

En las agencias online, el cliente podrá observar opiniones (reviews) de otros huéspedes que tendrán en cuenta o no, a la hora de reservar.

Los viajeros opinan sobre los hoteles asesorando a otros visitantes, lo que será positivo o negativo dependiendo de la calidad del servicio.



En la siguiente imagen veremos la foto de uno de las habitaciones del hotel Casa Sur Art Collection (en Booking.com)⁵³:



Al realizar la búsqueda del hotel, rápidamente aparecerá una imagen, datos de ubicación, cantidad de estrellas y puntuación basada en comentarios de otros huéspedes (esta información es permanente y no requiere de actualizaciones ni pagos o fees mensuales).

Estos comentarios generan un ranking de más votados, promocionando al hotel a ningún costo. Además de las votaciones, los hoteles pueden recibir premios por "Best seller" o "Travellers Choice" entre otros, otorgados por las mismas OTAS. Estos son fundamentales ya que actualmente el cliente gusta de buscar un hotel a su medida y que mas importante que guiarse por comentarios de sus pares. Tanto es así, que veremos cómo las propiedades ganadoras, ostentan de estos premios por la web.

CasaSur Art Hotel - Buenos Aires



⁵³ Fuente www.Booking.com



Las opiniones o reviews, dan seguridad a l cliente a la hora de reservar.

Una web, bien manejada, puede ser un elemento de marketing decisivo.



Capítulo VII

Análisis Demanda

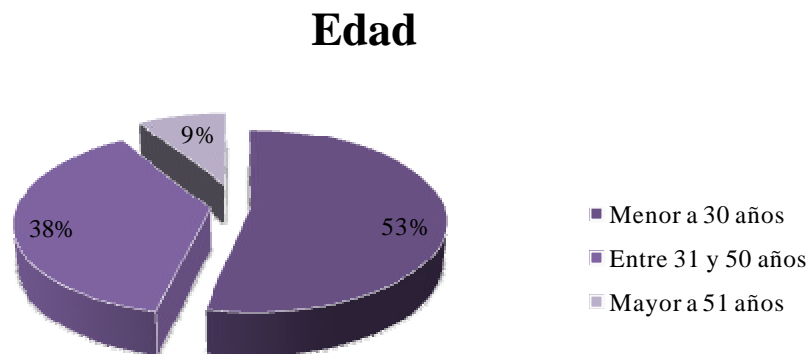


7. Análisis de la Demanda

La siguiente información fue obtenida de las encuestas (ver Anexo) realizadas durante el proceso.

Punto 1

Grafico 1.a



54

Tabla 1.a

EDAD	CANTIDAD	PORCENTAJE %
Menor de 31 años	24	53,30%
Entre 31 y 50 años	17	37,70%
Mayor a 51 años	4	8,80%
Total	45	100%

Como se observa en el gráfico y tabla 1.a, la mitad de los integrantes de la muestra (45) son menores de 30 años, representando un 53%.

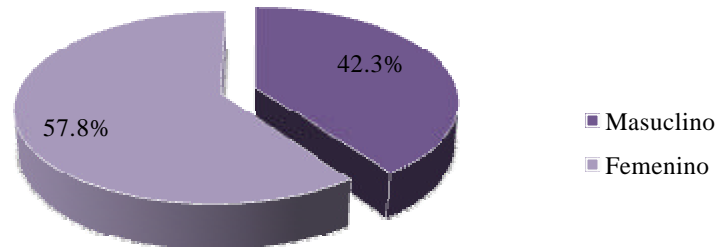
⁵⁴ Fuente de elaboración propia en base a encuestas realizadas (ver anexos 11.1).



Punto 2

Grafico 2.a

Sexo



55

Tabla 2.a

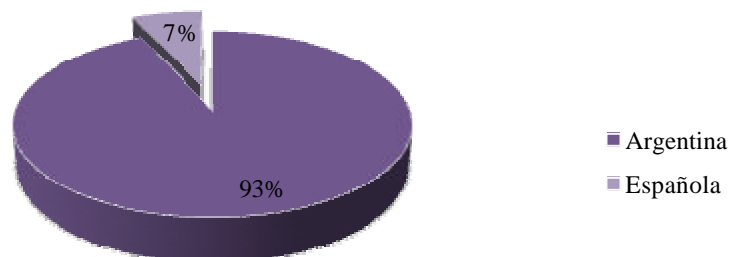
SEXO	CANTIDAD	PORCENTAJE %
Masculino	19	42,30%
Femenino	26	57,80%
TOTAL	45	100%

De las 45 encuestas realizadas un 57.8% corresponde a mujeres y en menor medida, con un 42.3% a hombres.

Punto 3

Grafico .a

Nacionalidad



56

⁵⁵ Fuente de elaboración propia en base a encuestas realizadas (ver anexos 11.1).

⁵⁶ Fuente de elaboración propia en base a encuestas realizadas (ver anexos 11.1).



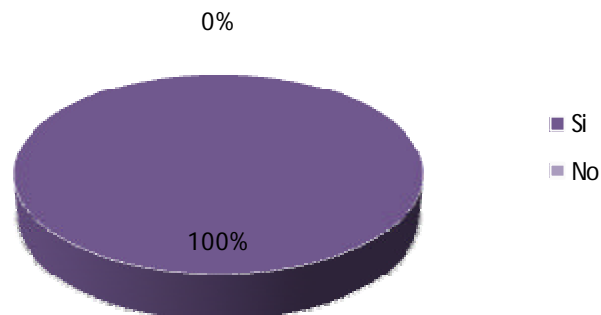
Tabla 3.a

NACIONALIDAD	CANTIDAD	PORCENTAJE %
Argentina	42	93,30%
Española	3	6,70%
Total	45	100%

Del total de los encuestados un 93% eran de nacionalidad Argentina y solo un 7% Española.

Punto 4

Grafico 4.a **Personas que han oído hablar de Agencias de Viajes Online**



57

Tabla 4.a

¿Ha oído hablar de las Agencias de Viajes Online?	CANTIDAD	PORCENTAJE %
Si	45	100,00%
No	0	0,00%
Total	45	100%

En el gráfico 4.a queda demostrado que el total de los encuestados conoce de la existencia de las Agencias de Viajes Online (OTAS).

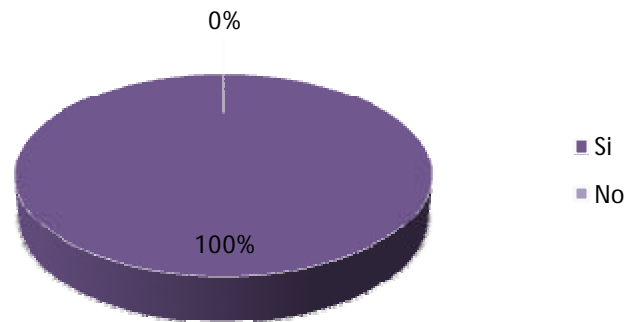
⁵⁷ Fuente de elaboración propia en base a las encuestas realizadas (ver anexos 11.1).



Punto 4.1

Grafico 4.1.a

Personas que conocen alguna Agencia de Viajes Online



58

Tabla 4.1.a

¿Conoce alguna OTA?	CANTIDAD	PORCENTAJE %
Si	45	100,00%
No	0	0,00%
Total	45	100%

El 100% de las personas consultadas conocen alguna Agencia de Viajes Online.

⁵⁸ Fuente de elaboración propia en base a encuestas realizadas (ver anexos 11.1).



Punto 5

Grafico 5.a

Ranking de OTAS

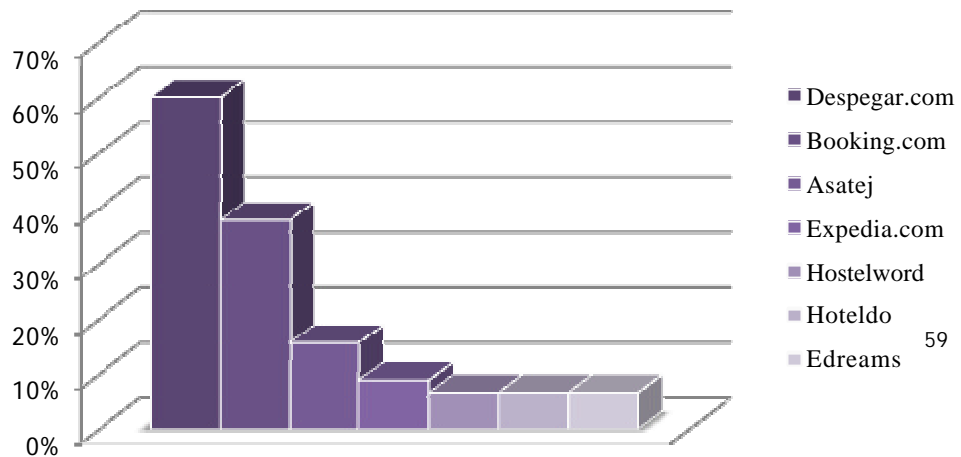


Tabla 5.a

Ranking de OTAS	CANTIDAD	PORCENTAJE %
Despegar.com	27	60,00%
Booking.com	17	37,80%
Asatej	7	16,00%
Expedia.com	4	8,80%
Hostelword	3	6,70%
Hoteldo	3	6,70%
Edreams	3	6,70%

Si analizamos el grafico 5.a podemos ver que entre las Agencias más reconocidas según el público se encuentra, en primer lugar, Despegar.com, Booking.com, Asatej, Expedia.com, Hostelword, Hoteldo e Edreams. Otras OTAS que han sido nombradas de manera aislada fueron: Dehoteles.com; Rumbo; Opodo; Bestday; Logitravel; Orbitz.com; Hihotel; Rail-europe; Plataforma10; Airbnb; Priceline; Alexandriaviajes; Falabellaviajes; Buquebusturismo; Skyscanner; Govoyage, entre otras.

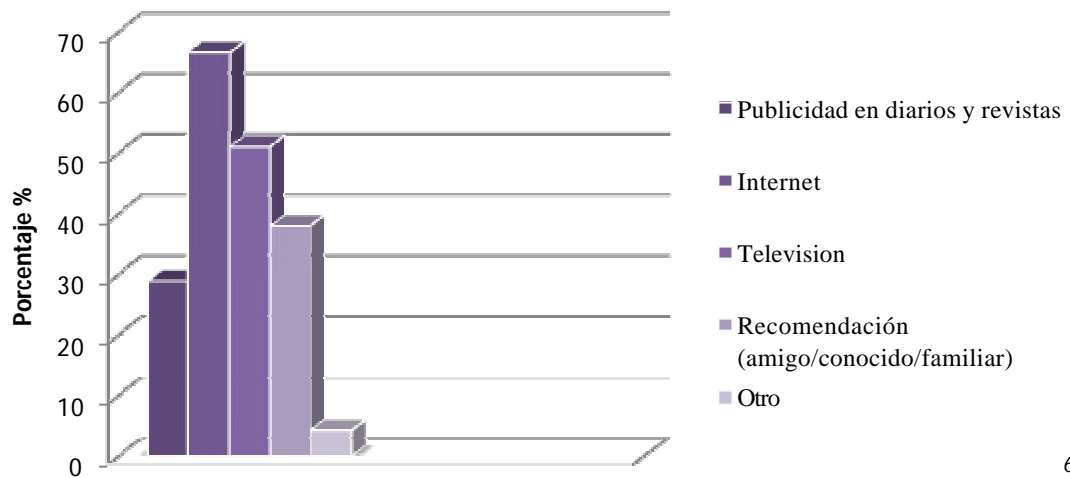
⁵⁹ Fuente de elaboración propia en base a encuestas realizadas (ver anexos 11.1).



Punto 6

Grafico 6.a

¿A través de que medio conocio a las OTAS?



60

Tabla 6.a

¿De qué manera conoció a las OTAS mencionadas en el punto 5.1?	CANTIDAD	PORCENTAJE %
Publicidad en diarios y revistas	13	28,90%
Internet	30	66,70%
Television	23	51,00%
Recomendación (amigo/conocido/familiar)	17	38,00%
Otro	2	4,40%

La mayoría de las personas encuestadas han demostrado que Internet es el medio más efectivo como canal publicitario.

Además de los medios mencionados en el punto 6, un 4,40% agrego también publicidad en la vía pública y entorno laboral.

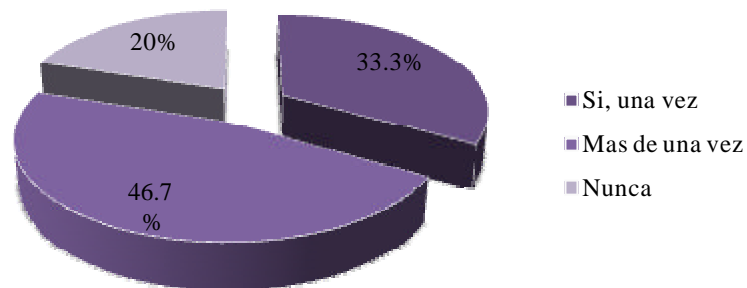
⁶⁰ Fuente de elaboración propia en base a encuestas realizadas (ver anexos 11.1).



Punto 7

Grafico 7.a

¿Ha realizado en alguna oportunidad una reserva a través de una Agencia de Viajes Online?



61

Tabla 7.a

¿Ha realizado en alguna oportunidad una reserva a través de una OTA?	CANTIDAD	PORCENTAJE %
Si, una vez	15	33,30%
Más de una vez	21	46,70%
Nunca	9	20,00%
Total	45	100%

De las 45 personas que contestaron el punto 7, un 80% utilizó alguna vez una agencia virtual para la compra o reserva de un servicio.

⁶¹ Fuente de elaboración propia en base a encuestas realizadas (ver anexos 11.1).



Punto 8

Grafico 8.a



62

Tabla 8.a

¿Qué tipo de servicio ha contratado?	CANTIDAD	PORCENTAJE %
Alojamiento	30	66,70%
Autos	3	6,70%
Vuelos	28	62,20%
Excursiones	0	0,00%
Cruceros	1	2,20%

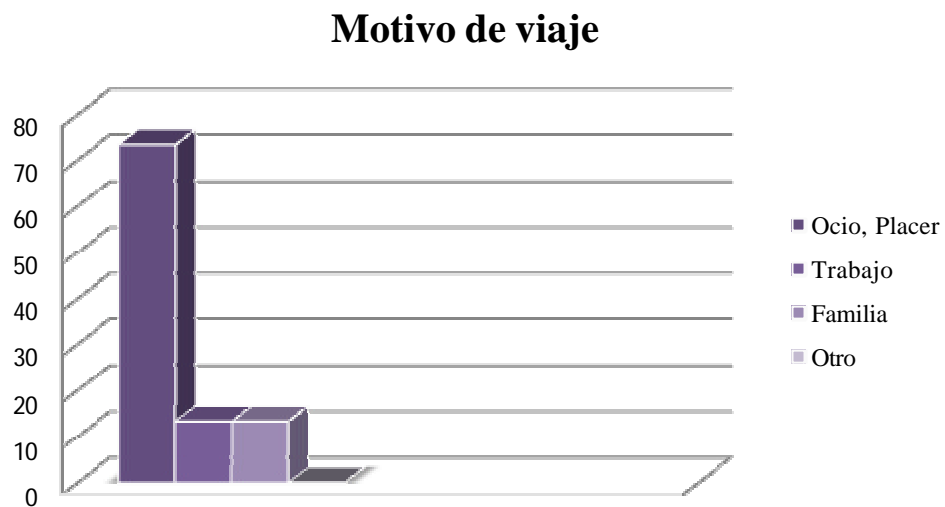
Los servicios más utilizados por los usuarios son sin lugar a dudas, los servicios de alojamiento y vuelos, a continuación la renta de automóviles y cruceros en menor medida.

⁶² Fuente de elaboración propia en base a encuestas realizadas (ver anexos 11.1).



Punto 9

Grafico 9.a



63

Tabla 9.a

¿Cuál fue el motivo de su viaje?	CANTIDAD	PORCENTAJE %
Ocio, Placer	33	73,30%
Trabajar	6	13,30%
Familia	6	13,30%
Otro	0	0,00%

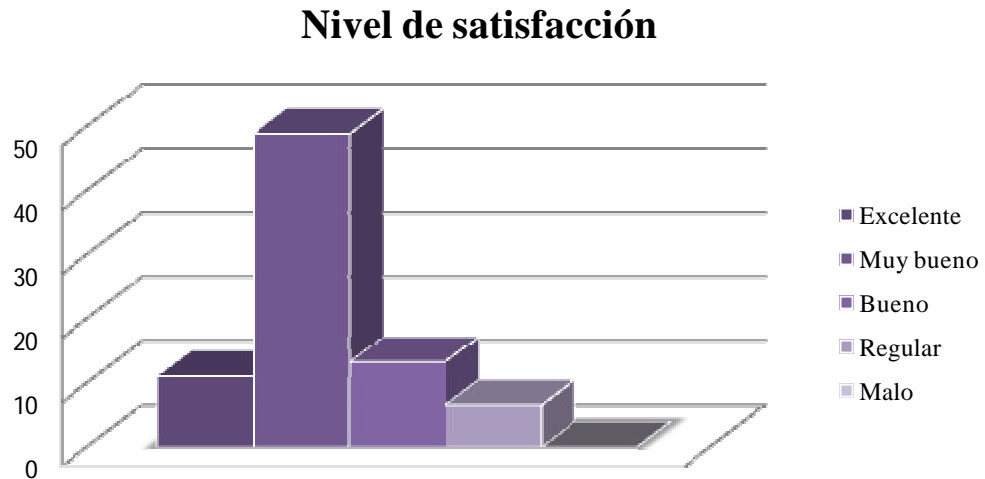
Como se ve reflejado en la tabla 9.a la mayoría de las personas que realizan viajes y compran a través de las online, lo hacen por motivos de placer u ocio.

⁶³ Fuente de el aboración propia en base a encuestas realizadas (ver anexos 11.1).



Punto 10

Grafico 10.a



64

Tabla 10.a

¿Cómo fue su experiencia durante y después del proceso de compra?	CANTIDAD	PORCENTAJE %
Excelente	5	11,10%
Muy bueno	22	48,90%
Bueno	6	13,30%
Regular	3	6,70%
Malo	0	0,00%

En cuanto al nivel de satisfacción en base a experiencias de compra, veremos (gráfico y tabla 10.a) que el 80% de los usuarios se encuentra conforme con el servicio, mientras que una menoría lo clasifica como regular.

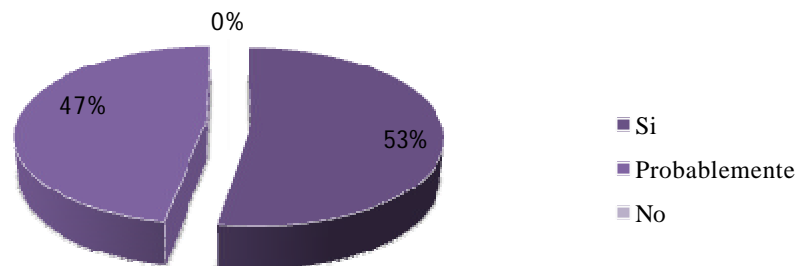
⁶⁴ Fuente de elaboración propia en base a encuestas realizadas (ver anexos 11.1).



Punto 11

Grafico 11.a

¿Volvería a utilizar los servicios de estas Agencias en su próximo viaje?



65

Tabla 11.a

¿Volvería a utilizar los servicios de estas Agencias en su próximo viaje?	CANTIDAD	PORCENTAJE %
Si	19	42,20%
Probablemente	17	37,80%
No	0	0,00%
Total	36	100%

De los 45 encuestados, 36 personas fueron las que alguna vez utilizaron las OTAS para programar su viajes, de ellas, solo un 42% aseguro volver a utilizar los servicios, y casi un 40% confiesa que probablemente lo hará.

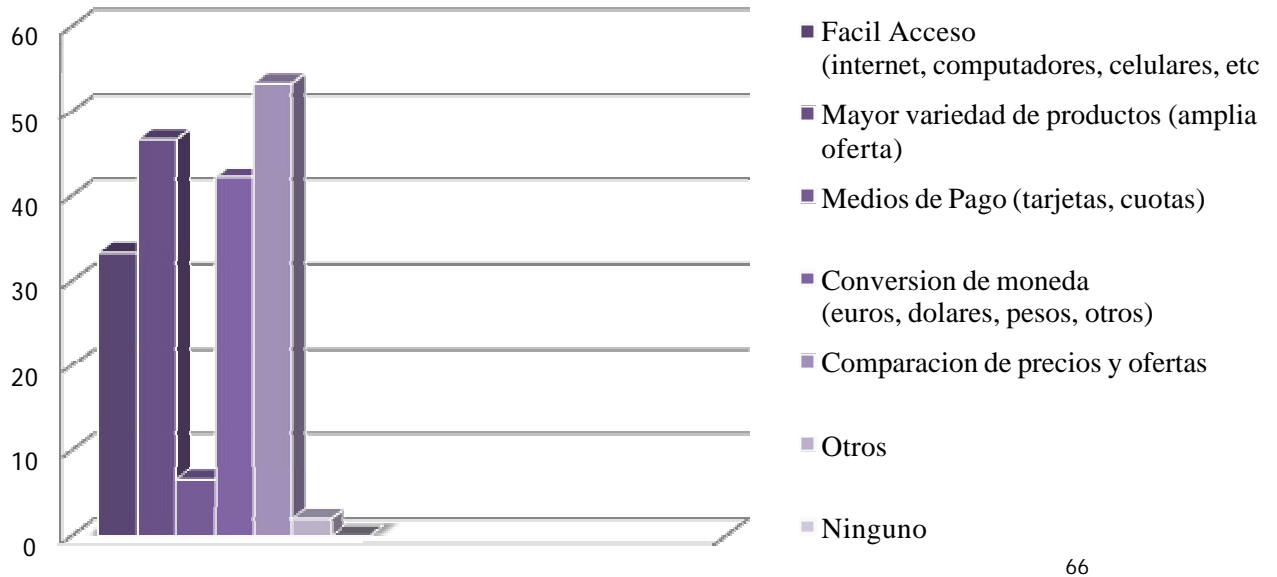
⁶⁵ Fuente de elaboración propia en base a encuestas realizadas (ver anexos 11.1).



Punto 12

Grafico 12.a

Ventajas de las OTAS



66

Tabla 12.a

¿Cuáles cree, en su opinión, que son las ventajas más significativas que brindan las OTAS?	CANTIDAD	PORCENTAJE %
Fácil acceso (internet, computadoras, celulares, etc)	37	82,00%
Mayor variedad de productos (amplia oferta)	15	33,30%
Medios de pago (tarjetas, cuotas)	21	46,70%
Conversión moneda (euros, dólares, pesos, reales, otros)	3	6,70%
Comparación de precios y ofertas	19	42,20%
Servicio 24 hs (posibilidad de compra a cualquier hora del día)	24	53,30%
Otros (especificar)	2	4,40%
Ninguno	0	0,00%

Según la Tabla 12.a, la ventaja más significativa de las OTAS es su accesibilidad. Otras ventajas competitivas son el servicio 24 hs y los diferentes medios de pago.

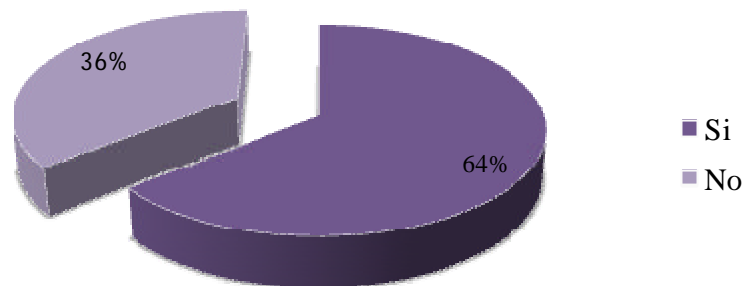
⁶⁶ Fuente de elaboración propia en base a encuestas realizadas (ver anexos 11.1).



Punto 13

Grafico 13.a

¿Desea mencionar algún aspecto a mejorar por parte de las OTAS?



67

Tabla 13.a

Mencione algún aspecto a mejorar de las OTAS	CANTIDAD	PORCENTAJE %
Respondieron	23	64,00%
No respondieron	13	36,00%
Total	36	100%

De un total de 36 personas que alguna vez realizaron una compra a través de una agencia de viajes online, 23 respondieron que existen aspectos a mejorar, mientras que un 36% parece satisfecho.

Entre los aspectos a mejorar o desventajas podemos mencionar:

- Atención post venta
- Servicio al cliente
- Veracidad en la información
- Precios totales

Con este último, los encuestados han querido decir, que en la generalidad, en los portales web no suelen encontrar el valor final de la compra, sino que a medida que se procede con la reserva, aparecen distintos impuestos y tasas que difieren del presupuesto estipulado inicialmente.

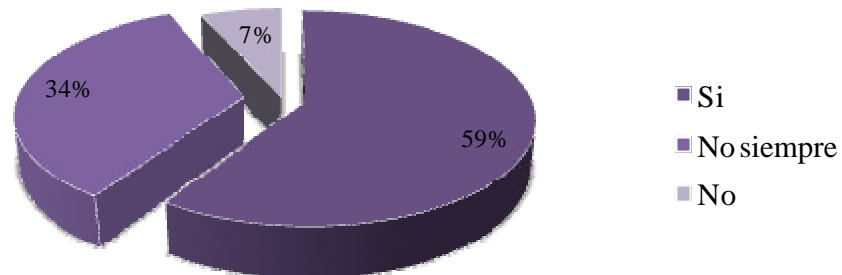
⁶⁷ Fuente de elaboración propia en base a encuestas realizadas (ver anexos 11.1).



Punto 14

Grafico 14.a

¿Consideras importantes las opiniones (reviews) que otros viajeros dejan en los portales de las agencias virtuales a la hora de elegir un producto/servicio por este medio?



68

Tabla 14.a

¿Consideras importantes las opiniones (reviews) que otros viajeros dejan en los portales de las agencias virtuales a la hora de elegir un producto/servicio por este medio?	CANTIDAD	PORCENTAJE %
Si	26	59,00%
No Siempre	15	34,00%
No	3	6,60%
Total	44(*)	100%

(*)El total de las personas que respondieron el punto 14, no corresponde al total de los encuestados (45), ya que uno de ellos no ha dado respuesta.

Según el grafico y tabla 14.a podemos ver que casi en su totalidad respondieron a la pregunta en cuestión, aunque parte ellos (8 personas) nunca han utilizado una Agencia de Viajes Online, según información basada en el punto 7. A pesar de esto, un 59% de la muestra confiesa que la opinión (reviews) de otros pasajeros es importante a la hora de tomar una decisión.

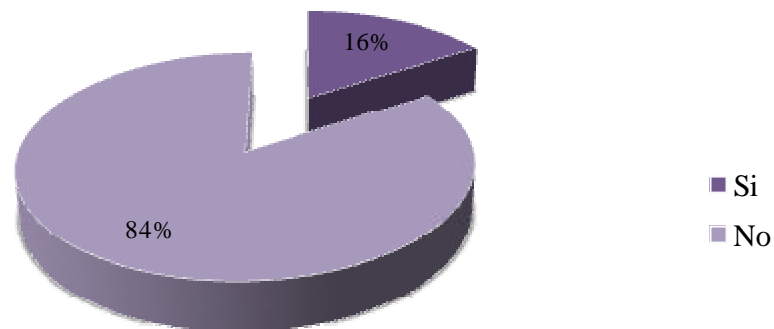
⁶⁸ Fuente de elaboración propia en base a encuestas realizadas (ver anexos 11.1).



Punto 15

Grafico 15.a

¿Suele compartir su experiencia en la web?



69

Tabla 15.a

¿Suele compartir su experiencia en la web?	CANTIDAD	PORCENTAJE %
Si	7	15,90%
No	37	84,00%
Total	44(*)	100%

(*)El total de las personas que respondieron el punto 15, no corresponde al total de los encuestados (45), ya que uno de ellos no ha dado respuesta.

La tabla 15.a refleja que la mayoría de los integrantes de la muestra no plasma sus opiniones en la web, aunque en el punto 14 afirman, con un 59% (Tabla 14.a), que es un paso determinante a la hora de tomar una decisión.

⁶⁹ Fuente de elaboración propia en base a encuestas realizadas (ver anexos 11.1).



Otras conclusiones:

- Según los datos reunidos en las encuestas, las OTAS se dan a conocer principalmente a través de internet (67%) o la televisión (51%). Esto se ve relacionado con el rango de edades de aquellas personas que suelen (53%) realizar sus reservas por la web, quienes son menores de 30 años. Probablemente se deba a que el auge tecnológico se dio en el último tiempo y son los "jóvenes adultos" quienes tiene mayor conocimiento sobre su uso.
- Las personas que utilizan las Agencias Online para realizar sus reservas clasificaron al servicio como "muy bueno" con un 49%, pero no como un servicio de excelencia. Esto es porque el 64% de los encuestados no se encuentran conformes con los servicios de atención al cliente y servicio post venta. Aquí se refleja una clara desventaja con las agencias tradicionales, ya que las OTAS no cuentan con sucursales físicas donde uno pueda volcar su reclamo o inquietud. Aun así, casi el 90% declaró que probablemente vuelva a utilizar estos servicios.
- Del total de los encuestados en la muestra, el 82% elige las OTAS por su accesibilidad y disponibilidad 24 hs (con un 53%) además de la posibilidad de comparar ofertas y los distintos medios de pago. Estas ventajas representan para el hotel mayores posibilidades para vender sus plazas, lo que la diferencia de las Tradicionales, dando a las Agencias Virtuales un lugar importante como canal de ventas.
- El 60% de las personas considera importantes las opiniones de otros viajeros a la hora de elegir un producto, en consecuencia, las OTAS no solo representan para el hotel ventas, sino también un medio de publicidad y promoción determinante. Sin embargo, el 90% de los encuestados, en su mayoría argentinos, no se interesan por volcar sus opiniones en la web.



Capítulo VIII

Análisis Entrevistas



8. Análisis Entrevistas⁷⁰

Se llevaron a cabo 5 entrevistas a distintos empleados de hoteles 5 estrellas en la zona de Recoleta.

Se optó por realizar entrevistas semi-estructuradas, constituidas por preguntas cerradas y abiertas, lo que permitirá al entrevistado emitir una opinión propia sobre el tema.

8.1 Entrevista Melia Recoleta Plaza Hotel

La entrevistada fue Marina Fumuso, Gerente de Ventas del Departamento de Marketing y ventas.

Una de las primeras preguntas establecidas en la entrevista, determina la relación de su trabajo con las Agencias de Viajes Online, a lo cual respondió que mantienen una relación estrecha y directa, ya que son ellos quienes se encargan junto con el personal de marketing, de elaborar las promociones y hacer los lanzamientos para posteriormente volcarlos a la online.

La siguiente pregunta es muy importante en la investigación dado a que responde a la problemática principal, si se considera a las OTAS como un elemento fundamental en la actualidad. Marina respondió que *"no sabría si clasificarlo como fundamental"*, pero luego se contradice al decir que *"es uno de los principales canales de venta y que la comercialización se orienta cada vez más a la online superando el contacto directo, debido a los avances del mercado en tecnología y aplicaciones"*, por lo que podríamos decir que su respuesta fue positiva.

Continuando con el cuestionario, en el punto 5, contesto que el porcentaje de ventas correspondiente a la producción de OTAS es de un 25 a 30% dependiendo la estación.

En el punto 6, si cree que las OTAS constituyen un elemento de marketing, afirma que si, y dice *"es presencia constante si uno sabe cómo aprovecharlo"*.

En cuanto a las Agencias de Viajes Online como elemento de trabajo, menciono a Booking.com como la herramienta más completa, rápida y amigable en el mercado.

La pregunta 8, habla sobre el factor del éxito de estas agencias, a lo que respondió que *"es el dinamismo y la rapidez con la que cualquier persona sin importar donde se encuentre puede concretar su reserva"*.

La siguiente interrogación diferencia a las Agencias de Viajes Online con las Agencias de Viajes Tradicionales. Marina señaló que las primeras son más imparciales y que muestran el total de la oferta, mientras que una agencia de viajes local depende de la oferta del agente que reciba al viajero y la que le reditúe más dinero.

⁷⁰ Fuentes Entrevistas (Anexo 11.2)



Llegando al fin de la entrevista, confirmo que como usuario particular ha reservado por este medio en alguna oportunidad y opina que las agencias más utilizadas son Expedia, Booking.com y Despegar.com.

8.2 Entrevista Casa Sur Art Hotel Collection

La entrevistada en esta oportunidad fue Florencia Rovere, Agente de Reservas del Departamento.

Florencia, que ya hace casi dos años que trabaja en el hotel, nos cuenta que su relación con las OTAS es directa, ya que su equipo de trabajo baja las solicitudes de reservas al sistema operativo del hotel y que toda modificación anterior o posterior a la llegada del pasajero la manejan ellos con la propia agencia.

Considera que las OTAS son un elemento fundamental en la actualidad y dice que *“además de ser uno de los principales motores de venta, los avances tecnológicos e internet lo hacen un segmento en crecimiento. De hecho, el Revenue Manager, un cargo muy importante dentro del hotel, fundamenta su trabajo en el control de promociones, tarifas, inventario y disponibilidad básicamente de OTAS ya que demanda un trabajo y control minucioso”*.

En la pregunta 5, respecto al porcentaje de ventas correspondiente a estas agencias, respondió que va a depender de cuántas plazas hayan sido cedidas a este segmento, explica que por lo general hay un bloqueo de habitaciones fijo, que está destinado a cada canal, pero que el porcentaje de ventas oscila entre un 30 a 50% depende el mes y época del año.

Al preguntar si las OTAS constituyen un elemento del Marketing, dijo que si y añadió *“Desde la presentación por parte del hotel en las OTAS, hasta las reviews de los pasajeros en base a las experiencias. Esto último es muy importante, existen páginas como TripAdvisor, que establecen una reputación, es marketing indirecto, es decir que no depende de una acción de marketing del hotel, sino del servicio brindado por este”*.

En cuanto a las OTAS como elemento de trabajo si destacaría alguna, comento que todas son muy parecidas en la metodología de trabajo, no hizo mención a ninguna en particular.

En los puntos siguientes contesto que el factor de éxito de las Agencias de Viajes Online se debe principalmente a la accesibilidad y la conversión a moneda local. También opina que la diferencia entre Agencias Virtuales y Tradicionales es el alcance y la variedad de productos u oferta.

Florencia comenta al terminar la entrevista, que es usuario de estas agencias y que entre las más utilizadas se encuentran Booking.com, Expedia, Despegar.com, Orbitz y Hotelbeds.



8.3 Entrevista Algodón Mansión Buenos Aires

El próximo entrevistado fue Armando Dorta, Reservations Manager.

Armando trabaja de manera directa con las OTAS, así lo dijo en respuesta a una de las primeras preguntas, a lo que agrego *“entre otras responsabilidades me encargo de la administración del inventario e información de Algodón Mansión en las OTAS”*. Las considera un elemento fundamental en la actualidad ya que *“apuntan a un público cada vez más grande que gusta de planear directamente sus viajes, comparar tarifas, verificar reviews y hacer todo de manera online”*.

Confiesa que el porcentaje de ventas correspondiente a las OTAS es de un 30% y que la clave de su éxito es la *“capacidad de adaptarse a las nuevas tecnologías y tendencias”*

En el punto 6, las OTAS como elemento de marketing, opina que *“definitivamente generan una exposición invaluable, 24 horas del día, 365 días del año en todas partes del mundo”*.

En referencia a cual considera la clave del éxito, dice ser su capacidad de adaptarse a las nuevas tecnologías y tendencias y que lo que las diferencia de las Agencias Tradicionales es la exposición mundial.

Al fin de la entrevista, menciono algunas de las OTAS más utilizadas, de las cuales hizo uso en más de una oportunidad, y entre ellas se encuentran Expedia, Booking, Despegar y Agoda.

8.4 Entrevista Buenos Aires Grand Hotel

Richard Jagner, estudiante de Hotelería, trabaja para una central de reservas que integran 3 propiedades, entre ellas el Buenos Aires Grand Hotel.

Trabaja hace unos años en el departamento de reservas como ejecutivo y nos ha ayudado a responder algunas preguntas.

Durante la entrevista nos cuenta que su relación con las OTAS es directa ya que reciben los pedidos y los vuelcan al sistema hotelero. Las considera como un canal fundamental para la venta, y explica que actualmente dado el avance tecnológico e internet, la población mundial está en línea la mayor parte del tiempo, *“las OTAS permiten acceder a los hoteles en cualquier momento del día y verificar tarifas y disponibilidad”*.

En su hotel el porcentaje de ventas varía entre un 40 a 50% (datos reales de los informes mensuales de producción por segmento).

También cree que este medio de reservas se encuentra dentro de las acciones de marketing de los hoteles aludiendo a las tareas de actualización de imágenes, videos y promociones que se lanzan en la web.

Como factores de éxito puntualizo la publicidad, métodos de pago y variedad de servicios. Al compararlas con las Agencias Tradicionales dijo que la principal



diferencia es el tiempo y agrega, *"En las agencias de viajes tradicionales uno debe ir presencialmente o enviar un mail y aguardar respuesta. En cambio en las Online, uno maneja su tiempo, es decir, conoce en tiempo real tarifas y disponibilidad, fotos, reviews, etc. Con lo cual creo que hoy en día cada vez disponemos de menos tiempo y preferimos este medio que es más sencillo"*.

Como Agencias de Viajes Virtuales más reconocidas mención a Despegar y Booking.

8.5 Entrevista Hotel Mio Buenos Aires

La última entrevista se realizó a Agustina Martinez, Reservation Manager, que anteriormente fue ejecutiva de reservas en el mismo hotel.

En respuesta a la pregunta 3, comenta que su puesto mantiene relación directa con las Agencias de Viajes Online. Su trabajo implica cargar las reservas en sistema, distribuir el inventario, manejar las ofertas y promociones, entre otras tareas.

En la siguiente consulta, opinó que las OTAS son un elemento fundamental en la actualidad y explica que *"junto con Tour & Travel y Corporativos, las OTAS pasaron a ser un segmento del cual hay que ocuparse de manera particular. Esto se debe a que han tomado vuelo en el mercado directo. Tanto es así, que están desplazando algunos sectores por las ventajas que representan"*.

Con respecto a la producción de reservas, señaló que va desde un 35 a 40% dependiendo las temporadas.

En el punto 6, afirma que las OTAS constituyen un elemento de marketing dentro del hotel debido a que los pasajeros vuelcan sus experiencias en la web y aclara que *"un comentario negativo es una mala publicidad, así como uno positivo te sube en el ranking de manera gratuita"*.

Menciona a Booking como una de las herramientas más prácticas y amigables en el mercado por su diseño web.

Como factor de éxito de las OTAS destacó el alcance y abanico de ofertas, además del servicio 24 hs, lo mismo dijo, que es lo que las diferencia de las Agencias Tradicionales.

En respuesta a la última pregunta remarcó como a las OTAS líderes del mercado a Expedia, Booking.com y Despegar.com y en menor medida Gullivers y Hoteldo.



Capítulo IX

Conclusión Final



9. Conclusiones

De acuerdo al desarrollo de la investigación y según los datos recabados en las entrevistas y encuestas, hemos llegado a las siguientes conclusiones:

- Las OTAS facilitan la dinámica de ventas ya que agilizan el proceso de carga de inventario, tarifas y promociones dependiendo de la disponibilidad real del hotel en cualquier momento y a cualquier hora.
- Desde el punto de vista operativo la estructura y funcionamiento de las OTAS representan una ventaja a nivel laboral para los hoteles, ya que sirven de herramienta para maximizar los beneficios (ventas). Permiten al establecimiento llevar un mayor control y rendimiento, ofreciendo la habitación correcta en el momento adecuado, a un precio establecido en una fecha determinada, todo ello a través la extranet de cada Agencia Online.
- Las OTAS son consideradas como una estrategia de marketing por los profesionales. Según las consultas realizadas, la representación del hotel en la web es vital en el impacto visual del consumidor, lo cual estimula la decisión de compra. Con representación nos referimos a las imágenes, videos y flyers promocionales que se observan al navegar en las agencias. Además nace un nuevo concepto y este es el de la opinión o lo que en el ámbito se lo conoce como "reviews". Son las experiencias que los viajeros vuelcan en los portales una vez finalizado su viaje. Posicionan al hotel según un ranking de satisfacción y servicio, que puede promocionar al hotel de manera positiva o negativa.
- En base a afirmaciones de los entrevistados durante el proceso, las OTAS representan un canal de ventas importante dentro de los establecimientos hoteleros. Esto se refleja en el flujo de ventas, que hemos comprobado, varía desde un 35 a un 40% mensual.
- Según la base de datos extraída de las encuestas, el perfil del consumidor de estas agencias varía en edad, en su mayoría menores de 30 años, quienes crecieron en la época de la tecnología online. Aquellas personas que hacen uso de las OTAS, lo hacen en general por motivos de ocio o placer, en consecuencia comparación de ofertas y precios constituyen ventajas competitivas.



- Durante la investigación se logró corroborar que la razón por la que los usuarios eligen a las OTAS por sobre otros medios de reserva, se debe a su factor de éxito, el cual responde a su alcance a nivel mundial. Entendiendo que la accesibilidad y facilidad que brinda este servicio, incentiva el uso y actividad de los usuarios, permitiendo comparar y buscar hoteles a medida.

Conclusión Final

El fin de la investigación fue analizar las OTAS como factor determinante en el flujo de venta en la actividad de los hoteles de categoría 5 estrellas en Recoleta, Buenos Aires.

Mediante el presente estudio queda asentado que las OTAS son de suma importancia en la producción mensual de hoteles 5 estrellas y demás categorías, ya sea por la practicidad que brinda para el manejo de tareas y control de tarifas e inventario, ofreciendo habitaciones y promociones en los momentos que el hotel lo crea necesario o simplemente porque el público elige estos medios para realizar sus reservas gracias a la facilidad que implica buscar un hotel desde la comodidad de su casa o bien porque pueden elegir aquellos establecimientos que cumplan con sus requisitos y especificaciones sin la influencia de un operador de viajes que buscar obtener una comisión por ello.

En Recoleta, así como en otras zonas de Buenos Aires y el mundo, podremos encontrar una lista de hoteles 5 estrellas que no pertenecen a reconocidas cadenas o marcas internacionales, los cuales se apoyan en los beneficios de las Agencias Online para dar a conocer y vender su hotel.

Todos los aspectos anteriormente mencionados, hacen de las OTAS un eslabón único en el proceso de venta, sin ellas hoy no sería posible el triunfar para un establecimiento hotelero.





Capítulo X

Datos Bibliográficos



10. Bibliografía

10.1 Libros Consultados:

- Acerenza, Miguel A. Administración turística, CIEST, XII Cilo de Estudios Multidisciplinarios en Turismo, Mexico.1981.
- Acerenza, MA. Administración del turismo. 6ª Ed. México: Trillas; 1999.
- Abert Isabel Piñole. Gestión de Técnicas de Agencias de Viajes. Ed. Síntesis. Madrid 1989.
- Albert Balsco Peris. La empresa y el producto turístico. Cap 5, Comercialización hotelera y sus canales de distribución. Ed. Civitas Ediciones S.L. España 2002.
- Ayuso, Silvia y Fullana, Pere. Turismo Sostenible. Ed. Rubes. Barcelona. 2002
- Bullon Roberto. Planificación del Espacio Turístico. Ed. Trillas. Mexico D.F. 1985
- Carmen Altes Machin. Marketing y Turismo: Introducción al marketing de empresas y destinos turísticos. Ed. Sintesis. Madrid 1993.
- Cuervo S. Raimundo. El turismo como medio de comunicación humana. Departamento de Turismo del Gobierno de Mexico, Pag. 28.
- Dei Daniel H. La Tesis, Como orientarse en su elaboración. Prometeo Libros. Buenos Airs. 2006.
- De la Fuente Machain, R. "El barrio de la Recoleta". Cuadernos de Buenos Aires. Buenos Aires, 1973.
- Diego A. Barrado y Jordi Calabuig. Geografía Mundial del Turismo. Ed Sintesis. España. 2001.
- Juan Luis Colaiacovo. Proyecto de exportación y estrategias de marketing internacional. OEA Organización de los Estados Americanos. Ed Macchi, 1993.
- Kotler Philip. Marketing para Turismo. Pearson Prentice Hall. Mexico 2004
- Leiper, Neil. "Toward a cohesive curriculum in tourism, The case for a Distintic Discipline", Annals Of Tourism –research, vol. VIII, num 1. 198, pag.74.
- Molina Sergio. Conceptualización del Turismo. Ilusa Mexico. 1997.
- Norms, Carlota. Agencias de viajes online, la revolución tecnológica del turismo. Escuela de Turismo Mediterrani de Girona, España. 2013.
- Pablo Garrido Pintados. Agencias de viajes online: situación y perspectivas en el comercio electrónico. Madrid. Universidad Complutense de Madrid. Madrid 2010.



- Pablo A Kohen. Tecnologías y gestión de agencias de viajes. Capítulo 1 "organización y gestión de empresas turísticas". Ed. Macchi Grupo Editor. Madrid 2005.
- Robert Woodrow McIntosh, Charles R. Goeldner, J. R. Brent Ritchie. Turismo: Planeación, administración y perspectivas. Ed. Limusa. Mexico 1999.
- Rodolfo Vazquez-Casielles, Ana Belen Del Rio-Lanza y Leticia Suarez-Alvarez. Las agencias de viajes virtuales: ¿Cómo analizar la calidad del e-servicio y sus efectos sobre la satisfacción del cliente?. Universidad Business Review. España. 2009.
- Sabino Carlos A. Como hacer una Tesis, Guía para elaborar y redactar trabajos científicos. Editorial Hvmánitas. Buenos Aires. 1986.
- Scavone Graciela M. Como se escribe una Tesis. La Ley. Buenos Aires. 2008.
- Toyos, Monica y Massafra, Mercedes. Como escribir una tesis en turismo. Ed. Ediciones Turísticas LADEVI Proturismo. 2009.
- Vialle Oliver. Los Sistemas Mundiales de Distribución en la Industria Turística, OMT. Ed Madrid. 1994.
- Ziff Davis Publishing Company, The ABC´s of Travel: A glossary of the terms and abbreviations peculiar to the Travel Industr., New York. 1979

10.2 Páginas Web Consultadas:

- <http://www.buenosaires.gob.ar> (Sitio oficial de la Ciudad de Buenos Aires)
- <http://www.argentinaturismo.com.ar> (Sitio de Turismo de Argentina)
- <http://www.dgesc.gov.cv> (DGESC. Datos censales, año 2001)
- <http://www.expediapartnercentral.com> (extranet expedia Buenos Aires Grand Hotel)

10.3 Artículos de la Web:

- <http://manuelgross.bligoo.com/conozca-3-tipos-de-investigacion-descriptiva-exploratoria-y-explicativa> (Grosso Manuel. Diseño de la investigación: 3 Tipos de investigación. 2013)
- <http://www.maestrosdelweb.com/editorial/internethis/> (Stephanie Falla Aroche. La Historia del Internet. Febrero 14,2006).



- <http://www.tecnova.es/ti/firmainvitada07.htm> (De Teresa, Carlos. El impacto de las nuevas tecnologías en el turismo. Tecnova, Magazine Lo que cuenta de ti).
- www.eprints.ucm.es (Pablo Garrido Pintados. Madrid 2010. Agencias de viajes online: situación y perspectivas en el comercio electrónico español)
- <http://e-marketingturistico.com/ciclo-de-reservas-en-webs-de-hoteles/> (Vitor Bara. "Ciclo de Reservas en las webs de Hoteles".2012).
- http://www.todobuenosaires.com/buenos_aires/es/historia/(Todo Buenos Aires. "Historia de Buenos Aires).
- http://www.hotelrevenue.cl/portal/productos/Hotel_Revenue_Vocabulario_2_Parte.sh. (Revenue Managemente, vocabulario, herramientas).
- http://translate.googleusercontent.com/translate_C?depth=1&hl=es& (Yield Management, Primer paso en la maximización de beneficios).
- <http://altonivel.com.mx/5589-las-ventas-jas-del-yield-management> (Ventajas del Yield Management).
- <http://www.jaimechicheri-revenuemanagement.com/el-futuro-del-revenue-management-analisis-completo-del-informe-de-sheryl-e-kimes/> (Revenue Managment, El Futuro)



Capítulo XI

Anexos



Anexo 11.1

ENCUESTA

La siguiente encuesta es anónima y no tomara más de cinco minutos. Siendo su aporte muy valioso para la investigación.

A continuación encontrara una serie de preguntas relacionadas a Agencias de Viajes Online.

- *Por favor marque con una cruz la respuesta seleccionada (para aquellos puntos con más de una alternativa, pueden existir múltiples respuestas correctas):*

1. Edad

Menor a 30 años	
Entre 31 y 50 años	X
Mayor a 51 años	

2. Sexo

Femenino	X
Masculino	

3. Nacionalidad:

...ARGENTINA.....

4. ¿Ha oído hablar de las Agencia de Viaje Online?

Si	X
No	

4.1 ¿Conoce alguna Agencia de Viajes Online?

Si	X
No	

5. En caso de que su respuesta haya sido positiva, mencione alguna:

1. Despegar
2. Asatej
3. Booking.com



6. ¿De qué manera conoció a la/s agencias mencionadas en el punto 5?

Publicidad en diarios, revistas	X
Internet	X
Televisión	
Recomendación (amigo/conocido/familiar)	
Otro (especificar)	

.....

7. ¿Ha realizado en alguna oportunidad una reserva a través de Agencias de Viajes Online?

Si, una vez	
Más de una vez	X
Nunca	

8. De haber efectuado alguna reserva, ¿Qué tipo de servicio ha contratado?

Alojamiento (hotel, hostel, complejo de cabañas, apartamentos, otros)	X
Autos	
Vuelos (nacionales, internacionales)	X
Excursiones	
Cruceros	

9. ¿Cuál fue el motivo de su viaje?

Ocio, Placer	X
Trabajo	
Familia	
Otro (especificar)	

.....

10. ¿Cómo fue su experiencia durante y después del proceso de compra?

Excelente	
Muy Bueno	X
Bueno	
Regular	
Malo	



11. ¿Volvería a utilizar los servicios de estas Agencias en su próximo viaje?

Si	X
Probablemente	
No	

12. ¿Cuál/es cree, según su opinión, que son las ventajas más significativas que brindan estas Agencias?

Fácil acceso (internet, computadoras, celulares, etc)	
Mayor variedad de productos (amplia oferta)	X
Medios de pago (tarjetas, cuotas)	
Conversión moneda (euros, dólares, pesos, reales, otros)	
Comparación de precios y ofertas	X
Servicio 24 hs (posibilidad de compra a cualquier hora del día)	
Otros (especificar)	
Ninguno	

.....
13. Mencione algún aspecto a mejorar de estas agencias:

Atención telefónica, tiempo de espera

14. ¿Consideras importantes las opiniones (reviews) que otros viajeros dejan en los portales de las agencias virtuales a la hora de elegir un producto/servicio por este medio?

Si	
No siempre	X
No	

15. ¿Suele compartir su experiencia en la web?

Si	
No	X

16. De tener alguna sugerencia u observación acerca de las preguntas realizadas, por favor desarrolle a continuación:

.....
.....
.....



ENCUESTA

La siguiente encuesta es anónima y no tomara más de cinco minutos. Siendo su aporte muy valioso para la investigación.

A continuación encontrara una serie de preguntas relacionadas a Agencias de Viajes Online.

- Por favor marque con una cruz la respuesta seleccionada (para aquellos puntos con más de una alternativa, pueden existir múltiples respuestas correctas):

1. Edad

Menor a 30 años	
Entre 31 y 50 años	X
Mayor a 51 años	

2. Sexo

Femenino	X
Masculino	

3. Nacionalidad:

...ARGENTINA.....

4. ¿Ha oído hablar de las Agencia de Viaje Online?

Si	X
No	

4.1 ¿Conoce alguna Agencia de Viajes Online?

Si	X
No	

5. En caso de que su respuesta haya sido positiva, mencione alguna:

1. Despegar
2. Booking.com
3. Hoteldo



6. ¿De qué manera conoció a la/s agencias mencionadas en el punto 5?

Publicidad en diarios, revistas	
Internet	
Televisión	
Recomendación (amigo/conocido/familiar)	X
Otro (especificar)	

.....

7. ¿Ha realizado en alguna oportunidad una reserva a través de Agencias de Viajes Online?

Sí, una vez	
Más de una vez	X
Nunca	

8. De haber efectuado alguna reserva, ¿Qué tipo de servicio ha contratado?

Alojamiento (hotel, hostel, complejo de cabañas, apartamentos, otros)	X
Autos	
Vuelos (nacionales, internacionales)	X
Excursiones	
Cruceros	

9. ¿Cuál fue el motivo de su viaje?

Ocio, Placer	X
Trabajo	
Familia	
Otro (especificar)	

.....

10. ¿Cómo fue su experiencia durante y después del proceso de compra?

Excelente	
Muy Bueno	X
Bueno	
Regular	
Malo	



11. ¿Volvería a utilizar los servicios de estas Agencias en su próximo viaje?

Si	X
Probablemente	
No	

12. ¿Cuál/es cree, según su opinión, que son los ventajas más significativas que brindan estas Agencias?

Fácil acceso (internet, computadoras, celulares, etc)	X
Mayor variedad de productos (amplia oferta)	
Medios de pago (tarjetas, cuotas)	X
Conversión moneda (euros, dólares, pesos, reales, otros)	X
Comparación de precios y ofertas	
Servicio 24 hs (posibilidad de compra a cualquier hora del día)	X
Otros (especificar)	
Ninguno	

.....
13. Mencione algún aspecto a mejorar de estas agencias:

Las condiciones de cambios o cancelaciones no son claras en despegar.com a menos que uno llame al operador.

14. ¿Consideras importantes las opiniones (reviews) que otros viajeros dejan en los portales de las agencias virtuales a la hora de elegir un producto/servicio por este medio?

Si	
No siempre	X
No	

15. ¿Suele compartir su experiencia en la web?

Si	
No	X

16. De tener alguna sugerencia u observación acerca de las preguntas realizadas, por favor desarrolle a continuación:

.....
.....
.....



ENCUESTA

La siguiente encuesta es anónima y no tomara más de cinco minutos. Siendo su aporte muy valioso para la investigación.

A continuación encontrara una serie de preguntas relacionadas a Agencias de Viajes Online.

- Por favor marque con una cruz la respuesta seleccionada (para aquellos puntos con más de una alternativa, pueden existir múltiples respuestas correctas):

1. Edad

Menor a 30 años	
Entre 31 y 50 años	X
Mayor a 51 años	

2. Sexo

Femenino	X
Masculino	

3. Nacionalidad:

...ARGENTINA.....

4. ¿Ha oído hablar de las Agencia de Viaje Online?

Si	X
No	

4.1 ¿Conoce alguna Agencia de Viajes Online?

Si	X
No	

5. En caso de que su respuesta haya sido positiva, mencione alguna:

- 1) Despegar, Booking.com, hoteldo, Expedia, Priceline



6. ¿De qué manera conoció a la/s agencias mencionadas en el punto 5?

Publicidad en diarios, revistas	
Internet	
Televisión	
Recomendación (amigo/conocido/familiar)	
Otro (especificar)	X

Laboralmente.....

7. ¿Ha realizado en alguna oportunidad una reserva a través de Agencias de Viajes Online?

Si, una vez	
Más de una vez	X
Nunca	

8. De haber efectuado alguna reserva, ¿Qué tipo de servicio ha contratado?

Alojamiento (hotel, hostel, complejo de cabañas, apartamentos, otros)	X
Autos	
Vuelos (nacionales, internacionales)	X
Excursiones	
Cruceros	

9. ¿Cuál fue el motivo de su viaje?

Ocio, Placer	X
Trabajo	
Familia	
Otro (especificar)	

.....

10. ¿Cómo fue su experiencia durante y después del proceso de compra?

Excelente	
Muy Bueno	X
Bueno	
Regular	
Malo	



11. ¿Volvería a utilizar los servicios de estas Agencias en su próximo viaje?

Si	X
Probablemente	
No	

12. ¿Cuál/es cree, según su opinión, que son las ventajas más significativas que brindan estas Agencias?

Fácil acceso (internet, computadoras, celulares, etc)	X
Mayor variedad de productos (amplia oferta)	
Medios de pago (tarjetas, cuotas)	X
Conversión moneda (euros, dólares, pesos, reales, otros)	
Comparación de precios y ofertas	X
Servicio 24 hs (posibilidad de compra a cualquier hora del día)	
Otros (especificar)	
Ninguno	

.....
13. Mencione algún aspecto a mejorar de estas agencias:

Servicio Post Venta.....

14. ¿Consideras importantes las opiniones (reviews) que otros viajeros dejan en los portales de las agencias virtuales a la hora de elegir un producto/servicio por este medio?

Si	X
No siempre	
No	

15. ¿Suele compartir su experiencia en la web?

Si	
No	X

16. De tener alguna sugerencia u observación acerca de las preguntas realizadas, por favor desarrolle a continuación:

.....
.....
.....



ENCUESTA

La siguiente encuesta es anónima y no tomara más de cinco minutos. Siendo su aporte muy valioso para la investigación.

A continuación encontrara una serie de preguntas relacionadas a Agencias de Viajes Online.

- Por favor marque con una cruz la respuesta seleccionada (para aquellos puntos con más de una alternativa, pueden existir múltiples respuestas correctas):

1. Edad

Menor a 30 años	X
Entre 31 y 50 años	
Mayor a 51 años	

2. Sexo

Femenino	
Masculino	X

3. Nacionalidad:

...Argentino.....

4. ¿Ha oído hablar de las Agencia de Viaje Online?

Si	X
No	

4.1 ¿Conoce alguna Agencia de Viajes Online?

Si	X
No	

5. En caso de que su respuesta haya sido positiva, mencione alguna:

1. Despegar



6. ¿De qué manera conoció a la/s agencias mencionadas en el punto 5?

Publicidad en diarios, revistas	X
Internet	X
Televisión	x
Recomendación (amigo/conocido/familiar)	
Otro (especificar)	

.....

7. ¿Ha realizado en alguna oportunidad una reserva a través de Agencias de Viajes Online?

Si, una vez	
Más de una vez	
Nunca	x

8. De haber efectuado alguna reserva, ¿Qué tipo de servicio ha contratado?

Alojamiento (hotel, hostel, complejo de cabañas, apartamentos, otros)	
Autos	
Vuelos (nacionales, internacionales)	
Excursiones	
Cruceros	

9. ¿Cuál fue el motivo de su viaje?

Ocio, Placer	
Trabajo	
Familia	
Otro (especificar)	

.....

10. ¿Cómo fue su experiencia durante y después del proceso de compra?

Excelente	
Muy Bueno	
Bueno	
Regular	
Malo	



11. ¿Volvería a utilizar los servicios de estas Agencias en su próximo viaje?

Si	
Probablemente	
No	

12. ¿Cuál/es cree, según su opinión, que son los ventajas más significativas que brindan estas Agencias?

Fácil acceso (internet, computadoras, celulares, etc)	x
Mayor variedad de productos (amplia oferta)	X
Medios de pago (tarjetas, cuotas)	
Conversión moneda (euros, dólares, pesos, reales, otros)	
Comparación de precios y ofertas	X
Servicio 24 hs (posibilidad de compra a cualquier hora del día)	x
Otros (especificar)	
Ninguno	

.....
 13. Mencione algún aspecto a mejorar de estas agencias:

.....

14. ¿Consideras importantes las opiniones (reviews) que otros viajeros dejan en los portales de las agencias virtuales a la hora de elegir un producto/servicio por este medio?

Si	
No siempre	x
No	

15. ¿Suele compartir su experiencia en la web?

Si	
No	X

16. De tener alguna sugerencia u observación acerca de las preguntas realizadas, por favor desarrolle a continuación:

.....



ENCUESTA

La siguiente encuesta es anónima y no tomara más de cinco minutos. Siendo su aporte muy valioso para la investigación.

A continuación encontrara una serie de preguntas relacionadas a Agencias de Viajes Online.

- Por favor marque con una cruz la respuesta seleccionada (para aquellos puntos con más de una alternativa, pueden existir múltiples respuestas correctas):

1. Edad

Menor a 30 años	
Entre 31 y 50 años	X
Mayor a 51 años	

2. Sexo

Femenino	
Masculino	X

3. Nacionalidad:

...Argentino.....

4. ¿Ha oído hablar de las Agencia de Viaje Online?

Si	X
No	

4.1 ¿Conoce alguna Agencia de Viajes Online?

Si	X
No	

5. En caso de que su respuesta haya sido positiva, mencione alguna:

1. Despegar



6. ¿De qué manera conoció a la/s agencias mencionadas en el punto 5?

Publicidad en diarios, revistas	X
Internet	X
Televisión	x
Recomendación (amigo/conocido/familiar)	
Otro (especificar)	

.....

7. ¿Ha realizado en alguna oportunidad una reserva a través de Agencias de Viajes Online?

Si, una vez	
Más de una vez	
Nunca	x

8. De haber efectuado alguna reserva, ¿Qué tipo de servicio ha contratado?

Alojamiento (hotel, hostel, complejo de cabañas, apartamentos, otros)	
Autos	
Vuelos (nacionales, internacionales)	
Excursiones	
Cruceros	

9. ¿Cuál fue el motivo de su viaje?

Ocio, Placer	
Trabajo	
Familia	
Otro (especificar)	

.....

10. ¿Cómo fue su experiencia durante y después del proceso de compra?

Excelente	
Muy Bueno	
Bueno	
Regular	
Malo	

11. ¿Volvería a utilizar los servicios de estas Agencias en su próximo viaje?

Si	
----	--



Probablemente	
No	

12. ¿Cuál/es cree, según su opinión, que son los ventajas más significativas que brindan estas Agencias?

Fácil acceso (internet, computadoras, celulares, etc)	x
Mayor variedad de productos (amplia oferta)	X
Medios de pago (tarjetas, cuotas)	
Conversión moneda (euros, dólares, pesos, reales, otros)	
Comparación de precios y ofertas	X
Servicio 24 hs (posibilidad de compra a cualquier hora del día)	x
Otros (especificar)	
Ninguno	

.....
 13. Mencione algún aspecto a mejorar de estas agencias:

.....

14. ¿Consideras importantes las opiniones (reviews) que otros viajeros dejan en los portales de las agencias virtuales a la hora de elegir un producto/servicio por este medio?

Si	
No siempre	x
No	

15. ¿Suele compartir su experiencia en la web?

Si	
No	X

16. De tener alguna sugerencia u observación acerca de las preguntas realizadas, por favor desarrolle a continuación:

.....



ENCUESTA

La siguiente encuesta es anónima y no tomara más de cinco minutos. Siendo su aporte muy valioso para la investigación.

A continuación encontrara una serie de preguntas relacionadas a Agencias de Viajes Online.

- Por favor marque con una cruz la respuesta seleccionada (para aquellos puntos con más de una alternativa, pueden existir múltiples respuestas correctas):

1. Edad

Menor a 30 años	
Entre 31 y 50 años	X
Mayor a 51 años	

2. Sexo

Femenino	
Masculino	X

3. Nacionalidad:

Argentina.....

4. ¿Ha oído hablar de las Agencia de Viaje Online?

Si	X
No	

4.1 ¿Conoce alguna Agencia de Viajes Online?

Si	X
No	

5. En caso de que su respuesta haya sido positiva, mencione alguna:

1. Despegar.com



6. ¿De qué manera conoció a la/s agencias mencionadas en el punto 5?

Publicidad en diarios, revistas	
Internet	X
Televisión	X
Recomendación (amigo/conocido/familiar)	
Otro (especificar)	

.....

7. ¿Ha realizado en alguna oportunidad una reserva a través de Agencias de Viajes Online?

Si, una vez	
Más de una vez	
Nunca	X

8. De haber efectuado alguna reserva, ¿Qué tipo de servicio ha contratado?

Alojamiento (hotel, hostel, complejo de cabañas, apartamentos, otros)	
Autos	
Vuelos (nacionales, internacionales)	
Excursiones	
Cruceros	

9. ¿Cuál fue el motivo de su viaje?

Ocio, Placer	
Trabajo	
Familia	
Otro (especificar)	

.....

10. ¿Cómo fue su experiencia durante y después del proceso de compra?

Excelente	
Muy Bueno	
Bueno	
Regular	
Malo	



11. ¿Volvería a utilizar los servicios de estas Agencias en su próximo viaje?

Si	
Probablemente	
No	

12. ¿Cuál/es cree, según su opinión, que son los ventajas más significativas que brindan estas Agencias?

Fácil acceso (internet, computadoras, celulares, etc)	X
Mayor variedad de productos (amplia oferta)	X
Medios de pago (tarjetas, cuotas)	
Conversión moneda (euros, dólares, pesos, reales, otros)	
Comparación de precios y ofertas	X
Servicio 24 hs (posibilidad de compra a cualquier hora del día)	X
Otros (especificar)	
Ninguno	

.....
 13. Mencione algún aspecto a mejorar de estas agencias:

14. ¿Consideras importantes las opiniones (reviews) que otros viajeros dejan en los portales de las agencias virtuales a la hora de elegir un producto/servicio por este medio?

Si	X
No siempre	
No	

15. ¿Suele compartir su experiencia en la web?

Si	
No	

16. De tener alguna sugerencia u observación acerca de las preguntas realizadas, por favor desarrolle a continuación:



ENCUESTA

La siguiente encuesta es anónima y no tomara más de cinco minutos. Siendo su aporte muy valioso para la investigación.

A continuación encontrara una serie de preguntas relacionadas a Agencias de Viajes Online.

- Por favor marque con una cruz la respuesta seleccionada (para aquellos puntos con más de una alternativa, pueden existir múltiples respuestas correctas):

1. Edad

Menor a 30 años	
Entre 31 y 50 años	X
Mayor a 51 años	

2. Sexo

Femenino	
Masculino	X

3. Nacionalidad:

Argentina.....

4. ¿Ha oído hablar de las Agencia de Viaje Online?

Si	X
No	

4.1 ¿Conoce alguna Agencia de Viajes Online?

Si	X
No	

5. En caso de que su respuesta haya sido positiva, mencione alguna:

1. Despegar.com



6. ¿De qué manera conoció a la/s agencias mencionadas en el punto 5?

Publicidad en diarios, revistas	
Internet	X
Televisión	X
Recomendación (amigo/conocido/familiar)	
Otro (especificar)	

.....

7. ¿Ha realizado en alguna oportunidad una reserva a través de Agencias de Viajes Online?

Si, una vez	x
Más de una vez	
Nunca	

8. De haber efectuado alguna reserva, ¿Qué tipo de servicio ha contratado?

Alojamiento (hotel, hostel, complejo de cabañas, apartamentos, otros)	X
Autos	
Vuelos (nacionales, internacionales)	X
Excursiones	
Cruceros	

9. ¿Cuál fue el motivo de su viaje?

Ocio, Placer	
Trabajo	
Familia	X
Otro (especificar)	

.....

10. ¿Cómo fue su experiencia durante y después del proceso de compra?

Excelente	
Muy Bueno	X
Bueno	
Regular	
Malo	



11. ¿Volvería a utilizar los servicios de estas Agencias en su próximo viaje?

Si	X
Probablemente	
No	

12. ¿Cuál/es cree, según su opinión, que son los ventajas más significativas que brindan estas Agencias?

Fácil acceso (internet, computadoras, celulares, etc)	X
Mayor variedad de productos (amplia oferta)	
Medios de pago (tarjetas, cuotas)	X
Conversión moneda (euros, dólares, pesos, reales, otros)	
Comparación de precios y ofertas	
Servicio 24 hs (posibilidad de compra a cualquier hora del día)	
Otros (especificar)	
Ninguno	

.....
 13. Mencione algún aspecto a mejorar de estas agencias:

14. ¿Consideras importantes las opiniones (reviews) que otros viajeros dejan en los portales de las agencias virtuales a la hora de elegir un producto/servicio por este medio?

Si	X
No siempre	
No	

15. ¿Suele compartir su experiencia en la web?

Si	
No	X

16. De tener alguna sugerencia u observación acerca de las preguntas realizadas, por favor desarrolle a continuación:



ENCUESTA

La siguiente encuesta es anónima y no tomara más de cinco minutos. Siendo su aporte muy valioso para la investigación.

A continuación encontrara una serie de preguntas relacionadas a Agencias de Viajes Online.

- Por favor marque con una cruz la respuesta seleccionada (para aquellos puntos con más de una alternativa, pueden existir múltiples respuestas correctas):

1. Edad

Menor a 30 años	
Entre 31 y 50 años	X
Mayor a 51 años	

2. Sexo

Femenino	X
Masculino	

3. Nacionalidad:

Argentina.....

4. ¿Ha oído hablar de las Agencia de Viaje Online?

Si	X
No	

4.1 ¿Conoce alguna Agencia de Viajes Online?

Si	X
No	

5. En caso de que su respuesta haya sido positiva, mencione alguna:

1. Despegar.com



6. ¿De qué manera conoció a la/s agencias mencionadas en el punto 5?

Publicidad en diarios, revistas	
Internet	X
Televisión	X
Recomendación (amigo/conocido/familiar)	X
Otro (especificar)	

.....

7. ¿Ha realizado en alguna oportunidad una reserva a través de Agencias de Viajes Online?

Si, una vez	x
Más de una vez	
Nunca	

8. De haber efectuado alguna reserva, ¿Qué tipo de servicio ha contratado?

Alojamiento (hotel, hostel, complejo de cabañas, apartamentos, otros)	X
Autos	
Vuelos (nacionales, internacionales)	
Excursiones	
Cruceros	

9. ¿Cuál fue el motivo de su viaje?

Ocio, Placer	X
Trabajo	
Familia	
Otro (especificar)	

.....

10. ¿Cómo fue su experiencia durante y después del proceso de compra?

Excelente	
Muy Bueno	X
Bueno	
Regular	
Malo	



11. ¿Volvería a utilizar los servicios de estas Agencias en su próximo viaje?

Si	
Probablemente	X
No	

12. ¿Cuál/es cree, según su opinión, que son los ventajas más significativas que brindan estas Agencias?

Fácil acceso (internet, computadoras, celulares, etc)	X
Mayor variedad de productos (amplia oferta)	
Medios de pago (tarjetas, cuotas)	
Conversión moneda (euros, dólares, pesos, reales, otros)	
Comparación de precios y ofertas	X
Servicio 24 hs (posibilidad de compra a cualquier hora del día)	X
Otros (especificar)	
Ninguno	

.....
 13. Mencione algún aspecto a mejorar de estas agencias:
 Servicio Postventa

14. ¿Consideras importantes las opiniones (reviews) que otros viajeros dejan en los portales de las agencias virtuales a la hora de elegir un producto/servicio por este medio?

Si	
No siempre	X
No	

15. ¿Suele compartir su experiencia en la web?

Si	
No	X

16. De tener alguna sugerencia u observación acerca de las preguntas realizadas, por favor desarrolle a continuación:

.....



ENCUESTA

La siguiente encuesta es anónima y no tomara más de cinco minutos. Siendo su aporte muy valioso para la investigación.

A continuación encontrara una serie de preguntas relacionadas a Agencias de Viajes Online.

- Por favor marque con una cruz la respuesta seleccionada (para aquellos puntos con más de una alternativa, pueden existir múltiples respuestas correctas):

1. Edad

Menor a 30 años	X
Entre 31 y 50 años	
Mayor a 51 años	

2. Sexo

Femenino	X
Masculino	

3. Nacionalidad:

Argentina.....

4. ¿Ha oído hablar de las Agencia de Viaje Online?

Si	X
No	

4.1 ¿Conoce alguna Agencia de Viajes Online?

Si	X
No	

5. En caso de que su respuesta haya sido positiva, mencione alguna:

2. Despegar.com



6. ¿De qué manera conoció a la/s agencias mencionadas en el punto 5?

Publicidad en diarios, revistas	
Internet	
Televisión	
Recomendación (amigo/conocido/familiar)	X
Otro (especificar)	

.....

7. ¿Ha realizado en alguna oportunidad una reserva a través de Agencias de Viajes Online?

Si, una vez	X
Más de una vez	
Nunca	

8. De haber efectuado alguna reserva, ¿Qué tipo de servicio ha contratado?

Alojamiento (hotel, hostel, complejo de cabañas, apartamentos, otros)	X
Autos	
Vuelos (nacionales, internacionales)	X
Excursiones	
Cruceros	

9. ¿Cuál fue el motivo de su viaje?

Ocio, Placer	X
Trabajo	
Familia	
Otro (especificar)	

.....

10. ¿Cómo fue su experiencia durante y después del proceso de compra?

Excelente	
Muy Bueno	
Bueno	
Regular	X
Malo	



11. ¿Volvería a utilizar los servicios de estas Agencias en su próximo viaje?

Si	
Probablemente	X
No	

12. ¿Cuál/es cree, según su opinión, que son los ventajas más significativas que brindan estas Agencias?

Fácil acceso (internet, computadoras, celulares, etc)	X
Mayor variedad de productos (amplia oferta)	
Medios de pago (tarjetas, cuotas)	x
Conversión moneda (euros, dólares, pesos, reales, otros)	
Comparación de precios y ofertas	X
Servicio 24 hs (posibilidad de compra a cualquier hora del día)	X
Otros (especificar)	
Ninguno	

.....
13. Mencione algún aspecto a mejorar de estas agencias:

Personalmente tuve un problema con un cambio de un pasaje. Deberían mejorar la atención al cliente.

14. ¿Consideras importantes las opiniones (reviews) que otros viajeros dejan en los portales de las agencias virtuales a la hora de elegir un producto/servicio por este medio?

Si	
No siempre	X
No	

15. ¿Suele compartir su experiencia en la web?

Si	
No	x

16. De tener alguna sugerencia u observación acerca de las preguntas realizadas, por favor desarrolle a continuación:



.....

ENCUESTA

La siguiente encuesta es anónima y no tomara más de cinco minutos. Siendo su aporte muy valioso para la investigación.

A continuación encontrara una serie de preguntas relacionadas a Agencias de Viajes Online.

- *Por favor marque con una cruz la respuesta seleccionada (para aquellos puntos con más de una alternativa, pueden existir múltiples respuestas correctas):*

1. Edad

Menor a 30 años	X
Entre 31 y 50 años	
Mayor a 51 años	

2. Sexo

Femenino	
Masculino	X

3. Nacionalidad:

ARGENTINO.....

4. ¿Ha oído hablar de las Agencia de Viaje Online?

Si	X
No	

4.1 ¿Conoce alguna Agencia de Viajes Online?

Si	X
No	

5. En caso de que su respuesta haya sido positiva, mencione alguna:



1. DESPEGAR.COM
2. ASATEJ

6. ¿De qué manera conoció a la/s agencias mencionadas en el punto 5?

Publicidad en diarios, revistas	X
Internet	X
Televisión	X
Recomendación (amigo/conocido/familiar)	
Otro (especificar)	

.....

7. ¿Ha realizado en alguna oportunidad una reserva a través de Agencias de Viajes Online?

Si, una vez	
Más de una vez	X
Nunca	

8. De haber efectuado alguna reserva, ¿Qué tipo de servicio ha contratado?

Alojamiento (hotel, hostel, complejo de cabañas, apartamentos, otros)	
Autos	
Vuelos (nacionales, internacionales)	X
Excursiones	
Cruceros	

9. ¿Cuál fue el motivo de su viaje?

Ocio, Placer	X
Trabajo	X
Familia	
Otro (especificar)	

.....

10. ¿Cómo fue su experiencia durante y después del proceso de compra?

Excelente	
Muy Bueno	X
Bueno	



Regular	
Malo	

11. ¿Volvería a utilizar los servicios de estas Agencias en su próximo viaje?

Si	X
Probablemente	
No	

12. ¿Cuál/es cree, según su opinión, que son los ventajas más significativas que brindan estas Agencias?

Fácil acceso (internet, computadoras, celulares, etc)	
Mayor variedad de productos (amplia oferta)	
Medios de pago (tarjetas, cuotas)	
Conversión moneda (euros, dólares, pesos, reales, otros)	
Comparación de precios y ofertas	X
Servicio 24 hs (posibilidad de compra a cualquier hora del día)	
Otros (especificar)	
Ninguno	

.....
 13. Mencione algún aspecto a mejorar de estas agencias:

14. ¿Consideras importantes las opiniones (reviews) que otros viajeros dejan en los portales de las agencias virtuales a la hora de elegir un producto/servicio por este medio?

Si	X
No siempre	
No	

15. ¿Suele compartir su experiencia en la web?

Si	
No	

16. De tener alguna sugerencia u observación acerca de las preguntas realizadas, por favor desarrolle a continuación:



.....

ENCUESTA

La siguiente encuesta es anónima y no tomara más de cinco minutos. Siendo su aporte muy valioso para la investigación.

A continuación encontrara una serie de preguntas relacionadas a Agencias de Viajes Online.

- *Por favor marque con una cruz la respuesta seleccionada (para aquellos puntos con más de una alternativa, pueden existir múltiples respuestas correctas):*

1. Edad

Menor a 30 años	X
Entre 31 y 50 años	
Mayor a 51 años	

2. Sexo

Femenino	
Masculino	X

3. Nacionalidad:

Argentino.....

4. ¿Ha oído hablar de las Agencia de Viaje Online?

Si	X
No	

4.1 ¿Conoce alguna Agencia de Viajes Online?

Si	X
No	



5. En caso de que su respuesta haya sido positiva, mencione alguna:

1. Despegar.com
2. Asatej
3. Tripadvisor

6. ¿De qué manera conoció a la/s agencias mencionadas en el punto 5?

Publicidad en diarios, revistas	
Internet	X
Televisión	X
Recomendación (amigo/conocido/familiar)	
Otro (especificar)	

.....

7. ¿Ha realizado en alguna oportunidad una reserva a través de Agencias de Viajes Online?

Si, una vez	X
Más de una vez	
Nunca	

8. De haber efectuado alguna reserva, ¿Qué tipo de servicio ha contratado?

Alojamiento (hotel, hostel, complejo de cabañas, apartamentos, otros)	X
Autos	
Vuelos (nacionales, internacionales)	
Excursiones	
Cruceros	

9. ¿Cuál fue el motivo de su viaje?

Ocio, Placer	X
Trabajo	
Familia	
Otro (especificar)	

.....

10. ¿Cómo fue su experiencia durante y después del proceso de compra?



Excelente	
Muy Bueno	
Bueno	
Regular	X
Malo	

11. ¿Volvería a utilizar los servicios de estas Agencias en su próximo viaje?

Si	X
Probablemente	
No	

12. ¿Cuál/es cree, según su opinión, que son las ventajas más significativas que brindan estas Agencias?

Fácil acceso (internet, computadoras, celulares, etc)	x
Mayor variedad de productos (amplia oferta)	X
Medios de pago (tarjetas, cuotas)	X
Conversión moneda (euros, dólares, pesos, reales, otros)	
Comparación de precios y ofertas	
Servicio 24 hs (posibilidad de compra a cualquier hora del día)	
Otros (especificar)	X
Ninguno	

...Precios.....

13. Mencione algún aspecto a mejorar de estas agencias:

Información confiable (dirección y ubicación por ejemplo).....

14. ¿Consideras importantes las opiniones (reviews) que otros viajeros dejan en los portales de las agencias virtuales a la hora de elegir un producto/servicio por este medio?

Si	X
No siempre	
No	

15. ¿Suele compartir su experiencia en la web?

Si	
No	x

16. De tener alguna sugerencia u observación acerca de las preguntas realizadas, por favor desarrolle a continuación:



.....

ENCUESTA

La siguiente encuesta es anónima y no tomara más de cinco minutos. Siendo su aporte muy valioso para la investigación.

A continuación encontrara una serie de preguntas relacionadas a Agencias de Viajes Online.

- *Por favor marque con una cruz la respuesta seleccionada (para aquellos puntos con más de una alternativa, pueden existir múltiples respuestas correctas):*

1. Edad

Menor a 30 años	x
Entre 31 y 50 años	
Mayor a 51 años	

2. Sexo

Femenino	x
Masculino	

3. Nacionalidad:

Argentina

.....

4. ¿Ha oído hablar de las Agencia de Viaje Online?

Si	x
No	

4.1 ¿Conoce alguna Agencia de Viajes Online?

Si	x
No	



5. En caso de que su respuesta haya sido positiva, mencione alguna:

1. Despegar.com, Booking

6. ¿De qué manera conoció a la/s agencias mencionadas en el punto 5?

Publicidad en diarios, revistas	
Internet	x
Televisión	
Recomendación (amigo/conocido/familiar)	
Otro (especificar)	

.....

7. ¿Ha realizado en alguna oportunidad una reserva a través de Agencias de Viajes Online?

Si, una vez	x
Más de una vez	
Nunca	

8. De haber efectuado alguna reserva, ¿Qué tipo de servicio ha contratado?

Alojamiento (hotel, hostel, complejo de cabañas, apartamentos, otros)	
Autos	
Vuelos (nacionales, internacionales)	x
Excursiones	
Cruceros	

9. ¿Cuál fue el motivo de su viaje?

Ocio, Placer	x
Trabajo	
Familia	
Otro (especificar)	

.....

10. ¿Cómo fue su experiencia durante y después del proceso de compra?

Excelente	
Muy Bueno	



Bueno	X
Regular	
Malo	

11. ¿Volvería a utilizar los servicios de estas Agencias en su próximo viaje?

Si	
Probablemente	X
No	

12. ¿Cuál/es cree, según su opinión, que son los ventajas más significativas que brindan estas Agencias?

Fácil acceso (internet, computadoras, celulares, etc)	X
Mayor variedad de productos (amplia oferta)	
Medios de pago (tarjetas, cuotas)	X
Conversión moneda (euros, dólares, pesos, reales, otros)	
Comparación de precios y ofertas	
Servicio 24 hs (posibilidad de compra a cualquier hora del día)	
Otros (especificar)	
Ninguno	

.....
13. Mencione algún aspecto a mejorar de estas agencias:

Despegar.com, en varias oportunidades sobrevende paquetes o vuelos, teniendo en cuenta un margen de cancelaciones que muchas veces no suceden, lo que provoca malestar lógico en los pasajeros, deberían priorizar más a los viajeros y no el dinero que conlleva vender más de plazas que las que tienen disponibles.

14. ¿Consideras importantes las opiniones (reviews) que otros viajeros dejan en los portales de las agencias virtuales a la hora de elegir un producto/servicio por este medio?

Si	X
No siempre	
No	

15. ¿Suele compartir su experiencia en la web?

Si	
No	X



16. De tener alguna sugerencia u observación acerca de las preguntas realizadas, por favor desarrolle a continuación:

.....

ENCUESTA

La siguiente encuesta es anónima y no tomara más de cinco minutos. Siendo su aporte muy valioso para la investigación.

A continuación encontrara una serie de preguntas relacionadas a Agencias de Viajes Online.

- *Por favor marque con una cruz la respuesta seleccionada (para aquellos puntos con más de una alternativa, pueden existir múltiples respuestas correctas):*

1. Edad

Menor a 30 años	
Entre 31 y 50 años	X
Mayor a 51 años	

2. Sexo

Femenino	
Masculino	X

3. Nacionalidad:

Argentina.....

4. ¿Ha oído hablar de las Agencia de Viaje Online?

Si	X
No	

4.1 ¿Conoce alguna Agencia de Viajes Online?

Si	X
No	



5. En caso de que su respuesta haya sido positiva, mencione alguna:

1. Booking.com
2. Tripadvisor
3. Hostelworld
4. Hrs

6. ¿De qué manera conoció a la/s agencias mencionadas en el punto 5?

Publicidad en diarios, revistas	
Internet	X
Televisión	
Recomendación (amigo/conocido/familiar)	
Otro (especificar)	

.....

7. ¿Ha realizado en alguna oportunidad una reserva a través de Agencias de Viajes Online?

Si, una vez	x
Más de una vez	
Nunca	

8. De haber efectuado alguna reserva, ¿Qué tipo de servicio ha contratado?

Alojamiento (hotel, hostel, complejo de cabañas, apartamentos, otros)	X
Autos	X
Vuelos (nacionales, internacionales)	x
Excursiones	
Cruceros	

9. ¿Cuál fue el motivo de su viaje?

Ocio, Placer	X
Trabajo	X
Familia	X
Otro (especificar)	

.....

10. ¿Cómo fue su experiencia durante y después del proceso de compra?

Excelente	X
-----------	---



Muy Bueno	
Bueno	
Regular	
Malo	

11. ¿Volvería a utilizar los servicios de estas Agencias en su próximo viaje?

Si	X
Probablemente	
No	

12. ¿Cuál/es cree, según su opinión, que son los ventajas más significativas que brindan estas Agencias?

Fácil acceso (internet, computadoras, celulares, etc)	X
Mayor variedad de productos (amplia oferta)	x
Medios de pago (tarjetas, cuotas)	x
Conversión moneda (euros, dólares, pesos, reales, otros)	
Comparación de precios y ofertas	
Servicio 24 hs (posibilidad de compra a cualquier hora del día)	x
Otros (especificar)	
Ninguno	

.....
 13. Mencione algún aspecto a mejorar de estas agencias:

.....

14. ¿Consideras importantes las opiniones (reviews) que otros viajeros dejan en los portales de las agencias virtuales a la hora de elegir un producto/servicio por este medio?

Si	X
No siempre	
No	

15. ¿Suele compartir su experiencia en la web?

Si	X
No	



16. De tener alguna sugerencia u observación acerca de las preguntas realizadas, por favor desarrolle a continuación:

.....

ENCUESTA

La siguiente encuesta es anónima y no tomara más de cinco minutos. Siendo su aporte muy valioso para la investigación.

A continuación encontrara una serie de preguntas relacionadas a Agencias de Viajes Online.

- *Por favor marque con una cruz la respuesta seleccionada (para aquellos puntos con más de una alternativa, pueden existir múltiples respuestas correctas):*

1. Edad

Menor a 30 años	
Entre 30 y 50 años	X
Mayor a 50 años	

2. Sexo

Femenino	X
Masculino	

3. Nacionalidad:

Argentina.....

4. ¿Ha oído hablar de las Agencia de Viaje Online?

Si	X
No	

4.1 ¿Conoce alguna Agencia de Viajes Online?

Si	X
No	



5. En caso de que su respuesta haya sido positiva, mencione alguna:

1. Despegra.com
2. Booking

6. ¿De qué manera conoció a la/s agencias mencionadas en el punto 5?

Publicidad en diarios, revistas	
Internet	X
Televisión	
Recomendación (amigo/conocido/familiar)	
Otro (especificar)	

.....

7. ¿Ha realizado en alguna oportunidad una reserva a través de Agencias de Viajes Online?

Si, una vez	
Más de una vez	X
Nunca	

8. De haber efectuado alguna reserva, ¿Qué tipo de servicio ha contratado?

Alojamiento (hotel, hostel, complejo de cabañas, apartamentos, otros)	X
Autos	
Vuelos (nacionales, internacionales)	x
Excursiones	
Cruceros	

9. ¿Cuál fue el motivo de su viaje?

Ocio, Placer	X
Trabajo	X
Familia	
Otro (especificar)	

.....

10. ¿Cómo fue su experiencia durante y después del proceso de compra?

Excelente	
-----------	--



Muy Bueno	X
Bueno	
Regular	
Malo	

11. ¿Volvería a utilizar los servicios de estas Agencias en su próximo viaje?

Si	
Probablemente	x
No	

12. ¿Cuál/es cree, según su opinión, que son los ventajas más significativas que brindan estas Agencias?

Fácil acceso (internet, computadoras, celulares, etc)	X
Mayor variedad de productos (amplia oferta)	
Medios de pago (tarjetas, cuotas)	
Conversión moneda (euros, dólares, pesos, reales, otros)	
Comparación de precios y ofertas	X
Servicio 24 hs (posibilidad de compra a cualquier hora del día)	x
Otros (especificar)	
Ninguno	

.....
 13. Mencione algún aspecto a mejorar de estas agencias:

.....

14. ¿Consideras importantes las opiniones (reviews) que otros viajeros dejan en los portales de las agencias virtuales a la hora de elegir un producto/servicio por este medio?

Si	X
No siempre	
No	

15. ¿Suele compartir su experiencia en la web?

Si	X
No	



16. De tener alguna sugerencia u observación acerca de las preguntas realizadas, por favor desarrolle a continuación:

.....

ENCUESTA

La siguiente encuesta es anónima y no tomara más de cinco minutos. Siendo su aporte muy valioso para la investigación.

A continuación encontrara una serie de preguntas relacionadas a Agencias de Viajes Online.

- *Por favor marque con una cruz la respuesta seleccionada (para aquellos puntos con más de una alternativa, pueden existir múltiples respuestas correctas):*

1. Edad

Menor a 30 años	
Entre 31 y 50 años	X
Mayor a 51 años	

2. Sexo

Femenino	X
Masculino	

3. Nacionalidad:

Argentina.....

4. ¿Ha oído hablar de las Agencia de Viaje Online?

Si	X
No	

4.1 ¿Conoce alguna Agencia de Viajes Online?



Si	X
No	

5. En caso de que su respuesta haya sido positiva, mencione alguna:

1. Booking, Despegar, Skyscanner, Govoyage, Edreams, Opodo, Logitravel

6. ¿De qué manera conoció a la/s agencias mencionadas en el punto 5?

Publicidad en diarios, revistas	
Internet	X
Televisión	
Recomendación (amigo/conocido/familiar)	x
Otro (especificar)	X

Carteles en la calle.....

7. ¿Ha realizado en alguna oportunidad una reserva a través de Agencias de Viajes Online?

Si, una vez	
Más de una vez	X
Nunca	

8. De haber efectuado alguna reserva, ¿Qué tipo de servicio ha contratado ?

Alojamiento (hotel, hostel, complejo de cabañas, apartamentos, otros)	X
Autos	
Vuelos (nacionales, internacionales)	x
Excursiones	
Cruceros	

9. ¿Cuál fue el motivo de su viaje?

Ocio, Placer	X
Trabajo	
Familia	
Otro (especificar)	

.....



10. ¿Cómo fue su experiencia durante y después del proceso de compra?

Excelente	
Muy Bueno	X
Bueno	
Regular	
Malo	

11. ¿Volvería a utilizar los servicios de estas Agencias en su próximo viaje?

Si	X
Probablemente	
No	

12. ¿Cuál/es cree, según su opinión, que son los ventajas más significativas que brindan estas Agencias?

Fácil acceso (internet, computadoras, celulares, etc)	X
Mayor variedad de productos (amplia oferta)	
Medios de pago (tarjetas, cuotas)	
Conversión moneda (euros, dólares, pesos, reales, otros)	
Comparación de precios y ofertas	
Servicio 24 hs (posibilidad de compra a cualquier hora del día)	x
Otros (especificar)	
Ninguno	

.....
13. Mencione algún aspecto a mejorar de estas agencias:

Especificar y avisar de una manera más clara los días y horarios que se están comprando; poner los precios con impuestos incluidos y que el precio que uno ve sea el precio que haya que pagar. Y que generalmente este tipo de empresas no toman cargo o responsabilidades de muchas cosas por ser tercerizadas de otras empresas.

14. ¿Consideras importantes las opiniones (reviews) que otros viajeros dejan en los portales de las agencias virtuales a la hora de elegir un producto/servicio por este medio?

Si	
No siempre	x
No	



15. ¿Suele compartir su experiencia en la web?

Si	
No	X

16. De tener alguna sugerencia u observación acerca de las preguntas realizadas, por favor desarrolle a continuación:

-

ENCUESTA

La siguiente encuesta es anónima y no tomara más de cinco minutos. Siendo su aporte muy valioso para la investigación.

A continuación encontrara una serie de preguntas relacionadas a Agencias de Viajes Online.

- *Por favor marque con una cruz la respuesta seleccionada (para aquellos puntos con más de una alternativa, pueden existir múltiples respuestas correctas):*

1. Edad

Menor a 30 años	X
Entre 31 y 50 años	
Mayor a 51 años	

2. Sexo

Femenino	X
Masculino	

3. Nacionalidad:

Argentina.....

4. ¿Ha oído hablar de las Agencia de Viaje Online?

Si	X
No	

a. ¿Conoce alguna Agencia de Viajes Online?



Si	X
No	

5. En caso de que su respuesta haya sido positiva, mencione alguna:

1. Despegar.com
2. Julia
3. Plataforma 10

6. ¿De qué manera conoció a la/s agencias mencionadas en el punto 5?

Publicidad en diarios, revistas	x
Internet	
Televisión	X
Recomendación (amigo/conocido/familiar)	
Otro (especificar)	

.....

7. ¿Ha realizado en alguna oportunidad una reserva a través de Agencias de Viajes Online?

Si, una vez	
Más de una vez	X
Nunca	

8. De haber efectuado alguna reserva, ¿Qué tipo de servicio ha contratado ?

Alojamiento (hotel, hostel, complejo de cabañas, apartamentos, otros)	
Autos	
Vuelos (nacionales, internacionales)	x
Excursiones	
Cruceros	

9. ¿Cuál fue el motivo de su viaje?

Ocio, Placer	X
Trabajo	
Familia	
Otro (especificar)	

.....



10. ¿Cómo fue su experiencia durante y después del proceso de compra?

Excelente	
Muy Bueno	
Bueno	x
Regular	
Malo	

11. ¿Volvería a utilizar los servicios de estas Agencias en su próximo viaje?

Si	
Probablemente	x
No	

12. ¿Cuál/es cree, según su opinión, que son los ventajas más significativas que brindan estas Agencias?

Fácil acceso (internet, computadoras, celulares, etc)	X
Mayor variedad de productos (amplia oferta)	
Medios de pago (tarjetas, cuotas)	x
Conversión moneda (euros, dólares, pesos, reales, otros)	
Comparación de precios y ofertas	
Servicio 24 hs (posibilidad de compra a cualquier hora del día)	x
Otros (especificar)	
Ninguno	

.....
13. Mencione algún aspecto a mejorar de estas agencias:

Quando la atención es personalizada en caso que haya quedado alguna duda o alguna consulta en particular, es bastante pobre y burocrática.

14. ¿Consideras importantes las opiniones (reviews) que otros viajeros dejan en los portales de las agencias virtuales a la hora de elegir un producto/servicio por este medio?

Si	
No siempre	x
No	

15. ¿Suele compartir su experiencia en la web?

Si	
No	x



16. De tener alguna sugerencia u observación acerca de las preguntas realizadas, por favor desarrolle a continuación:

.....

ENCUESTA

La siguiente encuesta es anónima y no tomara más de cinco minutos. Siendo su aporte muy valioso para la investigación.

A continuación encontrara una serie de preguntas relacionadas a Agencias de Viajes Online.

- *Por favor marque con una cruz la respuesta seleccionada (para aquellos puntos con más de una alternativa, pueden existir múltiples respuestas correctas):*

1. Edad

Menor a 30 años	X
Entre 31 y 50 años	
Mayor a 51 años	

2. Sexo

Femenino	X
Masculino	

3. Nacionalidad:

Argentina.....

4. ¿Ha oído hablar de las Agencia de Viaje Online?

Si	X
No	



a. ¿Conoce alguna Agencia de Viajes Online?

Si	X
No	

5. En caso de que su respuesta haya sido positiva, mencione alguna:

1. Despegar.com/Asatej

6. ¿De qué manera conoció a la/s agencias mencionadas en el punto 5?

Publicidad en diarios, revistas	x
Internet	X
Televisión	
Recomendación (amigo/conocido/familiar)	X
Otro (especificar)	

.....

7. ¿Ha realizado en alguna oportunidad una reserva a través deAgencias de Viajes Online?

Si, una vez	X
Más de una vez	
Nunca	

8. De haber efectuado alguna reserva, ¿Qué tipo de servicio ha contratado ?

Alojamiento (hotel, hostel, complejo de cabañas, apartamentos, otros)	x
Autos	
Vuelos (nacionales, internacionales)	X
Excursiones	
Cruceros	

9. ¿Cuál fue el motivo de su viaje?

Ocio, Placer	X
Trabajo	
Familia	
Otro (especificar)	

.....



10. ¿Cómo fue su experiencia durante y después del proceso de compra?

Excelente	X
Muy Bueno	
Bueno	
Regular	
Malo	

11. ¿Volvería a utilizar los servicios de estas Agencias en su próximo viaje?

Si	X
Probablemente	
No	

12. ¿Cuál/es cree, según su opinión, que son las ventajas más significativas que brindan estas Agencias?

Fácil acceso (internet, computadoras, celulares, etc)	X
Mayor variedad de productos (amplia oferta)	
Medios de pago (tarjetas, cuotas)	x
Conversión moneda (euros, dólares, pesos, reales, otros)	
Comparación de precios y ofertas	
Servicio 24 hs (posibilidad de compra a cualquier hora del día)	x
Otros (especificar)	
Ninguno	

.....

13. Mencione algún aspecto a mejorar de estas agencias:

Las actualizaciones de las promociones en internet, ya que muchas veces uno compra un paquete que le interesa por el precio y este no es el mismo que figura al acceder a la página de la agencia.

14. ¿Consideras importantes las opiniones (reviews) que otros viajeros dejan en los portales de las agencias virtuales a la hora de elegir un producto/servicio por este medio?

Si	x
No siempre	
No	

15. ¿Suele compartir su experiencia en la web?



Si	
No	X

16. De tener alguna sugerencia u observación acerca de las preguntas realizadas, por favor desarrolle a continuación:

.....

ENCUESTA

La siguiente encuesta es anónima y no tomara más de cinco minutos. Siendo su aporte muy valioso para la investigación.

A continuación encontrara una serie de preguntas relacionadas a Agencias de Viajes Online.

- *Por favor marque con una cruz la respuesta seleccionada (para aquellos puntos con más de una alternativa, pueden existir múltiples respuestas correctas):*

1. Edad

Menor a 30 años	X
Entre 31 y 50 años	
Mayor a 51 años	

2. Sexo

Femenino	X
Masculino	

3. Nacionalidad:

...ARGENTINA.....

4. ¿Ha oído hablar de las Agencia de Viaje Online?

Si	X
----	---



No	
----	--

4.1 ¿Conoce alguna Agencia de Viajes Online?

Si	X
No	

5. En caso de que su respuesta haya sido positiva, mencione alguna:

1. Despegar, Booking.com, Expedia, Hostelword, Bestday, Asatej

6. ¿De qué manera conoció a la/s agencias mencionadas en el punto 5?

Publicidad en diarios, revistas	
Internet	X
Televisión	
Recomendación (amigo/conocido/familiar)	
Otro (especificar)	

.....

7. ¿Ha realizado en alguna oportunidad una reserva a través deAgencias de Viajes Online?

Si, una vez	
Más de una vez	x
Nunca	

8. De haber efectuado alguna reserva, ¿Qué tipo de servicio ha contratado?

Alojamiento (hotel, hostel, complejo de cabañas, apartamentos, otros)	X
Autos	
Vuelos (nacionales, internacionales)	x
Excursiones	
Cruceros	

9. ¿Cuál fue el motivo de su viaje?

Ocio, Placer	X
Trabajo	
Familia	
Otro (especificar)	



10. ¿Cómo fue su experiencia durante y después del proceso de compra?

Excelente	
Muy Bueno	X
Bueno	
Regular	
Malo	

11. ¿Volvería a utilizar los servicios de estas Agencias en su próximo viaje?

Si	X
Probablemente	
No	

12. ¿Cuál/es cree, según su opinión, que son los ventajas más significativas que brindan estas Agencias?

Fácil acceso (internet, computadoras, celulares, etc)	X
Mayor variedad de productos (amplia oferta)	
Medios de pago (tarjetas, cuotas)	X
Conversión moneda (euros, dólares, pesos, reales, otros)	
Comparación de precios y ofertas	
Servicio 24 hs (posibilidad de compra a cualquier hora del día)	x
Otros (especificar)	
Ninguno	

13. Mencione algún aspecto a mejorar de estas agencias:

Planes de pago ya que no todas ofrecen cuotas, la mayoría es un solo pago.

14. ¿Consideras importantes las opiniones (reviews) que otros viajeros dejan en los portales de las agencias virtuales a la hora de elegir un producto/servicio por este medio?

Si	X
No siempre	
No	

15. ¿Suele compartir su experiencia en la web?

Si	
----	--



No	X
----	---

16. De tener alguna sugerencia u observación acerca de las preguntas realizadas, por favor desarrolle a continuación:

.....

.....

.....

ENCUESTA

La siguiente encuesta es anónima y no tomara más de cinco minutos. Siendo su aporte muy valioso para la investigación.

A continuación encontrara una serie de preguntas relacionadas a Agencias de Viajes Online.

- *Por favor marque con una cruz la respuesta seleccionada (para aquellos puntos con más de una alternativa, pueden existir múltiples respuestas correctas):*

1. Edad

Menor a 30 años	
Entre 31 y 50 años	X
Mayor a 51 años	

2. Sexo

Femenino	X
Masculino	

3. Nacionalidad:

...ARGENTINA.....

4. ¿Ha oído hablar de las Agencia de Viaje Online?

Si	X
No	



4.1 ¿Conoce alguna Agencia de Viajes Online?

Si	X
No	

5. En caso de que su respuesta haya sido positiva, mencione alguna:

1. Despegar, Asatej

6. ¿De qué manera conoció a la/s agencias mencionadas en el punto 5?

Publicidad en diarios, revistas	
Internet	
Televisión	
Recomendación (amigo/conocido/familiar)	X
Otro (especificar)	

7. ¿Ha realizado en alguna oportunidad una reserva a través de Agencias de Viajes Online?

Si, una vez	
Más de una vez	X
Nunca	

8. De haber efectuado alguna reserva, ¿Qué tipo de servicio ha contratado?

Alojamiento (hotel, hostel, complejo de cabañas, apartamentos, otros)	X
Autos	
Vuelos (nacionales, internacionales)	X
Excursiones	
Cruceros	

9. ¿Cuál fue el motivo de su viaje?

Ocio, Placer	X
Trabajo	
Familia	
Otro (especificar)	



.....
 10. ¿Cómo fue su experiencia durante y después del proceso de compra?

Excelente	
Muy Bueno	X
Bueno	
Regular	
Malo	

11. ¿Volvería a utilizar los servicios de estas Agencias en su próximo viaje?

Si	X
Probablemente	
No	

12. ¿Cuál/es cree, según su opinión, que son los ventajas más significativas que brindan estas Agencias?

Fácil acceso (internet, computadoras, celulares, etc)	X
Mayor variedad de productos (amplia oferta)	
Medios de pago (tarjetas, cuotas)	X
Conversión moneda (euros, dólares, pesos, reales, otros)	
Comparación de precios y ofertas	x
Servicio 24 hs (posibilidad de compra a cualquier hora del día)	
Otros (especificar)	
Ninguno	

.....
 13. Mencione algún aspecto a mejorar de estas agencias:

Facilidades de pago.

.....
 14. ¿Consideras importantes las opiniones (reviews) que otros viajeros dejan en los portales de las agencias virtuales a la hora de elegir un producto/servicio por este medio?

Si	X
No siempre	
No	

15. ¿Suele compartir su experiencia en la web?



Si	
No	X

16. De tener alguna sugerencia u observación acerca de las preguntas realizadas, por favor desarrolle a continuación:

.....

.....

.....

ENCUESTA

La siguiente encuesta es anónima y no tomara más de cinco minutos. Siendo su aporte muy valioso para la investigación.

A continuación encontrara una serie de preguntas relacionadas a Agencias de Viajes Online.

- *Por favor marque con una cruz la respuesta seleccionada (para aquellos puntos con más de una alternativa, pueden existir múltiples respuestas correctas):*

1. Edad

Menor a 30 años	X
Entre 31 y 50 años	
Mayor a 51 años	

2. Sexo

Femenino	X
Masculino	

3. Nacionalidad:

Argentina.....

4. ¿Ha oído hablar de las Agencia de Viaje Online?

Si	X
No	



4.1 ¿Conoce alguna Agencia de Viajes Online?

Si	X
No	

5. En caso de que su respuesta haya sido positiva, mencione alguna:

1. Despegar / Expedia / Booking / Air BnB

6. ¿De qué manera conoció a la/s agencias mencionadas en el punto 5?

Publicidad en diarios, revistas	
Internet	X
Televisión	
Recomendación (amigo/conocido/familiar)	X
Otro (especificar)	

.....

7. ¿Ha realizado en alguna oportunidad una reserva a través de Agencias de Viajes Online?

Si, una vez	
Más de una vez	x
Nunca	

8. De haber efectuado alguna reserva, ¿Qué tipo de servicio ha contratado?

Alojamiento (hotel, hostel, complejo de cabañas, apartamentos, otros)	X
Autos	
Vuelos (nacionales, internacionales)	x
Excursiones	
Cruceros	

9. ¿Cuál fue el motivo de su viaje?

Ocio, Placer	X
Trabajo	
Familia	
Otro (especificar)	



.....

10. ¿Cómo fue su experiencia durante y después del proceso de compra?

Excelente	
Muy Bueno	X
Bueno	
Regular	
Malo	

11. ¿Volvería a utilizar los servicios de estas Agencias en su próximo viaje?

Si	X
Probablemente	
No	

12. ¿Cuál/es cree, según su opinión, que son los ventajas más significativas que brindan estas Agencias?

Fácil acceso (internet, computadoras, celulares, etc)	X
Mayor variedad de productos (amplia oferta)	
Medios de pago (tarjetas, cuotas)	
Conversión moneda (euros, dólares, pesos, reales, otros)	
Comparación de precios y ofertas	x
Servicio 24 hs (posibilidad de compra a cualquier hora del día)	X
Otros (especificar)	
Ninguno	

.....

13. Mencione algún aspecto a mejorar de estas agencias:

No tengo.....

14. ¿Consideras importantes las opiniones (reviews) que otros viajeros dejan en los portales de las agencias virtuales a la hora de elegir un producto/servicio por este medio?

Si	X
No siempre	
No	

15. ¿Suele compartir su experiencia en la web?

Si	X
----	---



No	
----	--

16. De tener alguna sugerencia u observación acerca de las preguntas realizadas, por favor desarrolle a continuación:

Me parece súper importante poder leer las experiencias de otros viajeros, hace poco conocí la página web Air BnB para alquiler de departamentos y me pareció excelente la manera en que se muestran las opciones en la página, los comentarios que hay de otros turistas, etc.. muy completo lo cual da seguridad a la hora de reservar.

ENCUESTA

La siguiente encuesta es anónima y no tomara más de cinco minutos. Siendo su aporte muy valioso para la investigación.

A continuación encontrara una serie de preguntas relacionadas a Agencias de Viajes Online.

- *Por favor marque con una cruz la respuesta seleccionada (para aquellos puntos con más de una alternativa, pueden existir múltiples respuestas correctas):*

1. Edad

Menor a 30 años	X
Entre 31 y 50 años	
Mayor a 51 años	

2. Sexo

Femenino	X
Masculino	

3. Nacionalidad:

Argentina.....

4. ¿Ha oído hablar de las Agencia de Viaje Online?

Si	X
----	---



No	
----	--

4.1 ¿Conoce alguna Agencia de Viajes Online?

Si	X
No	

5. En caso de que su respuesta haya sido positiva, mencione alguna:

1.Despegar.com

6. ¿De qué manera conoció a la/s agencias mencionadas en el punto 5?

Publicidad en diarios, revistas	
Internet	X
Televisión	X
Recomendación (amigo/conocido/familiar)	
Otro (especificar)	

.....

7. ¿Ha realizado en alguna oportunidad una reserva a través deAgencias de Viajes Online?

Si, una vez	
Más de una vez	
Nunca	X

8. De haber efectuado alguna reserva, ¿Qué tipo de servicio ha contratado?

Alojamiento (hotel, hostel, complejo de cabañas, apartamentos, otros)	
Autos	
Vuelos (nacionales, internacionales)	
Excursiones	
Cruceros	

9. ¿Cuál fue el motivo de su viaje?

Ocio, Placer	
Trabajo	
Familia	
Otro (especificar)	



.....
 10. ¿Cómo fue su experiencia durante y después del proceso de compra?

Excelente	
Muy Bueno	
Bueno	
Regular	
Malo	

11. ¿Volvería a utilizar los servicios de estas Agencias en su próximo viaje?

Si	
Probablemente	
No	

12. ¿Cuál/es cree, según su opinión, que son las ventajas más significativas que brindan estas Agencias?

Fácil acceso (internet, computadoras, celulares, etc)	X
Mayor variedad de productos (amplia oferta)	
Medios de pago (tarjetas, cuotas)	
Conversión moneda (euros, dólares, pesos, reales, otros)	
Comparación de precios y ofertas	
Servicio 24 hs (posibilidad de compra a cualquier hora del día)	
Otros (especificar)	
Ninguno	

.....
 13. Mencione algún aspecto a mejorar de estas agencias:

Deberían estar disponibles todas las opciones (ya sea de vuelos u hotelería) y además son más caras que reservando de forma directa.

14. ¿Consideras importantes las opiniones (reviews) que otros viajeros dejan en los portales de las agencias virtuales a la hora de elegir un producto/servicio por este medio?

Si	X
No siempre	
No	



15. ¿Suele compartir su experiencia en la web?

Si	X
No	

16. De tener alguna sugerencia u observación acerca de las preguntas realizadas, por favor desarrolle a continuación:

Si se responde que nunca se utilizó el servicio de una agencia, a lo mejor podría ser interesante preguntar por qué.

ENCUESTA

La siguiente encuesta es anónima y no tomara más de cinco minutos. Siendo su aporte muy valioso para la investigación.

A continuación encontrara una serie de preguntas relacionadas a Agencias de Viajes Online.

- *Por favor marque con una cruz la respuesta seleccionada (para aquellos puntos con más de una alternativa, pueden existir múltiples respuestas correctas):*

1. Edad

Menor a 30 años	X
Entre 31 y 50 años	
Mayor a 51 años	

2. Sexo

Femenino	X
Masculino	

3. Nacionalidad:

Argentina.....

4. ¿Ha oído hablar de las Agencia de Viaje Online?

Si	X
----	---



No	
----	--

4.1 ¿Conoce alguna Agencia de Viajes Online?

Si	X
No	

5. En caso de que su respuesta haya sido positiva, mencione alguna:

1. Despegar.com

6. ¿De qué manera conoció a la/s agencias mencionadas en el punto 5?

Publicidad en diarios, revistas	
Internet	
Televisión	X
Recomendación (amigo/conocido/familiar)	X
Otro (especificar)	

.....

7. ¿Ha realizado en alguna oportunidad una reserva a través de Agencias de Viajes Online?

Si, una vez	X
Más de una vez	
Nunca	

8. De haber efectuado alguna reserva, ¿Qué tipo de servicio ha contratado?

Alojamiento (hotel, hostel, complejo de cabañas, apartamentos, otros)	
Autos	
Vuelos (nacionales, internacionales)	X
Excursiones	
Cruceros	

9. ¿Cuál fue el motivo de su viaje?

Ocio, Placer	X
Trabajo	
Familia	
Otro (especificar)	



.....

10. ¿Cómo fue su experiencia durante y después del proceso de compra?

Excelente	
Muy Bueno	X
Bueno	
Regular	
Malo	

11. ¿Volvería a utilizar los servicios de estas Agencias en su próximo viaje?

Si	
Probablemente	X
No	

12. ¿Cuál/es cree, según su opinión, que son las ventajas más significativas que brindan estas Agencias?

Fácil acceso (internet, computadoras, celulares, etc)	X
Mayor variedad de productos (amplia oferta)	
Medios de pago (tarjetas, cuotas)	
Conversión moneda (euros, dólares, pesos, reales, otros)	
Comparación de precios y ofertas	X
Servicio 24 hs (posibilidad de compra a cualquier hora del día)	
Otros (especificar)	
Ninguno	

.....

13. Mencione algún aspecto a mejorar de estas agencias:

.....

14. ¿Consideras importantes las opiniones (reviews) que otros viajeros dejan en los portales de las agencias virtuales a la hora de elegir un producto/servicio por este medio?

Si	X
No siempre	
No	

15. ¿Suele compartir su experiencia en la web?



Si	X
No	

16. De tener alguna sugerencia u observación acerca de las preguntas realizadas, por favor desarrolle a continuación:

.....

ENCUESTA

La siguiente encuesta es anónima y no tomara más de cinco minutos. Siendo su aporte muy valioso para la investigación.

A continuación encontrara una serie de preguntas relacionadas a Agencias de Viajes Online.

- *Por favor marque con una cruz la respuesta seleccionada (para aquellos puntos con más de una alternativa, pueden existir múltiples respuestas correctas):*

1. Edad

Menor a 30 años	
Entre 31 y 50 años	X
Mayor a 51 años	

2. Sexo

Femenino	
Masculino	X

3. Nacionalidad:

...ARGENTINO.....

4. ¿Ha oído hablar de las Agencia de Viaje Online?

Si	X
----	---



No	
----	--

4.1 ¿Conoce alguna Agencia de Viajes Online?

Si	X
No	

5. En caso de que su respuesta haya sido positiva, mencione alguna:

1. Despegar
2. Booking.com

6. ¿De qué manera conoció a la/s agencias mencionadas en el punto 5?

Publicidad en diarios, revistas	
Internet	X
Televisión	
Recomendación (amigo/conocido/familiar)	
Otro (especificar)	

.....

7. ¿Ha realizado en alguna oportunidad una reserva a través de Agencias de Viajes Online?

Si, una vez	X
Más de una vez	
Nunca	

8. De haber efectuado alguna reserva, ¿Qué tipo de servicio ha contratado?

Alojamiento (hotel, hostel, complejo de cabañas, apartamentos, otros)	X
Autos	
Vuelos (nacionales, internacionales)	
Excursiones	
Cruceros	

9. ¿Cuál fue el motivo de su viaje?

Ocio, Placer	X
Trabajo	
Familia	



Otro (especificar)	
--------------------	--

10. ¿Cómo fue su experiencia durante y después del proceso de compra?

Excelente	
Muy Bueno	X
Bueno	
Regular	
Malo	

11. ¿Volvería a utilizar los servicios de estas Agencias en su próximo viaje?

Si	X
Probablemente	
No	

12. ¿Cuál/es cree, según su opinión, que son las ventajas más significativas que brindan estas Agencias?

Fácil acceso (internet, computadoras, celulares, etc)	X
Mayor variedad de productos (amplia oferta)	
Medios de pago (tarjetas, cuotas)	X
Conversión moneda (euros, dólares, pesos, reales, otros)	
Comparación de precios y ofertas	
Servicio 24 hs (posibilidad de compra a cualquier hora del día)	X
Otros (especificar)	
Ninguno	

13. Mencione algún aspecto a mejorar de estas agencias:

-

14. ¿Consideras importantes las opiniones (reviews) que otros viajeros dejan en los portales de las agencias virtuales a la hora de elegir un producto/servicio por este medio?

Si	X
No siempre	
No	

15. ¿Suele compartir su experiencia en la web?



Si	
No	X

16. De tener alguna sugerencia u observación acerca de las preguntas realizadas, por favor desarrolle a continuación:

.....

.....

.....

ENCUESTA

La siguiente encuesta es anónima y no tomara más de cinco minutos. Siendo su aporte muy valioso para la investigación.

A continuación encontrara una serie de preguntas relacionadas a Agencias de Viajes Online.

- *Por favor marque con una cruz la respuesta seleccionada (para aquellos puntos con más de una alternativa, pueden existir múltiples respuestas correctas):*

1. Edad

Menor a 30 años	
Entre 31 y 50 años	
Mayor a 51 años	X

2. Sexo

Femenino	X
Masculino	

3. Nacionalidad:

Argentina

.....



4. ¿Ha oído hablar de las Agencia de Viaje Online?

Si	x
No	

4.1 ¿Conoce alguna Agencia de Viajes Online?

Si	x
No	

5. En caso de que su respuesta haya sido positiva, mencione alguna:

1. Despegar, tripadvisor, booking, e-dreams, rail-europe,

6. ¿De qué manera conoció a la/s agencias mencionadas en el punto 5?

Publicidad en diarios, revistas	x
Internet	x
Televisión	x
Recomendación (amigo/conocido/familiar)	x
Otro (especificar)	

7. ¿Ha realizado en alguna oportunidad una reserva a través de Agencias de Viajes Online?

Si, una vez	
Más de una vez	x
Nunca	

8. De haber efectuado alguna reserva, ¿Qué tipo de servicio ha contratado?

Alojamiento (hotel, hostel, complejo de cabañas, apartamentos, otros)	x
Autos	
Vuelos (nacionales, internacionales)	
Excursiones	
Cruceros	

9. ¿Cuál fue el motivo de su viaje?

Ocio, Placer	x
--------------	---



Trabajo	
Familia	
Otro (especificar)	

.....

10. ¿Cómo fue su experiencia durante y después del proceso de compra?

Excelente	
Muy Bueno	x
Bueno	
Regular	
Malo	

11. ¿Volvería a utilizar los servicios de estas Agencias en su próximo viaje?

Si	
Probablemente	x
No	

12. ¿Cuál/es cree, según su opinión, que son las ventajas más significativas que brindan estas Agencias?

Fácil acceso (internet, computadoras, celulares, etc)	x
Mayor variedad de productos (amplia oferta)	
Medios de pago (tarjetas, cuotas)	
Conversión moneda (euros, dólares, pesos, reales, otros)	
Comparación de precios y ofertas	x
Servicio 24 hs (posibilidad de compra a cualquier hora del día)	
Otros (especificar)	
Ninguno	

.....

13. Mencione algún aspecto a mejorar de estas agencias:

Ninguno.....

14. ¿Consideras importantes las opiniones (reviews) que otros viajeros dejan en los portales de las agencias virtuales a la hora de elegir un producto/servicio por este medio?

Si	x
----	---



No siempre	
No	

15. ¿Suele compartir su experiencia en la web?

Si	
No	X

16. De tener alguna sugerencia u observación acerca de las preguntas realizadas, por favor desarrolle a continuación:

.....

.....

.....

ENCUESTA

La siguiente encuesta es anónima y no tomara más de cinco minutos. Siendo su aporte muy valioso para la investigación.

A continuación encontrara una serie de preguntas relacionadas a Agencias de Viajes Online.

- *Por favor marque con una cruz la respuesta seleccionada (para aquellos puntos con más de una alternativa, pueden existir múltiples respuestas correctas):*

1. Edad

Menor a 30 años	
Entre 31 y 50 años	
Mayor a 51 años	X

2. Sexo

Femenino	
Masculino	X

3. Nacionalidad:

Argentino

.....



4. ¿Ha oído hablar de las Agencia de Viaje Online?

Si	x
No	

4.1 ¿Conoce alguna Agencia de Viajes Online?

Si	x
No	

5. En caso de que su respuesta haya sido positiva, mencione alguna:

1. Despegar, booking.com

6. ¿De qué manera conoció a la/s agencias mencionadas en el punto 5?

Publicidad en diarios, revistas	
Internet	
Televisión	
Recomendación (amigo/conocido/familiar)	x
Otro (especificar)	

7. ¿Ha realizado en alguna oportunidad una reserva a través de Agencias de Viajes Online?

Si, una vez	
Más de una vez	x
Nunca	

8. De haber efectuado alguna reserva, ¿Qué tipo de servicio ha contratado?

Alojamiento (hotel, hostel, complejo de cabañas, apartamentos, otros)	x
Autos	
Vuelos (nacionales, internacionales)	x
Excursiones	
Cruceros	

9. ¿Cuál fue el motivo de su viaje?

Ocio, Placer	x
--------------	---



Trabajo	X
Familia	
Otro (especificar)	

10. ¿Cómo fue su experiencia durante y después del proceso de compra?

Excelente	
Muy Bueno	X
Bueno	
Regular	
Malo	

11. ¿Volvería a utilizar los servicios de estas Agencias en su próximo viaje?

Si	X
Probablemente	
No	

12. ¿Cuál/es cree, según su opinión, que son las ventajas más significativas que brindan estas Agencias?

Fácil acceso (internet, computadoras, celulares, etc)	X
Mayor variedad de productos (amplia oferta)	
Medios de pago (tarjetas, cuotas)	X
Conversión moneda (euros, dólares, pesos, reales, otros)	
Comparación de precios y ofertas	
Servicio 24 hs (posibilidad de compra a cualquier hora del día)	X
Otros (especificar)	
Ninguno	

13. Mencione algún aspecto a mejorar de estas agencias:

-

14. ¿Consideras importantes las opiniones (reviews) que otros viajeros dejan en los portales de las agencias virtuales a la hora de elegir un producto/servicio por este medio?



Si	
No siempre	X
No	

15. ¿Suele compartir su experiencia en la web?

Si	X
No	

16. De tener alguna sugerencia u observación acerca de las preguntas realizadas, por favor desarrolle a continuación:

.....

.....

.....

ENCUESTA

La siguiente encuesta es anónima y no tomara más de cinco minutos. Siendo su aporte muy valioso para la investigación.

A continuación encontrara una serie de preguntas relacionadas a Agencias de Viajes Online.

- *Por favor marque con una cruz la respuesta seleccionada (para aquellos puntos con más de una alternativa, pueden existir múltiples respuestas correctas):*

1. Edad

Menor a 30 años	
Entre 31 y 50 años	
Mayor a 51 años	X

2. Sexo

Femenino	
Masculino	X

3. Nacionalidad:

Español

.....



4. ¿Ha oído hablar de las Agencia de Viaje Online?

Si	X
No	

4.1 ¿Conoce alguna Agencia de Viajes Online?

Si	X
No	

5. En caso de que su respuesta haya sido positiva, mencione alguna:

1. Hoteles.com, edreams

6. ¿De qué manera conoció a la/s agencias mencionadas en el punto 5?

Publicidad en diarios, revistas	X
Internet	
Televisión	
Recomendación (amigo/conocido/familiar)	X
Otro (especificar)	

7. ¿Ha realizado en alguna oportunidad una reserva a través de Agencias de Viajes Online?

Si, una vez	
Más de una vez	X
Nunca	

8. De haber efectuado alguna reserva, ¿Qué tipo de servicio ha contratado?

Alojamiento (hotel, hostel, complejo de cabañas, apartamentos, otros)	X
Autos	X
Vuelos (nacionales, internacionales)	
Excursiones	
Cruceros	

9. ¿Cuál fue el motivo de su viaje?

Ocio, Placer	
--------------	--



Trabajo	X
Familia	X
Otro (especificar)	

.....

10. ¿Cómo fue su experiencia durante y después del proceso de compra?

Excelente	
Muy Bueno	X
Bueno	
Regular	
Malo	

11. ¿Volvería a utilizar los servicios de estas Agencias en su próximo viaje?

Si	X
Probablemente	
No	

12. ¿Cuál/es cree, según su opinión, que son las ventajas más significativas que brindan estas Agencias?

Fácil acceso (internet, computadoras, celulares, etc)	X
Mayor variedad de productos (amplia oferta)	X
Medios de pago (tarjetas, cuotas)	
Conversión moneda (euros, dólares, pesos, reales, otros)	
Comparación de precios y ofertas	
Servicio 24 hs (posibilidad de compra a cualquier hora del día)	X
Otros (especificar)	
Ninguno	

.....

13. Mencione algún aspecto a mejorar de estas agencias:

-

.....

14. ¿Consideras importantes las opiniones (reviews) que otros viajeros dejan en los portales de las agencias virtuales a la hora de elegir un producto/servicio por este medio?



Si	
No siempre	X
No	

15. ¿Suele compartir su experiencia en la web?

Si	
No	X

16. De tener alguna sugerencia u observación acerca de las preguntas realizadas, por favor desarrolle a continuación:

.....

.....

.....

ENCUESTA

La siguiente encuesta es anónima y no tomara más de cinco minutos. Siendo su aporte muy valioso para la investigación.

A continuación encontrara una serie de preguntas relacionadas a Agencias de Viajes Online.

- *Por favor marque con una cruz la respuesta seleccionada (para aquellos puntos con más de una alternativa, pueden existir múltiples respuestas correctas):*

1. Edad

Menor a 30 años	
Entre 31 y 50 años	
Mayor a 51 años	X

2. Sexo

Femenino	
Masculino	X

3. Nacionalidad:

Argentino

.....



4. ¿Ha oído hablar de las Agencia de Viaje Online?

Si	X
No	

4.1 ¿Conoce alguna Agencia de Viajes Online?

Si	X
No	

5. En caso de que su respuesta haya sido positiva, mencione alguna:

1. Despegar.com, booking.com

6. ¿De qué manera conoció a la/s agencias mencionadas en el punto 5?

Publicidad en diarios, revistas	
Internet	
Televisión	X
Recomendación (amigo/conocido/familiar)	X
Otro (especificar)	

7. ¿Ha realizado en alguna oportunidad una reserva a través de Agencias de Viajes Online?

Si, una vez	
Más de una vez	X
Nunca	

8. De haber efectuado alguna reserva, ¿Qué tipo de servicio ha contratado?

Alojamiento (hotel, hostel, complejo de cabañas, apartamentos, otros)	X
Autos	
Vuelos (nacionales, internacionales)	X
Excursiones	
Cruceros	

9. ¿Cuál fue el motivo de su viaje?

Ocio, Placer	X
--------------	---



Trabajo	
Familia	
Otro (especificar)	

10. ¿Cómo fue su experiencia durante y después del proceso de compra?

Excelente	
Muy Bueno	
Bueno	X
Regular	
Malo	

11. ¿Volvería a utilizar los servicios de estas Agencias en su próximo viaje?

Si	
Probablemente	X
No	

12. ¿Cuál/es cree, según su opinión, que son las ventajas más significativas que brindan estas Agencias?

Fácil acceso (internet, computadoras, celulares, etc)	X
Mayor variedad de productos (amplia oferta)	
Medios de pago (tarjetas, cuotas)	X
Conversión moneda (euros, dólares, pesos, reales, otros)	
Comparación de precios y ofertas	X
Servicio 24 hs (posibilidad de compra a cualquier hora del día)	
Otros (especificar)	
Ninguno	

13. Mencione algún aspecto a mejorar de estas agencias:

-

14. ¿Consideras importantes las opiniones (reviews) que otros viajeros dejan en los portales de las agencias virtuales a la hora de elegir un producto/servicio por este medio?



Si	X
No siempre	
No	

15. ¿Suele compartir su experiencia en la web?

Si	
No	X

16. De tener alguna sugerencia u observación acerca de las preguntas realizadas, por favor desarrolle a continuación:

.....

.....

.....

ENCUESTA

La siguiente encuesta es anónima y no tomara más de cinco minutos. Siendo su aporte muy valioso para la investigación.

A continuación encontrara una serie de preguntas relacionadas a Agencias de Viajes Online.

- *Por favor marque con una cruz la respuesta seleccionada (para aquellos puntos con más de una alternativa, pueden existir múltiples respuestas correctas):*

1. Edad

Menor a 30 años	X
Entre 31 y 50 años	
Mayor a 51 años	

2. Sexo

Femenino	X
Masculino	

3. Nacionalidad:

ARGENTINA

.....



4. ¿Ha oído hablar de las Agencia de Viaje Online?

Si	X
No	

4.1 ¿Conoce alguna Agencia de Viajes Online?

Si	X
No	

5. En caso de que su respuesta haya sido positiva, mencione alguna:

1. BOOKING, HOSTELWORLD, DESPEGAR

6. ¿De qué manera conoció a la/s agencias mencionadas en el punto 5?

Publicidad en diarios, revistas	
Internet	X
Televisión	
Recomendación (amigo/conocido/familiar)	X
Otro (especificar)	

.....

7. ¿Ha realizado en alguna oportunidad una reserva a través de Agencias de Viajes Online?

Si, una vez	
Más de una vez	X
Nunca	

8. De haber efectuado alguna reserva, ¿Qué tipo de servicio ha contratado?

Alojamiento (hotel, hostel, complejo de cabañas, apartamentos, otros)	X
Autos	
Vuelos (nacionales, internacionales)	X
Excursiones	
Cruceros	

9. ¿Cuál fue el motivo de su viaje?



Ocio, Placer	X
Trabajo	
Familia	
Otro (especificar)	

10. ¿Cómo fue su experiencia durante y después del proceso de compra?

Excelente	
Muy Bueno	X
Bueno	
Regular	
Malo	

11. ¿Volvería a utilizar los servicios de estas Agencias en su próximo viaje?

Si	X
Probablemente	
No	

12. ¿Cuáles cree, según su opinión, que son las ventajas más significativas que brindan estas Agencias?

Fácil acceso (internet, computadoras, celulares, etc)	X
Mayor variedad de productos (amplia oferta)	
Medios de pago (tarjetas, cuotas)	X
Conversión moneda (euros, dólares, pesos, reales, otros)	
Comparación de precios y ofertas	
Servicio 24 hs (posibilidad de compra a cualquier hora del día)	
Otros (especificar)	
Ninguno	

13. Mencione algún aspecto a mejorar de estas agencias:

MUCHAS VECES PONEN LOS PRECIOS SIN TENER EN CUENTA ALGUNOS IMPUESTOS, Y SI NO SE ESTÁ ATENTO A ESAS ESPECIFICACIONES, LOS SERVICIOS TERMINAN SIENDO MUCHO MAS CAROS DE LO ESPERADO.



14. ¿Consideras importantes las opiniones (reviews) que otros viajeros dejan en los portales de las agencias virtuales a la hora de elegir un producto/servicio por este medio?

Si	
No siempre	X
No	

15. ¿Suele compartir su experiencia en la web?

Si	
No	X

16. De tener alguna sugerencia u observación acerca de las preguntas realizadas, por favor desarrolle a continuación:

.....

.....

.....

ENCUESTA

La siguiente encuesta es anónima y no tomara más de cinco minutos. Siendo su aporte muy valioso para la investigación.

A continuación encontrara una serie de preguntas relacionadas a Agencias de Viajes Online.

- *Por favor marque con una cruz la respuesta seleccionada (para aquellos puntos con más de una alternativa, pueden existir múltiples respuestas correctas):*

1. Edad

Menor a 30 años	X
Entre 31 y 50 años	
Mayor a 51 años	

2. Sexo

Femenino	
Masculino	X

3. Nacionalidad:



...Argentino.....

4. ¿Ha oído hablar de las Agencia de Viaje Online?

Si	X
No	

4.1 ¿Conoce alguna Agencia de Viajes Online?

Si	X
No	

5. En caso de que su respuesta haya sido positiva, mencione alguna:

1. Despegar

6. ¿De qué manera conoció a la/s agencias mencionadas en el punto 5?

Publicidad en diarios, revistas	
Internet	
Televisión	X
Recomendación (amigo/conocido/familiar)	
Otro (especificar)	

.....

7. ¿Ha realizado en alguna oportunidad una reserva a través deAgencias de Viajes Online?

Si, una vez	
Más de una vez	
Nunca	X

8. De haber efectuado alguna reserva, ¿Qué tipo de servicio ha contratado?

Alojamiento (hotel, hostel, complejo de cabañas, apartamentos, otros)	
Autos	
Vuelos (nacionales, internacionales)	
Excursiones	
Cruceros	



9. ¿Cuál fue el motivo de su viaje?

Ocio, Placer	
Trabajo	
Familia	
Otro (especificar)	

.....

10. ¿Cómo fue su experiencia durante y después del proceso de compra?

Excelente	
Muy Bueno	
Bueno	
Regular	
Malo	

11. ¿Volvería a utilizar los servicios de estas Agencias en su próximo viaje?

Si	
Probablemente	
No	

12. ¿Cuál/es cree, según su opinión, que son las ventajas más significativas que brindan estas Agencias?

Fácil acceso (internet, computadoras, celulares, etc)	
Mayor variedad de productos (amplia oferta)	
Medios de pago (tarjetas, cuotas)	
Conversión moneda (euros, dólares, pesos, reales, otros)	
Comparación de precios y ofertas	
Servicio 24 hs (posibilidad de compra a cualquier hora del día)	
Otros (especificar)	
Ninguno	

.....

13. Mencione algún aspecto a mejorar de estas agencias:

.....



14. ¿Consideras importantes las opiniones (reviews) que otros viajeros dejan en los portales de las agencias virtuales a la hora de elegir un producto/servicio por este medio?

Si	
No siempre	X
No	

15. ¿Suele compartir su experiencia en la web?

Si	
No	X

16. De tener alguna sugerencia u observación acerca de las preguntas realizadas, por favor desarrolle a continuación:

.....

.....

.....

ENCUESTA

La siguiente encuesta es anónima y no tomara más de cinco minutos. Siendo su aporte muy valioso para la investigación.

A continuación encontrara una serie de preguntas relacionadas a Agencias de Viajes Online.

- *Por favor marque con una cruz la respuesta seleccionada (para aquellos puntos con más de una alternativa, pueden existir múltiples respuestas correctas):*

1. Edad

Menor a 30 años	X
Entre 31 y 50 años	
Mayor a 51 años	

2. Sexo

Femenino	
Masculino	X



3. Nacionalidad:

...ARGENTINO.....

4. ¿Ha oído hablar de las Agencia de Viaje Online?

Si	X
No	

4.1 ¿Conoce alguna Agencia de Viajes Online?

Si	X
No	

5. En caso de que su respuesta haya sido positiva, mencione alguna:

1. DESPEGAR.COM

6. ¿De qué manera conoció a la/s agencias mencionadas en el punto 5?

Publicidad en diarios, revistas	
Internet	
Televisión	X
Recomendación (amigo/conocido/familiar)	
Otro (especificar)	

.....

7. ¿Ha realizado en alguna oportunidad una reserva a través deAgencias de Viajes Online?

Si, una vez	
Más de una vez	
Nunca	X

8. De haber efectuado alguna reserva, ¿Qué tipo de servicio ha contratado?

Alojamiento (hotel, hostel, complejo de cabañas, apartamentos, otros)	
Autos	



Vuelos (nacionales, internacionales)	
Excursiones	
Cruceros	

9. ¿Cuál fue el motivo de su viaje?

Ocio, Placer	
Trabajo	
Familia	
Otro (especificar)	

.....

10. ¿Cómo fue su experiencia durante y después del proceso de compra?

Excelente	
Muy Bueno	
Bueno	
Regular	
Malo	

11. ¿Volvería a utilizar los servicios de estas Agencias en su próximo viaje?

Si	
Probablemente	
No	

12. ¿Cuál/es cree, según su opinión, que son las ventajas más significativas que brindan estas Agencias?

Fácil acceso (internet, computadoras, celulares, etc)	
Mayor variedad de productos (amplia oferta)	X
Medios de pago (tarjetas, cuotas)	
Conversión moneda (euros, dólares, pesos, reales, otros)	
Comparación de precios y ofertas	
Servicio 24 hs (posibilidad de compra a cualquier hora del día)	
Otros (especificar)	
Ninguno	

.....

13. Mencione algún aspecto a mejorar de estas agencias:

.....



14. ¿Consideras importantes las opiniones (reviews) que otros viajeros dejan en los portales de las agencias virtuales a la hora de elegir un producto/servicio por este medio?

Si	
No siempre	
No	

15. ¿Suele compartir su experiencia en la web?

Si	
No	

16. De tener alguna sugerencia u observación acerca de las preguntas realizadas, por favor desarrolle a continuación:

.....

.....

.....

ENCUESTA

La siguiente encuesta es anónima y no tomara más de cinco minutos. Siendo su aporte muy valioso para la investigación.

A continuación encontrara una serie de preguntas relacionadas a Agencias de Viajes Online.

- *Por favor marque con una cruz la respuesta seleccionada (para aquellos puntos con más de una alternativa, pueden existir múltiples respuestas correctas):*

1. Edad

Menor a 30 años	
Entre 31 y 50 años	X
Mayor a 51 años	

2. Sexo



Femenino	
Masculino	X

3. Nacionalidad:

Argentina.....

4. ¿Ha oído hablar de las Agencia de Viaje Online?

Si	X
No	

4.1 ¿Conoce alguna Agencia de Viajes Online?

Si	X
No	

5. En caso de que su respuesta haya sido positiva, mencione alguna:

1.Despegar.com/hoteldo/booking.com/travelclick/expedia.com/orbitz.com/
Hoteles.com

6. ¿De qué manera conoció a la/s agencias mencionadas en el punto 5?

Publicidad en diarios, revistas	
Internet	
Televisión	X
Recomendación (amigo/conocido/familiar)	
Otro (especificar)	x

Trabajo.....

7. ¿Ha realizado en alguna oportunidad una reserva a través deAgencias de Viajes Online?

Si, una vez	X
Más de una vez	
Nunca	

8. De haber efectuado alguna reserva, ¿Qué tipo de servicio ha contratado?

Alojamiento (hotel, hostel, complejo de cabañas, apartamentos, otros)	X
---	---



Autos	
Vuelos (nacionales, internacionales)	X
Excursiones	
Cruceros	

9. ¿Cuál fue el motivo de su viaje?

Ocio, Placer	
Trabajo	X
Familia	X
Otro (especificar)	

.....

10. ¿Cómo fue su experiencia durante y después del proceso de compra?

Excelente	
Muy Bueno	X
Bueno	
Regular	
Malo	

11. ¿Volvería a utilizar los servicios de estas Agencias en su próximo viaje?

Si	X
Probablemente	
No	

12. ¿Cuál/es cree, según su opinión, que son las ventajas más significativas que brindan estas Agencias?

Fácil acceso (internet, computadoras, celulares, etc)	X
Mayor variedad de productos (amplia oferta)	
Medios de pago (tarjetas, cuotas)	
Conversión moneda (euros, dólares, pesos, reales, otros)	
Comparación de precios y ofertas	X
Servicio 24 hs (posibilidad de compra a cualquier hora del día)	
Otros (especificar)	
Ninguno	

.....

13. Mencione algún aspecto a mejorar de estas agencias:



.....

14. ¿Consideras importantes las opiniones (reviews) que otros viajeros dejan en los portales de las agencias virtuales a la hora de elegir un producto/servicio por este medio?

Si	X
No siempre	
No	

15. ¿Suele compartir su experiencia en la web?

Si	
No	X

16. De tener alguna sugerencia u observación acerca de las preguntas realizadas, por favor desarrolle a continuación:

.....

ENCUESTA

La siguiente encuesta es anónima y no tomara más de cinco minutos. Siendo su aporte muy valioso para la investigación.

A continuación encontrara una serie de preguntas relacionadas a Agencias de Viajes Online.

- *Por favor marque con una cruz la respuesta seleccionada (para aquellos puntos con más de una alternativa, pueden existir múltiples respuestas correctas):*

1. Edad

Menor a 30 años	X
Entre 31 y 50 años	
Mayor a 51 años	



2. Sexo

Femenino	
Masculino	X

3. Nacionalidad:

.....Argentino.....

4. ¿Ha oído hablar de las Agencia de Viaje Online?

Si	X
No	

4.1 ¿Conoce alguna Agencia de Viajes Online?

Si	X
No	

5. En caso de que su respuesta haya sido positiva, mencione alguna:

1. Asatej

6. ¿De qué manera conoció a la/s agencias mencionadas en el punto 5?

Publicidad en diarios, revistas	X
Internet	X
Televisión	X
Recomendación (amigo/conocido/familiar)	
Otro (especificar)	

.....

7. ¿Ha realizado en alguna oportunidad una reserva a través de Agencias de Viajes Online?

Si, una vez	X
Más de una vez	
Nunca	

8. De haber efectuado alguna reserva, ¿Qué tipo de servicio ha contratado?

Alojamiento (hotel, hostel, complejo de cabañas, apartamentos,	
--	--



otros)	
Autos	
Vuelos (nacionales, internacionales)	X
Excursiones	
Cruceros	

9. ¿Cuál fue el motivo de su viaje?

Ocio, Placer	X
Trabajo	X
Familia	
Otro (especificar)	

.....

10. ¿Cómo fue su experiencia durante y después del proceso de compra?

Excelente	
Muy Bueno	X
Bueno	
Regular	
Malo	

11. ¿Volvería a utilizar los servicios de estas Agencias en su próximo viaje?

Si	
Probablemente	X
No	

12. ¿Cuál/es cree, según su opinión, que son las ventajas más significativas que brindan estas Agencias?

Fácil acceso (internet, computadoras, celulares, etc)	
Mayor variedad de productos (amplia oferta)	X
Medios de pago (tarjetas, cuotas)	
Conversión moneda (euros, dólares, pesos, reales, otros)	
Comparación de precios y ofertas	
Servicio 24 hs (posibilidad de compra a cualquier hora del día)	
Otros (especificar)	
Ninguno	

.....



13. Mencione algún aspecto a mejorar de estas agencias:

.....

14. ¿Consideras importantes las opiniones (reviews) que otros viajeros dejan en los portales de las agencias virtuales a la hora de elegir un producto/servicio por este medio?

Si	X
No siempre	
No	

15. ¿Suele compartir su experiencia en la web?

Si	X
No	

16. De tener alguna sugerencia u observación acerca de las preguntas realizadas, por favor desarrolle a continuación:

.....

ENCUESTA

La siguiente encuesta es anónima y no tomara más de cinco minutos. Siendo su aporte muy valioso para la investigación.

A continuación encontrara una serie de preguntas relacionadas a Agencias de Viajes Online.

- *Por favor marque con una cruz la respuesta seleccionada (para aquellos puntos con más de una alternativa, pueden existir múltiples respuestas correctas):*

1. Edad

Menor a 30 años	X
Entre 31 y 50 años	
Mayor a 51 años	



2. Sexo

Femenino	X
Masculino	

3. Nacionalidad:

ARGENTINA.....

4. ¿Ha oído hablar de las Agencia de Viaje Online?

Si	X
No	

4.1 ¿Conoce alguna Agencia de Viajes Online?

Si	x
No	

5. En caso de que su respuesta haya sido positiva, mencione alguna:

1. Asatej
2. Hoteles.com
3. Destinia.com

6. ¿De qué manera conoció a la/s agencias mencionadas en el punto 5?

Publicidad en diarios, revistas	
Internet	
Televisión	x
Recomendación (amigo/conocido/familiar)	X
Otro (especificar)	

.....

7. ¿Ha realizado en alguna oportunidad una reserva a través de Agencias de Viajes Online?

Si, una vez	
Más de una vez	x
Nunca	

8. De haber efectuado alguna reserva, ¿Qué tipo de servicio ha contratado?



Alojamiento (hotel, hostel, complejo de cabañas, apartamentos, otros)	x
Autos	
Vuelos (nacionales, internacionales)	
Excursiones	
Cruceros	

9. ¿Cuál fue el motivo de su viaje?

Ocio, Placer	
Trabajo	
Familia	X
Otro (especificar)	x

Problemas médicos.....

10. ¿Cómo fue su experiencia durante y después del proceso de compra?

Excelente	
Muy Bueno	
Bueno	x
Regular	
Malo	

11. ¿Volvería a utilizar los servicios de estas Agencias en su próximo viaje?

Si	
Probablemente	x
No	

12. ¿Cuál/es cree, según su opinión, que son las ventajas más significativas que brindan estas Agencias?

Fácil acceso (internet, computadoras, celulares, etc)	x
Mayor variedad de productos (amplia oferta)	
Medios de pago (tarjetas, cuotas)	
Conversión moneda (euros, dólares, pesos, reales, otros)	
Comparación de precios y ofertas	
Servicio 24 hs (posibilidad de compra a cualquier hora del día)	x
Otros (especificar)	
Ninguno	



.....
 13. Mencione algún aspecto a mejorar de estas agencias:

14. ¿Consideras importantes las opiniones (reviews) que otros viajeros dejan en los portales de las agencias virtuales a la hora de elegir un producto/servicio por este medio?

Si	
No siempre	
No	

15. ¿Suele compartir su experiencia en la web?

Si	
No	

16. De tener alguna sugerencia u observación acerca de las preguntas realizadas, por favor desarrolle a continuación:

.....

ENCUESTA

La siguiente encuesta es anónima y no tomara más de cinco minutos. Siendo su aporte muy valioso para la investigación.

A continuación encontrara una serie de preguntas relacionadas a Agencias de Viajes Online.

- *Por favor marque con una cruz la respuesta seleccionada (para aquellos puntos con más de una alternativa, pueden existir múltiples respuestas correctas):*

1. Edad

Menor a 30 años	x
Entre 30 y 50 años	
Mayor a 50 años	



2. Sexo

Femenino	X
Masculino	

3. Nacionalidad:

.....Argentina.....

4. ¿Ha oído hablar de las Agencia de Viaje Online?

Si	X
No	

4.1 ¿Conoce alguna Agencia de Viajes Online?

Si	X
No	

5. En caso de que su respuesta haya sido positiva, mencione alguna:

1. Despegar, Falabella Viajes, Garbarino Viajes, Buquebus Turismo

6. ¿De qué manera conoció a la/s agencias mencionadas en el punto 5?

Publicidad en diarios, revistas	
Internet	X
Televisión	
Recomendación (amigo/conocido/familiar)	
Otro (especificar)	

.....

7. ¿Ha realizado en alguna oportunidad una reserva a través de Agencias de Viajes Online?

Si, una vez	X
Más de una vez	
Nunca	

8. De haber efectuado alguna reserva, ¿Qué tipo de servicio ha contratado?



Alojamiento (hotel, hostel, complejo de cabañas, apartamentos, otros)	x
Autos	
Vuelos (nacionales, internacionales)	
Excursiones	
Cruceros	x

9. ¿Cuál fue el motivo de su viaje?

Ocio, Placer	x
Trabajo	
Familia	
Otro (especificar)	

.....

10. ¿Cómo fue su experiencia durante y después del proceso de compra?

Excelente	
Muy Bueno	
Bueno	x
Regular	
Malo	

11. ¿Volvería a utilizar los servicios de estas Agencias en su próximo viaje?

Si	
Probablemente	x
No	

12. ¿Cuál/es cree, según su opinión, que son las ventajas más significativas que brindan estas Agencias?

Fácil acceso (internet, computadoras, celulares, etc)	x
Mayor variedad de productos (amplia oferta)	
Medios de pago (tarjetas, cuotas)	
Conversión moneda (euros, dólares, pesos, reales, otros)	
Comparación de precios y ofertas	
Servicio 24 hs (posibilidad de compra a cualquier hora del día)	x
Otros (especificar)	
Ninguno	



13. Mencione algún aspecto a mejorar de estas agencias:

Muchas veces la categoría real de los hoteles dista mucho de las estrellas que figura a la hora de comprar el paquete

14. ¿Consideras importantes las opiniones (reviews) que otros viajeros dejan en los portales de las agencias virtuales a la hora de elegir un producto/servicio por este medio?

Si	
No siempre	x
No	

15. ¿Suele compartir su experiencia en la web?

Si	
No	x

16. De tener alguna sugerencia u observación acerca de las preguntas realizadas, por favor desarrolle a continuación:

.....

.....

.....

ENCUESTA

La siguiente encuesta es anónima y no tomara más de cinco minutos. Siendo su aporte muy valioso para la investigación.

A continuación encontrara una serie de preguntas relacionadas a Agencias de Viajes Online.

- *Por favor marque con una cruz la respuesta seleccionada (para aquellos puntos con más de una alternativa, pueden existir múltiples respuestas correctas):*

1. Edad

Menor a 30 años	x
Entre 31 y 50 años	
Mayor a 51 años	



2. Sexo

Femenino	X
Masculino	

3. Nacionalidad:

Argentina.....

4. ¿Ha oído hablar de las Agencia de Viaje Online?

Si	X
No	

4.1 ¿Conoce alguna Agencia de Viajes Online?

Si	X
No	

5. En caso de que su respuesta haya sido positiva, mencione alguna:

1. Despegar.com,
2. DeHoteles
3. Booking
4. TripAdvisor

6. ¿De qué manera conoció a la/s agencias mencionadas en el punto 5?

Publicidad en diarios, revistas	
Internet	X
Televisión	X
Recomendación (amigo/conocido/familiar)	
Otro (especificar)	

.....

7. ¿Ha realizado en alguna oportunidad una reserva a través deAgencias de Viajes Online?

Si, una vez	
Más de una vez	X
Nunca	



8. De haber efectuado alguna reserva, ¿Qué tipo de servicio ha contratado?

Alojamiento (hotel, hostel, complejo de cabañas, apartamentos, otros)	x
Autos	
Vuelos (nacionales, internacionales)	
Excursiones	
Cruceros	

9. ¿Cuál fue el motivo de su viaje?

Ocio, Placer	x
Trabajo	
Familia	
Otro (especificar)	

.....

10. ¿Cómo fue su experiencia durante y después del proceso de compra?

Excelente	
Muy Bueno	
Bueno	x
Regular	
Malo	

11. ¿Volvería a utilizar los servicios de estas Agencias en su próximo viaje?

Si	
Probablemente	x
No	

12. ¿Cuál/es cree, según su opinión, que son las ventajas más significativas que brindan estas Agencias?

Fácil acceso (internet, computadoras, celulares, etc)	x
Mayor variedad de productos (amplia oferta)	
Medios de pago (tarjetas, cuotas)	
Conversión moneda (euros, dólares, pesos, reales, otros)	
Comparación de precios y ofertas	x
Servicio 24 hs (posibilidad de compra a cualquier hora del día)	
Otros (especificar)	
Ninguno	



.....
 13. Mencione algún aspecto a mejorar de estas agencias:

A veces las fotos de los hoteles y habitaciones no reflejan lo que en realidad. Quizás entre los filtros cuando uno busca hotel debería encontrarse "mejor puntuados por los viajeros"

14. ¿Consideras importantes las opiniones (reviews) que otros viajeros dejan en los portales de las agencias virtuales a la hora de elegir un producto/servicio por este medio?

Si	x
No siempre	
No	

15. ¿Suele compartir su experiencia en la web?

Si	x
No	

16. De tener alguna sugerencia u observación acerca de las preguntas realizadas, por favor desarrolle a continuación:

.....

ENCUESTA

La siguiente encuesta es anónima y no tomara más de cinco minutos. Siendo su aporte muy valioso para la investigación.

A continuación encontrara una serie de preguntas relacionadas a Agencias de Viajes Online.

- *Por favor marque con una cruz la respuesta seleccionada (para aquellos puntos con más de una alternativa, pueden existir múltiples respuestas correctas):*

1. Edad

Menor a 30 años	
-----------------	--



Entre 31 y 50 años	X
Mayor a 51 años	

2. Sexo

Femenino	
Masculino	X

3. Nacionalidad:

...ARGENTINO.....

4. ¿Ha oído hablar de las Agencia de Viaje Online?

Si	X
No	

4.1 ¿Conoce alguna Agencia de Viajes Online?

Si	X
No	

5. En caso de que su respuesta haya sido positiva, mencione alguna:

1. DESPEGAR.COM
2. TRIP ADVISOR

6. ¿De qué manera conoció a la/s agencias mencionadas en el punto 5?

Publicidad en diarios, revistas	
Internet	
Televisión	X
Recomendación (amigo/conocido/familiar)	X
Otro (especificar)	

.....

7. ¿Ha realizado en alguna oportunidad una reserva a través deAgencias de Viajes Online?

Si, una vez	X
Más de una vez	
Nunca	



8. De haber efectuado alguna reserva, ¿Qué tipo de servicio ha contratado?

Alojamiento (hotel, hostel, complejo de cabañas, apartamentos, otros)	X
Autos	
Vuelos (nacionales, internacionales)	X
Excursiones	
Cruceros	

9. ¿Cuál fue el motivo de su viaje?

Ocio, Placer	X
Trabajo	
Familia	
Otro (especificar)	

.....

10. ¿Cómo fue su experiencia durante y después del proceso de compra?

Excelente	
Muy Bueno	
Bueno	
Regular	X
Malo	

11. ¿Volvería a utilizar los servicios de estas Agencias en su próximo viaje?

Si	X
Probablemente	
No	

12. ¿Cuál/es cree, según su opinión, que son los ventajas más significativas que brindan estas Agencias?

Fácil acceso (internet, computadoras, celulares, etc)	X
Mayor variedad de productos (amplia oferta)	
Medios de pago (tarjetas, cuotas)	
Conversión moneda (euros, dólares, pesos, reales, otros)	
Comparación de precios y ofertas	X
Servicio 24 hs (posibilidad de compra a cualquier hora del día)	X
Otros (especificar)	



Ninguno	
---------	--

.....

13. Mencione algún aspecto a mejorar de estas agencias:

Compromiso con el producto que ofrecen el cual a veces difiere del real.

14. ¿Consideras importantes las opiniones (reviews) que otros viajeros dejan en los portales de las agencias virtuales a la hora de elegir un producto/servicio por este medio?

Si	X
No siempre	
No	

15. ¿Suele compartir su experiencia en la web?

Si	X
No	

16. De tener alguna sugerencia u observación acerca de las preguntas realizadas, por favor desarrolle a continuación:

.....

ENCUESTA

La siguiente encuesta es anónima y no tomara más de cinco minutos. Siendo su aporte muy valioso para la investigación.

A continuación encontrara una serie de preguntas relacionadas a Agencias de Viajes Online.

- *Por favor marque con una cruz la respuesta seleccionada (para aquellos puntos con más de una alternativa, pueden existir múltiples respuestas correctas):*



1. Edad

Menor a 30 años	X
Entre 31 y 50 años	
Mayor a 51 años	

2. Sexo

Femenino	
Masculino	X

3. Nacionalidad:

...ARGENTINO.....

4. ¿Ha oído hablar de las Agencia de Viaje Online?

Si	X
No	

4.1 ¿Conoce alguna Agencia de Viajes Online?

Si	X
No	

5. En caso de que su respuesta haya sido positiva, mencione alguna:

1. Despegar
2. Booking.com
3. Asatej

6. ¿De qué manera conoció a la/s agencias mencionadas en el punto 5?

Publicidad en diarios, revistas	
Internet	X
Televisión	
Recomendación (amigo/conocido/familiar)	
Otro (especificar)	

.....

7. ¿Ha realizado en alguna oportunidad una reserva a través deAgencias de Viajes Online?

Si, una vez	
-------------	--



Más de una vez	X
Nunca	

8. De haber efectuado alguna reserva, ¿Qué tipo de servicio ha contratado?

Alojamiento (hotel, hostel, complejo de cabañas, apartamentos, otros)	X
Autos	X
Vuelos (nacionales, internacionales)	X
Excursiones	
Cruceros	

9. ¿Cuál fue el motivo de su viaje?

Ocio, Placer	X
Trabajo	
Familia	
Otro (especificar)	

.....

10. ¿Cómo fue su experiencia durante y después del proceso de compra?

Excelente	
Muy Bueno	X
Bueno	
Regular	
Malo	

11. ¿Volvería a utilizar los servicios de estas Agencias en su próximo viaje?

Si	X
Probablemente	
No	

12. ¿Cuál/es cree, según su opinión, que son las ventajas más significativas que brindan estas Agencias?

Fácil acceso (internet, computadoras, celulares, etc)	X
Mayor variedad de productos (amplia oferta)	
Medios de pago (tarjetas, cuotas)	X
Conversión moneda (euros, dólares, pesos, reales, otros)	
Comparación de precios y ofertas	



Servicio 24 hs (posibilidad de compra a cualquier hora del día)	x
Otros (especificar)	
Ninguno	

.....
 13. Mencione algún aspecto a mejorar de estas agencias:
 Atención telefónica, tiempo de espera

14. ¿Consideras importantes las opiniones (reviews) que otros viajeros dejan en los portales de las agencias virtuales a la hora de elegir un producto/servicio por este medio?

Si	X
No siempre	
No	

15. ¿Suele compartir su experiencia en la web?

Si	
No	x

16. De tener alguna sugerencia u observación acerca de las preguntas realizadas, por favor desarrolle a continuación:

.....

ENCUESTA

La siguiente encuesta es anónima y no tomara más de cinco minutos. Siendo su aporte muy valioso para la investigación.

A continuación encontrara una serie de preguntas relacionadas a Agencias de Viajes Online.

- *Por favor marque con una cruz la respuesta seleccionada (para aquellos puntos con más de una alternativa, pueden existir múltiples respuestas correctas):*

1. Edad



Menor a 30 años	X
Entre 31 y 50 años	
Mayor a 51 años	

2. Sexo

Femenino	
Masculino	X

3. Nacionalidad:

...ARGENTINA.....

4. ¿Ha oído hablar de las Agencia de Viaje Online?

Si	X
No	

4.1 ¿Conoce alguna Agencia de Viajes Online?

Si	X
No	

5. En caso de que su respuesta haya sido positiva, mencione alguna:

1. Despegar, Alexandria Viajes, Asatej

6. ¿De qué manera conoció a la/s agencias mencionadas en el punto 5?

Publicidad en diarios, revistas	X
Internet	X
Televisión	X
Recomendación (amigo/conocido/familiar)	X
Otro (especificar)	

.....

7. ¿Ha realizado en alguna oportunidad una reserva a través deAgencias de Viajes Online?

Si, una vez	
-------------	--



Más de una vez	X
Nunca	

8. De haber efectuado alguna reserva, ¿Qué tipo de servicio ha contratado?

Alojamiento (hotel, hostel, complejo de cabañas, apartamentos, otros)	X
Autos	
Vuelos (nacionales, internacionales)	X
Excursiones	
Cruceros	

9. ¿Cuál fue el motivo de su viaje?

Ocio, Placer	X
Trabajo	
Familia	
Otro (especificar)	

.....

10. ¿Cómo fue su experiencia durante y después del proceso de compra?

Excelente	
Muy Bueno	
Bueno	X
Regular	
Malo	

11. ¿Volvería a utilizar los servicios de estas Agencias en su próximo viaje?

Si	
Probablemente	X
No	

12. ¿Cuál/es cree, según su opinión, que son las ventajas más significativas que brindan estas Agencias?

Fácil acceso (internet, computadoras, celulares, etc)	X
Mayor variedad de productos (amplia oferta)	X
Medios de pago (tarjetas, cuotas)	
Conversión moneda (euros, dólares, pesos, reales, otros)	
Comparación de precios y ofertas	X



Servicio 24 hs (posibilidad de compra a cualquier hora del día)	X
Otros (especificar)	
Ninguno	

.....
 13. Mencione algún aspecto a mejorar de estas agencias:
 Atención Postventa, Atención al cliente.

14. ¿Consideras importantes las opiniones (reviews) que otros viajeros dejan en los portales de las agencias virtuales a la hora de elegir un producto/servicio por este medio?

Si	
No siempre	X
No	

15. ¿Suele compartir su experiencia en la web?

Si	
No	X

16. De tener alguna sugerencia u observación acerca de las preguntas realizadas, por favor desarrolle a continuación:

.....

ENCUESTA

La siguiente encuesta es anónima y no tomara más de cinco minutos. Siendo su aporte muy valioso para la investigación.

A continuación encontrara una serie de preguntas relacionadas a Agencias de Viajes Online.

- *Por favor marque con una cruz la respuesta seleccionada (para aquellos puntos con más de una alternativa, pueden existir múltiples respuestas correctas):*



1. Edad

Menor a 30 años	X
Entre 31 y 50 años	
Mayor a 51 años	

2. Sexo

Femenino	
Masculino	x

3. Nacionalidad:

...ARGENTINA.....

4. ¿Ha oído hablar de las Agencia de Viaje Online?

Si	X
No	

4.1 ¿Conoce alguna Agencia de Viajes Online?

Si	X
No	

5. En caso de que su respuesta haya sido positiva, mencione alguna:

1. Despegar.com
2. Destinia.com

6. ¿De qué manera conoció a la/s agencias mencionadas en el punto 5?

Publicidad en diarios, revistas	
Internet	X
Televisión	
Recomendación (amigo/conocido/familiar)	x
Otro (especificar)	

.....



7. ¿Ha realizado en alguna oportunidad una reserva a través de Agencias de Viajes Online?

Si, una vez	
Más de una vez	X
Nunca	

8. De haber efectuado alguna reserva, ¿Qué tipo de servicio ha contratado?

Alojamiento (hotel, hostel, complejo de cabañas, apartamentos, otros)	X
Autos	
Vuelos (nacionales, internacionales)	X
Excursiones	
Cruceros	

9. ¿Cuál fue el motivo de su viaje?

Ocio, Placer	X
Trabajo	X
Familia	
Otro (especificar)	

.....

10. ¿Cómo fue su experiencia durante y después del proceso de compra?

Excelente	
Muy Bueno	
Bueno	X
Regular	
Malo	

11. ¿Volvería a utilizar los servicios de estas Agencias en su próximo viaje?

Si	
Probablemente	X
No	

12. ¿Cuál/es cree, según su opinión, que son las ventajas más significativas que brindan estas Agencias?

Fácil acceso (internet, computadoras, celulares, etc)	X
Mayor variedad de productos (amplia oferta)	X



Medios de pago (tarjetas, cuotas)	
Conversión moneda (euros, dólares, pesos, reales, otros)	
Comparación de precios y ofertas	X
Servicio 24 hs (posibilidad de compra a cualquier hora del día)	X
Otros (especificar)	
Ninguno	

.....
 13. Mencione algún aspecto a mejorar de estas agencias:

Tiempos de atención y ayuda.

14. ¿Consideras importantes las opiniones (reviews) que otros viajeros dejan en los portales de las agencias virtuales a la hora de elegir un producto/servicio por este medio?

Si	
No siempre	X
No	

15. ¿Suele compartir su experiencia en la web?

Si	
No	X

16. De tener alguna sugerencia u observación acerca de las preguntas realizadas, por favor desarrolle a continuación:

.....

ENCUESTA

La siguiente encuesta es anónima y no tomara más de cinco minutos. Siendo su aporte muy valioso para la investigación.

A continuación encontrara una serie de preguntas relacionadas a Agencias de Viajes Online.



- Por favor marque con una cruz la respuesta seleccionada (para aquellos puntos con más de una alternativa, pueden existir múltiples respuestas correctas):

1. Edad

Menor a 30 años	X
Entre 31 y 50 años	
Mayor a 51 años	

2. Sexo

Femenino	
Masculino	X

3. Nacionalidad:

...ARGENTINA.....

4. ¿Ha oído hablar de las Agencia de Viaje Online?

Si	X
No	

4.1 ¿Conoce alguna Agencia de Viajes Online?

Si	X
No	

5. En caso de que su respuesta haya sido positiva, mencione alguna:

2. Despegar, Alexandria Viajes, Asatej

6. ¿De qué manera conoció a la/s agencias mencionadas en el punto 5?

Publicidad en diarios, revistas	
Internet	X
Televisión	X
Recomendación (amigo/conocido/familiar)	
Otro (especificar)	



.....

7. ¿Ha realizado en alguna oportunidad una reserva a través de Agencias de Viajes Online?

Si, una vez	
Más de una vez	
Nunca	X

8. De haber efectuado alguna reserva, ¿Qué tipo de servicio ha contratado?

Alojamiento (hotel, hostel, complejo de cabañas, apartamentos, otros)	
Autos	
Vuelos (nacionales, internacionales)	
Excursiones	
Cruceros	

9. ¿Cuál fue el motivo de su viaje?

Ocio, Placer	
Trabajo	
Familia	
Otro (especificar)	

.....

10. ¿Cómo fue su experiencia durante y después del proceso de compra?

Excelente	
Muy Bueno	
Bueno	
Regular	
Malo	

11. ¿Volvería a utilizar los servicios de estas Agencias en su próximo viaje?

Si	
Probablemente	
No	

12. ¿Cuál/es cree, según su opinión, que son las ventajas más significativas que brindan estas Agencias?



Fácil acceso (internet, computadoras, celulares, etc)	X
Mayor variedad de productos (amplia oferta)	X
Medios de pago (tarjetas, cuotas)	
Conversión moneda (euros, dólares, pesos, reales, otros)	
Comparación de precios y ofertas	
Servicio 24 hs (posibilidad de compra a cualquier hora del día)	X
Otros (especificar)	
Ninguno	

.....
 13. Mencione algún aspecto a mejorar de estas agencias:
 Atención Postventa, Atención al cliente.

14. ¿Consideras importantes las opiniones (reviews) que otros viajeros dejan en los portales de las agencias virtuales a la hora de elegir un producto/servicio por este medio?

Si	
No siempre	
No	

15. ¿Suele compartir su experiencia en la web?

Si	
No	

16. De tener alguna sugerencia u observación acerca de las preguntas realizadas, por favor desarrolle a continuación:

.....

ENCUESTA

La siguiente encuesta es anónima y no tomara más de cinco minutos. Siendo su aporte muy valioso para la investigación.



A continuación encontrará una serie de preguntas relacionadas a Agencias de Viajes Online.

- Por favor marque con una cruz la respuesta seleccionada (para aquellos puntos con más de una alternativa, pueden existir múltiples respuestas correctas):

1. Edad

Menor a 30 años	
Entre 31 y 50 años	X
Mayor a 51 años	

2. Sexo

Femenino	X
Masculino	

3. Nacionalidad:

Argentina

4. ¿Ha oído hablar de las Agencia de Viaje Online?

Si	X
No	

4.1 ¿Conoce alguna Agencia de Viajes Online?

Si	X
No	

5. En caso de que su respuesta haya sido positiva, mencione alguna:

1. Despegar.com
2. Booking.com
3. Expedia.com

6. ¿De qué manera conoció a la/s agencias mencionadas en el punto 5?

Publicidad en diarios, revistas	X
Internet	X



Televisión	X
Recomendación (amigo/conocido/familiar)	
Otro (especificar)	

.....

7. ¿Ha realizado en alguna oportunidad una reserva a través de Agencias de Viajes Online?

Si, una vez	
Más de una vez	X
Nunca	

8. De haber efectuado alguna reserva, ¿Qué tipo de servicio ha contratado?

Alojamiento (hotel, hostel, complejo de cabañas, apartamentos, otros)	X
Autos	
Vuelos (nacionales, internacionales)	X
Excursiones	
Cruceros	

9. ¿Cuál fue el motivo de su viaje?

Ocio, Placer	X
Trabajo	X
Familia	
Otro (especificar)	

.....

10. ¿Cómo fue su experiencia durante y después del proceso de compra?

Excelente	
Muy Bueno	
Bueno	X
Regular	
Malo	

11. ¿Volvería a utilizar los servicios de estas Agencias en su próximo viaje?

Si	
Probablemente	X



No	
----	--

12. ¿Cuál/es cree, según su opinión, que son los ventajas más significativas que brindan estas Agencias?

Fácil acceso (internet, computadoras, celulares, etc)	X
Mayor variedad de productos (amplia oferta)	X
Medios de pago (tarjetas, cuotas)	
Conversión moneda (euros, dólares, pesos, reales, otros)	x
Comparación de precios y ofertas	
Servicio 24 hs (posibilidad de compra a cualquier hora del día)	x
Otros (especificar)	
Ninguno	

.....
 13. Mencione algún aspecto a mejorar de estas agencias:
 Ninguno

14. ¿Consideras importantes las opiniones (reviews) que otros viajeros dejan en los portales de las agencias virtuales a la hora de elegir un producto/servicio por este medio?

Si	
No siempre	X
No	

15. ¿Suele compartir su experiencia en la web?

Si	x
No	

16. De tener alguna sugerencia u observación acerca de las preguntas realizadas, por favor desarrolle a continuación:

.....

ENCUESTA

La siguiente encuesta es anónima y no tomara más de cinco minutos. Siendo su aporte muy valioso para la investigación.



A continuación encontrará una serie de preguntas relacionadas a Agencias de Viajes Online.

- Por favor marque con una cruz la respuesta seleccionada (para aquellos puntos con más de una alternativa, pueden existir múltiples respuestas correctas):

1. Edad

Menor a 30 años	X
Entre 31 y 50 años	
Mayor a 51 años	

2. Sexo

Femenino	X
Masculino	

3. Nacionalidad:

Argentina.....

4. ¿Ha oído hablar de las Agencia de Viaje Online?

Si	X
No	

4.1 ¿Conoce alguna Agencia de Viajes Online?

Si	X
No	

5. En caso de que su respuesta haya sido positiva, mencione alguna:

1.Asatej

6. ¿De qué manera conoció a la/s agencias mencionadas en el punto 5?

Publicidad en diarios, revistas	
Internet	X



Televisión	
Recomendación (amigo/conocido/familiar)	
Otro (especificar)	

.....

7. ¿Ha realizado en alguna oportunidad una reserva a través de Agencias de Viajes Online?

Si, una vez	
Más de una vez	
Nunca	X

8. De haber efectuado alguna reserva, ¿Qué tipo de servicio ha contratado?

Alojamiento (hotel, hostel, complejo de cabañas, apartamentos, otros)	
Autos	
Vuelos (nacionales, internacionales)	
Excursiones	
Cruceros	

9. ¿Cuál fue el motivo de su viaje?

Ocio, Placer	
Trabajo	
Familia	
Otro (especificar)	

.....

10. ¿Cómo fue su experiencia durante y después del proceso de compra?

Excelente	
Muy Bueno	
Bueno	
Regular	
Malo	

11. ¿Volvería a utilizar los servicios de estas Agencias en su próximo viaje?

Si	
Probablemente	



No	
----	--

12. ¿Cuál/es cree, según su opinión, que son los ventajas más significativas que brindan estas Agencias?

Fácil acceso (internet, computadoras, celulares, etc)	
Mayor variedad de productos (amplia oferta)	
Medios de pago (tarjetas, cuotas)	
Conversión moneda (euros, dólares, pesos, reales, otros)	
Comparación de precios y ofertas	
Servicio 24 hs (posibilidad de compra a cualquier hora del día)	
Otros (especificar)	
Ninguno	

.....
 13. Mencione algún aspecto a mejorar de estas agencias:
 Atención Postventa, Atención al cliente.

14. ¿Consideras importantes las opiniones (reviews) que otros viajeros dejan en los portales de las agencias virtuales a la hora de elegir un producto/servicio por este medio?

Si	
No siempre	
No	

15. ¿Suele compartir su experiencia en la web?

Si	
No	

16. De tener alguna sugerencia u observación acerca de las preguntas realizadas, por favor desarrolle a continuación:

.....



Anexo 11.2 - Entrevistas

Entrevista

Hotel: Iguazú Grand/Panoramic Hotel/Buenos Aires Grand

Departamento: Reservas

Nombre completo: Angel Richard Gabriel Jagner

Edad: 25

Profesión: Estudiante Hotelería

1. ¿Qué cargo/puesto ocupa actualmente en el hotel?
- Ejecutivo de Reservas

2. ¿Hace cuánto tiempo está en el cargo?
- 2 ½ años

3. ¿De qué manera se relaciona su trabajo con las Agencias de Viajes Online (OTAS)?
- Se relaciona de manera directa, ya que recibimos los pedidos de las Otas y lo volcamos al sistema Hotelero.

4. ¿Cree que las OTAS son un elemento fundamental en la actualidad? ¿Por qué?
- Sí. Dado el avance tecnológico hoy en día se puede desde cualquier smartphone acceder a las OTAS, a demás varias de ellas cuentan con aplicaciones que se descargan sin costo (Ej., Booking, Despegar) y cualquiera puede al momento ver tarifas/disponibilidad y reservar. Sin duda, en la actualidad es algo fundamental dado que gran parte de la población mundial está conectado al teléfono la mayor parte del día.

5. ¿Cuál cree que es el porcentaje aproximado de ventas (en el hotel) correspondiente a la producción de las OTAS?
- Entre un 40-50%. Datos reales de los informes mensuales de producción por segmento del Hotel (Buenos Aires Grand), en los otros 2 hoteles la participación de Otas desciende entre 15-25%.

6. ¿Cree que las OTAS constituyen un elemento de marketing para los hoteles? ¿Por qué?



- Si, dado que hay que tener actualizado el sitio con imágenes, promociones, etc, y estas son acciones que corresponden puntualmente a marketing.
7. ¿Cuál de las agencias con las que trabaja la considera como la mejor a nivel laboral? ¿Por qué?
- Despegar. Dado que he tenido la oportunidad de conocer las oficinas/modalidad de trabajo y me resulto muy agradable.
8. ¿Cuál o cuáles crees que son los factores del éxito de estas agencias?
- Acciones de Publicidad, modos de pago, variedad de servicios que ofrece al cliente.
9. ¿Qué diferencia a las Agencias de Viajes Online de las Agencias de Viajes Tradicionales?
- Tiempo. En las agencias de viajes tradicionales uno debe ir presencialmente o enviar un mail y aguardar respuesta. En cambio en las Online, uno maneja su tiempo, es decir, conoce en tiempo real tarifas y disponibilidad, fotos, reviews, etc. Con lo cual creo que hoy en día cada vez disponemos de menos tiempo y preferimos esto que es más sencillo.
10. ¿Ha navegado de manera particular por la web de estas agencias en circunstancias que no involucren su trabajo?
- Sí.
11. ¿Ha concretado la compra o reserva de algún servicio a través de una agencia de viajes online?
- Sí. Aéreos, hoteles, alquiler de auto.
12. ¿Cuáles podrías decir que son las agencias más utilizadas por los consumidores?
- Despegar – Booking.



Entrevista

Hotel: AlgodónMansión Buenos Aires
Departamento: Reservas
Nombre completo: Armando Dorta
Edad: 34
Profesión: Admin. Hotelero

1. ¿Qué cargo/puesto ocupa actualmente en el hotel?
-Reservations Manager
2. ¿Hace cuánto tiempo está en el cargo?
-Poco más de un año
3. ¿De qué manera se relaciona su trabajo con las Agencias de Viajes Online (OTAS)?
-Directamente. Entre otras responsabilidades me encargo de la administración del inventario e información de Algodón Mansion en las OTAS.
4. ¿Cree que las OTAS son un elemento fundamental en la actualidad? ¿Por qué?
-Las OTAS apuntan a un público cada vez más grande que gusta de planear directamente sus viajes, comparar tarifas, verificar reviews y hacer todo esto de manera online.
5. ¿Cuál cree que es el porcentaje aproximado de ventas (en el hotel) correspondiente a la producción de las OTAS?
-Aprox 30%
6. ¿Cree que las OTAS constituyen un elemento de marketing para los hoteles? ¿Por qué?
-Definitivamente generan una exposición invaluable, 24 horas al día, los 365 días del año en todas partes del mundo.
7. ¿Cuál de las agencias con las que trabaja la considera como la mejor a nivel laboral? ¿Por qué?



-Algodón Mansión Buenos Aires se enorgullece de trabajar con las mejores agencias nacionales e internacionales, por lo que mencionar sólo una sería una grave omisión.

8. ¿Cuál o cuáles crees que son los factores del éxito de estas agencias?
-Su capacidad de adaptarse a las nuevas tecnologías y tendencias.
9. ¿Qué diferencia a las Agencias de Viajes Online de las Agencias de Viajes Tradicionales?
-Entre muchas otras, la principal diferencia está dada por la exposición mundial que tiene una OTA en comparación a una TA tradicional.
10. ¿Ha navegado de manera particular por la web de estas agencias en circunstancias que no involucren su trabajo?
-Si
11. ¿Ha concretado la compra o reserva de algún servicio a través de una agencia de viajes online?
-Si, en varias oportunidades.
12. ¿Cuáles podrías decir que son las agencias más utilizadas por los consumidores?
-OTA: Expedia, Booking, Despegar, Agoda
TA: Abercrombie& Kent, Mai10, Limitless Argentina, Argentina Activa, Biblos Travel entre muchas otras.



Entrevista

Hotel: Casa Sur Hotel Collection

Departamento: Reservas

Nombre completo: Florencia Rovere

Edad: 25 años

Profesión: Organización y Administración Hotelera

1. ¿Qué cargo/puesto ocupa actualmente en el hotel?
-Agente de Reservas.
2. ¿Hace cuánto tiempo está en el cargo?
-1 año y 7 meses.
3. ¿De qué manera se relaciona su trabajo con las Agencias de Viajes Online (OTAS)?
-La relación es directa, ya que nuestro equipo baja las solicitudes de reservas de las OTAS al sistema operativo del hotel. Cualquier modificación o cancelación, estamos en contacto con los ejecutivos o se maneja desde la propia extranet (web) de la agencia.
4. ¿Cree que las OTAS son un elemento fundamental en la actualidad? ¿Por qué?
-Sí. Además de ser uno de los principales motores de venta, los avances tecnológicos e internet lo hace un segmento en crecimiento.
De hecho, el Revenue Manager, un cargo muy importante dentro del hotel, prácticamente su trabajo se fundamenta en el control de promociones, tarifas, inventario y disponibilidad básicamente de OTAS porque demanda un trabajo y control minucioso.
5. ¿Cuál cree que es el porcentaje aproximado de ventas (en el hotel) correspondiente a la producción de las OTAS?
-La producción va a depender mucho del inventario destinado a cada canal de venta pero, las agencias online son más constantes, siempre producen. Según la época del año oscila entre un 30 a 50%, no sabría un número exacto.
6. ¿Cree que las OTAS constituyen un elemento de marketing para los hoteles? ¿Por qué?



-Sí. Desde la presentación por parte del hotel en las OTAS, hasta las reviews de los pasajeros en base a las experiencias. Esto último es muy importante, existen páginas como TripAdvisor, que establecen una reputación, es marketing indirecto, no depende de una acción de marketing del hotel, sino del servicio brindado por este.

7. ¿Cuál de las agencias con las que trabaja la considera como la mejor a nivel laboral? ¿Por qué?

-En general no hay diferencias entre ellas en lo laboral, todas funcionan más o menos de la misma manera.

8. ¿Cuál o cuáles crees que son los factores del éxito de estas agencias?

-Su alcance gracias a internet y la conversión de moneda. No importa en qué parte del mundo este, uno puede cotizar su viaje a moneda local.

9. ¿Qué diferencia a las Agencias de Viajes Online de las Agencias de Viajes Tradicionales?

-La accesibilidad, la variedad de oferta (en las OTAS hay muchas más opciones).

10. ¿Ha navegado de manera particular por la web de estas agencias en circunstancias que no involucren su trabajo?

-Sí.

11. ¿Ha concretado la compra o reserva de algún servicio a través de una agencia de viajes online?

-Sí.

12. ¿Cuáles podrías decir que son las agencias más utilizadas por los consumidores?

-Booking.com, Expedia, Despegar.com, Hotelbeds, Orbitz, etc.



Entrevista

Hotel: Meliá Recoleta Plaza Hotel

Departamento: Marketing y Ventas

Nombre completo: Marina Fumuso

Edad: 30 años

Profesión: Técnica en Administración y Gestión Hotelera

1. ¿Qué cargo/puesto ocupa actualmente en el hotel?
-Gerente de Ventas
2. ¿Hace cuánto tiempo está en el cargo?
-10 meses
3. ¿De qué manera se relaciona su trabajo con las Agencias de Viajes Online (OTAS)?
-Mantenemos relación estrecha y permanente, todas las acciones de marketing como promociones y lanzamientos son comunicados a los ejecutivos de las agencias para aplicarlos a la online.
4. ¿Cree que las OTAS son un elemento fundamental en la actualidad? ¿Por qué?
-No sé si fundamental, pero es uno de los principales canales y la comercialización se orienta cada vez más al online superando el contacto directo, dado a los avances del mercado en tecnología y aplicaciones.
5. ¿Cuál cree que es el porcentaje aproximado de ventas (en el hotel) correspondiente a la producción de las OTAS?
-Entre un 25 y un 30 % dependiendo la estación.
6. ¿Cree que las OTAS constituyen un elemento de marketing para los hoteles? ¿Por qué?
-Sí, ya que es presencia constante si uno sabe cómo aprovecharlo.
7. ¿Cuál de las agencias con las que trabaja la considera como la mejor a nivel laboral? ¿Por qué?
-Booking.com. Es la herramienta más completa, amigable y rápida de las que hoy están en el mercado.



8. ¿Cuál o cuáles crees que son los factores del éxito de estas agencias?
-El dinamismo y la rapidez con la que cualquier persona sin importar donde se encuentre puede concretar su reserva.
9. ¿Qué diferencia a las Agencias de Viajes Online de las Agencias de Viajes Tradicionales?
-Que son más imparciales y muestran el total de la oferta, mientras que una agencia de viajes depende de la oferta del agente que reciba al viajero.
10. ¿Ha navegado de manera particular por la web de estas agencias en circunstancias que no involucren su trabajo?
-Sí.
11. ¿Ha concretado la compra o reserva de algún servicio a través de una agencia de viajes online?
-Sí.
12. ¿Cuáles podrías decir que son las agencias más utilizadas por los consumidores?
-Expedia, Booking.com y Despegar



Entrevista

Hotel: Hotel Mio Buenos Aires
Departamento: Reservas
Nombre completo: Agustina Martinez
Edad: 27 años
Profesión: Lic Hoteleria

1. ¿Qué cargo/puesto ocupa actualmente en el hotel?
-Reservations Manager
2. ¿Hace cuánto tiempo está en el cargo?
-7 meses, y previamente fui agente de reservas.
3. ¿De qué manera se relaciona su trabajo con las Agencias de Viajes Online (OTAS)?
-De manera directa. Cargamos las OTAS en sistema, ahora como manager, distribuyo el inventario, manejo las ofertas y promociones, entre otras cosas.
4. ¿Cree que las OTAS son un elemento fundamental en la actualidad?¿Por qué?
-Sí, es un elemento fundamental porque junto con Tour & Travel y corporativos, las OTAS pasaron a ser un segmento del cual hay que ocuparse de manera particular. Esto se debe a que han tomado vuelo en el mercado directo. Tanto es así, que están desplazando algunos sectores por las ventajas que representan.
5. ¿Cuál cree que es el porcentaje aproximado de ventas (en el hotel) correspondiente a la producción de las OTAS?
-Entre un 35 y 40%, depende las temporadas.
6. ¿Cree que las OTAS constituyen un elemento de marketing para los hoteles? ¿Por qué?



-Totalmente. Hoy en día, los pasajeros vuelcan sus experiencias en la web, un comentario negativo es una mala publicidad, así como uno positivo te sube en el ranking de manera gratuita.

En las agencias de viajes online en la que tu hotel se encuentra presente, uno puede subir fotos, hacer recorridos virtuales, sin implicar gastos, siendo esta una estrategia de marketing si sabes aprovecharla.

7. ¿Cuál de las agencias con las que trabaja la considera como la mejor a nivel laboral? ¿Por qué?

-Todas son realmente buenas, tal vez las más prácticas o amigables en la extranet es Booking. El diseño de la web es de fácil lectura y rápido.

8. ¿Cuál o cuáles crees que son los factores del éxito de estas agencias?

-Hay muchos factores, pero entre los principales, el alcance, la variedad de productos, cuentan con un abanico mucho mayor que el que puede tener una agencia de viajes local.

Entre otros, se podría decir que la disponibilidad, servicio las 24 hs del día.

9. ¿Qué diferencia a las Agencias de Viajes Online de las Agencias de Viajes Tradicionales?

-Lo que las diferencia justamente son los factores mencionados en el punto anterior.

10. ¿Ha navegado de manera particular por la web de estas agencias en circunstancias que no involucren su trabajo?

Si

11. ¿Ha concretado la compra o reserva de algún servicio a través de una agencia de viajes online?

-Si, en varias oportunidades.

12. ¿Cuáles podrías decir que son las agencias más utilizadas por los consumidores?

-Expedia, Booking, Despegar

En menor medida, Gullivers, Hoteldo.