

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMERICAS

CARRERA DE TURISMO

**ANÁLISIS DE LAS MEJORAS EN LOS SISTEMAS DE
RESERVAS PARA HOTELES TIPO BOUTIQUE EN EL
CANTÓN DE QUEPOS, PARA EL PRIMER CUATRIMESTRE
DEL 2024.**

MODALIDAD DE TESINA PARA OPTAR POR EL GRADO ACADEMICO DE
BACHILLERATO DE TURISMO CON ENFASIS EN HOTELES Y RESTAURANTES.

JOSEFA SANDIGO JIRON

**TUTORA DE LA INVESTIGACIÓN: MEE, MARTA ANGELICA
MONTIEL GALINDO**

SEDE ARANJUEZ, SAN JOSÉ, COSTA RICA

JULIO, 2024

Tabla de contenido

DEDICATORIA	7
AGRADECIMIENTOS.....	8
DECLARACIÓN JURADA.....	9
NOTA FINAL	10
SOLICITUD DE DEFENSA DEL ESTUDIANTE	11
IDENTIFICACIÓN DEL ESTUDIANTE.....	12
CARTA LECTOR.....	13
AUTORIZACIÓN DE USO PARA EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	14
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	17
1.1 PLANEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	21
1.2 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	25
1.2.1 OBJETIVO GENERAL	25
1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	25
1.3 JUSTIFICACIÓN.....	26
1.4 ANTECEDENTES.....	28
1.5 PROYECCIONES.....	34
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO.....	36
2.1 MARCO HISTÓRICO.....	36
2.1.1 CANTÓN DE QUEPOS.....	38
2.1.2 MAPA DEL CANTÓN DE QUEPOS	39
2.1.3 MUNICIPALIDAD DE QUEPOS	40
2.2 MARCO CONCEPTUAL	41
2.2.1 HOSPEDAJE Y ALOJAMIENTO.....	41
2.2.2 EL SECTOR HOTELERO Y LOS HOTELES TIPO BOUTIQUE.....	42
2.2.3 HOTELES TIPO BOUTIQUE	42
2.2.4 IMPORTANCIA DE LOS HOTELES TIPO BOUTIQUE EN EL SECTOR TURÍSTICO.....	43
2.2.5 SISTEMA DE RESERVA HOTELERA.....	43
2.2.6 FUNCIONES Y CARACTERÍSTICAS DE UN SISTEMA DE RESERVA	44
2.2.8 TIPOS DE SISTEMAS DE RESERVAS:.....	45
2.2.9 HOTELES BOUTIQUE EN EL CANTÓN DE QUEPOS	45

2.2.10 TABLA DE MATRIZ HOTELES BOUTIQUE EN EL CANTÓN DE QUEPOS	45
2.2.11 TABLA DE MATRIZ HOTELES Y SISTEMAS DE RESERVAS.....	49
2.2.12 TABLA DE MATRIZ DESCRIPCIÓN Y CARACTERÍSTICA DE SISTEMAS DE RESERVA.....	49
2.3 MARCO REFERENCIAL	52
2.3.1 TEORÍA DE SISTEMAS.....	52
2.3.2 TEORÍA DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE	53
2.3.4 TEORÍA DE LA COMERCIALIZACIÓN.....	54

CAPÍTULO III MARCO METODOLÓGICO

3.1 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN	55
3.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	56
3.3. FUENTES DE INFORMACIÓN	57
3.4 FUENTES PRIMARIAS.....	57
3.5 FUENTES SECUNDARIAS	58
3.6 POBLACIÓN Y MUESTRA.....	58

3.7 UNIDAD DE ANÁLISIS.....

3.8. INSTRUMENTOS.....

3.9 INSTRUMENTOS PARA UTILIZAR: REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA, FOCUS GROUP Y OBSERVACIÓN.....	62
3.11 RECOLECCIÓN DE DATOS.....	64

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS.....

4.1 TABLA DE MATRIZ PERFIL DE LOS ENTREVISTADOS (ENTREVISTAS INDIVIDUALES)	66
4.1.1 RESPUESTAS DE LOS ENTREVISTADOS.....	66
4.1.2 EMPRESARIO Y CEO DE SWISS HOTEL COMPETENCE, LLC.....	66
4.1.3 ESPECIALISTA EN TECNOLOGÍA DE RESERVAS.....	68
4.1.4 JEFA DE RECEPCIÓN Y RESERVAS.....	69
4.1.5 VENDEDORA DE SOFTWARE	69
4.1.6 RECEPCIONISTA	70
4.1.7 REVENIUE MANAGER HOTELES, VILLA LIRIO Y PARADOR.....	71
4.1.9 TABLA DE MATRIZ COMPARATIVAS DE RESPUESTAS SEGÚN LOS OBJETIVOS.....	72
4.2 ANÁLISIS DEL FOCUS GROUP	75
4.2.1 TABLA DE MATRIZ PARTICIPANTES DEL FOCUS GROUP.....	75
4.2.2 RESUMEN DE LA DISCUSIÓN	76
4.2.3 DESAFÍOS	77
4.2.4 OPORTUNIDADES Y RECOMENDACIONES.....	77
4.3 CATEGORÍAS DE ANÁLISIS DE LAS RESPUESTAS DE ENTREVISTADOS DE ACUERDO A LOS OBJETIVOS	78
4.3.1 MEJORAS IMPLEMENTADAS EN LOS SISTEMAS DE RESERVAS EN EL CANTÓN DE QUEPOS	79
4.3.2 PROBLEMAS EN LA DISTRIBUCIÓN DIGITAL	80
4.3.3 TIPOS DE SISTEMAS DE RESERVAS UTILIZADOS EN LOS HOTELES TIPO BOUTIQUE	82
4.3.4 PROPUESTA DE SISTEMA DE RESERVA PARA HOTELES TIPO BOUTIQUE	83

4.4 PROPONER UN SISTEMA DE RESERVAS PARA LOS HOTELES TIPO BOUTIQUE EN EL CANTÓN DE QUEPOS, BASADO EN LOS SISTEMAS ACTUALES.....	85
4.4.1 PROPUESTA.....	85
4.4.2 PROPUESTA SIMPLE BOOKING	86
EN LA SIGUIENTE PROPUESTA SE MENCIONARÁ LAS SOLUCIONES TECNOLÓGICAS Y BENEFICIOS QUE OFRECE EL SISTEMA DE RESERVA DE SIMPLE BOOKING.	86
4.4.3 TABLA DE MATRIZ SOLUCIONES TECNOLÓGICAS DE SIMPLE BOOKING.....	86
ACTUALIZACIONES AUTOMÁTICAS.....	88
CONCLUSIONES	91
RECOMENDACIONES	94
BIBLIOGRAFÍA	96

Lista de ilustraciones

Ilustración 1	39
Ilustración 2	45
Ilustración 3	88
Ilustración 4	89
Ilustración 5	89

Lista de tablas

Tabla 1	44
Tabla 2	48
Tabla 3	48
Tabla 4	58
Tabla 5	63
Tabla 6	65
Tabla 7.....	71
Tabla 8	75
Tabla 9	87
Tabla 10.....	86

DEDICATORIA

Con mucho cariño, dedico este trabajo al encantador cantón de Quepos, que nos ha acogido en el ámbito laboral, brindándonos la oportunidad de trabajar en conjunto y contribuir a hacerlo un destino destacado.

También está dedicado a todos aquellos que hemos sido cautivados por sus hermosas playas y paisajes. Desde lo más profundo de mi corazón, quiero expresar mi agradecimiento por su hospitalidad y por recibirnos con los brazos abiertos.

Finalmente, dedico este trabajo a mis colegas de la industria hotelera, quienes se han esforzado en resaltar la magia y el esplendor costarricense, haciendo del cantón de Quepos un lugar único y especial.

AGRADECIMIENTOS

Quiero, ante todo, expresar mi infinito agradecimiento a Dios, quien ha sido mi guía y apoyo en cada paso que doy. Su presencia en mi vida ha sido un motor inagotable.

A mi esposo, le agradezco por su constante apoyo y motivación, siempre dispuesto a ayudarme a superar cada obstáculo. Su paciencia y comprensión han sido cruciales para mi crecimiento y desarrollo.

A mis hijos y a mi madre, les agradezco profundamente por confiar en mí y estar siempre a mi lado como pilares fundamentales de mi vida.

Deseo extender un agradecimiento especial a mi mejor amiga, Mariana Gaglione, quien fue una de las primeras personas en motivarme a terminar mis estudios universitarios. Nunca olvidaré cuando me dijo: "Estudia, lo puedes lograr, nunca es tarde." Hoy estoy profundamente agradecida por sus palabras, que fueron esenciales en este proceso.

A mi familia y amistades, les agradezco por estar a mi lado en todos los momentos, compartiendo conmigo en los difíciles y celebrando mi alegría en los buenos.

No puedo dejar de mencionar el apoyo de cada uno de los maestros que me acompañaron a lo largo de mi carrera, brindándome sus enseñanzas y dedicación. A mi director de carrera, Juan Manuel Sandí, le agradezco por estar desde el inicio de mi formación, por su apoyo y paciencia. Y a mi tutora, Marta Angélica Montiel, por acompañarme en este arduo proceso, brindándome sus consejos y conocimientos.

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de investigación, titulado “Análisis de las mejoras en los sistemas de reservas para hoteles tipo boutique en el Cantón de Quepos para el primer cuatrimestre del 2024”, tiene como objetivo general, Analizar las mejoras implementadas en los sistemas de reservas de hoteles tipo boutique en el cantón de Quepos para el I primer cuatrimestre del 2024. Este análisis se enfoca, en identificar los problemas más comunes relacionados con la distribución digital en estos hoteles y en determinar los tipos de sistemas de reservas actualmente en uso, actualmente.

Identificar los hoteles tipo boutique en el cantón de Quepos que presenten mayores problemas en su distribución digital, Determinar los tipos de sistemas de reservas utilizados en los hoteles tipo boutique en el cantón de Quepos, proponer un sistema de reservas para los hoteles tipo boutique en el cantón de Quepos, basado en los sistemas actuales.

Para lograrlo se plantean los Objetivos específicos

- Identificar los hoteles tipo boutique en el cantón de Quepos que presenten mayores problemas en su distribución digital.
- Determinar los tipos de sistemas de reservas utilizados en los hoteles tipo boutique en el cantón de Quepos.
- Proponer un sistema de reservas para los hoteles tipo boutique en el cantón de Quepos, basado en los sistemas actuales.

El estudio se centra en el primer cuatrimestre del año 2024, permitiendo considerar variaciones estacionales y tendencias emergentes en la demanda turística. Se busca comprender los desafíos y obstáculos específicos que enfrentan los hoteles durante este periodo, con el fin de diseñar soluciones adaptadas a sus necesidades particulares.

La contribución significativa de esta investigación radica en su capacidad para ofrecer propuestas tangibles que beneficien tanto a los hoteles individualmente como a la industria hotelera del cantón de Quepos en su conjunto. La optimización de los procesos de reserva no solo mejorará la eficiencia operativa, sino que también impulsará la calidad del servicio al cliente, aspecto fundamental para la fidelización y atracción de visitantes.

El trabajo se estructura en varios apartados, comenzando con el planteamiento del problema, donde se presenta la información relevante del área geográfica mediante fuentes institucionales como la Municipalidad e informes oficiales de turismo y hotelería. Se analizará el potencial turístico y los modos de reserva online, incluyendo el impacto de la pandemia mundial, la cual afectó significativamente este sector, pero también impulsó la optimización de las plataformas de reservas.

El marco metodológico adoptará un enfoque cualitativo, realizando entrevistas con preguntas abiertas y cerradas a representantes de hotelería tipo boutique y del área de software de sistemas de reservas. Se implementará un diseño no experimental, descriptivo y transversal, con unidades de análisis formadas por las respuestas obtenidas, enfocándose en la eficiencia y eficacia de los sistemas de reservas.

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

La industria hotelera ha experimentado una constante evolución a lo largo de la historia, siendo el servicio, la experiencia y la eficiencia operativa pilares fundamentales para el éxito de cualquier negocio en este sector. En Quepos, Costa Rica, el auge del turismo ha impulsado un notable crecimiento del sector hotelero en la provincia de Puntarenas, lo que ha traído consigo cambios importantes en la forma de operar y gestionar los hoteles. La tecnología ha jugado un papel crucial en este proceso, transformando la manera en que se brinda el servicio, se crea una experiencia memorable para el huésped y se optimiza la eficiencia operativa.

Últimamente, se ha vuelto común que los viajeros organicen sus viajes por cuenta propia, contratando servicios en línea a través de las páginas web de los hoteles. Así, pueden ver los servicios que ofrecen, los precios y las promociones, además de interactuar con el personal del hotel de manera más directa y atenta. Pueden revisar las reseñas y opiniones de otros clientes, lo que les proporciona mayor claridad sobre los servicios y la calidad de los mismos. Uno de los servicios con mayor movimiento cibernético es el alojamiento, debido a que es un servicio que necesita ser reservado por la gran demanda a nivel mundial. Además, existe una extensa variedad de páginas y plataformas para realizar reservas con solo un clic, y en muchos casos sin pago por adelantado, brindando confianza al cliente.

El blog Techno Hotel News (2024) señala que el panorama de la distribución hotelera presenta "interesantes oportunidades" que darán forma al futuro de los viajes y las reservas de alojamiento. Entre las tendencias que están cambiando la forma de buscar y reservar alojamientos se encuentran el regreso de las Online Travel Agencies (OTA) y la planificación de viajes con inteligencia artificial. Para mantenerse competitivos, los hoteleros deben adaptar sus estrategias a las cambiantes realidades de la industria y de los viajeros.

En este sentido, la mayoría de estas plataformas en línea tienen gran demanda y prestigio a nivel mundial para realizar reservas de alojamiento vía web. La mayoría de los hoteles cuenta con un perfil en estas plataformas para promocionar y vender sus servicios de alojamiento. Gracias

a la fama que han adquirido estas plataformas y a la facilidad con que se realizan las reservas, los hoteles han descansado en ellas para la venta de su alojamiento.

Desde hace aproximadamente dos décadas, las OTAs se han convertido en una valiosa fuente de ingresos para el canal directo de los hoteles. Según Mirai (2019), su contribución en número de reservas siempre ha ido en aumento, excepto en 2020 debido a la pandemia mundial. Sin embargo, volvieron a recuperarse con fuerza el año siguiente, y 2022 acabó con un 20% más de reservas procedentes de metabuscadores respecto a 2021, y un 41% respecto a 2019.

También es importante destacar que las herramientas de Inteligencia Artificial (IA), como ChatGPT, ya han empezado a revolucionar la mayoría de las industrias, y el sector hotelero no es la excepción. A medida que avanza 2024, las herramientas de inteligencia artificial continuarán integrándose a diferentes sistemas para poder ofrecer experiencias de viaje personalizadas basadas en las preferencias y el comportamiento de los usuarios. Esta evolución tendrá un efecto significativo en la forma en la que los viajeros investigan, planean y reservan su hospedaje.

Los viajeros cada vez más favorecen las aplicaciones móviles a la hora de reservar su alojamiento. De hecho, datos de Booking.com señalan que casi la mitad de las reservas de habitación (48%) en el segundo trimestre de este año se realizaron a través de su aplicación móvil, un máximo histórico.

Con esto en mente, las OTAs han estado canalizando sus recursos hacia la promoción de sus aplicaciones móviles. Hasta ahora, la estrategia parece funcionar: la aplicación de Booking.com llegó a los 80 millones de descargas el año pasado, seguida por la de Airbnb con 52 millones de descargas y la de Expedia con 27 millones. Al entender y responder estratégicamente a estas tendencias, los operadores de alojamiento pueden optimizar su presencia en varias plataformas, mejorar las experiencias de los huéspedes y, en última instancia, tener más éxito en un mercado cada vez más competitivo. Aceptar estos cambios y adaptarse a las preferencias cambiantes es una de las claves para prosperar en el dinámico mundo de los viajes y la hotelería (Techno Hotel News, 2024, p. 2).

Tomando en cuenta lo anteriormente planteado, el presente trabajo de investigación, bajo el título “Análisis de las mejoras en los sistemas de reservas para hoteles tipo boutique en el cantón

de Quepos, para el primer cuatrimestre del 2024”, se plantea como objetivo general Analizar las mejoras implementadas en los sistemas de reservas de hoteles tipo boutique en el cantón de Quepos para el I primer cuatrimestre del 2024. En cuanto a los objetivos específicos, identificar los hoteles tipo boutique en el cantón de Quepos que presenten mayores problemas en su distribución digital, Determinar los tipos de sistemas de reservas utilizados en los hoteles tipo boutique en el cantón de Quepos y finalmente, Proponer un sistema de reservas para los hoteles tipo boutique en el cantón de Quepos, basado en los sistemas actuales.

El enfoque temporal de este estudio, limitado al primer cuatrimestre del año 2024, permitirá obtener un mejor panorama de la situación actual, considerando las posibles variaciones estacionales y tendencias emergentes en la demanda turística. Asimismo, se buscará comprender a fondo los desafíos y obstáculos específicos que enfrentan los hoteles en la provincia durante este periodo, con el fin de diseñar soluciones adaptadas a sus necesidades particulares.

El aporte significativo de esta investigación reside en su capacidad para ofrecer propuestas tangibles y específicas que no solo beneficien a los hoteles individualmente, sino que también contribuyan a fortalecer la competitividad de la industria hotelera en el cantón de Quepos. La optimización de los procesos de reserva no solo redundará en una mayor eficiencia operativa, sino que también impulsará la calidad del servicio al cliente, un aspecto fundamental para la fidelización y atracción de visitantes.

Para una mayor comprensión del trabajo, este será presentado en los siguientes apartados: el planteamiento del problema, donde se coloca a disposición la información relevante del lugar geográfico donde se sitúan los hoteles boutique en el cantón de Quepos, por medio de fuentes institucionales tales como su Municipalidad o informes oficiales de turismo y hotelería. En función de comprender el potencial turístico para el alojamiento hotelero, sobre la base de datos estadísticos de movimiento nacional e internacional.

En este apartado se puede problematizar sobre la realidad en los distintos modos de reserva online hotelera, a la vez que se analizan las incidencias de la pasada pandemia mundial, la cual afectó este rubro en mayor medida, pero que a la vez posibilitó el desafío de optimizar plataformas de reservas.

Las proyecciones darán cuenta de los alcances que se desea lograr a través del establecimiento de metas, la exposición del problema y la argumentación de la relevancia de este documento científico. Asimismo, se espera avanzar y aumentar la mejora en los sistemas de reservas para hoteles tipo boutique en el cantón de Quepos. Se pretende complementar esta introducción en la medida que se avance en el contenido.

En el capítulo de marco metodológico se adoptará el enfoque cualitativo, donde se realizarán entrevistas con preguntas abiertas y cerradas, así como entrevistas a un focus group de representantes de hotelería tipo boutique y del área de software de sistemas de reservas. Se implementará un diseño no experimental, descriptivo y transversal. Por su parte, las unidades de análisis estarán conformadas por los fragmentos de las respuestas que puedan dar cuenta de los funcionamientos de estos sistemas de reservas, poniendo énfasis en la apreciación acerca de la eficiencia y eficacia. En cuanto al instrumento, se realizará un formulario de preguntas y un grupo focal.

En el apartado de marco teórico se presentarán subcapítulos con los siguientes contenidos: el marco histórico, el marco conceptual y el referencial.

1.1 Planeamiento del problema

Según lo que se informa en la página institucional de Municipio de Quepo (2024), el cantón de Quepos se ubica en la provincia de Puntarenas, la cual limita al Norte con las provincias de San José y Limón, al Noroeste con Guanacaste, al Sur con el Océano Pacífico y al Sureste con Panamá. Dicha provincia tiene una extensión de 11.265,69 kilómetros cuadrados (km²). En esta provincia se localizan dos terceras partes de la costa Pacífica de aproximadamente 1.200 kilómetros (km) de largo. La Isla del Coco, ubicada a 550 km al Suroeste de la Península de Osa, es parte de esta provincia. Su capital es la ciudad de Puntarenas, ubicada en el cantón del mismo nombre. Puntarenas cuenta con 11 cantones y 43 distritos. Los cantones son: Puntarenas, Esparza, Buenos Aires, Montes de Oro, Osa, Quepos, Golfito, Coto Brus, Parrita, Corredores y Garabito

A la vez, agrega que el Cantón de Quepos lo forman a su vez tres distritos: Quepos, Savegre y Naranjito. En este cantón se encuentra la estación meteorológica Damas. La estación está ubicada a cuatro kilómetros (km) de la costa en el Pacífico Central y a 10 km al Noroeste del Puerto de Quepos, a una altitud de 6 metros sobre el nivel del mar (msnm). La ubicación geográfica es: Latitud: 09° 30' N y Longitud: 84° 13' O, según la Hoja Cartográfica "Quepos" (municipio de quepo, 2024).

Entre las zonas de mayor preponderancia turística y en donde se sitúan mayormente los hoteles y restaurantes, el Parque Nacional Manuel Antonio, con una superficie actual de 1.983 hectáreas continentales y 55,000 hectáreas marinas, reciben entre 800 y 1000 visitantes por día, incluyendo nacionales y extranjeros. Este parque es un destino turístico reconocido mundialmente por su belleza, desde este punto de vista, es uno de los iconos principales de Costa Rica. Más allá de su función para la conservación de la biodiversidad, la importancia turística es innegable siendo el primer destino de naturaleza del SINAC. Recibe el 30% de las visitas totales de No residentes a las ASP del SINAC y el 14% de las visitas totales de residentes. Tiene un peso importante en las estadísticas a nivel nacional tanto de turistas extranjeros como nacionales (SINAC, 2016, p. 7)

Según este informe de SINAC (2016) los actores claves vinculados con el turismo en la zona de influencia del PNMA, se destacan (p.8):

- Empresarios turísticos como tour operadores, hoteles, restaurantes, algunos que trabajan en línea con agencias de viajes ubicadas en San José para promover de esa forma la visita de turistas a la zona.
- Cámara de Comercio, Industria y Turismo de Quepos, conformada por empresarios y personas influyentes de la zona. Su misión, promover el desarrollo socioeconómico en armonía con el medio ambiente, tanto de sus agremiados como de la comunidad en general.
- Municipalidad de Quepos, ente regulador de todas las actividades económicas de la zona y administrador de los recursos para una buena distribución de la riqueza, en donde se antepone el bien común y velan por impulsar el desarrollo de sus comunidades mejorando caminos y carreteras para comodidad de los locales y sus visitantes.
- Cámara de Turismo Manuel Antonio, Quepos, Aguirre cuyo objetivo es consolidar el turismo en las Áreas Silvestres Protegidas ubicadas en el cantón de Quepos.

Se puede determinar que el Cantón de Quepos, al estar ubicado en la provincia de Puntarenas en Costa Rica, es reconocido por su atractivo turístico, que incluye como se detalla playas paradisíacas, parques naturales y una rica oferta cultural. En los últimos años esta región ha experimentado un gran desarrollo notable, de la industria hotelera, con alta creciente de la presencia de hoteles tipo boutique, en la zona. Sin embargo, aún siguen en proceso de recuperación por los impactos de la pandemia por COVID-19, planteando la necesidad de profundizar la mejora en la demanda.

De tantos sectores afectados por la pandemia, el sector hotelero fue uno de los más perjudicados, pues la clausura temporal de los servicios que ofrecía y a consecuencia el descenso de la ocupación hotelera conllevó a situaciones con fases y limitaciones de movilidad geográfica y contundentes restricciones sobre todo en el turismo (Benalal, et al, 2020, p.1)

La pandemia, de todas maneras, aceleró a la vez, la adopción de la modalidad online de reservas en diversos sectores, incluyendo el hotelero. Si bien este cambio ha sido positivo, hay espacio para optimizarlo y aprovechar al máximo sus beneficios. Según Mirai (2023), la pandemia

tuvo un efecto tsunami en los hoteles, desplazando muchas reservas de canales offline a online. Los clientes aprendieron que el canal directo no sólo es un gran lugar para obtener la información más precisa, sino también una buena opción para reservar. Eso hizo que en 2022 los hoteles experimentaran un importante impulso orgánico de reservas directas. Desde entonces, el canal directo va viento en popa y disfruta de un momento dulce sin precedentes.

Durante la pandemia, la mayoría de los hoteles pararon sus inversiones en marketing online, excepto en aquellas plataformas que ofrecían un verdadero modelo de comisión por estancia (CPA), siendo Google Hotel ADS, el único por aquel entonces, seguido por Trivago desde principios de 2022, con su modelo CPA neto (Mirai, 2023, p1)

No obstante, a pesar de la demanda y la competitividad del sector hotelero en Quepos, existe una carencia significativa de mejorar los sistemas de reservas en los hoteles tipo boutique. Estos sistemas son vitales para la gestión eficiente de la ocupación, la maximización de ingresos y la satisfacción del cliente. Por lo tanto, es esencial comprender los desafíos específicos que enfrentan los hoteles boutique en Quepos en relación con sus sistemas de reservas actuales. Ya que uno de los mayores problemas que enfrentan los hoteles tipo boutique en Quepos, son sus costos de distribución en línea atrás de plataformas (OTAs).

Las OTAs cobra al cliente final por la venta a través de su portal; la cantidad suele estar incluida como gasto de gestión o parte del precio final del producto vendido (Mangas, 2021). Estas plataformas de ventas digitales en el internet y generan altos costos para los hoteles haciendo que muchas veces pierdan ganancias económicas por pagarles a las plataformas.

Si bien es cierto, que las plataformas online les permiten a los hoteles, tener una mayor de audiencia y llegar a muchos más clientes. También es cierto que cobran un porcentaje por cada reserva o por la suscripción de los hoteles. Es esta la razón de que muchos hoteles han caído en cuenta de que la venta directa orientada de la misma forma que las OTAs, puede generar mejores ganancias y rentabilidad para sus hoteles. Sin embargo, muchos aun no tienen seguridad de si es conveniente o no invertir en ventas directas.

Las online travel agencies (OTAs), suelen cobrar comisiones altas a los hoteles en general por cada reserva que es realizada atrás de su plataforma. Los precios de las comisiones pueden

variar, pero suelen ser alrededor del 15%, 20% o más del precio de la habitación. Los altos costos de las comisiones son significativos especialmente para los hoteles tipo boutique que suelen ser más pequeños (Techno Hotel News, 2024, p2)

La falta de conocimientos de algunos hoteleros en el ámbito de distribución en línea con las Online Travel Agency, puede ser compleja a la hora de trabajar en conjuntos, ya que pueden tener algunas desventajas, por ejemplo:

- Contratos: Los contratos pueden ser complejos y tener cláusulas a favor de sí mismo, que puede afectar la rentabilidad de los hoteles tipo boutique.
- Negociación: Los hoteles tipo boutique puede verse en desventaja con el tema de la negociación, porque la mayoría suelen ser, hoteles boutique pequeños suelen ser independientes y esto les da la desventaja a no tener mucho poder de negociación.
- Falta de transparencia: Los cobros por tarifas y comisiones de Online Travel Agency, no siempre son claras, hacia los hoteleros.
- Necesidad dominante: La falta de conocimiento y estrategias muchas veces, obliga a los hoteles tipo boutique, ser excesivamente dependientes de las OTA, y están dispuestos a pagar lo que sea para lograr acaparar la mayor cantidad posible de clientes.

Tomando en cuenta lo anteriormente planteado, se propone como pregunta de investigación en relación con los siguientes objetivos general y específicos, lo siguiente:

¿Como ha sido el impacto que han tenido los hoteles tipo boutique del cantón de Quepos, con las nuevas tecnologías y estrategias de reserva en línea en la eficiencia operativa y la satisfacción del cliente durante el primer cuatrimestre de 2024?

1.2 Objetivos De La Investigación

- Analizar las mejoras implementadas en los sistemas de reservas de hoteles tipo boutique en el cantón de Quepos para el I primer cuatrimestre del 2024.

1.2.1 Objetivo general

1.2.2 Objetivos específicos

- Identificar los hoteles tipo boutique en el cantón de Quepos que presenten mayores problemas en su distribución digital.
- Determinar los tipos de sistemas de reservas utilizados en los hoteles tipo boutique en el cantón de Quepos.
- Proponer un sistema de reservas para los hoteles tipo boutique en el cantón de Quepos, basado en los sistemas actuales.

1.3 Justificación

La importancia de este proyecto recae en la identificación de los sistemas de reservas en los servicios hoteleros los cuales permiten a los viajeros minimizar el tiempo de búsqueda y facilitan la decisión de compra de los servicios de alojamiento. También es importante identificar qué se desconoce los establecimientos que en la actualidad cuentan con sistemas de reservas para poder recomendar acciones que permiten la mejora del sector hotelero del cantón de Quepos.

Este trabajo, tendrá un impacto positivo tanto a nivel local como nacional pues de esta forma el turismo contribuirá con un ingreso económico adicional para las personas vinculadas a la actividad turística. En cuanto a la importancia para la competitividad del sector hotelero. En un mercado turístico cada vez más competitivo, contar con un sistema de reservas eficiente y eficaz es fundamental para que los hoteles tipo boutique del cantón de Quepos puedan competir con éxito.

Un sistema de reservas online permite a los hoteles, para ampliar su alcance y llegar a un público más amplio a través de Internet. Aumentar la eficiencia y reducir el tiempo y los costes asociados a la gestión de reservas. Mejorar la experiencia del cliente, en función de ofrecer un proceso de reserva rápido, sencillo y seguro. También, obtener información valiosa: Recopilar datos sobre los clientes y sus preferencias para mejorar la oferta hotelera.

Respecto a la importancia para el desarrollo del turismo local, depende en gran medida de la capacidad de los hoteles para ofrecer una experiencia de calidad a los visitantes. Un sistema de reservas online eficiente puede contribuir en aumentar la ocupación hotelera, facilitando la reserva de habitaciones y atraer a más turistas. Diversificar la oferta turística, permitiendo a los hoteles ofrecer una gama más amplia de servicios y experiencias. En conjunto, generar empleo e ingresos: para impulsar la economía local y crear nuevas oportunidades de trabajo.

En cuanto a la relevancia, este estudio tiene un importante valor para la investigación en el ámbito del turismo y la gestión hotelera, ya que los resultados del estudio permitirán identificar las mejores prácticas en materia de sistemas de reservas, desarrollar un modelo de sistema de reservas óptimo para hoteles tipo boutique y Aportar conocimiento sobre el impacto del turismo en el cantón de Quepos.

La importancia de este proyecto entonces radica, en la necesidad de comprender y mejorar los sistemas de reservas en los servicios hoteleros del cantón. Estos sistemas son herramientas fundamentales para los viajeros, ya que les permiten minimizar el tiempo de búsqueda de alojamiento, comparar precios y servicios, y realizar reservas de manera rápida y segura. Para ello, se identificarán los diferentes tipos de sistemas de reservas utilizados por los hoteles, como sistemas de reservas online, sistemas de reservas telefónicas y sistemas de reservas a través de agencias de viajes.

En este sentido, es importante reconocer las funcionalidades que ofrecen los diferentes sistemas de reservas, como disponibilidad de habitaciones, tarifas, políticas de cancelación, servicios adicionales, etc. Y el nivel de satisfacción de los usuarios con los diferentes sistemas de reservas, tanto de los viajeros como del personal del hotel.

A partir del análisis realizado, se podrán identificar las principales fortalezas y debilidades de los sistemas de reservas utilizados por los hoteles del cantón. Permitiendo proponer acciones para mejorar los sistemas de reservas existentes, como lo sería la implementación de nuevos sistemas de reservas que se adapten mejor a las necesidades

Adicionalmente, la investigación permitirá, identificar los hoteles que no cuentan con sistemas de reservas, determinar las razones por las que estos hoteles no tienen sistemas de reservas, tomando en cuenta que la implementación de sistemas de reservas eficientes y amigables para el usuario puede tener un impacto positivo en el sector hotelero del cantón, ya que mejoraría la experiencia de los viajeros, aumentaría la eficiencia de la gestión hotelera, incrementaría las reservas y la ocupación de las habitaciones y generaría mayores ingresos para el sector hotelero.

La presente investigación se justifica por su potencial para contribuir a la mejora del sector hotelero del cantón a través de la identificación y mejora de los sistemas de reservas.

1.4 Antecedentes

En materia de hotelería y mejora en los sistemas de reservas, se han realizado una gran cantidad de trabajos académicos y científicos en distintas partes del mundo y también a nivel nacional. Tomando en cuenta que la globalización y el boom mundial de conectividad en distintas partes del globo, así lo permiten. En estos antecedentes, se destacarán los objetivos que se han propuesto alcanzar, que metodología se han abordado y que conclusiones se han logrado alcanzar. En función de esto, estas fuentes serán un apoyo teórico para la elaboración de todas las etapas de esta investigación.

En el caso de los trabajos internacionales, se seleccionan entonces aquellos que pueden ser insumo para el contenido de este trabajo. En su mayoría, se destacan aquellas elaboraciones provenientes de Perú, Colombia y España.

Para empezar, se aborda el trabajo de Cajiga et al, titulado "Los canales de distribución electrónica y el servicio de reservas en los hoteles de categoría 3 estrellas, en la ciudad del Cusco" (2021), en este se parte del siguiente interrogante, para desarrollar el problema general: ¿Cuál es el nivel de influencia de los canales de distribución electrónica en el servicio de reservas en los hoteles de categoría 3 estrellas, en la ciudad del Cusco - 2018? Para realizar este análisis, realizaron por medio del enfoque cualitativo, una encuesta a 37 hoteles.

A partir de lo indagado, se concluyó que existe una relación de dependencia entre las dos variables, indicando que el nivel de influencia de los canales de distribución electrónica es bajo. Además, se concluyó que los canales de distribución electrónica se manejaban deficientemente en los hoteles por el nivel de gestión, nivel de claridad de precios, nivel de calidad de imágenes.

Por otro lado, en el trabajo de investigación de Forero, Salgado y Villa (2020), titulado "Modelo de implementación de proyectos de Transformación Digital en Hoteles Boutique." se plantea que la transformación digital se ha convertido en un imperativo de competitividad para las empresas y que existe una brecha de conocimiento sobre la temática, principalmente en países latinoamericanos, como Colombia y más en sectores de la industria donde el uso de tecnologías de información tradicionalmente ha sido bajo.

En estos sectores, -aunque se reconocen las ventajas y necesidades de adoptar la transformación digital-, no resulta claro cómo y dónde se debe iniciar. Es por eso, que los autores buscaron aportar conocimiento a los tomadores de decisiones sobre cómo adoptar e iniciar dicha transformación, seleccionando y validando un modelo de implementación de proyectos de transformación digital, esta validación se realizó en un conjunto de hoteles boutique en la ciudad de Cartagena.

En España, la autora Parrí Royo (2017), en su trabajo titulado "La revolución digital en hoteles boutique. Impacto en la comunicación online", expone cómo la revolución digital en la Red ha transformado la estrategia de marketing y comunicación en el mercado hotelero, en este sentido, la autora analiza cómo se comportan los hoteles boutique en Madrid y Barcelona ante los retos de la era digital.

Para ello, comienza analizando la evolución del sector turístico y hotelero en la última década con la irrupción de las TIC, y posteriormente se centra en los hoteles boutique, surgidos en los años 80 como una apuesta por la diferenciación a través del diseño, el servicio y la calidad. Parrí Royo presta especial atención a las diferentes estrategias de comunicación digital aplicadas en el proceso de venta online hotelero.

Baldoceda Chávez (2017), toma el caso de una empresa hotelera Caribe ubicado en Huaral presenta, que presenta limitaciones en sus procesos de reserva y gestión hotelera, ocasionando deficiencias en el desempeño de actividades de calidad en atención al cliente, tal escenario demostraba la necesidad de una herramienta que brinde apoyo y soporte a estas actividades, mediante el uso de las tecnologías de la información, y que se empleó una herramienta que permitirá optimizar la gestión de reserva hotelera.

Entonces en su trabajo, se desarrolló una aplicación móvil para la gestión de reservas hotelera, modelado mediante el uso de la metodología Mobile-D para el desarrollo de software ágil para sistemas móviles, aplicación destinada para la mejora de las actividades de gestión, conteniendo todos los procesos de reserva fundamentales para optimizarla, desde su disponibilidad en navegadores de escritorio hasta su funcionalidad en un aplicativo móvil.

En dicha aplicación de Gestión de Reservas Hotelera, se realizaron análisis de estado actual de la empresa y controles de calidad que ayudaron a identificar si se habían cumplido con éxito las necesidades del hotel. Entre las varias conclusiones a las que se llegaron, se estableció que una medida de las mejoras obtenidas influyó satisfactoriamente en la captación de nuevos clientes, apoyado del proceso de reserva de habitaciones a través de dispositivos móviles

Finalmente, en cuanto a los trabajos realizados a nivel internacional, en el de Cedeño-Pando et al (2022), se muestra una aplicación móvil multiplataforma para mejorar el proceso de reserva en Elite Hotel de Trujillo, donde, además, se desarrolló un sistema web para administrar las transacciones de la aplicación móvil, framework Laravel regido por el Modelo Vista Controlador (MVC). Para la documentación de este software se hizo uso de los estándares de la metodología RUP AGIL, cuyas fases son: Inicio, Elaboración, Construcción y Transición.

El desarrollo de la aplicación móvil multiplataforma se hizo con el lenguaje Dart, regido por el patrón MVC y documentado bajo los estándares de la metodología Mobile-D, cuyas fases son: Exploración, Iniciación, Producción, Estabilización y Pruebas del software. Los resultados después de implementar esta aplicación móvil multiplataforma fueron: El aumento del número de reservas promedio de 25 a 46, el tiempo promedio de atención al cliente disminuyó de 11 a 4 minutos, además, aumento en 21 reservas el número de transacciones de pago electrónico.

Con respecto al ámbito nacional, fueron considerado aquellas elaboraciones realizadas en la localización de este trabajo de investigación, es decir Costa Rica.

García Cañada (2020), analiza la viabilidad de la apertura de un hotel boutique en Puntarenas, Costa Rica, debido a la creciente demanda y popularidad de los tratamientos naturales y la medicina ayurvédica. Tras un análisis exhaustivo del entorno y de los potenciales clientes, llega a la conclusión de que ese proyecto está ligado al éxito, a pesar de requerir una gran inversión inicial, pues Costa Rica actualmente es uno de los destinos más demandados en el sector turismo por sus parajes de gran atractivo (p. 4)

En la misma línea, Rica, Azofeifa Porras y Méndez Fernández (2020) propusieron un plan de mercadeo para el Hotel Ocotol en Guanacaste en su trabajo "Propuesta de un plan de mercadeo para el hotel ocotal en guanacaste". El plan se diseñó considerando las condiciones provocadas por

la pandemia de COVID-19, con el objetivo de plantear estrategias para la reactivación económica del hotel y alcanzar el porcentaje de ocupación deseado por los propietarios. Para ello, se llevaron a cabo cuatro investigaciones de mercado:

- Encuesta dirigida a clientes existentes según la base de correos de clientes hospedados en el último año;
- Encuesta enfocada en clientes potenciales utilizando un muestreo no probabilístico de poblaciones móviles;
- Encuesta complementaria por motivo del Covid-19 a allegados de las estudiantes y de los socios, para conocer los planes vacacionales a futuro de algunos costarricenses.
- Entrevista a profundidad a un experto en hotelería y subdirector de habitaciones del Hotel Santarena de Las Catalinas.

A partir de la información recolectada en las encuestas, se elaboraron gráficos y se analizaron cruces de preguntas relevantes para la investigación, tanto para clientes potenciales como para clientes existentes. Este análisis permitió identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del Hotel Ocotol, lo que a su vez definió la dirección del plan de mercadeo.

El objetivo principal del plan de mercadeo propuesto fue aumentar la ocupación del hotel a través de la diferenciación de su servicio con respecto a lo que se ofrecía en ese momento. En ese sentido, el primer factor para el éxito fue el apoyo de los socios del hotel para la ejecución del plan, así como la capacitación de los colaboradores para que sus acciones aportaran de forma positiva. A esto se sumó la necesidad de comunicar asertivamente los beneficios y servicios que se les ofrecía a los clientes. También se requirió financiamiento para ejecutar la inversión en el servicio, necesaria para mejorar la oferta y los servicios complementarios.

En su obra "Propuesta de un modelo de administración estratégica para el Hotel M & M en Playas del Coco, Guanacaste, Costa Rica", Escobar, Fonseca y Pérez (2016) señalan que el turismo ha experimentado un crecimiento continuo y una profunda diversificación

durante décadas, hasta convertirse en uno de los sectores económicos de mayor crecimiento en el mundo (p.2).

Agregan, que, en los últimos años, la industria del turismo ha experimentado un crecimiento exponencial en diversos países como Panamá, Nicaragua y México. Este auge ha captado la atención de los gobiernos, quienes han reconocido en el turismo un importante motor de desarrollo económico y generación de empleos.

Asimismo, (según anuario estadístico del ICT, cuadro #46 datos de donde está el turismo en CR) Costa Rica no es la excepción puesto que el turismo se ubica como una de las fuentes de ingresos entre los rubros de comercio exterior en años anteriores y se está proyectando para seguir siendo uno de los primeros en el futuro.

En el informe "Proyecto Fortalecimiento del Programa de Turismo en Áreas Silvestres Protegidas BID-TURISMO Contrato de Préstamo No. 1824/OC/CR", elaborado por el SINAC en 2016, se presenta un análisis exhaustivo de las características generales del turismo en las áreas silvestres protegidas de Costa Rica. Este estudio proporciona una base de datos fundamental para comprender el alcance del turismo y la oferta hotelera en el cantón de Quepos.

El informe destaca los siguientes aspectos:

- Caracterización del turismo en áreas silvestres protegidas: Se analiza la tipología de visitantes, las actividades turísticas más demandadas, la estacionalidad del turismo y la distribución espacial de la actividad turística en las áreas protegidas.
- Oferta hotelera en áreas silvestres protegidas: Se realiza un inventario de la oferta hotelera en las áreas protegidas, incluyendo la cantidad de hoteles, su capacidad de alojamiento, la categoría turística y los servicios que ofrecen.
- Análisis del impacto del turismo en las áreas silvestres protegidas: Se evalúan los impactos positivos y negativos del turismo en el ambiente, la economía y las comunidades locales.
- Recomendaciones para el desarrollo sostenible del turismo en áreas silvestres protegidas: Se proponen estrategias para fortalecer la gestión del turismo en las áreas

protegidas, minimizar los impactos negativos y maximizar los beneficios para las comunidades locales.

En el caso del cantón de Quepos, el informe destaca:

- Quepos es uno de los cantones con mayor actividad turística en Costa Rica, debido a la presencia del Parque Nacional Manuel Antonio.
- El turismo en Quepos se caracteriza por ser un turismo de naturaleza, aventura y sol y playa.
- La oferta hotelera en Quepos es amplia y diversa, con opciones para todos los presupuestos.
- El turismo en Quepos ha generado importantes beneficios económicos para el cantón, pero también ha presentado algunos desafíos ambientales y sociales.

1.5 Proyecciones

Esta sección busca abordar las proyecciones de los alcances, lo cual se desea lograr a través del establecimiento de metas, la exposición del problema y la argumentación de la relevancia de este documento científico.

En primer lugar, la proyección que se plantea es lograr los objetivos planteados, tanto el general, poder analizar las mejoras implementadas en los sistemas de reservas de hoteles tipo boutique en el cantón de Quepos para el I primer cuatrimestre del 2024.

En cuanto a los objetivos específicos, Identificar los hoteles tipo boutique en el cantón de Quepos que presenten mayores problemas en su distribución digital, determinar los tipos de sistemas de reservas utilizados en los hoteles tipo boutique en el cantón de Quepos, proponer un sistema de reservas para los hoteles tipo boutique en el cantón de Quepos, basado en los sistemas actuales.

Entre los resultados esperados, se apunta a lograr la Identificación de los hoteles con mayores problemas en su distribución digital, por un lado. La caracterización de los mejores sistemas de reservas utilizados en los hoteles y entonces, poder garantizar una propuesta de un sistema de reservas óptimo para los hoteles tipo boutique del cantón de Quepos.

Para esto último, se proyecta generar ciertos beneficios para los hoteles como:

- Mejorar la eficiencia y eficacia de la gestión de reservas.
- Aumentar las reservas directas.
- Mejorar la satisfacción de los clientes
- Fortalecer la competitividad del sector turístico.
- Aumentar la visibilidad en línea

Para la investigación:

- Aportar conocimiento sobre los sistemas de reservas en hoteles tipo boutique.
- Proponer un modelo de sistema de reserva para el cantón de Quepos.

En cuanto a las limitaciones proyectadas, se puede presentar la cuestión temporal, en tanto no sería posible extender el plazo, por la pauta trimestral acordada. En otro orden, la necesidad de realizar el cuestionario de manera online, dependiendo de la posibilidad del entrevistado o encuestado. A la vez, que la cantidad de abordados, para el análisis de resultados no provea la información suficiente para un alcance mayor.

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

En el presente trabajo de investigación se presentaran el marco histórico, el marco conceptual y el marco referencial, con conceptos que faciliten una base clara del contexto, para mayor comprensión del lector.

2.1 Marco histórico

Cuando se habla del hospedaje hotelero, se refiere a un sector que se remonta a la antigüedad, y que ha ido desarrollándose a lo largo de la historia hasta convertirse en una industria vital para la economía.

La tendencia del ser humano a viajar ha existido desde los inicios de la historia. Nebreda (2019) explica que esto ya ocurría con los comerciantes que viajaban para vender e intercambiar productos, hasta llegar a los primeros ciudadanos que comenzaron a hacerlo por placer. No importa cuál fuese la situación, todos ellos necesitaban un lugar donde pasar la noche: un alojamiento.

Hasta el siglo XVIII no se empezó a combinar el hospedaje con el servicio de comida, dando nacimiento a las tabernas, pero sin que se prestara aún especial atención a la limpieza del establecimiento. Generalmente se compartían los dormitorios con otros viajeros y esta situación llevó a la construcción de establecimientos más lujosos para los desplazamientos de los aristócratas, que preferían dormitorios privados con saneamiento y limpieza adecuada (Nebreda, 2019, p1)

Esto los llevó a hospedarse durante sus viajes en castillos repartidos por toda Europa, por cuya estancia, además de la condición indispensable de ser aristócratas, debían pagar un precio que no estaba al alcance del resto de la población. Ellos fueron quienes empezaron a acuñar el nombre de 'hotel', aunque como vemos, no es el concepto de hotel que tenemos hoy en día. “Antiguamente, los hoteles estaban asociados a uso exclusivo de personas de alto poder adquisitivo, inaccesible al ciudadano común” (Filippa, 2017, p.1).

Siguiendo el artículo de Filippa (2017), en la época del Renacimiento aparecen los primeros hoteles modernos de Europa. Llegados al siglo XVIII, los hoteles se transformaron y llegaron a ser algo común para aquellos que viajaban por Europa y Norteamérica; además, es importante mencionar que el concepto de hotel como lo conocemos hoy en día nació durante la

época colonial en Estados Unidos. Ejemplo de ello es el primer hotel de Nueva York, el City Hotel, que abrió sus puertas en 1794.

Es importante destacar que, a principios del siglo XIX surge un nuevo segmento de viajero: el hombre de negocios que se desplaza sin intención de gastar lo que piden los hoteles de primera clase y tampoco dispuestos a meterse en una posada antihigiénica y antigua compartiendo dormitorio y baño con otros viajeros. Esta nueva demanda de una clientela creciente, la del hombre de negocios, trajo consigo la inauguración a principios del siglo XX del hotel Búfalo de Nueva York, con conceptos muy revolucionarios para la época como el concepto de diseño y el mantenimiento, que se consideran hoy día el fundamento de establecimientos posteriores e incluso de resorts de lujo (Filippa, 2017, p2).

Flippa (2017) agrega que, en la década de 1970, el mercado se saturó y la ocupación descendió del 70% al 50% debido al elevado número de hoteles que se habían construido, por lo que de nuevo, los establecimientos se 'reinventaron', abriendo el camino a los hoteles de diseño e inspiración vanguardista.

En 1990 la tendencia apuntaba a los servicios integrados, con un servicio completo y la competencia por los clientes empezó a ser más feroz que nunca, tanto en USA como en Europa, extendiéndose también a otros continentes como Asia, donde la industria hotelera tiene algunos de los mejores establecimientos del mundo hoy día (Flippa, 2017, p2).

Entonces, tomando en cuenta esta información se puede sostener que hoy en día, las nuevas tecnologías favorecen las reservas, la captación de mejores ofertas de transporte y alojamiento, el acceso a la información de la oferta, las críticas de otros clientes e impulsan de nuevo una industria que desde los inicios más humildes, se ha desarrollado de forma imparable hasta llegar a ser una industria compleja que genera un alto porcentaje del PIB .

Con respecto al hotel Boutique, de acuerdo con Rogerson (2010), el surgimiento de estos hoteles está asociado a una innovación del concepto clásico de hotelería, que estuvo durante décadas caracterizado por la estandarización sistemática. La nueva tendencia detonó a principios de los 1980's con la apertura de tres hoteles boutique íconos mundialmente "The Blakes Hotel" en Londres, el "Bedford" en San Francisco y el "Morgans Hotel" en Nueva York. Éste último,

propiedad de Ian Schrager, considerado uno de los pioneros y creadores del concepto de hotel boutique.

2.1.1 Cantón de Quepos

La historia de este cantón se remonta desde la época colonial, con el desarrollo de los pueblos originarios en la zona, de los cuales se tuvo referencia historiográfica con la llegada y descubrimiento de los conquistadores. Una vez sucedido el proceso de colonización se fomenta la agricultura o producto de producción en mayores cantidades, por lo que esta zona se ve influenciada por empresas macro que inicialmente cultiva el producto del banano, según como se cita en Municipalidad de Quepos (2020):

Este territorio vuelve a ser considerado cuando por el auge de la cosecha y comercio del banano se considera esta zona como territorio óptimo para este cultivo; esto considerando que las plantaciones de banano de la zona atlántica de nuestro país estaban siendo atacadas por la “enfermedad de Panamá”, la empresa bananera debía buscar nuevos territorios para el cultivo del banano y así subsanar la demanda que se tenía de este producto. Es así como “Agathon Lutz Stiequelle, fundó la Pirrís Farm Trading Company (Compañía Agrícola y Comercial Pirrís) en 1923, con la cual inició labores de colonización en el Valle de Parrita. (párr. 2)

Posteriormente, esta comunidad retoma su construcción organizativa como pueblo y una vez con rasgos identitarios, se realizan los debidos procesos para ser nombrado como el distrito diez del cantón de Puntarenas, según el documento titulado “Datos Geográficos del Cantón de Quepos”: Para la administración del Señor Rafael Ángel Caderón Guardia, el 21 de abril de 1941 queda en decreto que Quepos se eleva a la categoría de distrito número diez del cantón de Puntarenas. En el gobierno de la junta fundadora de la segunda República el 30 de octubre de 1948 se le otorga el título de Villa a la población de Quepos cabecera del cantón creado en esta oportunidad y en el año 1963 en el gobierno de Don Francisco Orlich Bolmirich la ley número 3201 pasa a categoría de ciudad. (2016, p. 6)

Es importante mencionar un acontecimiento importante en la historia de este cantón que consiste en el cambio del nombre de este lugar que inicialmente se denominaba cantón de Aguirre y posteriormente fue nombrado Cantón Quepos.

Actualmente, según el Ministerio de Educación Pública (2021), en la Nómina de Centros Educativos 2020 se indica que el cantón cuenta con cuarenta y una escuelas de carácter diurno, once colegios diurnos y nocturnos y un colegio virtual (Colegio Nacional Virtual Marco Tulio Salazar). También, cuenta con siete EBAIS que cubren un promedio de cuatro mil setecientos veinticuatro habitantes por cada uno, el Hospital Max Terán Valls, servicio de medicina privada con el Hospital Metropolitano y varias clínicas como Quepos Medical Center, Línea Vital, entre otras.

Quepos posee tres distritos de los cuales el turismo se centra en Manuel Antonio, por lo que se ha tratado de expandir la idea a los otros cantones para que aprovechen sus riquezas naturales y geográficas, principalmente el área de montaña, para la atracción de turismo nacional e internacional, fomentando además los deportes extremos como kayak, rafting, canopy, entre otros (Piedras Sánchez, 2023, p. 54).

2.1.2 Mapa del Cantón de Quepos

Ilustración 1

Mapa del Cantón de Quepos



Fuente: Municipalidad de Quepos (2024)

Las coordenadas geográficas medias del cantón de Quepos están dadas por 09°25'00" latitud norte y 84°10'00" longitud oeste. Tiene un área territorial de 543.77 km², divididos en 3 distritos: Quepos, Naranjito y Savegre. Sus límites geográficos son:

- Norte: línea divisoria entre las provincias de San José y Puntarenas, (cantones Puriscal, Tarrazú y Pérez Zeledón);
- Sur: Océano Pacífico.
- Este: río Barú en parte y carretera de Dominical a San Isidro del General hasta Kilómetro 23.
- Oeste: río Tusubres, hasta encontrar la línea divisoria entre las Provincias de San José y Puntarenas.

La pobreza es una problemática constante y en crecimiento es por esto por lo que el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD, 2022) menciona que el cantón de Quepos presenta índices de pobreza multidimensional de ocho mil novecientas quince personas afectadas. Aunado a lo anterior, el factor del desempleo se presenta con mayor frecuencia en los cantones que tienen carácter rural y que se encuentran descentralizados a la provincia que corresponde, por lo que el cantón de Quepos presenta esta problemática, según el INEC (2017) con base en el censo realizado en el año 2011 el desempleo oficial o la tasa de desempleo abierto en el cantón de Quepos es de 4.3% de la población.

Asimismo, el narcotráfico es frecuente en el cantón de Quepos por lo que según la Unidad de Información y Estadística Nacional sobre Drogas (2019) lo considera como uno de los 28 cantones con más eventos de incautación de drogas en el periodo del 2010 al 2018 y considera que las tres principales drogas incautadas son la cocaína, el crack y la marihuana.

2.1.3 Municipalidad de Quepos

La Municipalidad de Quepos es el ente que vela por el bienestar de la población planteando y ejecutando proyectos para disminuir las problemáticas que se presentan en el cantón, entre otras actividades, la Municipalidad de Quepos (2020) indica que “es un centro de servicios para sus usuarios y estamos todas y todos dedicados a brindarles una buena atención.” (párr. 1).

La Municipalidad de Quepos brinda servicios básicos como la disponibilidad del Cementerio Municipal, el Mercado Municipal, Aseo y Vías, la Recolección de Desechos Sólidos, también tiene compromiso con el ambiente por lo que desde la oficina de Desarrollo Ambiental se gestiona: la educación ambiental, el proyecto de Bandera Azul, la gestión integral de residuos, el reciclaje, las campañas de recolección, las rutas y zonas de recolección municipal de residuos sólidos ordinarios, los bloques de recolección de residuos valorizables (Piedras Sánchez, 2023, p. 57).

Esta Municipalidad brinda servicios de acuerdo con la población que la conforma, por esto tiene específicamente una oficina de Gestión Turística donde se brinda servicio al cliente, atención y trámite de actividades culturales, turísticas y educativas e impulsa y vela por el bienestar turístico. Otra característica de acuerdo con la población es que apoya tanto a los emprendedores como a los empresarios y pone a disposición el Catálogo Mapa de Emprendedores y Empresarios de Quepos donde se describe la ubicación exacta de cada uno de los negocios, además organiza diversas ferias para promover el comercio local y emprendedor (Piedras Sanchez, 2023, p.57).

2.2 Marco conceptual

2.2.1 Hospedaje y alojamiento

El alojamiento se refiere al servicio ofrecido por establecimientos como hoteles, hostales, y similares, que proporcionan un lugar temporal para descansar y pasar la noche fuera del hogar habitual. Este servicio es fundamental en la industria hotelera, ya que constituye la principal fuente de ingresos y es el eje central alrededor del cual se construyen otros servicios adicionales, como el entretenimiento, la gastronomía y el turismo local. El concepto de alojamiento también abarca la calidad de la experiencia que se brinda al huésped, influenciada por factores como la comodidad, la seguridad, y la atención al cliente (Tórrez-Flores, et al, 2020).

En la misma línea, Riveros et al, (2021), plantean que el alojamiento es comúnmente visto como una conjunto de instituciones que se dedican a diversas actividades de hospitalidad, como el suministro de productos y/o servicios.

A continuación, se presentan características del sector hotelero y de los hoteles tipo boutique, así como la importancia de estos últimos. También los distintos tipos de sistemas de

reserva, sus funciones y características, y la diversa oferta hotelera del tipo boutique, en el Cantón de Quepos.

2.2.2 El sector hotelero y los hoteles tipo boutique

El término "sector hotelero" se refiere al conjunto de empresas, establecimientos y servicios que proporcionan alojamiento y otros servicios auxiliares a los turistas. Desempeña un papel crucial en la industria turística al ofrecer a los viajeros un lugar seguro donde alojarse mientras visitan el destino escogido. Además, según la web Finanzas (2018), "la industria hotelera contribuye significativamente a la economía mundial creando puestos de trabajo y fomentando el crecimiento de otras industrias relacionadas con el turismo" (párr. 5)

Según la Organización Mundial del Turismo (2017), alrededor del 30% de todos los puestos de trabajo creados en la industria turística son generados por la industria hotelera, y según un informe de 2018, la OMT afirma que cada puesto de trabajo directo creado en la hostelería genera alrededor de 1,5 empleos indirectos en otras industrias; estos son datos relevantes a tener en cuenta (párr. 4)

2.2.3 Hoteles tipo boutique

Los hoteles boutique suelen tener un tamaño más reducido y se caracterizan por una atención muy personal, además normalmente cuentan con un diseño original y exclusivo. La Boella (2016) añade que este concepto surgió en los años ochenta en Europa, y que estos hoteles han ido consolidándose como una opción muy popular entre los turistas de todo el mundo, ya que cada vez es más frecuente que estos busquen experiencias diferentes y que se salgan de la rutina habitual. Los hoteles boutique ofrecen una estadía única, y se alejan de los patrones más estándar de las grandes cadenas hoteleras.

En cuanto a su ubicación, esta también destaca por ser especial, generalmente se encuentran en construcciones históricas o zonas privilegiadas en ciudades. Así mismo, los huéspedes de este tipo de establecimientos, busca una experiencia de alojamiento distinta a la que ofrecen usualmente las grandes cadenas hoteleras. Una exclusividad que no solo se mida por el servicio ofrecido, sino también por el ambiente que emane de sus instalaciones, además del entorno donde se ubique el hotel: la historia de la zona, de la edificación, el respeto por preservar esta historia, la armonía con

su entorno, la exquisitez en su decoración, el mimo en sus detalles, una atención que haga sentir al cliente parte de la familia del lugar (Pascuali, 2022, p. 5).

2.2.4 Importancia de los hoteles tipo boutique en el sector turístico

Los hoteles boutique representan una innovación de la industria hotelera, con gran potencial como impulsores del turismo a nivel global.

El uso de medios digitales como herramienta de marketing, considerando que el internet ha venido a redefinir la industria del turismo, acercando un gran volumen de información sobre la oferta de hoteles hacia sus clientes potenciales, facilitando la contratación de estos servicios, y permitiendo la evaluación previa de experiencias de consumo expresadas por otros usuarios, gracias a plataformas como TripAdvisor, que han ganado una especial importancia por su confiabilidad como sistemas de recomendación en el sector turístico (Cañero et al., 2015, p.17).

En esta misma tónica, según ihcshotelconsulting (2024), debido a la popularidad de los hoteles boutique en México, su impacto económico en el país ha sido considerable. En algunos establecimientos de tamaño pequeño, la ocupación ha llegado a superar el 96%. Esto en adición a que el rendimiento promedio de este tipo de hoteles ha tenido también un aumento considerable en los últimos años.

2.2.5 Sistema de reserva hotelera

Al respecto, internet ha transformado la forma de promocionar, vender y distribuir el producto hotelero y esta herramienta les permite escuchar a sus usuarios e interactuar con ellos, puesto que los comentarios de estos huéspedes vertidos en la red condicionarán la intención de compra de otros usuarios (Parra y cols., 2017). En relación a lo anterior, es que Fernández y cols. (2016), señalan que “hay que tener en cuenta la accesibilidad, usabilidad, interactividad, segmentación de públicos, contenidos hipermedia, acceso a redes sociales, actualidad de la información, factor idiomático e identificación del emisor, entre otros elementos”.

Strauss y Frost (2016) expresan que el e-marketing es más grande que la Web y que se trabaja la personalización, conectando una base de datos a un sitio Web, lo que permite ofertas

individualmente dirigidas. Cuantos más consumidores y empresas compren, mejores serán los datos y más efectivo será el marketing.

2.2.6 Funciones y características de un sistema de reserva

Un portal de reservas se caracteriza por tres actores principales: el usuario, la aplicación web y la propiedad.

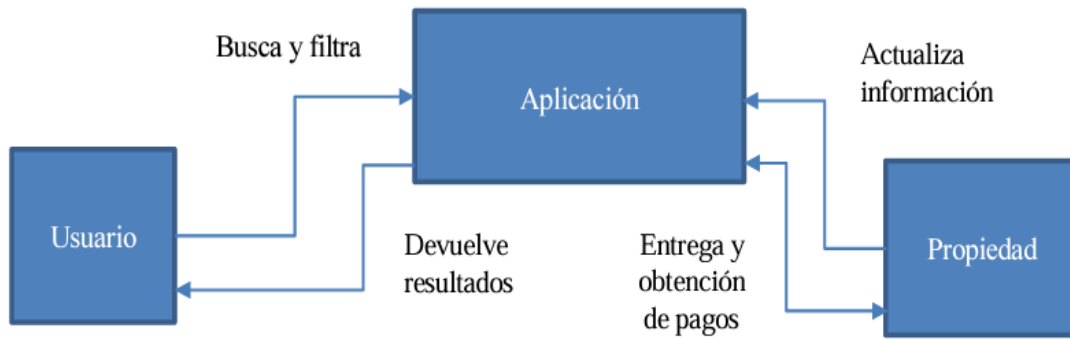
La aplicación web, o cualquier plataforma que permita la interacción entre el usuario y la propiedad, es el medio que emplea la empresa intermediaria para ofertar las habitaciones y camas de la propiedad al usuario. La propiedad es dada de alta en la plataforma e introduce toda la información necesaria. La plataforma almacena esta información de forma persistente, por ejemplo, en una base de datos. Los precios y la disponibilidad son gestionados por la propiedad, quien indica un precio, del cual va a recibir el porcentaje acordado en el contrato de registro (Benítez, 2019, p. 21)

Siguiendo a Benítez (2019), el usuario accede a la aplicación desde la herramienta correspondiente; por un navegador en el caso de una aplicación web, o descargando una aplicación móvil desde el catálogo del dispositivo. A través de esta aplicación, el usuario puede realizar búsquedas indicando detalles como el lugar de destino, la fecha de llegada y de salida o el número de huéspedes; además, se pueden aplicar filtros sobre los servicios.

Una vez el usuario realice la reserva, este puede haber pagado una parte del precio en el momento de la reserva. Dicha parte pertenece al portal, es la comisión que cobra por el servicio ofrecido; el resto puede pagarse también en ese momento y lo recibe la propiedad, o ser pagado en el momento de llegada al alojamiento.

Ilustración 2

Estructura de sistema de reserva



Fuente: Benítez (2019)

2.2.8 Tipos de sistemas de reservas:

- Sistemas propios (desarrollados a medida).
- Sistemas SaaS (Software as a Service).

2.2.9 Hoteles boutique en el Cantón de Quepos

La oferta hotelera en Quepos ha experimentado un crecimiento significativo, diversificándose para satisfacer las necesidades de un público cada vez más exigente. Entre las opciones disponibles, los hoteles boutique han ganado relevancia por su enfoque personalizado, su atención al detalle y su compromiso con la sostenibilidad.

2.2.10 Tabla de matriz Hoteles boutique en el Cantón de Quepos

Tabla 1

Hoteles boutique en el Cantón de Quepos

Hotel	Sistema de Reservas	Número de Habitaciones	Precio por Noche	Observaciones
-------	---------------------	------------------------	------------------	---------------

Hotel Plaza Yara	Guest Centric	14	\$120	Página web desactualizada, pero el proceso de reserva es sencillo y eficiente.
Boutique Hotel Las Cascadas	Simple Booking	13	\$150	Ubicado fuera del centro, excelente servicio para familias, permite pagos en línea, proceso de reserva eficiente.
Gaia Hotel & Reserve	Orbe Booking	22	\$250	Hotel de lujo con vistas al mar, sistema de reservas sin conversiones de moneda.
Mango Moon Hotel	Simple Booking	10	\$130	Hotel sencillo con ubicación estratégica, página web no muy actualizada, pero reserva fácil y conveniente.
Hotel Villas Lirio	Simple Booking	33	\$100	Parte de la cadena Casa Roland, opciones de reserva en varias plataformas, tarifas variadas.
Teva Hotel & Jungle Reserve	Cloudbeds	5	\$50	Estilo hostel con toques boutique, buen sistema de reservas aunque confuso para múltiples habitaciones.
Villas Mymosa	Orbe Booking	10	\$100	Ideal para familias, página web confusa y no indexada en Google, dificultando la búsqueda en línea.
Sí Como No Resort	Simple Booking	54	\$220	Hotel familiar en el corazón de Manuel Antonio, sistema de reservas destacado y página web eficiente.
Villa Roca	Simple Booking	10	\$140	Exclusivo para adultos, vistas espectaculares, página web actualizada y proceso de reserva claro.
Hotel La Mariposa	Travelclick	70	\$170	Gran resort con vista al océano, sistema de reservas mejorable en accesibilidad y dinamismo.
Parador Resort	Simple Booking	138	\$250	Hotel más grande y prestigioso de Quepos, página web y sistema de reservas muy actualizados.

Shana By The Beach	Simple Booking	74	\$120	Hotel elegante cerca de la playa, página web moderna, proceso de reserva fácil y sencillo.
Issimo Suites Hotel Bout	Orbe Booking	13	\$285	Hotel elegante y exclusivo, lujosas suites, página web y sistema de reservas muy buenos.
Makanda By The Sea	Room Cloud	33	\$650	Hotel lujoso exclusivo para adultos, sistema de reservas básico y con diseño antiguo.
Hotel Vos	eZee Absolute	8	\$120	Hotel boutique sencillo, buenas vistas, sistema de reservas desarrollado en India.
Jungle Vista Boutique Hotel	Orbe Booking	22	\$160	Cerca de la playa, buenas instalaciones, página web desactualizada, sistema de reservas fácil.
Ecotica Boutique Hotel	Cloudbeds	17	\$120	Ubicado en la naturaleza, página web con precios más altos que en plataformas OTA.
The Falls Resort	Cloudbeds	24	\$120	Hotel familiar tranquilo, página web atractiva pero solo en inglés.
Los Altos Resort	TravelClick	27	\$450	Hotel lujoso con suites equipadas, buena ubicación, sistema de reservas moderno y fácil de usar.
Tulemar Resort	WebRez	38	\$400	Excelente ubicación con playa privada, villas de lujo, sistema de reservas poco amigable.
Costa Verde	Beds24	70	\$140	Rodeado de vegetación, cerca de la playa y comercios, usan sistema de reservas Beds24.
Villas de la Selva	Cloudbeds	8	\$115	Hotel con buena vista, fotos básicas en la página web.

Karahe	Simple Booking	41	\$120	Hotel frente a la playa, estilo tropical, página web desactualizada pero reserva fácil.
Iglo Beach Lodge	Orbe Booking	24	\$150	Hotel con temática de iglú, buena ubicación cerca de la playa, página web con buenas fotos.
Jungle Beach Hotel	Simple Booking	12	\$120	Hotel boutique familiar, buena ubicación, página web con buenas fotos y fácil de reservar.
Hotel Verdemar	Orbe Booking	20	\$75	Hotel sencillo, buena ubicación cerca de la playa y comercios, página web antigua y desactualizada.
Hotel Villa Bosque Boutique	Simple Booking	20	\$125	Hotel encantador con buena ubicación, habitaciones con terrazas, página web con buenas fotos, fácil de reservar.
Hotel Playa Espadilla	Simple Booking	16	\$160	Hotel moderno, rodeado de vegetación, frente a la playa, página web moderna con buenas fotos y explicaciones claras.
El Faro Beach Hotel	Cloudbeds	50	\$120	Hotel frente a la playa, hecho de contenedores, buena vista, página web no actualizada y confusa.
San Bada	Simple Booking	67	\$160	Hotel en la entrada al parque nacional, página web actualizada y con información clara.
Arenas del Mar	TravelClick	37	\$600	Hotel boutique de lujo con acceso directo a la playa, página web moderna.

Fuentes: Guest Centric (2024), Simple Booking (2024), Orbe Booking (2024), Cloudbeds (2024), eZee Absolute (2024), Travelclick (2024), Room Cloud (2024), WebRez (2024) y Beds24 (2024)

2.2.11 Tabla de matriz Hoteles y sistemas de reservas

Tabla 2

Hoteles y sistemas de reservas que usan en Quepos

Sistema de reserva	Numero de hoteles que usan
Simple Booking	12 hoteles
Orbe Booking	6 hoteles
Cloudbeds	5 hoteles
Travelclick	3 hoteles
Guest Centric	1 hotel
Beds24	1 hotel
eZee Absolute	1 hotel
Room Cloud	1 hotel

Fuentes: Guest Centric (2024), Simple Booking (2024), Orbe Booking (2024), Cloudbeds (2024), eZee Absolute (2024), Travelclick (2024), Room Cloud (2024), WebRez (2024) y Beds24 (2024)

2.2.12 Tabla de matriz descripción y característica de sistemas de reserva

Tabla 3

Descripción y característica de los principales sistemas de reserva más usados en Quepos

Sistema de reserva	Descripción y características
Simple Booking	Chanel Manager, y motor de reserva última generación, innovador de alta gama y la primera opción para los hoteleros que desean incrementar sus ventas a través de reservas directas. Simple Booking de origen de Italia, fue fundada en el año, 2001. Con sede principal, ubicada en Firenze, actualmente existen más de 4000 propiedades que han elegido Simple Booking.
Principales Características	Motor de reserva innovador de alta gama y la primera opción para los hoteleros que desean incrementar sus ventas a través de reservas directas. <ul style="list-style-type: none">○ Amigable con dispositivos móviles○ Se adapta a la medida del hotel sin complicaciones○ Uso fácil y sencillo

	<ul style="list-style-type: none"> ○ Aumenta las reservas y volumen de ventas en todos los canales. ○ Maximiza la visibilidad. ○ Permite que los clientes compren al mejor precio que decide el hotelero. ○ Evita overbooking, sincronizando el inventario de habitaciones en todos los canales.
<p>Orbe Booking</p> <p>Principales Características</p>	<p>Empresa costarricense con más de 20 años de experiencia en el mercado, sus oficinas centrales están ubicadas en San José. Orbe Booking cuenta un motor de reserva y Channel manager.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Aumenta la visibilidad y rentabilidad con un interfaz fácil de usar. ○ Tarifas dinámicas. Procesador de pago, que incluye, PayPal, Tilopay, Stripe, y los bancos principales del país. ○ Es fácil y sencillo para usar, tanto para los usuarios como para clientes. ○ Experiencia amigable con dispositivos móviles.
<p>Cloudbeds</p> <p>Principales Características</p>	<p>Es un sistema de gestión de propiedades hotelera, con motor de reserva integrado, se enfoca en hoteles y grupos hotelero. Fue fundada en el año 2012, enfocado en brindar solución a todo lo que el hotel necesite. Sus oficinas principales están ubicas en San Diego, California.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Evita overbooking, sincronizando el inventario de habitaciones en todos los canales. ○ Check-in y check-out, rápido y sencillo ○ Todo en uno, como Channel mánager, motor de reservas, revenue mánager, entre otros. ○ Actualizaciones y mejoras continuas ○ Procesador de reserva.

<p>Travelclick</p> <p>Principales Características</p>	<p>Motor de reserva y channel manager, con 35 años en el mercado, con alrededor de 38 mil hoteles en vivo.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Reportes de inteligencia. ○ Diseño de WebSite. ○ Guest Management para optimización de bases de datos y programas de fidelidad. ○ Distribución electrónica con gestión de canales (GDS, OTAs, Metabuscadores & Motor de Reservas). ○ Publicidad online.
<p>Guest Centric</p> <p>Principales Características</p>	<p>Empresa de Norteamérica fundada en el año 2006. Provedora de Software para hoteles con diferentes funcionalidades, basado en la nube.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Aumento de reservas directas. ○ Disponibilidad de tarifas en tiempo real. ○ Buena experiencia para los huéspedes. ○ Cancelación y modificación de reservas. ○ Compatibilidad con diferentes idiomas y divisas.
<p>Beds24</p> <p>Principales Características</p>	<p>Empresa fundada en Berlín por Mark Kinchin en el año 2005. Beds24 es un motor de reserva accesible para hoteles, presente en más de 150 países.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Channel Manager con funciones avanzadas. ○ Canales de distribución conectado con (OTA). ○ Procesador de pagos. ○ Paneles personalizados ○ Conecta aplicaciones y servicios. ○ Reservas directas sin comisiones.
<p>eZee Absolute</p> <p>Principales</p>	<p>Sistema de gestión hotelera todo en uno basado en la nube, que optimiza el AZ de las operaciones de hoteles. Fue desarrollado en la India en el año, 2005, con sede en Surat.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Cuentas y finanzas. ○ Marketing y comercio electrónico.

Características	<ul style="list-style-type: none"> ○ Administración y configuración. ○ Gestión de clientes.
Room Cloud	Channel Manager recomendado para propiedades pequeñas. Fue desarrollado en el año 2013, en Italia, cuenta con sede en, Corsico.
Principales Características	<ul style="list-style-type: none"> ○ Gestor de tarifas. ○ Asignación de habitaciones. ○ Automatización y sincronización. ○ Administración y configuración. ○ Analices e informes.

Fuentes: Guest Centric (2024), Simple Booking (2024), Orbe Booking (2024), Cloudbeds (2024), eZee Absolute (2024), Travelclick (2024), Room Cloud (2024), WebRez (2024) y Beds24 (2024)

2.3 Marco referencial

2.3.1 Teoría de Sistemas

La teoría de sistemas propone que un sistema es un conjunto de elementos interconectados que interactúan entre sí para lograr un objetivo común. En el contexto de los sistemas de reservas para hoteles, la teoría de sistemas se utiliza para analizar cómo los diferentes componentes del sistema (por ejemplo, el software de reservas, el motor de reservas, el sistema de gestión de propiedades) interactúan entre sí para facilitar el proceso de reserva.

En las definiciones más corrientes se identifican los sistemas como conjuntos de elementos que guardan estrechas relaciones entre sí, que mantienen al sistema directo o indirectamente unido de modo más o menos estable y cuyo comportamiento global persigue, normalmente, algún tipo de objetivo (teleología). Esas definiciones que nos concentran fuertemente en procesos sistémicos internos deben, necesariamente, ser complementadas con una concepción de sistemas abiertos, en donde queda establecida como condición para la continuidad sistémica el establecimiento de un flujo de relaciones con el ambiente (Arnol y Osorio, 1998, p.2).

La teoría de sistemas puede ser utilizada para:

- Diseñar sistemas de reservas más eficientes y efectivos.
- Identificar y solucionar problemas en los sistemas de reservas.
- Mejorar la comunicación y la colaboración entre los diferentes departamentos del hotel.

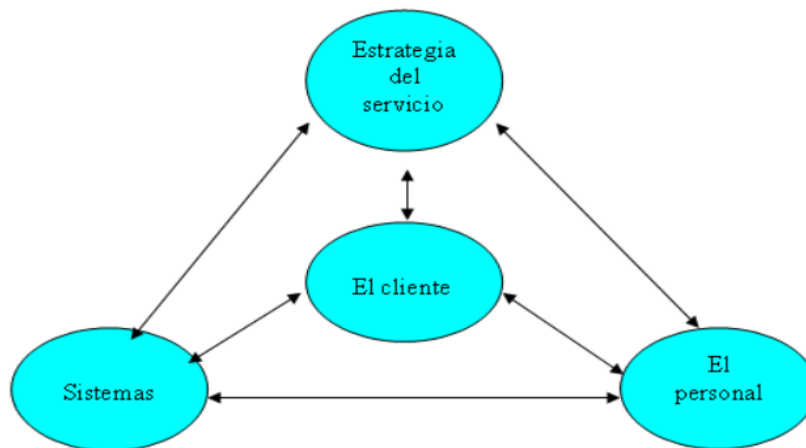
2.3.2 Teoría de la Atención al Cliente

La teoría de la atención al cliente se centra en los principios y prácticas para proporcionar un servicio al cliente de alta calidad. En el contexto de los sistemas de reservas para hoteles, la teoría de la atención al cliente se utiliza para diseñar sistemas que sean fáciles de usar, que proporcionen información precisa y actualizada, y que ofrezcan un servicio de atención al cliente rápido y eficiente.

Se puede definir el proceso de gestión de la atención al cliente como un conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado, encaminadas a satisfacer las necesidades de los clientes e identificar sus expectativas actuales, que con una alta probabilidad serán sus necesidades futuras, a fin de poder satisfacerlas llegado el momento oportuno (Martínez Muñoz, 2007)

Ilustración 3

Estrategia del servicio al cliente



Fuente: Martínez Muñoz (2007)

La teoría de la atención al cliente puede ser utilizada para:

- Mejorar la satisfacción del cliente.
- Aumentar la fidelización del cliente.
- Reducir las quejas de los clientes.

2.3.4 Teoría de la Comercialización

La teoría de la comercialización se centra en los principios y prácticas para promover y vender productos y servicios. En el contexto de los sistemas de reservas para hoteles, la teoría de la comercialización se utiliza para diseñar sistemas que atraigan a los clientes potenciales, que les informen sobre las diferentes opciones de alojamiento disponibles y que les faciliten la reserva de una habitación. También es conocido como marketing.

En este sentido Lambin (1987) establece un nexo de unión con el pasado cuando señala que “el marketing no es más que la expresión social y la transposición operacional de los principios enunciados por los economistas clásicos a finales del siglo XVIII, que son la base de la economía de mercado”. Fullerton (1988a,b) por su parte señala que el marketing es un fenómeno histórico ligado al desarrollo del capitalismo occidental, pues creció, se desarrolla y morirá con él. Es pues la manifestación concreta de los ideales del capitalismo.

Bagozzi (1982), considera que el marketing, como cualquier disciplina, no puede ser tan solo un conjunto de técnicas. El marketing es la respuesta a dos preguntas muy concretas: ¿por qué las personas y las organizaciones se comprometen en relaciones de intercambio?, y ¿cómo son creados, resueltos o evitados los intercambios?

CAPÍTULO III MARCO METODOLÓGICO

3.1 Enfoque de la investigación

Con el propósito de alcanzar los objetivos propuestos en la presente tesina se ha optado por un enfoque de tipo cualitativo. La elección de este enfoque se sustenta en que se considera el adecuado para el abordaje de las representaciones sociales y su indagación en los sistemas de reservas de hoteles tipo boutique en el cantón de Quepos para el I primer cuatrimestre del 2024, dado a que su definición expone ciertas características coincidentes con el objeto de estudio.

La investigación desde la ruta cualitativa se enfoca en comprender los fenómenos, explorándolos desde la perspectiva de los participantes en su ambiente natural y en relación con el contexto. Según Hernández- Sampieri (2018) se selecciona el enfoque cualitativo cuando el propósito es examinar la forma en que ciertos individuos perciben y experimentan fenómenos que los rodean, profundizando en sus puntos de vista, interpretaciones y significados.

En el caso de esta investigación se explorará la visión de los empleados que servirán como referentes acerca del funcionamiento de los sistemas de reservas, para así identificar como se realizaron las mejoras de las reservas de hoteles tipo boutique.

Se examinará los sistemas de reservas de hoteles tipo boutique en el cantón de Quepos para el I primer cuatrimestre del 2024. Esto se realizará mediante un planteamiento cualitativo que “se orienta a aprender de las experiencias y los puntos de vista de los individuos en un número de casos reducido, valorando procesos y generando teoría fundamentada en las percepciones de los participantes” (Hernández-Sampieri, 2018).

La metodología cualitativa se ha convertido en una herramienta indispensable para comprender la complejidad del turismo desde una perspectiva humana. A diferencia de los métodos cuantitativos, que se basan en datos numéricos, la metodología cualitativa busca explorar las experiencias, emociones, significados y motivaciones que subyacen al comportamiento turístico.

En el ámbito administrativo este enfoque puede ser útil para evaluar las necesidades locales y operaciones cuando se implementan nuevos programas o acciones que involucren a toda la

organización. También puede ayudar a administrar desacuerdos entre colaboradores y conocer factores que inciden en las negociaciones entre socios o directivos. Otra utilidad de este enfoque es que puede servir para entender cuestiones emocionales que afectan a la organización (desde motivaciones, conflictos y emociones hasta cuestiones subyacentes como la lucha por el poder y las envidias) (Hernández Sampieri, 2018, p. 201).

En el ámbito del turismo puede recabar experiencias exitosas y obstáculos que han experimentado otros profesionales al diseñar y construir sistemas de reservas de hoteles y diagnosticar necesidades de sus usuarios.

En el ámbito general pretende clarificar expectativas y necesidades de pacientes, clientes, consumidores, trabajadores, estudiantes, usuarios, miembros de una comunidad, etc.; así como qué influye en sus patrones de cualquier tipo de conducta.

3.2 Diseño de la investigación

El diseño, al igual que la muestra, la recolección de los datos y el análisis, va surgiendo desde el planteamiento del problema hasta la inmersión inicial y el trabajo de campo y, desde luego, sufre modificaciones, aun cuando es más bien una forma de enfocar el fenómeno de interés. Dentro del marco del diseño realizas las actividades mencionadas hasta ahora: inmersión inicial y profunda en el ambiente, estancia en el campo, recolección y análisis de los datos y generación de teoría (Juan y Roussos, 2010, p. 3).

El diseño metodológico brinda un encuadre acerca de las estrategias a seguir para la investigación del objeto de estudio, es por este motivo que se considera que el diseño es no experimental, debido a que no habrá manipulación de las variables de estudio, sino que se estudiarán en su ambiente y desarrollo natural.

Hernández Sampieri (2018) define el diseño no experimental como una estrategia de investigación que se basa en la observación de fenómenos tal y como se presentan en su contexto natural, sin manipular deliberadamente las variables. En este enfoque, el investigador no interviene en el escenario real, sino que se limita a recolectar datos sobre las variables de interés.

Se trata de un diseño transversal ya que la información será recolectada en un solo momento del tiempo a cada uno de los sujetos que integren la muestra.

Podría definirse como la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, se trata de estudios en los que no haces variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables. Lo que efectúas en la investigación no experimental es observar o medir fenómenos y variables tal como se dan en su contexto natural, para analizarlas. (Hernández Sampieri, 2018, p.174)

En esta tesina se realizará un estudio y descripción acerca de los sistemas de reservas de hoteles tipo boutique en el cantón de Quepos para el primer cuatrimestre del 2024.

Para lograr realizar este tipo de descripción se optó por un diseño de investigación transversal descriptivo. “Indagan la incidencia de las modalidades, categorías o niveles de una o más variables en una población; son estudios puramente descriptivos” (Hernández Sampieri, 2018, p.178).

3.3. Fuentes de información

Según Hernández Sampieri (2018), son cualquier material que proporcione información sobre un tema determinado. Incluyen libros, artículos, sitios web, documentos, entrevistas, encuestas. Estas se pueden dividir en primarias, secundarias y terciarias. En este trabajo de investigación, se consideran las dos primeras.

Las fuentes de información principales que se usaran son mediante la recolección datos obtenidos a través de las entrevistas y un focus group de personas conocedoras expertas en la materia. Por otra parte se optara por el análisis de información a través de observación y búsqueda web. Cuyas experiencias y opiniones nos proporcionen datos relevantes en el tema de investigación.

3.4 Fuentes primarias

Continuando con las definiciones de Hernández Sampieri (2018), una fuente primaria es un documento o artefacto que proporciona información directa e intermediada sobre un tema de investigación. Es decir, la información proviene de alguien que experimentó o presencié el evento o fenómeno en cuestión.

En este trabajo, se optará a partir de la recolección de datos de las entrevistas diseñadas directamente a personas que tengan experiencia y formen parte del sector hotelero en Quepos.

Además de las sesiones grupales del Focus group con expertos en el área donde se discutirá un tema específico para tener una percepción más profunda sobre el tema de investigación, para recopilar datos de información específica sobre sus opiniones o comportamientos.

3.5 Fuentes secundarias

En este caso, las fuentes secundarias se realizarán a través de la observación detallada, ya sea mediante páginas web, videos, fotografías, reseñas por clientes en diferentes plataformas (como TripAdvisor, Booking, Google Reviews)

Se investigará y se analizarán información actual, en búsqueda de sitios web, sobre mejores Softwares para hoteles, además de conocer el estado actual y características de los hoteles boutique en el cantón de Quepos en Costa Rica.

3.6 Población y muestra

La población es la totalidad de elementos del estudio, es delimitado por el investigador según la definición que se formule en el estudio. La población y el universo tienen las mismas características por lo que a la población se le puede llamar universo o de forma contraria, al universo población (Arias Gonzales, 2020, p.59).

En cambio, la muestra de la investigación está conformada por un subgrupo de la población estudiada. Este subgrupo se obtiene a través de la aplicación del muestreo, el cual puede ser de tipo probabilístico o no probabilístico. En las investigaciones con enfoque cualitativo, generalmente se utiliza el muestreo no probabilístico, ya que no se busca generalizar los resultados. “Los tipos de muestras que suelen utilizarse en las investigaciones cualitativas son las no probabilísticas o dirigidas, cuya finalidad no es la generalización en términos de probabilidad” (Hernández-Sampieri, 2018, p.429).

El muestreo que se utilizará en este caso es de tipo dirigido y se clasifica como muestreo por conveniencia. “Muestras por conveniencia: estas muestras están formadas por los casos disponibles a los cuales tenemos acceso” (Hernández-Sampieri, 2018, p.433).

En base a lo expuesto, es importante destacar que en la investigación cualitativa los muestreos pueden combinarse. En la presente trabajo de investigación, las muestras se aplicaran a subgrupos específicos de personas con experiencias en el sector de hoteles boutique en el cantón de Quepos.

Las muestras dirigidas son válidas en tanto que un determinado diseño de investigación así las requiera; sin embargo, los resultados se aplican nada más a la muestra en sí o a muestras similares en tiempo y lugar (transferencia de resultados), pero esto último con suma precaución. No son generalizables a una población ni interesa esta extrapolación. (Hernández-Sampieri, 2018, p.434)

Por lo mencionado es que no se buscará la generalización de los resultados, porque esta no sería válida. Sin embargo se indagará en conocer las representaciones sociales del grupo específico que se tomará como muestra. Además del grupo focal se realizaran preguntas individuales abiertas y cerradas.

La muestra recolectada para el logro de los objetivos de la presente tesina consisten en un reducido grupo de personas que formaran parte de un grupo focal, donde se realizará una entrevista grupal para conocer y analizar los sistemas de reservas de hoteles tipo boutique en el cantón de Quepos para el I primer cuatrimestre del 2024, identificar cuáles son los mejores sistemas de reservas utilizados en los hoteles tipo boutique en el cantón de Quepos y luego proponer un sistema de reservas óptimo para los hoteles tipo Boutique en el Cantón de Quepos.

3.7 Unidad de análisis

Tabla 4

Unidad de análisis

Objetivo	Categoría de análisis	Subcategoría	Instrumento	Definición conceptual	Ítem
----------	-----------------------	--------------	-------------	-----------------------	------

<p>Analizar las mejoras implementadas en los sistemas de reservas de hoteles tipo boutique en el cantón de Quepos para el I primer cuatrimestre del 2024.</p>	<p>Mejoras implementadas en los sistemas de reserva en el cantón de Quepos.</p>	<p>Sistemas de reservas de hoteles tipo boutique.</p>	<p>Búsqueda Web. Entrevistas</p>	<p>Analizar información existente sobre las mejoras de sistemas de reservas para hoteles tipo boutique.</p>	<p>Análisis de Información relevante.</p>
<p>Identificar los hoteles tipo boutique en el cantón de Quepos que presenten mayores problemas en su distribución digital.</p>	<p>Problemas en distribución digital</p>	<p>Presencia en línea.</p>	<p>Análisis Web Entrevistas Observación</p>	<p>Problemas en distribución digital: deficiencias en presencia efectiva en plataformas digitales.</p>	<p>Inventario de hoteles boutique.</p>
<p>Determinar los tipos de sistemas de reservas utilizados en los hoteles tipo boutique en el cantón de Quepos.</p>	<p>sistemas de reserva utilizados en los hoteles tipo boutique en el cantón de Quepos.</p>	<p>Tipos de sistemas de reservas.</p>	<p>Entrevista y pagina web</p>	<p>Analizar y evaluar el tipo de herramientas tecnológicas digitales utilizadas en los hoteles del cantón de Quepos, con el fin de lograr</p>	<p>Análisis. Inventario de sistemas de reservas.</p>

				determinar cuáles son los más eficientes.	
Proponer un sistema de reservas para los hoteles tipo boutique en el cantón de Quepos, basado en los sistemas actuales.	Proponer un sistema de reserva para los hoteles tipo boutique en el cantón de Quepos.	Diseño de sistema de reservas para hoteles.	Entrevista	Proponer un sistema de reserva óptimo que se ajuste a las necesidades específicas de los hoteles boutique en el cantón de Quepos, basado en el análisis de los sistemas actuales y las mejores prácticas identificadas.	Propuesta

3.8. Instrumentos

Los instrumentos de recolección de datos son herramientas que permiten al investigador obtener información precisa y confiable sobre las variables de estudio. Estos instrumentos pueden ser diversos, como encuestas, entrevistas, cuestionarios, escalas de actitud, observación, entre otros. La elección del instrumento adecuado dependerá del tipo de investigación, la población objetivo y las variables que se desean medir. (Hernández Sampieri, 2018, p.225)

En el proceso cualitativo el propio investigador recoge los datos mediante diversos métodos o técnicas. En la indagación cualitativa los instrumentos auxiliares no son estandarizados, sino que se trabaja con múltiples fuentes de datos, que pueden ser entrevistas, observaciones directas, documentos, material audiovisual, anotaciones, etc.

3.9 Instrumentos para utilizar: Revisión bibliográfica, focus group y observación

El primer instrumento que se utilizará para la recolección de datos es el focus group. Algunos autores los consideran como una especie de entrevistas grupales, que consisten en reuniones de grupos pequeños o medianos (tres a 10 personas), en las cuales los participantes conversan a profundidad en torno a uno o varios temas en un ambiente relajado e informal bajo la conducción de un especialista en dinámicas grupales. Este instrumento servirá para cumplir el objetivo específico número uno.

Más allá de hacer la misma pregunta a varios participantes, su objetivo es generar y analizar la interacción entre ellos y cómo se construyen colectivamente significados. Los grupos de enfoque se utilizan en la investigación cualitativa en todos los campos del conocimiento.

El tamaño de los grupos varía dependiendo del tema: tres a cinco personas cuando se expresan emociones profundas o temas complejos y de 6 a 10 participantes si las cuestiones versan sobre asuntos más cotidianos, aunque en las sesiones no debe excederse de un número manejable de individuos. El formato y naturaleza de la sesión o sesiones depende del objetivo y las características de los participantes y del planteamiento del problema (Flick, 2020, p.28).

En este instrumento de recolección de datos, la unidad de análisis es el grupo (lo que expresa y construye) y tiene su origen en las dinámicas grupales, muy socorridas en la psicología. El formato de las sesiones es parecido al de una reunión de alcohólicos anónimos o a grupos de crecimiento en el desarrollo humano. Reúnes a un grupo de personas para trabajar con los conceptos, las experiencias, emociones, creencias, categorías, sucesos o los temas que interesan en el planteamiento de tu investigación. El centro de atención es la narrativa colectiva, a diferencia de las entrevistas, en las que se busca explorar detalladamente las narrativas individuales.

Un grupo focal es una técnica de investigación cualitativa que consiste en la reunión de un pequeño grupo de personas (entre 6 y 10) con un moderador para discutir en profundidad un tema específico. “El objetivo es obtener información sobre las opiniones, actitudes, creencias y experiencias de los participantes en relación con el tema de interés” (Hernández Sampieri, 2018, p.218).

Dentro del focus group se incluye el instrumento de la entrevista, del cual se anexará un formulario en desarrollos subsiguientes.

La revisión bibliográfica es otro instrumento que se utilizará. Una revisión bibliográfica es un estudio que sintetiza y analiza la información publicada sobre un tema específico. Se basa en la búsqueda, selección, evaluación y análisis de fuentes de información relevantes, como libros, artículos científicos, informes técnicos, etc. El objetivo de una revisión bibliográfica es proporcionar una visión general del estado actual del conocimiento sobre un tema, identificar vacíos en la investigación y formular nuevas preguntas de investigación (APA, 2020). Este instrumento se utilizará para lograr cumplir el objetivo específico número uno y dos.

Otro de los instrumentos a utilizar es la observación, principalmente la observación cualitativa que adquiere ciertas características particulares en el contexto de esta investigación. Este instrumento se utilizará para poder cumplir el objetivo número tres.

“Un buen observador cualitativo necesita saber escuchar y utilizar todos los sentidos, poner atención a los detalles, poseer habilidades para descifrar y comprender conductas, ser reflexivo y flexible para cambiar el centro de atención, si es necesario” (Hernández Sampieri, 2018, p.449).

La observación se utilizará en conjunto y simultáneamente con la técnica del focus group, prestando especial atención no sólo al discurso en tanto interacción producida por los integrantes de la muestra producto de la indagación sobre los sistemas de reserva de hoteles tipo boutique, sino también en toda comunicación no verbal, es decir gestual, postural, tonos, etc.

Los periodos de la observación cualitativa son abiertos. “La observación es formativa y constituye el único medio que se utiliza siempre en todo estudio cualitativo. Podemos decidir hacer entrevistas o sesiones de enfoque, pero no podemos prescindir de la observación” (Hernández Sampieri, 2018, p.450).

A continuación, se expone un cuadro donde se mencionan los niveles de participación del observador:

Tabla 5

Papeles del observador

No participación	Participación pasiva	Participación moderada	Participación activa	Participación completa
Por ejemplo: cuando se observan videos.	Está presente el observador, pero no interactúa.	Participa en algunas actividades, pero no en todas.	Participa en la mayoría de las actividades; sin embargo, no se mezcla completamente con los participantes, sigue siendo ante todo un observador.	Se mezcla totalmente, el observador es un participante más.

Fuente: Hernández Sampieri, 2018, p.448

En el presente caso se considera que al momento de interactuar con el focus group se realizará una participación de tipo activa, ya que se llevará a cabo una moderación del focus group para conocer y analizar los mejoramientos en los sistemas de reservas de hoteles tipo boutique.

Hay que destacar que estos instrumentos de recolección de datos servirán para poder responder a los objetivos específicos 1 y 3, tanto la observación como el focus group. Mientras que la revisión bibliográfica servirá para responder al objetivo específico número 2. Además funcionarán como base para poder proponer un sistema de reservas óptimo para los hoteles tipo Boutique en el Cantón de Quepos, es decir que también serán útiles para la concreción del objetivo específico número 3.

3.11 Recolección de datos

En este apartado se secuenciará la forma en que se llevará a cabo la recolección de datos cualitativos. “La recolección de datos cualitativos es el acopio de datos narrativos en los ambientes naturales y cotidianos de los participantes o unidades de muestreo” (Hernández Sampieri, 2018, p.2018).

1. Recopilación de información.
2. Revisión de bibliografía.
3. Realización del grupo focal.
 - a. Observación
 - b. Moderación del grupo focal
4. Tabulación de la información recopilada.

5. Análisis de los resultados obtenidos.
6. Desarrollo de las conclusiones y recomendaciones, así como revisión de los formatos.

Al finalizar la etapa de recolección de datos, se espera adquirir toda la información necesaria que permita responder a las preguntas y a los objetivos de esta investigación. Esto permitirá analizar las mejoras que se podrían implementar en los sistemas de reserva de los hoteles tipo boutique y poder abordar con mayor claridad el problema planteado de la investigación.

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS

En el siguiente apartado, se analizarán los resultados obtenidos a través de los instrumentos seleccionados de recolección de datos en la investigación como fueron las entrevistas individuales que permitan aportar un análisis más claro desde la perspectiva de los participantes.

Las entrevistas se han llevado a cabo a un grupo seleccionado de profesionales del sector hotelero, utilizando preguntas semiestructuradas, las cuales nos han proporcionado información muy valiosa sobre los siguientes aspectos: Conocer los tipos de sistemas de reserva que usan, saber cuáles son las dificultades que enfrentan en cuanto a la parte digital y conocer sus sugerencias en cuanto a mejoras a implementar.

4.1 Tabla de matriz Perfil de los entrevistados (Entrevistas individuales)

Tabla: 6

Perfil de los entrevistados

Nombre	Puesto	Experiencia	Lugar de trabajo
Mantou Pfluger	Ceo	7 Años	Swiss Hotel Competence
Daniela Parra	Reservation Technology Specialist	5 Meses	Hoteles, Si Como No, Villa Bosque, Eco Boutique Y Santa Juana Lodge.
Milena Chinchilla	Jefa De Recepción Y Reservas	10 Años	Hotel Playa Espadilla
Cristina Neyra	Vendedora	2 Años	Swiss Hotel Competence
Ximena Galvarini	Revenue Manager	9 Años	Hoteles, Villas Lirio Y Parador
Ivonne Escalante	Recepcionista	6 Meses	Hotel Parador
Elena Hernández	Manager Y Gerente General	No Menciona	Jungle Beach Hotel At Manuel Antonio

Fuente: elaboración propia (2024)

4.1.1 Respuestas de los entrevistados

4.1.2 Empresario y CEO de Swiss Hotel Competence, LLC

Mantou Pfluger de 36 años y de nacionalidad suiza, es el CEO de una empresa que brinda tecnología para hoteles, Swiss Hotel Competence, LLC, en Latinoamérica, ha logrado

posicionarse como un referente en el mercado de soluciones tecnológicas para hoteles en Costa Rica. Con siete años experiencia en la en el área y tres, en el cantón de Quepos, provincia de Puntarenas Actualmente, ha logrado desarrollar gran conocimiento de la industria hotelera local.

Swiss Hotel Competence, LLC trabaja con aproximadamente 220 hoteles, brindando soluciones tecnológicas innovadoras y que optimizan la gestión hotelera. Colabora con 11 hoteles locales en el Cantón de Quepos, destacándose por adaptar sus soluciones a las necesidades específicas de cada establecimiento.

En cuanto a los desafíos que enfrentan los hoteles boutique en la elección e implementación de software, Pfluger señala que cada hotel es único en su operativa y servicios ofrecidos. Por lo tanto, se realiza una evaluación individualizada para desarrollar un plan tecnológico a medida del hotel.

Para mantenerse actualizados con las últimas tecnologías en la industria hotelera, Swiss Hotel Competence, LLC ha implementado una pasarela de pago en su software, permitiendo a los hoteleros cobrar a los clientes por adelantado. Esta estrategia mejora la experiencia del cliente y optimiza los procesos internos del hotel.

En cuanto a la seguridad de los datos, la empresa garantiza altos estándares de calidad guiados por la Unión Europea para proteger la información tanto del hotel como del cliente.

La evaluación del éxito y efectividad de sus softwares se basa en la eficiencia operativa, datos de ventas y visitas, estrategias de precios y reservas, así como la satisfacción del cliente. “primero que todo, evaluamos la eficiencia y productividad del software, evaluamos los datos de visitas, ventas y de acuerdo con eso desarrollamos estrategias de precios y de reservas y garantizar efectividad del software y muy importante la satisfacción de nuestros clientes” (Pfluger 2024).

Ante la pregunta de cuáles son los indicadores de que un hotel tiene una mala estrategia de distribución digital, la respuesta fue que “si un hotel tiene una estrategia donde aplican precios más económicos en sus canales OTA, mientras los precios son más caros en su página web” Por último, en cuanto a que sistema de reservas es óptimo para hoteles en Quepos, enfatiza que Simple Booking puede ser una muy buena elección.

4.1.3 Especialista en Tecnología de Reservas

Daniela Parra a sus 23 años, se desempeña como, Reservation Technolgy Specialist (especialista en tecnología de reservas) en los siguientes hoteles, Hotel Si Como No, Hotel Villa Bosque Eco Boutique y Hotel Santa Juana Lodge. Con cinco meses de experiencia, brinda soporte técnico y configuraciones, de sistemas de reservas, de Booking Engine, y motor de reservas, a los hoteles mencionados. Parra, menciona que los hoteles utilizan, Simple Booking para gestionar las reservas y SiteMinder como Channel Mánager.

En cuanto a las características considera importantes a la hora de elegir un sistema de reservas, responde considera importante que el sistema sea amigable visualmente para el cliente, lo cual le genere facilidad para completar la reserva. Por ejemplo, los planes tarifarios y la transparencia de cada uno, a la vez agrega que es importante que el sistema (de manera interna) tenga diversas opciones o complementos para interactuar con los clientes y agrega que es fundamental que tenga conexiones con los metabuscadores.

En cuanto a qué elementos se podrían mejorar en los sistemas de reservas actuales, Parra, propone que, para mejorar los sistemas de reservas, se debería agregar una sección de comentarios o calificaciones dentro del sistema (tal cual Booking o Expedia) y tener una sección de preguntas frecuentes que ayude al cliente. También señala, que mostrar los precios en el calendario de reservas deberían de ser opcional por parte del hotelero.

Sobre cuáles son los principales elementos que se deben de considerar a la hora de elegir un sistema de reservas, destaca la confiabilidad en los métodos de pago y que cuenten con complementos dinámicos. En el caso de un PMS, que tenga la opción de escanear pasaportes y adjuntar archivos, que tenga distribución con la mayor cantidad posible de canales, exportar datos a plantillas de Excel con la información más detallada posible. Por último, en este aspecto, que las cancelaciones o modificaciones de reservas se haga automático si el cliente no se presenta.

Basada en su experiencia, Parra recomienda el motor de reservas Simple Booking (Parra 2024)

4.1.4 Jefa de recepción y reservas

Milena Chinchilla, jefa de recepción y reservas del Hotel Playa Espadilla con 45 años y más de 10 de experiencia, menciona que utilizan la plataforma Seven Suite. La elección de esta plataforma se basó en su soporte, eficacia, velocidad de consulta, integración y compatibilidad con otras plataformas, además de ser amigable con el usuario y fácil de usar.

Chinchilla señala que, para mejorar los sistemas de reservas actuales, es importante que sean más visuales y rápidos, con estilo similar a las plataformas web. Respecto a los desafíos en la distribución digital, ella considera que la transición del almacenamiento local (servidor local) al almacenamiento en la nube es fundamental. Asimismo, sugiere que los sistemas deberían permitir visualización con más rapidez en los calendarios de reservas y agilizar los procesos mediante opciones de consulta por disponibilidad más directas.

Por otro lado, destaca la necesidad de una mejor integración con otros softwares utilizados por agencias, para que los agentes puedan visualizar la disponibilidad y realizar reservas de manera directa.

A diferencia de otros entrevistados, cuando se le preguntó si de acuerdo con su experiencia recomendaría algún software, respondió que no, “ya que cada hotelero tiene necesidades diferentes, sean las propiedades parte de cadenas hoteleras, hotel boutiques, apartahoteles, entre otros” (Chinchilla, 2024).

4.1.5 Vendedora de Software

Cristina Neyra, de 35 años, trabaja en una empresa que vende software para todo tipo de hoteles en Latinoamérica, con más de dos años de experiencia de gestión hotelera en el cantón de Quepos.

Al de preguntarle cómo elegir el tipo de tecnología ideal para un hotel Boutique, respondió que generalmente lo que hace es revisar y analizar el hotel, agrega que después de analizar y durante una reunión con el hotel les muestra el software que más les ayudaría dependiendo de la situación del hotel.

Sobre cómo elegir el tipo de tecnología ideal para un hotel boutique, Neyra explica: "Generalmente reviso el caso del negocio del hotel y les muestro el software que más ayudaría dependiendo de su situación. Algunos no tienen el entorno digital básico cubierto, como tener una página web con sistema de reservas, y nos enfocamos en eso. Cuando el cliente ya tiene todas las operaciones, les ofrecemos algo más completo a nivel de gestión, con módulos de logística, contabilidad y conexión a la facturación electrónica" (Neyra, 2024).

En cuanto para mantenerse al día con las últimas tecnologías en la industria hotelera, Neyra emplea varias estrategias: "Cuando estamos haciendo la prospección de nuestros potenciales clientes, aprovecho para revisar cómo está el mercado. Adicionalmente, también existen ferias de turismo en donde se muestran las últimas tendencias. Y tengo suscripción a los correos que envían las diversas marcas de software para saber cuáles son las nuevas funcionalidades" (Neyra, 2024).

En cuanto a la seguridad y protección, responde enfática y afirmativamente que es garantizado la seguridad de datos los hoteles que utilizan sus softwares. Para evaluar el éxito y la efectividad de un software, considera los siguientes factores, la cantidad de uso, la cantidad de contactos para temas técnicos y por el nivel de captación del sistema de reservas.

En base a su experiencia, los indicadores de que un hotel tiene una mala estrategia de distribución digital incluyen que los hoteles tengan más ingresos por las OTAs que por su canal directo y que los precios sean más caros en su canal directo que en las OTAs.

Por último, al recomendar un sistema de reservas óptimo para hoteles en Quepos, Neyra sugiere: "Simple Booking es un sistema que a nivel de experiencia de usuario tiene buen diseño. Además, tiene módulos adicionales para hacer cotizaciones personalizadas, se pueden configurar paquetes y códigos promocionales, y se puede hacer remarketing a los clientes que no llegaron a reservar gracias a la estrategia de la tarifa secreta" (Neyra, 2024).

4.1.6 Recepcionista

Según Ivone Escalante (2024) a sus 33 años, es recepcionista en el Parador Resort, al preguntarle sobre el software o plataforma utilizan actualmente para gestionar las reservas, mencionó que emplean Simple Booking. Las características que considera importantes a la hora

de elegir un sistema de reservas, es que sea amigable con otras plataformas y sencillo para usar y que funcione sobre una plataforma en la nube.

Elementos a Mejorar en los Sistemas de Reservas, “uno de los elementos que podrían mejorarse en los sistemas de reservas actuales es la adaptación y compatibilidad con otras plataformas” (Escalante 2024).

Considera que el hotel actualmente no presenta grandes desafíos en cuanto a la distribución digital, Considera que en su experiencia uno de los problemas más complejos en esta área son los oversbookings. “plantea que lo más complejo en cuanto a la distribución digital es que normalmente los hoteles trabajan con diferentes OTAs, Y a qué veces es bastante complejo la integración de los canales entre sí, ya que los sistemas de distribución no coinciden” (Escalante 2024).

4.1.7 Reveniue Manager Hoteles, Villa Lirio y Parador

Ximena Galvarini de 45 años, con 9 años de experiencia se desempeña como Reveniue Manager en los siguientes Hoteles de Quepos, Villa Lirio y Parador mencionó que actualmente utilizan Simple Booking como software o plataforma para gestionar las reservas (Galvarini, 2024).

Al elegir un sistema de reservas, considera importante “Practicidad. Que sea similar a cómo se manejan las OTAS (por su configuración). Soporte. Visualización en la página web” (Galvarini, 2024).

En cuanto a mejoras en los sistemas de reservas actuales señaló, “que se adapte con otras plataformas” (Galvarini, 2024).

Sobre los desafíos en la distribución digital, Galvarini menciona que “las disputas con las OTAs y actualmente con Google. (Galvarini, 2024).

En cuanto a recomendaciones para mejorar los sistemas de reservas, Galvarini destacó Simple Booking como el motor más recomendado, y es el que recomienda a los hoteles con los que trabaja. Sugirió configurar ofertas como parte de la operatividad y ofrecer servicios como GuestService o Guest Experience. (Galvarini, 2024)

4.1.8 Manager y gerente general

En la entrevista realizada a Elena Hernández, quien es la manager y gerente general, del Jungle Beach Hotel at Manuel Antonio, menciona que actualmente utilizan, Little Hotelier, como property Management system (PMS) y Simple Booking como motor de reserva. Hernández considera que las principales características importantes a la hora de elegir un sistema de reservas son, la eficacia, la sencillez y la rapidez.

En cuanto a los elementos que podrían mejorarse en los sistemas de reservas actuales, Considera que la configuración de ofertas, y menciona que actualmente no se puede aplicar en simultáneo para varios planes tarifarios, sino que se deben configurar independientemente por cada uno de ellos.

Desde su experiencia, Elena destaca que lo más complejo en cuanto a distribución digital es asegurarse de implementar correctamente el channel manager y el motor, así como contar con una página web eficaz.

En cuanto a recomendaciones para mejorar los sistemas de reservas, Elena sugiere una mejora específica para Simple Booking. Adema propone la idea de incluir un clip o mensaje que notifique al cliente sobre el respectivo pago al momento de realizarlo. Actualmente, al hacer una reserva, el cliente recibe un mensaje de confirmación, pero no hay una forma sistemática de informar si se ha realizado el pago o no.

La sugerencia es adoptar una función similar a la que utiliza Booking, donde se muestra un botón de tarjeta reportada seguido de un mensaje para mantener informado al cliente instantáneamente, evitando así la necesidad de utilizar otras aplicaciones para contactar al clientes.

4.1.9 Tabla de matriz comparativas de respuestas según los objetivos

Tabla 7
Matriz comparativa de respuestas

Aspectos	Mejoras implementadas en los sistemas de reserva en el cantón de Quepos	Problemas en la Distribución Digital	Tipos de sistemas de reserva utilizados en los hoteles tipo boutique	Propuesta de sistema de reserva para los hoteles tipo boutique en el cantón de Quepos

Descripción	<p>Integración de pasarela de pago. (Pfluger 2024)</p> <p>Evaluación de la eficiencia y productividad del software, datos de ventas y visitas, y desarrollo de estrategias de precios y reservas.(Pfluger, 2024).</p> <p>Sugerencia de agregar secciones de comentarios y (Parra 2024)</p> <p>Propone la transición a almacenamiento en la nube. (Chinchilla 2024)</p> <p>Sugerencia de notificar automáticamente al cliente sobre el estado del pago. (Hernandes,2024)</p>	<p>Discrepancias de precios entre OTA y sitio web del hotel. (Pfluger 2024)</p> <p>Mala estrategia de distribución digital se refleja en la dependencia excesiva de OTAs. (Neyra, 2(024)</p> <p>Conflictos con OTAs y Google como desafíos en la distribución digital, afectando la visibilidad y posicionamiento de los hoteles.. Galvarini, 2024)</p> <p>Implementar correctamente el channel manager y el motor, así como contar con una página web eficaz.</p>	<p>Simple Booking y Site Minder (Parra 2024)</p> <p>Seven Suite Chinchilla, 2024).</p> <p>Simple Booking (Escalante,2024)</p> <p>Simple Booking (Galvarini, 2024)</p> <p>Little Hotelier, como property Management system (PMS) y Simple Booking como motor de reserva. (Hernandez, 2024)</p>	<p>Simple Booking (Pfluger, 2024).</p> <p>Simple Booking como motor de reserva. (Parra, 2024)</p> <p>Simple Booking (Neyra 2024)</p> <p>Simple Booking, (Galvarini, 2024)</p>

		(Hernández, 2024)		
Beneficios	<p>Mejorar la experiencia del cliente y optimizar los procesos internos del hotel. (Pfluger, 2024)</p> <p>Garantizar la efectividad del software. (Pfluger, 2024).</p> <p>Calificaciones para mejorar la interacción con los clientes. (Parra 2024)</p> <p>Aumentar la eficiencia. (Chinchilla, 2024).</p> <p>Notificaciones automaticas ala cliente. Chinchilla, 2024).</p>	<p>Implemento de estrategias de integración precio. (Pfluger,2024)</p>	<p>Facilidad de uso e integración con otras plataformas. (Parra 2024)</p> <p>Sistema valorado por ser amigable con el usuario y por su capacidad para adaptarse a las necesidades específicas del hotel, permitiendo una gestión más personalizada y eficiente” (Chinchilla, 2024).</p> <p>Sistema compatible con otras plataformas. (Escalante,2024)</p> <p>Sistema preferido por su facilidad de uso y soporte técnico. (Galvarini, 2024)</p>	<p>Sistema que se destacado por su capacidad de adaptación a las necesidades locales. (Pfluger, 2024).</p> <p>Sistema amigable para el cliente, aparte de ofrecer opciones. (Parra, 2024)</p> <p>Sistema con diseño intuitivo, y capacidad de personalización, y herramientas de remarketing. (Neyra 2024)</p> <p>Sistema practicidad, soporte, y capacidad de visualización en la página web. (Galvarini, 2024)</p>

Recomendaciones	Aprovechar las herramientas tecnológicas para optimizar la distribución digital y la experiencia del cliente. (Pfluger 2024)	Ser contante y hacer consistencia de precios en todos los canales. (Pfluger, 2024) Mejorar la integración de sistemas. (Neyra, 2024) Manejar disputas con OTAs.(Galvarini, 2024)	Evaluar la necesidad específica de cada hotel. (Pfluger, 2024) Adaptación a sus ofrecer soluciones personalizadas. (Neyra, 2024)	Incluir funcionalidades avanzadas.(Parra, 2024) Notificaciones automáticas. (Chinchilla, 2024). Integración con metabuscadores, y opciones para cotizaciones personalizadas y remarketing. (Neyra 2024)

Fuente: elaboración propia (2024)

4.2 Análisis del Focus Group

En este apartado se mostrarán los resultados obtenidos, las entrevistas realizadas al Focus Group. Como tambien se mostrara el perfil de cada uno de los participantes. Don se tenia como obgetivos conocer quale son los principales desafíos que enfrentan los hoteles boutique en Quepos en cuanto a la distribución digital y los sistemas de reservas. Por otro lado ver las oportunidades existentes en las que se pueda mejorar que beneficien a los hoteles.

Por medio de preguntas disparadoras, se realizó la discusión grupal moderada con 20 minutos de duración.

4.2.1 Tabla de matriz participantes del focus group

Tabla 8

Perfil de los participantes del focus group

Nombre	Puesto	Experiencia	Lugar de trabajo
Mantou Pfluger	Dueño	7 Años	Swiss Hotel Competence
Katherine Torres	Head Of Reservation Technology & Support	10 Años	Swiss Hotel Competence
Elena Hernández	Dueña Del Hotel	No Menciona	Jungle Beach Hotel At Manuel Antonio

Fuente: elaboración propia (2024)

4.2.2 Resumen de la discusión

Durante la sesión de reunión que tuvo un tiempo de aproximadamente 20 minutos con los participantes Mantou Pfluger, Dueño de Swiss Hotel Competence, Katherine Torres, Head of Reservation Technology & Support, Swiss Hotel Competence y Elena Hernández, Dueña del hotel Jungle Beach en Quepos, Elena que además desempeña el cargo de Manager y gerente general del hotel mencionado se destacaron aspectos, sobre Sistemas de Reservas para Hoteles Boutique en el Cantón de Quepos.

La reunión tuvo como objetivo analizar los principales desafíos que enfrentan los hoteles, y explorar las oportunidades de implementación sistemas de gestión hotelera. En un contexto donde la era digital, la industria hotelera indudablemente enfrenta un panorama dinámico donde las reservas online se han convertido en la norma. Sin embargo, según los planteos más reiterados, se apoya en que este cambio también trae consigo desafíos, como la baja tasa de reservas directas a través del sitio web del hotel y la competencia con las Agencias de Viajes Online (OTA), que generan comisiones y pérdida de ingresos.

Según Elena, usuaria del sistema de reservas directas de, Simple Booking, esta contenta con el software, “me gusta ya que es sencillo y fácil de usar, estoy contenta con el servicio en general”. Sin embargo, cuando se le pregunto si actualmente su hotel enfrenta desafíos específicos Elena señaló que sí. “Uno de los principales desafíos es que los huéspedes no reservan a través de

nuestra página web, lo hacen en las OTAs (Online Travel Agencies), lo que hace que el hotel pierda un porcentaje de venta por el pago de la comisión”. (Hernández 2024)

Mantou Pfluger comentó que “a veces es difícil competir con lo que ofrecen las OTAs. Tratamos de motivar al huésped a reservar directamente, ofreciendo descuentos o beneficios adicionales, pero no siempre es suficiente, sobre todo cuando el hotel tiene tarifas bajas. Entre más económico es el precio de la habitación, menos reservas directas se obtienen a través de la página web”. (Pfluger 2024)

Por su parte, Katherine Torres indicó que, de acuerdo con su experiencia en Reservación Technology, “se está trabajando en mejorar la personalización de paquetes para que sean atractivos para los huéspedes, y en aumentar las tarifas en OTA”. (Torres 2024)

Durante la reunión, se destacó que, aunque existen desafíos significativos, también hay oportunidades para mejorar en la distribución digital.

4.2.3 Desafíos

- Baja tasa de reservas directas a través de la página web del hotel.
- Competencia con las OTA, que genera comisiones y pérdida de ingresos para el hotel.
- para motivar a los huéspedes a reservar directamente, especialmente cuando las tarifas son bajas.

4.2.4 Oportunidades y recomendaciones

- Mejorar la personalización de paquetes para hacerlos más atractivos para los huéspedes. (Torres 2024)
- Implementar estrategias para incentivar las reservas directas, como descuentos o beneficios exclusivos. (Torres 2024)
- Aprovechar las herramientas tecnológicas para optimizar la distribución digital y la experiencia del cliente. (Pfluger 2024)
- Aumentar las tarifas en las OTA para compensar las comisiones. (Pfluger 2024)

Entre las recomendaciones que más se mencionan y consenso tuvieron se destacan el reforzar la presencia en línea del hotel, también el implementar estrategias de marketing digital, utilizando campañas de correo electrónico, y redes sociales para atraer tráfico hacia el sitio web

del hotel. De igual forma se Torres, considera la importancia de ofrecer paquetes personalizados, atractivos que se adapten a las necesidades e intereses de los diferentes segmentos de clientes. Pfluger, señala la importancia de ajustar las tarifas en las OTA, evaluando las comisiones, para compensar los costos.

Ahora bien, todo lo anterior debería considerar el vínculo en relación a incentivar las reservas directas, es decir, ofrecer descuentos, beneficios exclusivos o programas de fidelización para motivar a los huéspedes a reservar directamente. Aprovechando las herramientas tecnológicas, utilizando sistemas de reservas avanzados, herramientas de gestión de canales y plataformas de análisis para optimizar la distribución digital y la experiencia del cliente.

4.2.5 Aspectos a destacar

En cuanto a la dinámica y resultado del focus group, se destaca la importancia de la colaboración entre hoteles boutique para compartir experiencias y desarrollar estrategias conjuntas. Por otro lado, el papel fundamental de las herramientas tecnológicas para mejorar la eficiencia y la competitividad de los hoteles boutique. A la vez, se destaca la necesidad de adaptarse a las tendencias del mercado y las preferencias de los dueños de hoteles, para garantizar el éxito en la distribución digital.

Se abrieron estas posibilidades:

- Compartir conocimiento sobre tendencias del mercado, estrategias de marketing y gestión de clientes.
- Desarrollar paquetes y ofertas conjuntas que atraigan a segmentos de mercado específicos.
- Promoverse mutuamente a través de sus canales de comunicación y redes sociales.

4.3 Categorías de análisis de las respuestas de entrevistados de acuerdo a los objetivos

En este, apartado se abordarán los objetivos de la investigación mediante un análisis detallado de los resultados obtenidos a través de entrevistas y focus group con profesionales del sector hotelero en el cantón de Quepos. El análisis se organiza en cuatro categorías principales para proporcionar una visión clara de los resultados obtenidos.

4.3.1 Mejoras implementadas en los sistemas de reservas en el Cantón de Quepos

Según Pfluger señala que, para mantenerse actualizados con las últimas tecnologías en la industria hotelera, su empresa ha implementado una pasarela de pago en su software. Esta funcionalidad permite a los hoteleros cobrar a los clientes por adelantado, lo cual mejora la experiencia del cliente y optimiza los procesos internos del hotel. “Evaluamos la eficiencia y productividad del software, datos de ventas y visitas, y desarrollamos estrategias de precios y reservas para garantizar la efectividad del software y, muy importante, la satisfacción de nuestros clientes” (Pfluger, 2024).

Además, Parra sugiere que para mejorar los sistemas de reservas, se debería agregar una sección de comentarios o calificaciones dentro del sistema y una sección de preguntas frecuentes, similares a las que se encuentran en plataformas como Booking.com o Expedia para ayudar al cliente. También menciona que mostrar los precios en el calendario de reservas debería ser opcional para el hotelero. Esto indicaría una mejora significativa en la interacción y experiencia del usuario con el sistema de reservas (Parra, 2024).

Como sugerencia de Chinchilla menciona que los sistemas de reserva deberían ser más visuales y rápidos con transición hacia el almacenamiento en la nube. Chinchilla (2024) resalta que, para aumentar la eficiencia de los sistemas de reservas, es crucial adoptar soluciones basadas en la nube, lo que permite una mejor integración y velocidad en la gestión de reservas. “La nube facilita además la actualización y el acceso a la información en tiempo real, lo que es esencial para la operativa de los hoteles que manejan grandes volúmenes de datos” (Chinchilla, 2024).

Neyra, destaca la importancia de saber analizar el estado del hotel para poder sugerir y elegir el sistema que mejor se adecue. Inicialmente, se debe cubrir el entorno digital básico, como la implementación de una página web con sistema de reservas. Luego, se puede ofrecer soluciones más completas para la gestión del hotel. (Neyra, 2024)

Escalante menciona que uno de los elementos que se podrían mejorarse en los sistemas de reservas actuales es la adaptación y compatibilidad con otras plataformas. Refiriéndose a los b

sistemas de reserva más integrados y compatibles con otros sistemas en uso por los hoteles. (Escalante 2024)

Según Ximena Galvarini, indica que una mejora clave en los sistemas de reservas actuales es la adaptación y compatibilidad con otras plataformas. “que se adapte con otras plataformas” (Galvarini, 2024). Sugiere que una mayor integración entre sistemas podría optimizar la gestión de reservas y solucionar problemas de compatibilidad.

Hernández, también propone mejoras específicas en el sistema Simple Booking, sugiriendo que este debería incluir una función que notifique automáticamente al cliente sobre el estado de su pago al momento de realizar una reserva. Esta propuesta busca reducir las confusiones y mejorar la comunicación entre el hotel y el cliente, haciendo que el proceso de reserva sea más transparente y confiable. “La implementación de estas mejoras no solo optimiza los procesos internos del hotel, sino que también fortalece la satisfacción y confianza del cliente en los servicios ofrecidos” (Hernández, 2024)

De acuerdo a la información recopilada con los diferentes expertos en la industria de la hotelería, sobre las mejores implementadas en los sistemas de reserva en el cantón de Quepos. Se puede destacar, la incorporación de tecnología avanzada, además de la optimización y Integración con otras plataformas. Se puede concluir que todas estas mejoras, son de gran significación y valiosa para los hoteles, usuarios y clientes, lo cual es crucial para un sector competitivo, como lo es el cantón de Quepos.

4.3.2 Problemas en la distribución digital

Según Pfluger, identifica un problema clave en la distribución digital como la discrepancia en los precios entre los canales OTA y la página web del hotel. “Si un hotel tiene una estrategia donde aplican precios más económicos en sus canales OTA, mientras los precios son más caros en su página web” (Pfluger, 2024). Esta práctica indica una mala estrategia de distribución digital y afectar negativamente la rentabilidad del hotel.

Parra, señala la importancia de la transparencia y la confiabilidad en los métodos de pago dentro de los sistemas de reservas, lo que puede ayudar a mitigar problemas en la distribución digital (Parra, 2024).

De acuerdo con Neyra, señala malas estrategias de distribución digital ya que los ingresos a través de OTAs, superen los ingresos por el canal directo del hotel, ya que los precios son más altos si se reserva directo que en las OTAs. (Neyra,2024)

Escalante, señala que uno de los problemas más complejos en la distribución digital son los "oversbookings" (Sobreventas). Indica que el desafío principal es la integración de los canales de distribución cuando los hoteles trabajan con diferentes OTAs (agencias de viajes en línea), ya que los sistemas de distribución no siempre coinciden. (Escalante, 2024)

Por otra parte Chinchilla, señala que uno de los principales problemas en la distribución digital es la el almacenamiento local en nube, y necesidad de una mejor integración con otros softwares. (Chinchilla, 2024)

Galvarini, menciona que los principales desafíos en la distribución digital incluyen “las disputas con las OTAs” y actualmente con Google. (Galvarini, 2024). Estas disputas pueden afectar la visibilidad y la gestión eficiente de las reservas en línea. La integración deficiente también puede llevar a la pérdida de datos críticos, lo cual complica aún más la gestión de las reservas.

Desde su experiencia, Hernández, destaca que lo más complejo en cuanto a distribución digital es asegurarse de implementar correctamente el channel manager y el motor, así como contar con una página web eficaz. (Hernández, 2024)

De acuerdo a los hallazgos y argumentos de los entrevistados se podría decir de que uno de los principales problemas en la distribución digital, son las OTAs, y el mal manejo y uso de la tecnología digitales. Para lograr mejoras positivas los hoteles deben de adaptarse a los cambios actuales, y ser constante sobre la fijación de precio en todos los canales. Revisar y asegurar que en el canal directo el precio es más económico que en las OTAs.

distribución digital, los hoteles deben trabajar en mantener una estrategia de precios coherente, asegurar una mayor transparencia, optimizar la integración de sus sistemas y resolver disputas con las plataformas digitales. Una gestión eficaz de estos aspectos es crucial para maximizar la rentabilidad y mejorar la experiencia del cliente.

4.3.3 Tipos de sistemas de reservas utilizados en los hoteles tipo boutique

Pfluger, menciona que, según su experiencia, “cada hotel es único en su operativa y servicios ofrecidos”. Para adaptarse según a las necesidades específicas hoteles boutique, la empresa realiza una evaluación del hotel para desarrolla un plan tecnológico a medida del hotel. Pfluger (2024) menciona que un sistema de reservas adecuado para los hoteles en Quepos podría ser Simple Booking, ya que se destaca por su capacidad de adaptación a las necesidades locales (Pfluger, 2024).

Según Parra, los hoteles con los que trabaja, Hotel Si Como No, Hotel Villa bosque, Eco Boutique y Hotel Santa Juana Lodge, utilizan Simple Booking para gestionar las reservas y SiteMinder como channel manager. (Parra, 2024).

En el Hotel Playa Espadilla, Chinchilla, ha optado por utilizar Seven Suite, un sistema elegido por su soporte técnico, eficacia, velocidad de consulta, y su capacidad de integración con otras plataformas. Menciona que “Seven Suite es valorado por ser amigable con el usuario y por su capacidad para adaptarse a las necesidades específicas del hotel, permitiendo una gestión más personalizada y eficiente” (Chinchilla, 2024). Esta flexibilidad es esencial para los hoteles boutique, que a menudo requieren soluciones tecnológicas que puedan ajustarse a sus operaciones únicas y diversificadas.

En cuanto a hoteles boutique Neyra, les recomienda "Simple Booking" por ser un sistema de reserva, que destaca su buen diseño de experiencia de usuario y módulos adicionales como cotizaciones personalizadas, configuración de paquetes. (Neyra, 2024)

De acuerdo con Escalante, el Parador hotel utiliza motor de reservas de Simple Booking. Este sistema se elige por su compatibilidad con otras plataformas y su funcionalidad en la nube, que son características valoradas para la gestión de reservas en el hotel. (Escalante, 2024)

Según Galvarini, menciona que los hoteles Villa Lirio y Parador utilizan Simple Booking para gestionar sus reservas. Este sistema es preferido por su facilidad de uso y soporte, lo que se alinea con las necesidades de los hoteles en el área.(Galvarini, 2024)

Por otro lado, en Jungle Beach Hotel at Manuel Antonio, Hernández, utiliza Little Hotelier, como property Management system (PMS) y Simple Booking como motor de reserva destacando a Simple Booking, su eficacia y rapidez como las principales razones para su elección en cuanto a “Simple Booking es un sistema diseñado específicamente para hoteles pequeños, lo que lo hace ideal para las necesidades de un hotel boutique. Su enfoque en la simplicidad y la eficiencia permite que los hoteles gestionen sus reservas de manera efectiva sin necesidad de sistemas complejos o costosos, lo cual es crucial para establecimientos que buscan optimizar costos sin sacrificar la calidad del servicio” (Hernández, 2024).

De acuerdo con mayoría de los entrevistados, Simple Booking se destaca entre todos, ya que mencionan que es un sistema de reservas adecuado para los hoteles tipos Boutique. Simple Bookin cuenta con diferentes cualidades, funcionalidades y beneficios, entre lo que más mencionaron, se adapta según la necesidad específica de Hotel, es flexible tiene buen diseño, soporte técnico, diferentes módulos. Sobre todo es compatible con otras plataformas.

4.3.4 Propuesta de sistema de reserva para hoteles tipo Boutique

Según Pfluger, sugiere que “Simple Booking puede ser una opción óptima para los hoteles tipo boutique en Quepos.” Ya que el sistema se ha adapta a las necesidades específicas de cada hotel. Según experiencia de Pfluger, Simple Booking a demostrando capacidad para mejorar la eficiencia operativa de los hoteles. (Pfluger, 2024).

De acuerdo a la experiencia de Parra, recomienda Simple Booking como el motor de reservas óptimo. Ya que destaca un sistema debe ser amigable para el cliente, aparte de ofrecer opciones y complementos para la interacción, tener conexiones con metabuscadores, y permitir funcionalidades avanzadas como escanear pasaportes y exportar datos a Excel. También considera importante que el sistema maneje cancelaciones automáticas si el cliente no se presenta (Parra, 2024)

Chinchilla sugiere que los sistema de reserva para hoteles boutique debería incluir una interfaz visual, almacenamiento en la nube, y mejor integración con otros sistemas. (Chinchilla 2024)

Para los hoteles boutique en Quepos, Neyra, propone que un sistema de reservas debe incluir buen diseño y garantizar buena experiencia de usuario, módulos para cotizaciones personalizadas, configuración de paquetes y códigos promocionales, y estrategias de remarketing como la tarifa secreta. (Neyra, 2024)

Acerca de proponer un sistema de reservas Escalante, señala que, para proponer un nuevo sistema de reservas para hoteles boutique, debe de ser amigable con otras plataformas, además de sencillo de usar. (Escalante, 2024)

La recomendación de acuerdo a la experiencia con Galvarini, es Simple Booking como el motor de reservas lo considera ideal para los hoteles boutique, por su practicidad, soporte, y capacidad de visualización en la página web. Además, sugiere configurar ofertas y ofrecer servicios como GuestService o Guest Experience para mejorar la operatividad. (Galvarini, 2024)

En cuanto a Hernández, sugiere una mejora, para Simple Booking, proponiendo la inclusión de una función que notifique al cliente sobre el estado de su pago al momento de realizar una reserva. Hernández explica que "esta característica mejoraría la transparencia y la confianza del cliente en el proceso de reserva, al garantizar que estén informados en tiempo real sobre la confirmación de su pago" (Hernández, 2024). Implementar esta mejora no solo fortalecería la experiencia del usuario, sino que también podría diferenciar a Simple Booking de otros sistemas de reservas en el mercado.

En resumen podemos concluir que si Booking es el sistema más recomendado por parte de la mayoría de los participantes, un sistema, que se acopla según las necesidades de cada hotel, cabe recalcar que existen propuestas de mejoras como es un botón de notificaciones de pago similar a la de otras plataformas. Implementar las recomendaciones, sugeridas permite una mejor operación del hotel, además garantizar una mejor experiencia en el proceso de reserva a los clientes.

4.4 Proponer un sistema de reservas para los hoteles tipo boutique en el cantón de Quepos, basado en los sistemas actuales

4.4.1 Propuesta

La propuesta de sistema de reserva para hoteles tipo Boutique en el cantón de Quepos, se realizara de acuerdo a las opiniones de los resultados de las entrevistadas, con los diferentes, profesionales y especialistas en el área de la hotelería. Donde se ha tenido en cuenta la opinión de cada uno de los participantes, tanto en las entrevistas individuales, como también en la entrevista del focus group.

Por otra parte se ha analizado información de diferentes fuentes como lo son, artículos académicos, búsqueda web, toda información que nos pueda dar mayor claridad acerca de un sistema de reserva que se adecue, a los hoteles del cantón de Quepos.

La industria de la hotelería en el cantón de Quepos enfrenta desafíos significativos en la distribución digital de sus reservas. Entre los principales problemas digitales se lograron identificar los siguientes hallazgos:

- Mala Distribución Digital: Ineficiencias en la gestión y promoción de reservas.
- Disputas con OTAs: Costos adicionales y comisiones elevadas

Problema Principal:

Tras haber analizado, detalladamente, cada una de las opiniones de los participantes llegamos a la conclusión o que el mayor problema es la dependencia excesiva de las OTAs, lo cual resulta en una pérdida de control sobre la distribución de reservas y costos adicionales significativos para los hoteles.

Como parte de la solución se propone: adoptar estrategias para generar ventas directas y contar con tecnología de primera. Actualmente existen cientos de sistemas de reservas, para hoteles en el mercado. Que son reconocidos mundialmente por su buena integración con otras plataformas, sus soluciones, funcionalidades, y características.

Entre los que destacan como posibles opciones en el cantón de Quepos pudimos identificar los siguientes:

- Simple Booking
- Orbe Booking
- Cloudbeds
- Travelclick
- Guest Centric
- Beds24
- eZee Absolute
- Room Cloud

Para abordar toda esta problemática la recomendación más viable para hoteles boutique en Quepos es adaptarse al uso de estrategias, como lo sería las reservas directas. A través de la implementación de un sistema de reservas eficiente donde se propone, Simple Booking.

Adaptarse a las estrategias de solución que brinda Simple Booking, permite a los hoteles boutique, mejorar considerablemente la distribución digital. Además de que reduce costos asociados a las OTAs, esto permite que los hoteles se mantengan competitivos en el mercado.

4.4.2 Propuesta Simple Booking

En la siguiente propuesta se mencionará las soluciones tecnológicas y beneficios que ofrece el sistema de reserva de Simple Booking.

4.4.3 Tabla de matriz Soluciones Tecnológicas de Simple Booking

Tabla 9

Soluciones Tecnológicas

Pasarela de pago integrada.	Permite a los hoteles cobrar a través de la página web al momento de la reserva.
Seguridad de datos.	Brinda seguridad de datos de altos estándares creada y diseñada en la Unión Europea, asegurando la información tanto para el hotel como también la del cliente.
Eficiencia operativa.	Evalúa la eficiencia del software según la productividad operativa, estadísticas de los datos de venta, estrategia de precios y sobre todo experiencia del cliente.

Integración amigable con software y aplicaciones en línea.	La tecnología de Simple Booking es reconocida por tener muchas integraciones con otras aplicaciones de la industria, ejemplo: Facebook, Google.
Soporte y capacitaciones.	Ofrece excelente soporte y capacitación al equipo del hotel asegurando que saquen mayor provecho y veneficios.
Optimización del sitio web	Mayor optimización del sitio web del hotel, que permite aumentar la visibilidad en los resultados de los motores de búsquedas y aumentar las posibilidades de reservas directas.

Fuente: Simple Booking (2024)

4.4.4 Tabla de matriz beneficios Simple Booking
Tabla 10

Beneficios

Reducción de Costos	Reducción de costos, de pagar comisiones a las OTAs, lo que permite tener mayor rentabilidad de ganancias para el hotel.
Aumento de reservas directas.	Simple Booking permite que el hotel gestione y maneje sus reservas directas de manera eficiente y efectiva, utilizando un sistema de reservaciones altamente avanzado y de alta calidad.
Tarifas Secretas y para miembros.	Estas tarifas están disponibles únicamente para miembros, esto conlleva a que el cliente registre sus datos en el sitio web de Simple Booking. Los datos capturados se usan para realizar campañas de marketing con ofertas especiales solo para miembros.
Oferta de paquetes y retiros.	Esta opción permite que el hotelero cree una oferta especial, donde puede hacer diferentes combinaciones de servicios y producto en la misma oferta. Ejemplo: crear un paquete que incluya, dos noches con desayuno, spa y un tour, con un precio atractivo.
Cupones de Huésped	Esta estrategia es para manejar las cancelaciones de una forma más rentable para el hotel, ya que, en lugar de reembolsar el dinero al huésped, el hotel puede generar un cupón valido para

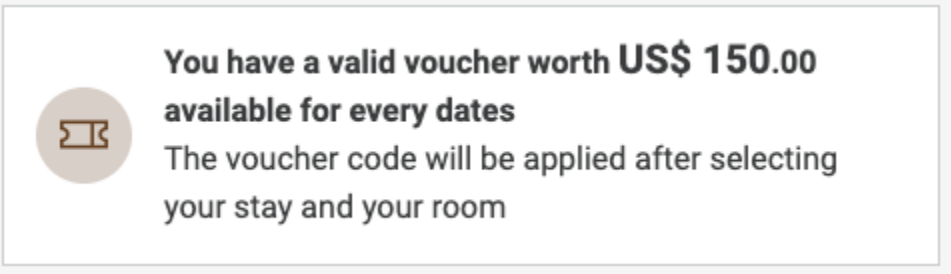
	usar en una estancia futura. Este proceso se gestiona de forma digital a través de Simple Booking.
Módulo de coincidencia de tasas	Esta función permite que el cliente, al reservar de forma directa puede ver y comparar los precios en los canales de distribución en línea. Simple Booking asegura que el hotel tenga tarifas más económicas y atractivas en la página web del hotel. Asegurando que el huésped obtenga mejor tarifa al momento de reservar de forma directa a través del sitio web del hotel.
Actualizaciones automáticas.	Se encarga de contactar al cliente de forma automática antes de su llegada, ofreciendo al huésped la oportunidad de una mejor habitación, de manera personalizada

Fuente: Simple Booking (2024)

Entonces, elegir Simple Booking como el sistema de reservas es una decisión estratégica que promete grandes beneficios para los hoteles boutique en el cantón de Quepos. Su capacidad robusta, soluciones, soporte, distribución digital, es ideal para mejorar la eficiencia operativa y maximizar rentabilidad de mantenerse competitivos, en un mercado altamente en desarrollo. En este sentido, cuenta con funciones premium como los siguientes

Ilustración 3

Cupones de huésped de Simple Booking



Fuente: Simple Booking (2024)

Estos son cupones de huésped que aumentan la rentabilidad, transformando las cancelaciones en cupones digitales que los huéspedes pueden utilizar para futuras reservas, en

lugar de ofrecer reembolsos. Todo el proceso, desde la creación hasta el envío y el canje de los cupones, se gestiona de manera digital.

Ilustración 4

Módulo de conciencia de tasas

**ONLY ON THIS WEBSITE
EXCLUSIVE BENEFITS**

- ✓ Direct Reservation With Hotel, No Booking Fees
- ✓ Exclusive Offers & Benefits

+ BEST RATE GUARANTEE







BOOKING	US\$ 296.10
EXPEDIA	US\$ 296.10
THIS WEBSITE -7%	US\$ 274.00

Fuente: Simple Booking (2024)

En este caso, desde el módulo de conciencia de tarifas, se puede utilizar la función "Rate Match" para comparar las tarifas en los canales OTA y ajustar las tarifas en el canal de venta directa (Simple Booking) si se detecta una tarifa más baja

Ilustración 5

Actualizaciones automáticas

Room type from		Room type to	
Premiun Villa Ocean View		Deluxe Villas Partial Ocean View	 
		Sunset Premium Villa	 

Fuente: Simple Booking (2024)

Por último, por medio de las actualizaciones automáticas, se aumenta el RevPAR ofreciendo actualizaciones automáticas a los huéspedes. Simple Booking se pone en contacto con sus huéspedes justo antes de su llegada con una oferta de mejora personalizada.

CONCLUSIONES

Apartir de todo lo desarrollado en la presente investigación, en base a la exposición de aspectos teóricos, el análisis de las entrevistas y el focus group, se arriban a las siguientes conclusiones vinculadas tanto al objetivo general propuestos como a los específicos:

- En cuanto al objetivo general, busca analizar las mejoras implementadas en los sistemas de reservas de hoteles tipo boutique en el cantón de Quepos para el primer cuatrimestre del 2024. Se concluye que los hoteles en el canton de Quepos, han incorporado tecnología avanzada, que garantiza la optimización e integración con los procesos digitales. Estas mejoras, son de gran significación y valiosa para los hoteles, usuarios y clientes, lo cual es crucial para un sector competitivo, como lo es el cantón de Quepos.
- A través de entrevistas y búsqueda web, se obtuvo una visión más profunda y detallada sobre las mejoras implementadas en los sistemas de reservas. Los entrevistados, con diferentes roles y experiencias en el sector de la hotelería, compartieron desde sus experiencias cuales son las mejoras que hay actualmente y por otra parte sugirieron de implementar estrategias de mejora en la distribución digital y optimizar los sitios web para garantizar un mejor posicionamiento y visibilidad en los motores de búsqueda.
- Para identificar los hoteles tipo boutique en el cantón de Quepos que presenten mayores problemas en su distribución digital, se llevó a cabo un análisis exhaustivo utilizando metodologías como recolección de datos, búsqueda web, observación y entrevistas. Se creó un inventario de los hoteles boutique en Quepos. Con el propósito de identificar el número de hoteles existentes, y que sistemas de reservas usan. A través de la búsqueda web del hotel y plataformas como TripAdvisor, Booking y Google Reviews se identificaron reseñas, videos, y fotografías, de los hoteles con el propósito de analizar cómo se ven.
- Se pudo analizar que mucho de los hoteles no cuentan con una página web, actualizada, algunas con diseños muy antiguos, fotos de baja resolución y mal distribuidas, sin reseñas ni calificaciones de clientes.

- Afectando la reputación del hotel, ya que para el tráfico de posibles clientes no da buena impresión de confiabilidad. Las puntuaciones y reseñas son de suma importancia tanto para el hotel, como también para potenciales clientes, la mayoría de viajeros considera importante la opinión de otros sobre el hotel y sus servicios.
- Se pudo identificar de acuerdo a las entrevistas, que otro de los mayores problemas en la distribución digital es la dependencia de la OTAs. Lo que puede afectar a los hoteles de diferentes formas. Reducción de las ganancias, ya que suelen cobrar altas comisiones por cada reserva generada.
- Afecta estrategias de precios esto de acuerdo a políticas poco claras en sus plataformas además de la necesidad que existe de competir con estrategias de precios, ya que lo que quieren es que el cliente reserve a través de ellas.
- Es por eso que los hoteles deben de estar un paso adelante, supervisando los precios y asegurarse que en el canal directo siempre es más económico que en las OTAs.
- El objetivo específico número dos consistía en Determinar los tipos de sistemas de reservas utilizados en los hoteles tipo boutique en el cantón de Quepos. En lo cual se observó una considerable variedad de sistemas de reservas. Basado en los datos recopilados, se concluye que los sistemas más utilizados en Quepos son Simple Booking, Orbe Booking, Cloudbeds, Travelclick, Guest Centric, Beds24, eZee Absolute y Room Cloud.
- Algunos sistemas de reservas son más populares por sus funcionalidades, costos, facilidad de uso, soporte y capacitaciones. Por ejemplo, Simple Booking y Orbe Booking se adaptan bien a las necesidades de cada propiedad y ofrecen ventajas similares como soporte e integración de pasarela de pago con banco local del país.
- Cloudbeds y eZee Absolute son reconocidos por su integración de gestión hotelera y funcionalidades robustas. Se concluye que los hoteles boutique en Quepos optan por sistemas de reservas que ofrecen buena integración con otros sistemas, personalización del servicio, eficiencia y una buena experiencia tanto para el hotel como para los clientes.
- Actualmente, Simple Booking es el sistema de reservas más utilizado por los hoteles boutique en Quepos.

- El último objetivo busca Proponer un sistema de reservas para los hoteles tipo boutique en el cantón de Quepos, basado en los sistemas actuales. Se investigaron y analizaron los desafíos de distribución digital que enfrentan estos hoteles y las preferencias de los hoteleros en cuanto a los software disponibles.
- Basándonos en esta investigación, se concluye que Simple Booking es la mejor opción, ofreciendo ventajas significativas y soluciones personalizadas, además de integrarse fácilmente con otros software y aplicaciones populares en la industria de marketing y gestión de canales.
- Simple Booking colabora con muchos hoteles en Costa Rica, incluyendo 11 hoteles boutique en el cantón de Quepos, brindando soluciones que proporcionan una buena personalización de servicios operativos. En resumen, para dar respuesta al objetivo general, es esencial implementar y optimizar un sistema de reservas eficiente y avanzado en los hoteles tipo boutique de Quepos, enfocándose en la mejora de la distribución digital, la presencia en línea y la promoción de reservas directas.

RECOMENDACIONES

A partir de lo concluido anteriormente, se pueden puntualizar las siguientes recomendaciones:

Mayor y optimización en línea, muchas de las páginas web de los hoteles en Quepos se encuentran desactualizadas y mal diseñadas, lo que afecta la percepción y la visibilidad en línea. Un sitio web moderno y optimizado mejora la confianza del cliente y aumenta la probabilidad de reservas directas.

Actualización de las página web de los hoteles en quepos, con fotos de alta calidad y vídeos de alta resolución, buena descripción de esta forma, tratar de captar al cliente.

Crear un plan de marketing digital, definiendo los objetivos, el público objetivo y el presupuesto para las campañas de marketing digital.

Crear contenido de alta calidad que sea relevante para los intereses de su público objetivo, como fotos y videos del hotel, información sobre las atracciones locales y consejos de viaje.

Existen diversas herramientas disponibles para ayudar a gestionar las campañas de marketing digital, como plataformas de correo electrónico, herramientas de administración de redes sociales y plataformas de análisis web.

Ofrecer paquetes personalizados y atractivos que se adapten a las necesidades e intereses de los diferentes segmentos de clientes. Por ejemplo, un paquete para parejas podría incluir una cena romántica, mientras que un paquete para familias podría incluir acceso a parques o actividades infantiles.

Ajustar las tarifas en las OTA, evaluando las comisiones y considerando aumentar las tarifas en las OTA para compensar los costos. Si las comisiones son demasiado altas, los hoteles pueden considerar aumentar sus tarifas en las OTA para compensar los costos.

También incentivar las reservas directas ofreciendo descuentos, beneficios exclusivos o programas de fidelización.

Sugerencias para Futuros Investigadores

A partir de lo investigado, han quedado temas sin abordar por estar fuera de los objetivos planteados, sin embargo, para futuras investigaciones se podrían tomar en cuenta.

Realizar un análisis del impacto de diferentes canales de distribución en los ingresos por reservas de hoteles para hoteles boutique en Quepos.

Esta línea de investigación profundizaría en la eficacia de diversos canales de distribución, como las agencias de viajes online (OTA), los sitios web de hoteles y las redes sociales, para impulsar las reservas y los ingresos de los hoteles boutique en Quepos.

Explorar el potencial de las estrategias de marketing personalizado y experiencia del huésped para hoteles boutique en Quepos: Para utilizar los datos y preferencias de los huéspedes para personalizar las campañas de marketing y mejorar la experiencia del huésped para los hoteles boutique en Quepos.

BIBLIOGRAFÍA

- Azofeifa Porras, M. y Méndez Fernández, M. (2020). Propuesta de un plan de mercadeo para el hotel ocotal en guanacaste. Recuperado de: <https://www.kerwa.ucr.ac.cr/>
- Arnold, M. y Osorio, F. 1998. Introducción a los conceptos básicos de la teoría general de sistemas. Cinta moebio 3: 40-49
- Benalal, A., Fuentes M., y Sánchez, J. (2020). Tecnología e impulso digital: necesidad y oportunidad en el sector hotelero», Recuperado de:
<https://tecnohotelnews.com/2020/06/tecnologia-oportunidad-sector-hoteler/>
- Bagozzi, Richard; Phillips, Lynn (1982), “Representing and testing organizational theories: A holistic construal”, *Administrative Science Quartely*, 27, <http://www.jstor.org/stable/2392322>, consultado: 02-12-2010.
- Baldoceda Chavez, J. C. (2017), Desarrollo de un aplicativo móvil basado en la metodología mobile-D para la gestión de reservas del hotel Caribe de Huaral. Recuperado de: <http://repositorio.uigv.edu.pe/handle/20.500.11818/1800>
- Brito, J. G. (2013). El turismo que vemos y contamos. Técnicas de investigación social aplicadas al turismo. Editorial UNED.
- Domínguez, M. J. M., Sánchez, A. V., & Díaz, Y. P. (2009). La investigación cualitativa a través del estudio de casos: referencia a la investigación en turismo. In *La adaptación del turismo a los cambios globales: II Jornadas de Investigación en Turismo*, Sevilla, 7 y 8 de mayo de 2009 (pp. 541-563). Edición Digital@ tres.
- Flick, U. (2020). Los grupos focales: Un método cualitativo para la investigación. Morata.

Filippa, M. (2017). ¿Sabías cuál fue el primer Hotel del mundo? <http://massimofilippa.blogspot.com/2017/02/sabes-cual-fue-el-primer-hotel-del-mundo.html>

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2018). Metodología de la investigación (Vol. 4, pp. 310-386). México: McGraw-Hill Interamericana.

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2017). Censo. 2011. Indicadores económicos, según provincia, cantón y distrito. INEC. <https://www.inec.cr/documento/censo2011-indicadores-economicos-segun-provincia-canton-y-distrito>

Juan, S., & Roussos, A. (2010). El focus group como técnica de investigación cualitativa.

Medina, J. A. (2012). La investigación turística. Obtenido de TUR y DES Revista de investigación en turismo y desarrollo local: <http://www.eumed.net/rev/turydes/12/jamc.html>.

Martínez Muñoz, L. : “Consideraciones teóricas sobre atención al cliente” en Contribuciones a la Economía, abril 2007. Texto completo en <http://www.eumed.net/ce/>

Moreno Domínguez, M. J., Vargas Sánchez, A., & Pelayo Díaz, Y. (2009). La investigación cualitativa a través del estudio de casos: Referencia a la investigación en turismo. La adaptación del turismo a los cambios globales: II jornadas de investigación en turismo. p 541-563.

Municipalidad de Quepos. (2020). Alcaldía. Municipalidad de Quepos. Consultado 03 de noviembre 2022 Recuperado de:

<https://muniquepos.go.cr/alcaldia/#:~:text=Generar%20condiciones%20que%20permitan%20a,mejorar%20la%20calidad%20de%20vida>.

Municipalidad de Quepos. (2020). ¡Bienvenido! Municipalidad de Quepos. Consultado Mayo del 2023. <https://muniquepos.go.cr/>

Municipalidad de Quepos. (2020). Historia del Cantón de Quepos. Municipalidad de Quepos. Consultado Mayo del 2023. <https://muniquepos.go.cr/historia/> 125

Municipalidad de Quepos. (2020). Servicios Públicos. Municipalidad de Quepos. Consultado Mayo del 2023. <https://muniquepos.go.cr/servicios-publicos/>

Ministerio de Educación Pública. (2021). Nómina de Centros Educativos 2020. <https://www.mep.go.cr/faq/donde-encuentro-listado-todas-instituciones-educativasexistentes-pais>.

Nuño, P. (2017). ¿Qué es la investigación de mercado? Obtenido de Emprende PYME: <https://www.emprendepyme.net/que-es-la-investigacion-demercado.html>

Cajigas L,Ochoa Cordova, N., I. y Alexander, V. (2021). Los canales de distribución electrónica y el servicio de reservas en los hoteles de categoría 3 estrellas, en la ciudad del Cusco – 2018. Recuperado de: <https://repositorio.unsaac.edu.pe/handle/20.500.12918/6167>

Cañero, P., Orgaz, F. & Moral, S. (2015). Reputación online de los hoteles de sol y playa en la República Dominicana. CULTUR- Revista de Cultura e Turismo, 9(3), [86-100]. Disponible en: <http://www.uesc.br/revistas/culturaeturismo/ano9-edicao3/5.pdf> Consultado el 09/09/2017.

Escobar, C., Fonseca, H. y Pérez, Z. (2016). “Propuesta de un modelo de administración estratégica para el Hotel M & M en Playas del Coco, Guanacaste, Costa Rica”. Recuperado de: <https://repositorio.una.ac.cr/handle/11056/22509>

Forero, D., Salgado, E., & Villa, J. L. (2020). Modelo de implementación de proyectos de Transformación Digital en Hoteles Boutique. Proceedings of the 18th LACCEI International Multi-Conference for Engineering, Education, and Technology: Engineering, Integration, And Alliances for A Sustainable Development” “Hemispheric Cooperation for Competitiveness and Prosperity on A Knowledge-Based Economy”. Latin American and Caribbean Consortium of Engineering Institutions.

García Cañada, J. L. (2020), en su trabajo titulado “Plan de negocio: Hotel Boutique Mae”. Recuperado de: <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/handle/11531/37387>

Mangas, J. (Noviembre de 2021). Obtenido de ESIC BUSINESS & MARKETING SCHOOL: <https://www.esic.edu/rethink/marketing-y-comunicacion/que-es-otas-turismo-hoteles>

Manual de estilo de publicaciones de la American Psychological Association (7.^a ed.). (2020).

La Boella. (2016). Las características de un verdadero hotel boutique | La Boella. La Boella. <https://www.laboella.com/caracteristicas-hotel-boutique/>

Parri Royo, L. (2017). La revolución digital en hoteles boutique. Impacto en la comunicación online. Recuperado de: <https://www.munoz-com-ec.elfloron.com/tesis-amor/lparriTFG0617memoria.pdf>

RAE. (10 de Noviembre de 2019). Significado de Alojjar. Obtenido de Real Academia Española: https://dle.rae.es/alojjar?m=30_2

Rogerson, J.M. (2010). The Boutique Hotel Industry in South Africa: Definition, Scope, and Organization. Urban Forum, 21(4), [425-439]. Consultado el 13/08/2017. doi: 10.1007/s12132-010-9104-7.

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (2022). Índice de Pobreza Multidimensional Cantonal. <https://www.cr.undp.org/content/costarica/es/home/library/indice-de-pobrezamultidimensional-cantonal.html>

Strauss, J., Frost, R. (2016). E-marketing.

Tecnohotelesnews (2023). 3 tendencias de distribución hotelera para 2024 y cómo adaptarse a ellas. Recuperado de: <https://tecnohotelnews.com/2024/01/3-tendencias-distribucion-hotelera-2024/>

Unidad de Información y Estadística Nacional sobre Drogas. (2019). Un recorrido por la realidad social de LOS 28 CANTONES con más eventos de incautación de drogas en el período 2010-2018. Instituto Costarricense sobre Drogas, <https://www.icd.go.cr/portalicd/images/docs/uid/investigaciones/Los28Cantones.pdf>

Aportación de los metabuscadores en el canal directo. Recuperado de: <https://tecnohotelnews.com/2023/02/aportacion-metabuscadores-canal-directo/>

Hotel Tech Report. (2024). Mejores productos digitales para administrar y hacer crecer su negocio hotelero. Hotel Tech Report. Recuperado de <https://hoteltechreport.com/es>