

Análisis de los sitios web de los grupos empresariales de alojamiento del MINTUR

Analysis of the websites of the MINTUR accommodation business groups

- ¹ Rocío Celia Redero Orozco 
Estudiante, Facultad de Turismo, Universidad de La Habana, Cuba.
rocio.redero04@gmail.com
- ² Raúl Batista Garzón 
Estudiante, Facultad de Turismo, Universidad de La Habana, Cuba.
raulbatistagarzon@gmail.com
- ³ Edgar Núñez Torres 
Profesor, Facultad de Turismo, Universidad de La Habana, Cuba,
Máster en Informática para la Gestión Medioambiental.
enunez8609@gmail.com

Artículo de Investigación Científica y Tecnológica

Enviado: 14/07/2023

Revisado: 04/08/2023

Aceptado: 12/09/2023

Publicado: 05/10/2023

DOI: <https://doi.org/10.33262/ct.v2i4.32>

Cítese:

Redero Orozco, R. C., Batista Garzón, R., & Núñez Torres, E. (2023). Análisis de los sitios web de los grupos empresariales de alojamiento del MINTUR. *Ciencia & Turismo*, 2(4), 6-18. <https://doi.org/10.33262/ct.v2i4.32>



CIENCIA & TURISMO, es una revista multidisciplinaria, trimestral, que se publicará en soporte electrónico tiene como misión contribuir a la formación de profesionales competentes con visión humanística y crítica que sean capaces de exponer sus resultados investigativos y científicos en la misma medida que se promueva mediante su intervención cambios positivos en la sociedad.

La revista es editada por la Editorial Ciencia Digital (Editorial de prestigio registrada en la Cámara Ecuatoriana de Libro con No de Afiliación 663) www.celibro.org.ec

Esta revista está protegida bajo una licencia Creative Commons Attribution Non Commercial No Derivatives 4.0 International. Copia de la licencia: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>.

Palabras claves:

Sitios web, SEO, entidades de alojamiento.

Resumen

La evaluación de los sitios web de las entidades turísticas es un tema que actualmente ha ganado auge en la historia del turismo y la tecnología. Con la creciente importancia de internet en el sector turístico, los especialistas en marketing y los operadores turísticos han comenzado a prestar aún más atención a la calidad y eficacia de sus sitios web. El surgimiento de la web 2.0 en el siglo XXI marcó un punto de inflexión en la forma en que las empresas de viajes interactuaban con los viajeros y comercializaban sus productos y servicios. Los sitios web se han convertido en herramientas esenciales de publicidad y marketing turístico que permiten a las empresas llegar a grandes audiencias y generar una mayor interacción con los clientes. En este contexto, la evaluación y análisis de sitios web se ha vuelto cada vez más importante para asegurar la efectividad y calidad de las estrategias de marketing turístico online. El presente trabajo muestra un análisis de los sitios web de los grupos empresariales de alojamiento pertenecientes al MINTUR (Ministerio de Turismo), mediante la utilización de las herramientas Nibbler y Webite Grader y llegando a la conclusión que el sitio web con mayores problemas es el de Islazul.

Keywords:

Websites, SEO, hosting entities.

Abstract

The evaluation of the websites of tourism entities is a topic that has currently gained popularity in the history of tourism and technology. With the increasing importance of the internet in the tourism sector, marketers and tour operators have begun to pay even more attention to the quality and effectiveness of their websites. The emergence of web 2.0 in the 21st century marked a turning point in the way travel companies interacted with travelers and marketed their products and services. Websites have become essential tourism advertising and marketing tools that allow companies to reach large audiences and generate greater interaction with customers. In this context, the evaluation and analysis of websites has become increasingly important to ensure the effectiveness and quality of online tourism marketing strategies. The present work shows an analysis of the websites of the accommodation business groups belonging to the MINTUR (Ministry of Tourism), through the use of the Nibbler and Webite

Grader tools and reaching the conclusion that the website with the greatest problems is that of Islazul.

1. Introducción

El turismo es uno de los sectores económicos más importantes en todo el mundo y en la actualidad, las entidades turísticas tienen que hacer frente a un mercado cada vez más competitivo.

A través de los sitios web las empresas turísticas pueden promocionar sus servicios y atraer a nuevos clientes. Esto puede incluir información sobre las habitaciones, instalaciones, servicios de restaurante y spa, entre otros servicios. También los sitios web permiten a los clientes realizar reservas en línea, lo que facilita el proceso y puede aumentar la eficiencia del hotel. Los sistemas de gestión de reservas pueden estar integrados en el sitio web del hotel, lo que permite a los clientes reservar habitaciones directamente. (Sharma, 2022)

Los sitios web les permiten a las entidades proporcionar información detallada sobre sus servicios y políticas como, por ejemplo, política de cancelación, horarios de check-in y check-out, políticas de mascotas, entre otros y les posibilita la comunicación con los clientes a través de formularios de contacto, chat en vivo y correo electrónico. Esto puede ayudar a resolver preguntas y problemas de los clientes de manera eficiente. Por esta razón, es crucial que estas empresas cuenten con sitios web efectivos que les permitan atraer y retener a los usuarios. Se tomarán como objeto de estudio de los grupos empresariales Gran Caribe, Cubanacán, Islazul, Campismo Popular

Problema que resuelve

¿Cómo se comportan los sitios web de los grupos empresariales de alojamiento del MINTUR?

Objetivo

El presente trabajo tiene como objetivo analizar el estado de los sitios web de los grupos empresariales de alojamiento del MINTUR, haciendo uso de las herramientas Nibbler y Webite Grader.

Marco Teórico Referencial

¿Qué es un sitio web?

Un sitio web es un conjunto de páginas web que están conectadas entre sí y se encuentran alojadas en un servidor web. Este espacio virtual es accesible para cualquier persona con conexión a internet, que lo visite por medio de un navegador web. Se compone de diferentes tipos de contenido, como texto, imágenes, videos y elementos interactivos (Coppola, 2023)

Un sitio web sirve para tener presencia en la red. Cumple diferentes funciones con base en los objetivos planteados. Sirve para informar, vender productos o servicios, crear una comunidad o impulsar una causa, interactuar, capacitar o educar, ofrecer soporte o atención, o divertirse.

¿Qué es el posicionamiento web?

El posicionamiento Web o SEO consiste en aplicar diversas técnicas orientadas a lograr que los buscadores de Internet sitúen determinada página web en una posición y categoría alta (primeras posiciones) dentro de su página de resultados para determinados términos y frases clave de búsqueda. (Acibeiro, 2021)

El posicionamiento web orgánico o natural en Google y demás buscadores es una de las estrategias más efectivas a medio y largo plazo para captar potenciales clientes desde Internet.

Herramientas para la evaluación de los sitios web

Nibbler

Es una herramienta de análisis muy completa que proporciona una puntuación de 0 a 10 en la que se resumen importantes aspectos que debe cumplir un sitio web, como la accesibilidad, el SEO, la integración con las redes sociales y la tecnología empleada. (Luján Mora, 2012)

Además, se evalúan 4 dimensiones compuestas por diferentes parámetros las cuales son:

- **Accesibilidad:** Nos permite conocer que tan accesible es la página web para dispositivos móviles. Sus parámetros principales encabezados, links internos, compatibilidad móvil, títulos de páginas, formato URL.
- **Experiencia:** Permite saber qué tan satisfactorio es el sitio web para los usuarios. Sus indicadores son popularidad, comportamiento del servidor, links internos, cantidad de contenido, Twitter, Imágenes, compatibilidad móvil, imprimibilidad, formato URL y frescura.

- Marketing: Permite conocer que tan bien comercializado y cuan popular es el sitio web. Sus parámetros son popularidad, encabezados, links internos, cantidad de contenido, Twitter, análisis, títulos de páginas, enlaces entrantes, etiquetas meta, frescura.
- Tecnología: Permite saber que tan bien diseñado se encuentra el sitio web. Sus indicadores son comportamiento del servidor, encabezados, links internos, imágenes, compatibilidad móvil, imprimibilidad, formato URL y etiquetas meta.

Webite Grader

HubSpot presenta una herramienta gratuita que ayudará a las empresas a saber si su página web está en sintonía con sus estrategias digitales. En la última década, la dinámica de cómo las personas interactúan con las marcas ha cambiado mucho: el diseño, funcionalidad y propósito se enfocan en nuevas tendencias. Con esto en mente, HubSpot diseñó Website Grader con criterios de clasificación que ofrece un informe personalizado de sitios web en materia de rendimiento, adaptabilidad móvil, SEO y seguridad. Las empresas que deseen aprovechar la herramienta deberán acceder al sitio oficial e introducir la URL de su sitio web, así como un correo electrónico. Una vez que el sistema haya realizado el análisis, el sitio recibe un resultado del 1 al 100 considerando: Rendimiento, Diseño adaptable, SEO y Seguridad. (HubSpot , 2017)

2. Materiales y métodos

Se utilizó para el desarrollo de este trabajo el método de revisión bibliográfica, el cual permitió el análisis teórico existente a nivel internacional de la utilización de la

Web 2.0 y los sitios web. Adicionalmente, se utilizó el método analítico – sintético e inductivo - deductivo para la elaboración del marco teórico referencial y para la interpretación de los resultados obtenidos. Por otra parte, la observación fue otro de los métodos, la misma permitió identificar las principales cualidades en el uso de los sitios web en las organizaciones analizadas.

3. Resultados

Análisis de los sitios web de los grupos empresariales de alojamiento pertenecientes al MINTUR

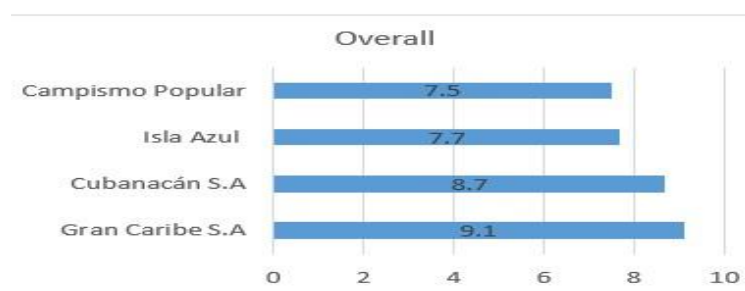
Luego de analizar los sitios web de las entidades turísticas a través de la herramienta Nibbler se obtuvo los siguientes resultados:

Evaluación general

La mayor puntuación general la alcanzó el grupo empresarial Gran Caribe, con una calificación de 9.1 y la menor puntuación la obtuvo el Grupo Empresarial Campismo Popular con una calificación de 7.5 como se puede observar en la figura 1.

Figura 1:

Evaluación general por sitios web



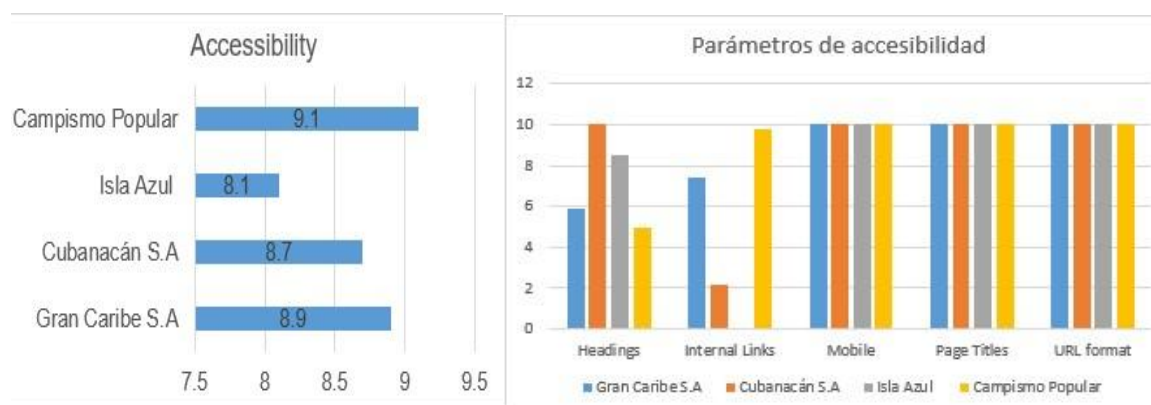
Esta evaluación general que brinda la herramienta Nibbler es el resultado de promediar las 4 dimensiones generales: tecnología, accesibilidad, marketing y experiencia.

Accesibilidad

En la figura 2 se muestra el grado de accesibilidad que presentaron los grupos empresariales de alojamiento objeto de estudio, arribando a la conclusión que todas presentan un adecuado rendimiento en cuanto a la accesibilidad.

Figura 2:

Dimensión accesibilidad



La menos accesible es el Grupo Islazul presentando una calificación de 8.1, ya que presenta como característica negativa que muchos encabezados (10,0%) estaban vacíos o mal definidos. Algunas páginas no definían correctamente los encabezados. Además,

el indicador de enlaces internos también se encuentra afectado ya que 85 links no presentan texto descriptivo en su destino.

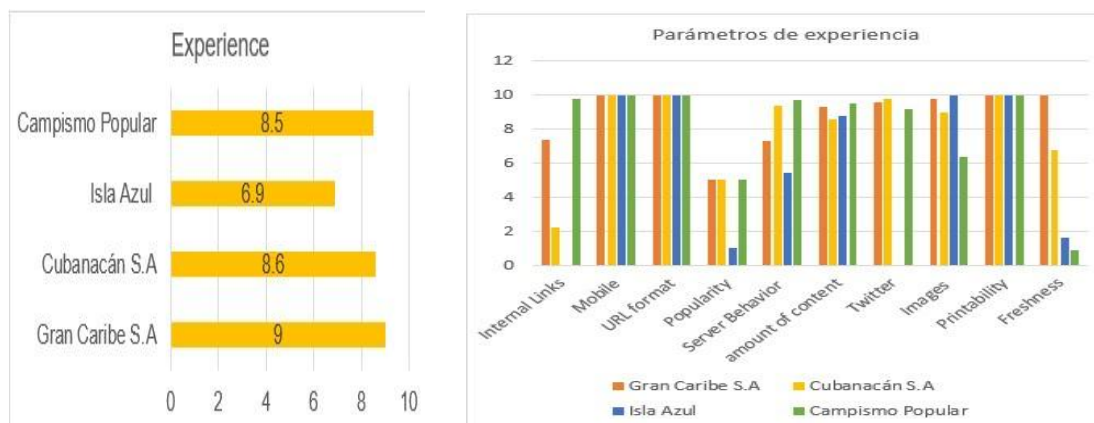
En cambio, el Grupo Campismo Popular posee la mejor puntuación de la dimensión accesibilidad ya que presenta una mayor puntuación en cuanto a los encabezados y los enlaces internos lo que la hace superior con respecto a las demás. Posee como fortalezas su compatibilidad con dispositivos móviles, su correcta utilización de los títulos de página y su apropiada escritura de los formatos URL.

Experiencia

En la figura 3 se muestra el nivel de experiencia que presentaron las entidades de alojamiento objeto de estudio, llegando a la conclusión que todas presentan un adecuado rendimiento en cuanto a esta dimensión de manera general. La entidad que alcanzó mayor puntuación en relación con la experiencia que brinda a los usuarios es Gran Caribe, siendo superior a las demás.

Figura 3:

Dimensión experiencia



El grupo empresarial Islazul es la entidad que más deficiencias presenta. Se pudo constatar que existen problemas con los enlaces internos de su sitio web, pero también presenta afectación en el indicador popularidad ya que se tiene un número muy bajo de visitas mensuales (73 visitantes orgánicos). Ninguna imagen tiene tamaños definidos y no posee cuenta en Twitter. Además, este sitio web se actualizó por última vez el jueves 1 de abril de 2021; esto es negativo porque los visitantes pueden descartar este sitio web como obsoleto. También, no trabaja con la codificación GZIP. La compresión GZIP es ampliamente compatible y reduce el tiempo de carga de una página web. Este sitio web devuelve el contenido de la página con o sin una barra diagonal en las URL, esto no es correcto ya que los motores de búsqueda pueden verlos como páginas separadas con contenido duplicado que podrían penalizar.

Marketing

En la figura 4 se evidencia el nivel de comercialización y popularidad que presentaron los OSDE de alojamiento, quedando demostrado que todas presentan un adecuado rendimiento en cuanto a esta dimensión de manera general.

Figura 4:

Dimensión marketing

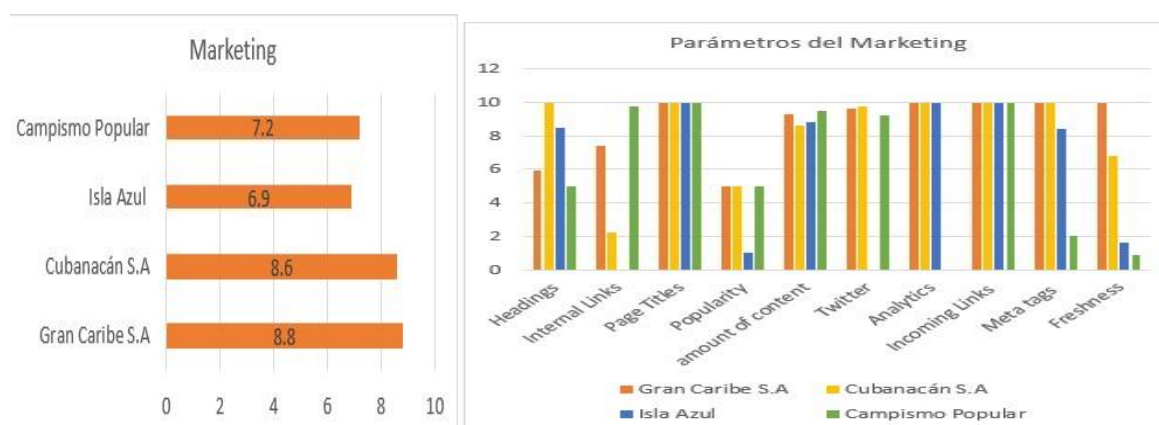


Figura 4: Dimensión marketing

Gran Caribe constituye la entidad turística de mayor puntaje en esta dimensión con una calificación de 8.8. Este sitio web tiene como fortalezas que todas las páginas incluían una meta descripción. Además, cada página de este sitio web utiliza algún tipo de software de análisis y existen 29634 páginas en 197 dominios que enlazan este sitio web. Tiene como aspectos positivos la cantidad de contenido, la popularidad, los títulos de páginas y la frescura, parámetros evaluados anteriormente

Islazul se ubica en la posición más baja en cuanto al marketing. Sus principales debilidades se encuentran en los indicadores enlaces internos, popularidad, frescura y encabezados.

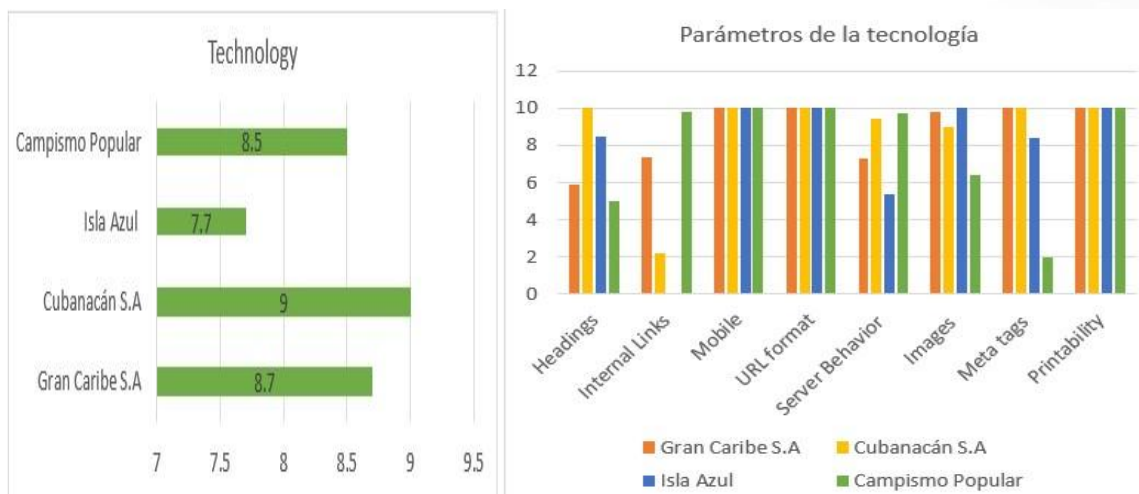
Tecnología

En la figura 5 se evidencia la puntuación alcanzada por las entidades de alojamiento en cuanto a su diseño web, quedando demostrado que todas presentan un eficiente rendimiento.

Hoteles Cubanacán tiene la mejor puntuación en cuanto al diseño web con un puntaje de 9. Tiene como fortalezas que la hacen superior con respecto a las demás entidades la compatibilidad con dispositivos móviles, los encabezados, la imprimibilidad, las etiquetas meta, el comportamiento del servidor y el formato URL.

Figura 5:

Dimensión tecnología



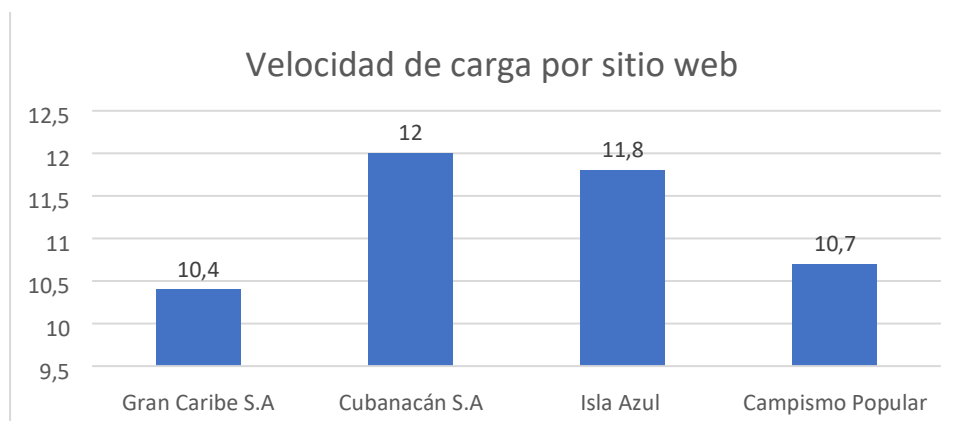
Islazul se ubica en la posición más baja en cuanto al indicador de diseño web. Tiene como debilidades principales los encabezados, el comportamiento del servidor y los enlaces internos.

Velocidad de carga

Este parámetro fue evaluado a través de la herramienta webite grader y se obtuvo que el Grupo Empresarial Gran Caribe S.A es el que presenta mayor velocidad de carga, demorándose 10.4 segundos, como se muestra en la figura 6. Además, presenta un tamaño de página de 6.4mb que según Webite Grader debe ser mejorado ya que para poseer un óptimo desarrollo debe encontrarse este aspecto por debajo de los 3mb.

Figura 6:

Dimensión velocidad de carga



Los sitios web de los Cubanacán S.A e Islazul son los de mayor tiempo de demora. Deben disminuir las solicitudes HTTP, algunas imágenes no se adaptan muy bien y no tiene los JavaScript minimizados.

Impactos

- Promocionan el sitio web en los perfiles de redes sociales y utilizan publicidad en redes sociales para llegar a una audiencia más amplia. También utilizan técnicas de marketing de contenido, como publicar en foros relevantes o blogs, para atraer a más personas al sitio web.
- Ofrecen incentivos a los usuarios para que visiten el sitio web, como descuentos o promociones especiales.
- Optimizan el contenido existente utilizando técnicas de SEO, como la inclusión de palabras clave relevantes y la optimización de la estructura del contenido.

Recomendaciones para estos sitios web

- Definir los encabezados ya que a los usuarios y los motores de búsqueda les puede resultar más difícil determinar el contenido de la página de este sitio web.
- Precisar correctamente los enlaces internos porque estos ayudan al SEO (Optimización de los motores de búsqueda), es decir, a la visibilidad y el posicionamiento, resultados de búsqueda de Google y ayudan a la accesibilidad.
- Optimizar el código de los sitios web ya que puede afectar el rendimiento del servidor.
- Utilizar caché para almacenar temporalmente los datos de un sitio web en el navegador del usuario o en el servidor, para que la próxima vez que se acceda a la página, se cargue rápidamente.
- Emplear imágenes optimizadas y comprimidas para reducir el tamaño de los archivos y reducir la carga del servidor.
- Revisar y actualizar regularmente el contenido existente en el sitio web para asegurar de que siga siendo relevante y útil para la audiencia.
- Es importante encontrar un equilibrio adecuado entre la cantidad y la calidad del contenido en el sitio web, se debe asegurar de que la cantidad de contenido sea suficiente para satisfacer las necesidades e intereses.
- Utilizar imágenes de alta resolución que tengan una resolución adecuada para el tamaño en el que se van a mostrar en el sitio web. Las imágenes de baja resolución pueden verse borrosas o pixeladas y pueden estirarse al

aumentar su tamaño. Asegurarse de que todas las imágenes de estos sitios web estén en formato JPEG, PNG, SVG o GIF

- Agregar botones con enlace a Twitter en el sitio web para que los usuarios puedan seguirte y compartir tu contenido en Twitter.
- Utiliza herramientas de analítica web como Google Analytics para recopilar datos sobre el comportamiento de los usuarios en el sitio web.
- Utiliza un alojamiento web adecuado para garantizar una buena velocidad de carga del sitio web. Elige un proveedor de alojamiento que ofrezca un buen ancho de banda, un tiempo de actividad confiable y un soporte técnico de calidad.

4. Conclusiones

- Es importante la evaluación de los sitios web de las entidades turísticas ya que constituye un proceso vital para asegurar su efectividad en línea y mejorar la experiencia de usuario. Durante la investigación, se ha podido comprobar que un sitio web bien diseñado y optimizado puede contribuir significativamente al éxito de una empresa del sector turístico.
- Las empresas que han logrado una presencia efectiva en línea han sido capaces de atraer y retener a los clientes, mejorar su imagen de marca y aumentar sus ventas en el mercado turístico. Por otro lado, las empresas que no prestan suficiente atención a la evaluación y mejora de sus sitios web corren el riesgo de perder a los clientes y de no estar a la altura de sus competidores. Se recomienda a las entidades turísticas del MINTUR que dediquen tiempo y recursos suficientes para evaluar y mejorar constantemente sus sitios web para utilizarlos de manera efectiva y beneficiosa llegando a llamar la atención de más clientes.

5. Conflicto de intereses

Los autores declaran que no existe conflicto de intereses en relación con el artículo presentado.

6. Declaración de contribución de los autores

Todos autores contribuyeron significativamente en la elaboración del artículo.

7. Costos de financiamiento

La presente investigación fue financiada en su totalidad con fondos propios de los autores.

8. Referencias

Acibeiro, M. (19 de Julio de 2021). *Qué es el posicionamiento SEO y por qué es tan importante?* Obtenido de Godaddy: <https://es.godaddy.com/blog/que-es-posicionamiento-seo/>

Coppola, M. (23 de Enero de 2023). *Que es un sitio web, para que sirve y cuales son sus elementos.* Obtenido de Hubspot:

<https://blog.hubspot.es/website/que-es-sitio-web#que-es>

HubSpot . (31 de 10 de 2017). Obtenido de HubSpot lanza Website Grader, la herramienta que te permite conocer la calificación de tu página web:

<https://hubspot.another.co/hubspot-lanza-website-grader-la-herramientaque-te-permite-conocer-la-calificacion-de-tu-pagina-web>

Luján Mora, S. (29 de abril de 2012). *Nibbler, una herramienta de análisis muy completa.* Obtenido de Accesibilidad en la Web:

<https://accesibilidadenlaweb.blogspot.com/2012/04/nibbler-unaherramienta-de-analisis-muy.html?m=1>

Sharma, M. (26 de Agosto de 2022). *Principales funciones de los sitios webs de hoteles que impulsan los ingresos.* Obtenido de Hotelogix:

<https://www.hotelogix.com/es/blog/2022/08/26/principales-funciones-de-lossitios-web-de-hoteles-que-impulsan-los-ingresos/>

El artículo que se publica es de exclusiva responsabilidad de los autores y no necesariamente reflejan el pensamiento de la **Revista Ciencia & Turismo**.



El artículo queda en propiedad de la revista y, por tanto, su publicación parcial y/o total en otro medio tiene que ser autorizado por el director de la **Revista Ciencia & Turismo**.

