



CAPÍTULO V

CAPÍTULO V

Conclusiones

El presente capítulo tiene como finalidad la presentación de las conclusiones obtenidas a partir de la evaluación de la usabilidad de las páginas web de los hoteles ubicados en la ciudad de Puebla.

Cumpliendo con el primer objetivo se determinó que los hoteles de la ciudad de Puebla que cuentan con una página web son el 46.8%, es decir, de los 96 hoteles registrados en la página de Internet de la SECTUREP sólo 45 hoteles cuentan con este servicio, sin embargo únicamente 41 páginas web se encontraban disponibles en el momento de la investigación. Es decir más de la mitad de los hoteles de la ciudad de Puebla no cuentan con este servicio. Los 51 hoteles que no poseen página web son de tipo independientes: tres de hoteles cinco estrellas, cuatro de hoteles cuatro estrellas, 19 de hoteles tres estrellas, ocho de hoteles dos estrellas y 17 de hoteles una estrella.



CAPÍTULO V

Desde la perspectiva de la primera parte de esta investigación en donde se evaluó la usabilidad de las páginas web de los hoteles de la ciudad de Puebla en base a las cinco dimensiones establecidas por Abeleto (2004), las cuales son: lenguaje, diseño, información, interfaz del usuario e información general, se puede concluir que ninguna página web cumple en su totalidad los atributos necesarios, siendo la evaluación general más destacada la obtenida por la página web del hotel de cadena Holiday Inn Finsa de clasificación según la SECTUREP de cuatro estrellas, con un 91.3% de usabilidad.

Analizando la usabilidad de las páginas web de los hoteles de la ciudad de Puebla, como se dijo en el segundo objetivo, se obtuvo que las evaluaciones de la usabilidad de las páginas web de los hoteles fluctúan entre el 91.3% y el 65.9%, siendo esta última la evaluación mínima.

Comparando las páginas web de los hoteles tipo independientes y de cadena o franquicia como se estableció en el cuarto objetivo, de las 12 páginas web de hoteles tipo cadena, nueve se encontraron dentro del grupo de las diez mejores evaluadas por su usabilidad, estableciendo así una diferencia con las páginas web de hoteles tipo independientes. Es decir las páginas web de los hoteles tipo cadena cuentan con una mayor usabilidad por encima de las páginas web de hoteles tipo independientes, confirmando lo que Yeung y Law (2006) afirmaron, que las páginas web de hoteles tipo cadena son significativamente mejor que sus homólogos tipo independientes.



CAPÍTULO V

Por el contrario las páginas web de hoteles tipo independientes destacan en lo que corresponde a su diseño, ya que son más atractivas e innovadoras a diferencia de las páginas web de los hoteles tipo cadena, las cuales poseen los mismos elementos convirtiéndolas en páginas web idénticas a las del grupo al que pertenecen.

Se dice que las páginas web de los hoteles proporcionan información sobre las tarifas que ofrecen permitiendo a los consumidores eludir los canales de distribución tradicional al momento de reservar una habitación (Murphy, Olaru, Schegg, y Frey, 2003), sin embargo de las páginas web de los hoteles de la ciudad de Puebla únicamente el 68.9% brindaba este tipo de información.

Essawy (2006) afirma que la atracción principal del Internet como herramienta de marketing es el nivel de interacción que se puede desarrollar entre las páginas web de los hoteles y los usuarios de ellas. Se demostró que 31 páginas web, de las 41 evaluadas ofrecían la opción de contacto y respuesta a través del uso de correo electrónico.

Para los hoteles el objetivo final de poseer una página web es obtener una ganancia (Lee, 2002). Pese a lo dicho, únicamente en ocho páginas web los estudiantes sintieron la confianza y seguridad para realizar una reservación en línea, es decir sólo el 40% de las páginas web fue capaz de lograr este objetivo, confirmando que el 65% aproximadamente de los visitantes de las páginas web no realizaron la compra porque eran muy difíciles de usar (Souza et al., 2000).



CAPÍTULO V

Kim y Kim (2004) aseguran que los usuarios que utilizan las páginas web de los hoteles por primera vez consideran notablemente los precios de descuento u ofertas como principales motivadores para realizar una reservación. Pero de los hoteles de la ciudad de Puebla únicamente cuatro ofrecen este tipo de estimulaciones al usuario por utilizar sus páginas web.

Continuando con la segunda parte de esta investigación, donde un grupo de 100 estudiantes de la UDLAP realizó una evaluación de la usabilidad de veinte páginas web de hoteles de la ciudad de Puebla seleccionadas, en base a las pruebas de usabilidad de Nielsen, se puede concluir que la página web mejor evaluada fue la del hotel El Sueño de tipo independiente y clasificado con cinco estrellas, se destacó por su rapidez de descarga, lo organizada que se encontraba, su facilidad de uso y su interesante contenido. En contraste la página web evaluada con una usabilidad deficiente pertenece al hotel Aristos, destacándose por su deficiente diseño, una limitada cantidad de información y su contenido poco interesante.

De acuerdo con las dos partes de esta investigación se puede concluir que las páginas web que pertenecen a hoteles de cadena ofrecen una mayor a usabilidad al usuario por encima de las páginas web de los hoteles de tipo independientes. Las páginas de los hoteles que pertenecen a una cadena hotelera se encuentran mejor organizadas y con una gran cantidad de información facilitando al usuario su navegación y son capaces de



CAPÍTULO V

transmitirle la suficiente confianza para poder realizar una reservación en línea, convirtiendo a la página web del hotel en una ventaja competitiva.

Asimismo al comparar las páginas web de los hoteles clasificándolas por la categoría a la que pertenecen se concluyó que no existen diferencias significativas entre las distintas categorías de los hoteles, que van desde las dos estrellas hasta las cinco. En otras palabras, las categorías de los hoteles no tienen influencia significativa sobre la usabilidad de la página web.

Concluyendo con el tercer objetivo, el cual consistía en evaluar la usabilidad de las páginas web desde la experiencia del usuario se determinó que una de las variables mejor evaluadas por parte de los estudiantes sobre la usabilidad de las páginas web de los hoteles de la ciudad de Puebla fue su facilidad de uso. Demostrando así que la usabilidad es después de todo la experiencia del usuario y no el veredicto de un experto (Abeledo, 2004).

La única finalidad de esta investigación es evaluar la usabilidad de las páginas web de los hoteles de la ciudad de Puebla y proporcionar las características necesarias con las que deben contar para ofrecer una mejor experiencia al usuario.