

www.elcalafate.tur.ar es la primera página web institucional del país que incorporará un motor de ventas propio

(Año 4/ Santa Cruz/ 26-05-2019/ ISSN 2422-7226)

Hace 20 años que Adriana Apis se mudó al Sur con su familia. En ese entonces, no tenía en mente transformarse en una empresaria hotelera. Dice que se trata de reinventar cada día, así que a punto de cumplir los 60, es una de las primeras en sumarse a un innovador portal de ventas online para hoteles: www.elcalafate.tur.ar es la primera página web institucional del país que incorporará un motor de ventas propio, una suerte de "Booking" calafatense.

Se trata de un sistema de reservas que funcionará en la página institucional de la localidad con el objetivo de aprovechar el caudal de visitas que ya tiene, hasta ahora el visitante podía ver la información de los prestadores, las excursiones y actividades para hacer. Hoy podrá también realizar la reserva del alojamiento en solo cuatro pasos, similar a cualquier otra plataforma de venta.

Apis fue una de las primeras en firmar el convenio para poder vender las nueve habitaciones de su hostería familiar "Rukahué" a través de la página. "Yo ya usaba algunas herramientas, pero lo cierto es que al no tener visibilidad, la gente no suele llegar", detalla Apis quien dejó Hurlingham en busca de un lugar más tranquilo para vivir. "Además la comisión del 9% por venta, es mucho menor que el de las otras páginas", detalló a LA NACIÓN, la vocal de la Cámara de Comercio local.

La idea empezó a trabajarse hace un año en la Secretaría de Turismo de El Calafate con el objetivo de aprovechar el tráfico de la página que alcanza a las 500.000 visitas al año y es la mejor página no paga posicionada en los buscadores de Internet. "Creo que será una herramienta que sobretodo podrán aprovechar los prestadores más chicos, aquellos que aún no tienen un sistema de venta online, pero también entre sus ventajas es que se combatirá la venta ilegal", detalla a LA NACION, Alexis Simunovic, secretario de Turismo.

Presentación del motor de ventas en www.elcalafate.tur.ar en la secretaría de Turismo Crédito:
Prensa municipalidad de El Calafate

En la página estarán todos los alojamientos habilitados de la localidad que cuenta con 8.400 plazas en temporada alta y se reducen a la mitad en la baja. "Este será el primer destino turístico del país en que tendrá venta directa en una página institucional", explicó Gustavo Heinrich, director de Baños, que junto a la empresa de tecnología CQR Sistemas, son los que implementaron la tecnología necesaria en la página oficial.

"Hasta ahora lo que hay es una página de consultas, que luego te deriva a otra para reservas. Acá el huésped que entre a la página institucional de la localidad podrá reservar directamente", detalló Gabriel Quintana director de CQR. Los hoteleros tendrán un costo del 9% sobre la reserva, menos de la mitad de lo que cobran hoy las principales plataformas de venta de alojamiento en el mundo, del 9%, el 2% quedará en la secretaría de Turismo para re invertir en la plataforma y en la promoción del destino.

"Vimos una nueva forma de comercialización que acerca a los hoteleros con los entes oficiales, aporta tecnología a empresas que no lo tienen, y es una herramienta más de venta a las que ya están posicionadas", detalló Quintana. "El éxito dependerá de cómo se comprometan los hoteleros y hagan funcional la plataforma, ellos podrán incluir desde ofertas de last minute hasta otras por estadía prolongada", explicó Quintana. Dentro de los hoteles de alta gama se encuentra el Xelena Hotel&Suites, uno de los hoteles 5 estrellas de la localidad, desde allí confirmaron que estarán en la plataforma, más allá de contar ya con canales de venta on line. "Creo que la herramienta también es una forma de posicionar el destino y un aporte importante del estado para los pequeños comerciantes", consideró a LA NACION, Fernanda Botti, gerente residente del hotel y actual presidente de la filial local de la AHT, la asociación que nuclea a los hoteles de alta gama local.

Fuente: La Nación