

# Incidencia del uso de las tecnologías de información y comunicación en la promoción turística del hotel Don Vito Departamento de Estelí durante el primer periodo 2018

## Incidencia del uso de las tecnologías de información y comunicación en la promoción turística del hotel Don Vito Departamento de Estelí durante el primer periodo 2019

José Leonel Escoto Dávila

Gabriel Gutiérrez Gutiérrez

Msc. Mariela Gutiérrez Hernández

### Resumen

La presente investigación lleva por tema "Incidencia del uso de las tecnologías de la información y comunicación en la promoción turística del hotel Don Vito, Departamento de Estelí durante el primer periodo 2018", cuyo objetivo general es analizar la incidencia del uso de las tecnologías de información y comunicación en la promoción turística del hotel Don Vito, municipio de Estelí durante el primer periodo 2019: consecuente a esto, el desarrollo de los siguientes objetivos específicos.

- Describir la empresa prestadora de servicio de alojamiento hotel don vito.
- Identificar el uso de las tecnologías en el hotel Don Vito como estrategia de promoción turística.
- Diseñar una estrategia de marketing digital para la promoción del hotel Don Vito.

**Palabras claves:** TIC, promoción turística, marketing turístico, marketing digital.

1 Este artículo se basa en la investigación titulada: "Incidencia del uso de las tecnologías de información y comunicación en la promoción turística del hotel Don Vito Departamento de Estelí, para obtener el título de licenciado en turismo sostenible de la UNAN Managua FAREM –Estelí".

2 UNAN Managua FAREM –Estelí, correo electrónico: [lquezadadavila@gmail.com](mailto:lquezadadavila@gmail.com)

3 UNAN Managua FAREM –Estelí correo electrónico: [gabrielturismo08@gmail.com](mailto:gabrielturismo08@gmail.com)

4 Maestría en Turismo Sostenible de la UNAN Managua FAREM –Estelí correo electrónico: [marguti4@yahoo.com](mailto:marguti4@yahoo.com)

## Incidence of the use of information and communication technologies in the tourist promotion of the hotel Don Vito Department of Estelí during the first period 2019

José Leonel Escoto Dávila

Gabriel Gutiérrez Gutiérrez

MSc. Mariela Gutiérrez Hernández

### Abstract

The present investigation takes by subject "Incidence of the use of the technologies of the information and communication in the tourist promotion of the hotel Don Vito, Department of Estelí during the first period 2018", whose general objective is to analyze the incidence of the use of the technologies of information and communication in the tourist promotion of Don Vito hotel, municipality of Estelí during the first period 2019: consequent to this, the development of the following specific objectives.

# Incidencia del uso de las tecnologías de información y comunicación en la promoción turística del hotel Don Vito Departamento de Estelí durante el primer periodo 2018

- Describe the company hosting services provider hotel Don Vito.
- Identify the use of technologies in the Don Vito hotel as a tourism promotion strategy.
- Design a digital marketing strategy for the promotion of the Don Vito hotel.

Keywords: ICT, tourism promotion, tourism marketing, digital marketing.

## **Introducción**

(Escoto, Flores, & morales., 2017) En la actualidad el turismo es una industria que crece vertiginosamente, cada día, son más los lugares que se pueden conocer y visitar, con la facilidad de reservar hoteles y restaurantes, organizar de antemano una expedición o un viaje, desde dispositivos tecnológicos a larga distancia.

La siguiente investigación se enmarca en la Incidencia del uso de las tecnologías de información y comunicación en la promoción turística del hotel Don Vito, el cual se encuentra ubicado en la ciudad de Estelí.

Para la elaboración de este trabajo fue necesario, involucrar directamente al propietario, y colaboradores que laboran en la empresa.

## **Materiales y métodos**

Para llevar a cabo el estudio “Incidencia del uso de las tecnologías de información y comunicación en la promoción turística del hotel Don Vito Departamento de Estelí durante el primer periodo 2019” se utilizaron instrumentos que facilitarían la información tales como entrevistas semi estructurada. Se desarrollaron entrevistas al propietario para conocer la situación actual la incidencia del uso de las tecnologías de información y comunicación del hotel, si se lleva un sistema de la tecnología, si existe una persona encargada del área, que controles utilizan entre otros

la presente investigación es de carácter cualitativo, puesto que hay una realidad que descubrir, construir e interpretar, porque a través de este se pretende fundamentalmente profundizar en las

## Incidencia del uso de las tecnologías de información y comunicación en la promoción turística del hotel Don Vito Departamento de Estelí durante el primer periodo 2018

implicaciones que trae la implementación de la incidencia del uso de las tecnologías de información y comunicación, distinguir el comportamiento del fenómeno estudiado, el cual fue observado y analizado.

Según(Sampieri, collado, & Baptista, 2010) el enfoque cualitativo también se guía por áreas o temas significativos de investigación. Sin embargo, en lugar de que la claridad sobre las preguntas de investigación e hipótesis preceda a la recolección Y el análisis de los datos (como en la mayoría de los estudios cuantitativos), los estudios cualitativos pueden desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de La recolección y el análisis de los datos.

Para la realización de este estudio se utilizará el método descriptivo, inductivo y el método de análisis.

Descriptivo.

Porque se trató de describir como es el comportamiento de incidencia del uso de las tecnologías de información y comunicación presentado por la entidad sujeta a estudio y como será después de la aportación que se le hará a éste con la implementación de un sistema, adaptado a las necesidades presentadas por el hotel, proporcionando información para el planteamiento de nuevas investigaciones y para desarrollar formas más adecuadas de enfrentarse a ellas.

El método inductivo.

Según (Rojas., 2005) la inducción asciende de lo particular a lo general. Es decir, empleamos este método cuando observamos hechos particulares y obtenemos proposiciones generales.

Porque en este estudio se pretende llegar a conclusiones generales a partir de premisas particulares como es el estudio del caso de los beneficios de la

implementación de un sistema del Hotel Don Vito, En este método se distinguen cuatro pasos particulares: la observación de los hechos para su registro, la clasificación y el estudio de hechos. Permite llegar a una generalización y una contrastación.

El método de análisis.

Entendemos por análisis la descomposición de un todo en sus elementos. Por lo tanto, podemos decir que es la observación y examen de hechos. (Rojas., 2005).

Porque se pretende identificar la problemática presente en la parte contable por la empresa, para lo cual se hace necesario desglosar las fases del proceso operativo y contabilizarlo.

Según(Behard, 2008)La observación consiste en el registro sistemático, válido y confiable del comportamiento o conducta manifiesta. Puede utilizarse como instrumento de medición en muy diversas circunstancias.

Después de haber adquirido la información a través de la aplicación de los diversos instrumentos se procede al procesamiento de la información recopilada, realizando un análisis de esta para la redacción y presentación de los resultados obtenidos en la investigación.

### **Resultados y discusiones**

Como parte de esta investigación se han definido tres ejes teóricos que se han determinado como base conceptual para la investigación:1). TIC; 2). Hotel; y 3). Marketing.

Un Hotel según (Blau, 1965)Es una unidad de negocio turístico cuyo principal servicio es ofrecer alojamiento al público en general para una duración mínima de una noche. Con frecuencia, el servicio de alojamiento se ve reforzado mediante la provisión de comida y

## Incidencia del uso de las tecnologías de información y comunicación en la promoción turística del hotel Don Vito Departamento de Estelí durante el primer periodo 2018

bebida así como otros servicios. Existen variaciones de unos hoteles a otros en aspectos como el número de habitaciones, el nivel de prestación de servicios en los mercados objetivos, la tarifa que se cobra y la titularidad y gestión del establecimiento.

Las TIC según (Manuel Pedro Blázquez Merino, 2015) es la capacidad de comunicación del ser humano ha evolucionado en las últimas décadas de forma vertiginosa. La sociedad actual está basada en la transmisión de datos, información y conocimiento en todos los ámbitos de la vida humana.

Estas técnicas pone en práctica todo el conocimiento científico que, a lo largo de la historia, el hombre ha ido empleando para mejorar sus capacidades y facilitar sus actividades. La tecnología de la información es denominada coloquialmente con el acrónimo TIC.

(Kotler, 2013) Menciona que el Marketing es gestionar relaciones redituales con los clientes. La meta del marketing es crear valor para los clientes y captar, en reciprocidad el valor de los clientes más que cualquier otra función de negocios, aunque pronto exploraremos definiciones más detalladas de marketing, tal vez la definición más simple sea la siguiente: marketing es la gestión de relaciones con los clientes. La doble meta del marketing es atraer nuevos clientes mediante la promesa de un valor superior y conservar a los actuales mediante las entregas de satisfacción.

### **Breve reseña del Hotel Don Vito**

El hotel se encuentra, ubicado en la ciudad de Estelí; este se encuentra situado del parque infantil cuadra y media al este.

Inicia su funcionamiento el 3 de marzo del 2008, contando con dieciocho

habitaciones, debido al éxito latente, en 2010 se procede a remodelar las instalaciones, y se realiza la construcción de siete nuevas habitaciones, tomando en cuenta la gran demanda del servicio se procede a mejorar y ampliar las instalaciones tanto que, actualmente cuentan con tres plantas en infraestructura, y con un total de 38 habitaciones.

El nombre del Hotel nace en inspiración a un famoso personaje histórico de la mafia Vito Corleone o Don Vito, representa al capo de la mafia siciliana radicada en los Estados Unidos durante 1945 hasta 1954. Siempre enfocado en la importancia que este personaje le daba al núcleo familiar y el tiempo que se debe tomar para compartir, el cual tiene como.

### **Misión:**

Ofrecer servicios de alta calidad mediante la modernización integral de la empresa.

### **Visión:**

Ser el mejor hotel de la ciudad de Estelí, reconocido por su calidad del personal servicio e instalaciones.

Para darle salida a este objetivo se aplicó una entrevista al gerente propietario del Hotel Don Vito.

### **Descripción de la empresa**

Se detalla que el Hotel Don Vito cuenta con 3 estrellas, inspeccionado bajo la clasificación de INTUR ya que el hotel cumple con los requisitos y criterios, que esta institución lo demanda

Actualmente cuenta con 6 trabajadores el cual están altamente capacitados para darle una buena atención al cliente, ellos reciben programas de capacitación sobre el servicio al cliente, por lo cual impulsara mejorar el servicio en el hotel, también se han realizado capacitaciones

## Incidencia del uso de las tecnologías de información y comunicación en la promoción turística del hotel Don Vito Departamento de Estelí durante el primer periodo 2018

a las diferentes áreas para Identificar las funciones y tareas que debe llevar a cabo cada profesional.

Hoy por hoy el hotel esta acondicionado para brindar los servicios; Lavandería, desayunos, garaje privado, habitaciones con aire acondicionado, tv por cable, ducha con agua caliente, Wifi.

### **Las TIC en el Hotel Don Vito**

El hotel Don Vito cuenta con diferentes medios de comunicación, el cual han sido de gran beneficio para efectuar sus ventas y darse a conocer en el mercado El internet es una de las estrategias en ventas bastante utilizada, hoy en día es un medio el cual las empresas se dan a conocer y posesionarse en el mercado, por medio de páginas Web, redes sociales y sistemas de reservación en línea. Hoy por hoy el hotel cuenta con una red privada, ya que en la presente página web se puede encontrar presentación del hotel, acceso a catálogos, aplicaciones para el negocio, precios, tipos de habitaciones, servicio del hotel, ubicación y sistema de reservación. Sin embargo la página web no se le está dando el uso adecuado y no hay quien este actualizando la información ya que la existe muy antigua, tampoco se hace publicidad y el gerente no ha optado por mejorarla

### **Marketing**

La empresa cuenta con estrategias de marketing y en estas encontramos E-mail, publicidad vía SMS, publicidad en Google, publicidad en redes sociales, pero a estas no se les da un seguimiento que valla de la mano con la empresa para poder darse a conocer.

El hotel don Vito tiene pocas inversiones en marketing ya que las inversiones son demasiado costosas y los ingresos que se están generando hoy por hoy, no son lo

suficiente para inversiones en publicidad o marketing

La empresa cuenta con algunas plataformas que son muy útiles para poder brindar información y poder realizar por medio de las misma, reservaciones online y reservas de última hora. Hoy por hoy la empresa tiene como web intermediarias Booking y TripAdvisor.

Booking ha sido la plataforma que está generando mayores reservas tanto de clientes extranjeros como nacionales. Booking ha enviado al hotel Don vito un certificado dando a conocer una puntuación por votación de los clientes que frecuentan dicha empresa por la calidad de sus servicios.

### **Segmento de mercado**

Actualmente el hotel Don Vito no cuenta con un segmento de mercado definido, ya que por la baja afluencia de turistas en comparación a años anteriores existen datos estadísticos de empresa, brindado por el propietario en años anteriores si tenían un segmento de mercado bien definido puesto a que la influencia de turistas Nacionales era mayor por lo tanto iba dirigido el 60% a turistas nacionales y el 40% a turistas extranjeros, del cual este último iba segmentado a turistas Europeos y Norte Americanos y un 5% al países Centroamericanos; por lo tanto hoy en día el hotel se ha acoplado a la economía de los clientes Nacionales bajando costo de sus servicios; mas no a si calidad, con el objetivo de alcanzar clientes poder recuperar el segmento de mercado que tenía antes; logrando así su recuperación de un 80% de turistas nacionales y en menor proporción la de turista extranjero.

### **Promoción digital**

## Incidencia del uso de las tecnologías de información y comunicación en la promoción turística del hotel Don Vito Departamento de Estelí durante el primer periodo 2018

El hotel no cuenta con promociones digitales ya que no tienen un encargado en marketing que pueda realizar dichas actividades para darse a conocer de una mejor manera en el mercado.

Es por ello que la empresa debe tener en cuenta que la comunicación en los mercados digitales, (Facebook, Instagram, Twiter, blogs) así como tampoco se debe olvidar de la importancia de la promoción para conseguir que la información llegue de igual modo tanto a vendedores como a consumidores.

Por ello la empresa no cuenta con un plan de marketing definido ya que como se menciona anteriormente, no existe un encargado en el área de marketing digital que esté al tanto de nuevas estrategias que le ayuden a darse a conocer.

### **Estrategias de promoción turística a implementarse en el hotel Don Vito**

Una vez definidas las estrategias de promoción turística a implementarse para el hotel, se procedió a la elaboración de la misma

#### **Spot publicitario**

En cuanto a la promoción (Creación de un spot publicitario) se utilizaron programas para la eficiencia y calidad al trabajo audiovisual.

Se empezó con una fase de grabación y fotografías tomando en elementos representativos. Consecuentemente se continuó con la fase de edición audiovisual para agregar afectos y sistematización grafica al video spot.

Así mismo se crearan otras formas de promoción como es la creación de un brochure informativo del hotel

Con esta estrategia se pretende que el hotel Don Vito se pueda llamar la atención de los clientes de una manera

creativa dando a conocer sus servicios, reproduciéndolo en las diferentes redes sociales y canales de televisión

#### **Brochure**

El brochure se diseñó Utilizando programas de edición como Adobe Photoshop y Publisher, esto con el fin de garantizar la mayor calidad en colores y diseño.

Primeramente se estableció la estructura del diseño, tomando en cuenta la ubicación de la información básica de los principales recursos con los que cuenta, la información de cómo llegar y los contactos. Posteriormente se diseña una presentación sencilla pero atractiva que motive al lector a primera vista. Posteriormente en la parte interior del tríptico se añade las imágenes representativas con información básica con colores el cual tendrán como finalidad de no aturdir la vista del leyente

Su distribución Sera colocar en áreas de alto tránsito, tales como locales, centros comerciales, carteleras de anuncios y oficinas profesionales. De igual manera pueden ser enviados por correo a sus clientes actuales y potenciales. Los brochures son fáciles y baratos para reproducir y las posibilidades de distribución son infinitas.

#### **Conclusiones**

Las tecnologías de la información y la comunicación, hoy en día, son la base para brindar un servicio de calidad en las empresas turísticas, actualmente, para dar a conocer dichos servicios es necesario implementar todos los medios tecnológicos y plataformas digitales.

A través de una investigación exhaustiva se determinó que el uso de la TIC en el hotel don vito es indispensable, ya que por medio de esta se le podrá otorgar

## Incidencia del uso de las tecnologías de información y comunicación en la promoción turística del hotel Don Vito Departamento de Estelí durante el primer periodo 2018

información para que este siga creciendo de manera considerada. Sin embargo el hotel no se dado la tarea de contar con un sistema informático, para la gestión del negocio, por su mayoría solo posee un sistema de contabilidad y mercadotecnia.

- El hotel dispone de computadoras personal disponibles para la gestión del negocio, cuentan con los medios de comunicación tales como: red telefónica, conexión a internet, telefonía móvil y tecnología Wap.
- El hotel esta acondicionado con una página Web corporativa, en la cual se puede observar alguna información general del negocio; pero la actual empresa tiene poco interés en este medio, el cual no se le da un uso adecuado.
- Es de gran importancia recalcar que se lograron los objetivos propuesto a través de la elaboración de una estrategia de marketing digital, de modo que pueda alcanzar una mayor captación de clientes segmentados, demostrando que si puede lograr un cambio interno dentro de esta empresa turística y que sepa utilizar de manera correcta las nuevas tecnologías para promocionarse como la elaboración de un spot publicitario y la elaboración de un nuevo brochure actualizando así la información, dando a conocer sus servicios.

En cuanto al cumplimiento de la hipótesis, podemos decir, que el uso y aplicación de las TIC contribuye a que el sector hotelero incremente su competitividad a través de la expansión a nuevos mercados, la reducción de costos

haciendo uso de plataformas on line; como Booking y las diferentes redes sociales como : Facebook e Instagram. el cual se elaboró un spot publicitario para la captación de nuevos clientes dando a conocer sus servicios para los clientes nacionales y extranjeros.

Sin embargo, todavía en el sector turístico hotelero existen un considerable porcentaje que no hace uso de estas herramientas de Marketing Digital.

### **Recomendaciones.**

#### **Se le recomienda al propietario**

- Mejorar las páginas web del establecimiento de tal manera que muestre más contenido del hotel, actualizándola si es posible cada mes. Además mejorar la estética para que se visualice de forma más atractiva y llame la atención del cliente.
- Realizar spot publicitarios para que a través de este se pueda atraer la atención de diferentes clientes.
- A recepcionistas deben aprovechar las diferentes plataformas o herramientas existentes online, como las redes sociales, de manera que ayude a dirigir el marketing del negocio a través de la web.
- Deben de informar a los empleados en cuanto a las nuevas tecnologías de información y comunicación, de manera que aprendan a utilizar los diferentes programas para promocionar los servicios y así mejorar la atención a los clientes.
- Contratar a profesionales en el ámbito de marketing y diseño gráfico, que ayude con la promoción turística del establecimiento.

#### **Se les recomienda a los colaboradores**

Incidencia del uso de las tecnologías de información y comunicación en la promoción turística del hotel Don Vito Departamento de Estelí durante el primer periodo 2018

Modernizar el diseño del brochure mejorando así los colores el tipo y tamaño de letra además la estructura, para generar una mejor impresión al comercial.

en el segundo semestre del año 2017. Nueva Segovia.

### Bibliografía

Acerenza, M. A. (2005). *Pomocion Turistica un Enfoque Metodologico*. México: Trillas.

Alonso, S. (2016). *Tecnología de la información y comunicación como estrategias de marketing y su contribución a la competitividad del sector turístico hotelero de la Ciudad de Estelí en el I semestre del 2016*. Esteli,Nicaragua.

Behard, D. (2008). *Metodologia de la investigacion*. Shalom 2008.

Blau, p. (1965). *Enciclopedia del Turismo*. Nueva York,Wiley.: Vallermoso.

Criz, A., Calderon, B., & Torrez. (2016). *Análisis comparativo del uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), en la gestión empresarial de los hoteles ubicados en la ciudad de Estelí, entre los años 2008 y 2016*. Estel,Nicaragua.

Cruz, A., Calderon, B., & Torrez., W. (2016). *Análisis comparativo del uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), en la gestión empresarial de los hoteles ubicados en la ciudad de Estelí, entre los años 2008 y 2016*. Estel,Nicaragua.

Cruz, B., & Munguia., C. (2017). *Promoción turística del turismo religioso en los municipios de Dipilto y Ciudad Antigua del departamento de Nueva Segovia,*

Escoto, M., Flores, E., & morales., J. (2017). *“Incidencia de las Tecnología de Información y Comunicación (TIC) en la. Esteli,Nicaragua.*

Escoto, M., Flores, E., & morales., J. (2017). *“Incidencia de las Tecnología de Información y Comunicación (TIC) en la promocion turistica del restaurante vuela vuela en la ciudad de esteli.* Esteli.

Govana, A., & Rodriguez., M. (2016). *INFLUENCIA DE LAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN EN LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS DE HOTELES DE 3 ESTRELLAS EN LA CIUDAD DE AREQUIPA, 2016*. Perú.

Kotler, P. y. (2013). *Fundamentos de Marketing*. Mexico: Marisa de Anta.

Kotler, P., Bowes, J., & Makens, J. (2004). *Marketing para Turismo*. Madrid: David Fayerman Aragon.

Manuel Pedro Blázquez Merino, I. R. (2015). *Tecnologias de la informacion y la comunicacion*. Madrid España: Bruños,S.L.

Pachón, G. (2014). *Impacto de las TICS en el sector Turistico*. Valladolid.

Pachón., G. (2014). *Impacto de las TICS en el sector Turistico*. Valladolid.

Reyes, M., Flores, E., & Morales., J. (2017). *“Incidencia de las Tecnología de Información y Comunicación (TIC) en la. Esteli,Nicaragua.*



Incidencia del uso de las tecnologías de información y comunicación en la promoción turística del hotel Don Vito Departamento de Estelí durante el primer periodo 2018

- Rivero, G., & Rodriguez, M. (2016). *INFLUENCIA DE LAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN EN LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS DE HOTELES DE 3 ESTRELLAS EN LA CIUDAD DE AREQUIPA, 2016*. Perú.
- Rojas., Y. (2005). *Tecnicas de Investigacion Documental* . Mexico: Lillia Moreno Olvera.
- Sampieri, R., collado, C., & Baptista, p. (2010). *Metodologia de la investigacion quinta edicion*. Mexico. D.F: Jesús Mares Chacón.
- tecoloco.Nicaragua, B. (2011). *trabajo en el sector turismo*.