

**Uso de las TIC's en el proceso administrativo para la comercialización en
Agencias de Viajes de la ciudad de Estelí, Nicaragua.**

**Use of the TIC's in the administrative process for marketing in travel
agencies of the city of Estelí, Nicaragua.**

Oscar Ortuño Dávila

ooscarjunior@yahoo.com

Junior Benavides Castro

omarbenavides@gmail.com

Jimmy Balmaceda Solís

Jimmybalmaceda96@gmail.com

RESUMEN

Esta investigación se enfoca en el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC's) en el proceso administrativo y de comercialización en las Agencias de Viaje de la ciudad de Estelí en el periodo del 2017-2018. Según el nivel de conocimiento esta investigación es aplicada y según enfoque filosófico es cuantitativa. Se estudian a seis Agencias de Viaje de la ciudad de Estelí. Las técnicas de recolección de datos fueron encuestas y entrevistas. Las entrevistas se aplicaron a los propietarios y colaboradores de las Agencias de Viaje, y las encuestas a clientes. Como resultado el 100% de las Agencias usan herramientas TIC's para organizar, dirigir y controlar algunas de las actividades de la empresa. El 50% de las Agencias utilizan distintos medios publicitarios para divulgar el servicio y lograr mayor captación de clientes, un 33% de las Agencias tienen licencia de mayoristas y pueden ofrecer precios más competitivos. La hipótesis planteada se acepta en un 67% demostrando que a mayor uso de las TIC's en el proceso administrativo y de comercialización, mayor captación de clientes. En esta investigación se incluye algunas propuestas para la comercialización de los servicios que ofrecen las Agencias de Viaje de la ciudad de Estelí.

Palabras clave: TIC's, Agencia, proceso, comercialización, clientes.

ABSTRACT

This research focuses on the use of information technologies and communication (TIC's) in the administrative process and marketing in travel agencies in the city of Estelí in the 2017-2018 period. According to the level of knowledge this research is applied and according to philosophical approach is quantitative. They are studied to six travel agencies in the city of Estelí. Data collection techniques were surveys and interviews. The interviews were applied to the owners and employees of travel agencies, and the surveys to customers. As a result 100% of agencies use tools TIC's to organize, direct and control activities of the company. 50% of agencies use different advertising media to disseminate the service and achieve greater customer acquisition, 33% of agencies licensed wholesalers and can offer more competitive prices. The hypothesis is accepted by 67% demonstrating that greater use of the TIC's in the administrative process and marketing, increased uptake of customers. This research includes some proposals for marketing services offered by travel agencies in the city of Estelí.

Key words: TIC's, agency, processing, marketing, customers.

INTRODUCCION

Las implantaciones tecnológicas son una prioridad en la comunicación y en las empresas, los cambios tecnológicos marcan la diferencia entre los países desarrollados y los países en vías de desarrollo. En la ciudad de Estelí Nicaragua existen las Agencias de Viajes que tienen la necesidad para su desarrollo empresarial de implementar Tecnologías actualizadas, pero la mayoría no las utilizan adecuadamente para su mejor aprovechamiento.

Actualmente, para cualquier empresa uno de los aspectos principales es el posicionamiento de su nombre o marca en el mercado y en la mente de sus consumidores, y este es un problema frecuente en la mayoría de las Agencias de Viaje de la ciudad de Estelí. Un buen posicionamiento permite que clientes potenciales tengan presente el servicio que ofrecen y al necesitarlo acudan por el servicio.

Las Tecnología de la Información y Comunicación (TIC's) están cambiando la forma tradicional de hacer las cosas, quienes trabajan en empresas públicas o privadas, dirigen un personal en cualquier campo, utilizan la tecnología cotidianamente: el internet, la tarjeta de crédito, el pago electrónico de la nómina de trabajadores entre otras.

Sin embargo, las Agencias de Viajes en la ciudad de Estelí presenta grandes limitantes en el uso y aprovechamiento de las Tecnología de la Información y Comunicación (TIC's) en el proceso administrativo, debido al poco conocimiento sobre el manejo de estas tecnologías y la escasa inversión en programas y equipos. Otra limitante es el costo que implica a los empresarios la adquisición de estas tecnologías, al carecer de suficiente capital para hacer la inversión.

Una de las técnicas para posicionar una empresa es la publicidad usando el internet, y las redes sociales. Las Agencias de Viaje cuentan con escasa o casi nula publicidad en internet, aun sabiendo que es una manera rápida y eficiente para hacer llegar a un mayor número de consumidores los productos o servicios que ofertan.

Esta investigación es de utilidad para los propietarios y clientes de las Agencias de Viaje. A los propietarios le facilita la accesibilidad a la información para la toma de decisiones como: reducir costos, detectar oportunidades y maximizar las utilidades de las empresas y mejoran su desempeño en el mercado, y así el cliente estará más satisfecho con la calidad y eficiencia del servicio.

Este estudio proporciona información útil del uso y aprovechamiento de las TIC's para las personas que quieran emprender un negocio en este sector y a su vez crea oportunidades de trabajo. La sociedad se beneficia porque un negocio exitoso contribuye al crecimiento económico del país.

En esta investigación se consideran cuatro ejes teóricos: 1) Empresa, 2) Tecnologías de Información y Comunicación (TIC'S) 3) Proceso administrativo y 4) Comercialización.

Para Chiavenato, la empresa "es una organización social que utiliza una gran variedad de recursos para alcanzar determinados objetivos". Explicando este concepto, el autor menciona que la empresa "es una organización social por ser una asociación de personas para la explotación de un negocio y que tiene por fin un determinado objetivo, que puede ser el lucro o la atención de una necesidad social". (Chiavenato, 1993, pág. 4)

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC's) son todos aquellos recursos, herramientas y programas que se utilizan para procesar, administrar y compartir la información mediante diversos soportes tecnológicos, tales como: computadoras, teléfonos móviles, televisores, reproductores portátiles de audio y video o consolas de juego. Actualmente el papel de las TIC's en la sociedad es muy importante porque ofrecen muchos servicios como: correo electrónico, búsqueda de información, banca online, descarga de música y cine, comercio electrónico, etc. Por esta razón las TIC's han incursionado fácilmente en diversos ámbitos de la vida, entre ellos, el de la educación. (Angulo & García, 2003, pág. 1)

El proceso administrativo se define como una consecución de fases o etapas a través de las cuales se lleva a cabo la práctica administrativa. Algunos autores que estudian dicho proceso lo han dividido de acuerdo con su criterio en tres, cuatro, cinco o seis etapas, pero sólo se refieren al grado de análisis del proceso, ya que el contenido es el mismo que manejan todos. Por eso, en la actualidad, la división cuatripartita, de cuatro fases, es la más aceptada universalmente: planeación, organización, dirección y control. (Hernandez Rodriguez, 2005, pág. 1)

Mientras la comercialización es el conjunto de acciones y procedimientos para introducir eficazmente los productos en el sistema de distribución. Considera planear y organizar las actividades necesarias para posicionar una mercancía o servicio logrando que los consumidores lo conozcan y lo consuman. (Reyes, 2010, pág. 1)

MATERIALES Y MÉTODOS

El universo de esta investigación lo conforman 6 de Agencias de Viajes de la ciudad de Estelí, que son: TISEY, NICAEXPRESO, TRANSNICA, AR TRAVEL, TICABUS, EL SHADDAI. En el caso de los clientes de las Agencias de Viajes, el Universo de Estudio se calcula en base a las personas que, en promedio, usan los servicios de las Agencias por mes, esto es 1,560 clientes por mes.

En la investigación cuantitativa el tipo de muestreo es Probabilístico, dado que cualquier integrante del universo puede tener las mismas probabilidades de ser seleccionado. En este caso se trabajará con todas las Agencias de Viaje de la ciudad de Estelí. En el caso de los clientes de las Agencias de Viaje, el tipo de

muestreo que se utilizará es el probabilístico aleatorio simple. El tamaño de la muestra es de 308 clientes.

En la primera etapa de investigación se recopiló información sobre el tema para diseñar el protocolo de investigación. Se consultaron libros de administración y marketing; y se consultaron documentos sobre Metodología de investigación. En la segunda etapa se diseñaron las técnicas de recopilación de datos (encuestas y entrevistas dirigidas a los propietarios y a clientes de las Agencias de Viajes). En la tercera etapa se realizó el trabajo de campo que consistió en aplicar los instrumentos. En la cuarta etapa se analizó la información de la encuesta utilizando triangulación por técnicas de recolección de datos. El procesamiento y análisis de los datos cuantitativos se hizo de acuerdo a los objetivos del estudio, utilizando la encuesta y entrevista para la recolección de datos. El procesamiento de la información se hizo utilizando el software SPSS, versión 22.

RESULTADO Y DISCUSIÓN

Fundación y organización de las agencias de viaje de la ciudad de Estelí, Nicaragua

1. Agencia de Viajes Tisey.

Antes de establecer la Agencia de Viajes Tisey, su propietario José Augusto Barrantes Gutiérrez, había fundado el Hotel y restaurante El Mesón que durante los años ochenta se constituyó en un espacio muy demandado por turistas nacionales e internacionales.

La visión de progreso del Sr. Barrantes y su familia, lo llevó a establecer en 1993 una Agencia de Viajes, que complementarían los servicios de su hotel y restaurante. Su capacidad de ver oportunidad en la carencia de este tipo de servicio en la ciudad de Estelí permitió que Agencia de Viajes El Tisey fuera el primer negocio de este tipo, y durante muchos años fue un referente en el norte de Nicaragua. Desde su instalación, Agencia de Viajes El Tisey se posesionó del mercado en la ciudad de Estelí.

En la actualidad Agencia de Viajes Tisey, tiene sus instalaciones a una cuadra al norte del parque central de la ciudad de Estelí, en el mismo local donde funciona el restaurante El Mesón, Estelí - Nicaragua.

“Toda mi vida soñaba con viajar, entonces cuando me casé, con los pocos fondos que tenía, me fui de vacaciones a México, una tarde me junté con mis amistades y les comenté de la necesidad que existía en Estelí de una Agencia de Viajes con servicios diversificados, ellos me motivaron a constituir Agencia de Viajes El Tisey”. (José Augusto Barrantes Gutiérrez, gerente propietario de Agencia de Viajes El Tisey, 8 de febrero de 2019.)

El uso de equipos tecnológicos está presente en la Agencia, desde las cotizaciones de boletos, reservas en hoteles, hasta impresiones de itinerarios de vuelos. El Sr. José agosto considera necesario y util las erramientas TIC's para la gestion diaria que se realiza en la empresa.

"La inversion tecnologica es importante para la Agencia, durante los ultimos años se invirtió en equipos de oficina. Actualmente tenemos siete computadoras (dos laptop, y cinco de escritorio), dos impresoras de coneccion inalamblicas, 3 teclado abierto (billpocket), coneccion a internet wifi, telefono convencional, celulares moviles, entre otras." (Luciana Vidaure, encargada de marketing y ventas Tisey, 2019.)

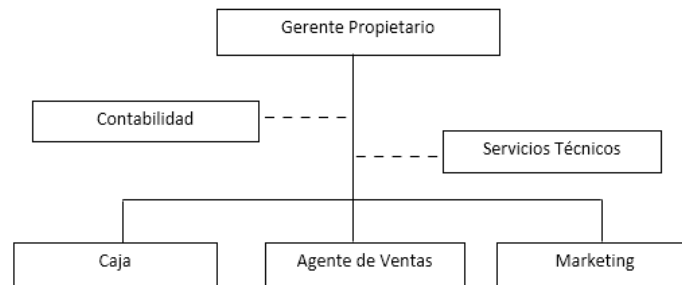
La misión y visión de la Agencia de Viajes El Tisey son:

- **Misión.** Servir con pasión y compromiso, para ganar nuestra lealtad y confianza.
- **Visión.** Ofrecer un servicio de calidad, de alto valor agregado para nuestros clientes, para generar rentabilidad que permita la expansión del negocio en el departamento de Estelí.

Los valores de la Agencia de Viajes El Tisey son: Responsabilidad, Confianza, Actitud de servicio, Respeto, Honestidad y Liderazgo

La estructura orgánica de esta Agencia incluye dos líneas staff (contabilidad y gestor técnico de mantenimiento de equipos) y cuatro trabajadores de planta con contratos con fecha indeterminada. Cada empleado tiene sus funciones específicas.

Organigrama 1. Estructura organizativa de Agencia de Viajes El Tisey



Fuente: Elaboración propia en base a entrevista

Gerente propietario: José Augusto Barrantes Gutiérrez toma las decisiones de la Agencia, es el líder, delega las funciones del personal y autoriza todas las actividades de la organización.

Técnico: asiste a la Agencia de una a dos veces por mes, su función principal es el mantenimiento de equipo, instalación y actualización de programas (software) y la reparación del equipo cómputo.

Agentes de ventas: está comprendido por dos trabajadores, licenciados en sistemas de computación y marketing. Sus funciones principales es la atención al cliente, venta de boletos de Viajes aéreos y terrestres, gestión de trámites de visa americana y reportes de ventas diarias. En promedio, venden entre ocho a dieciséis boletos.

Cajera/o: este puesto lo desempeña una sobrina del propietario, sus funciones principales es el cobro de las ventas, reporte de ingresos diarios, elaboración de facturas, entre otras.

Marketing y publicidad: Luciana Vidaure, es Licenciada en Mercadotecnia, su función es crear publicidad y compartirla en las redes sociales (Facebook, whatsapp e Instagram). Además fue contratada como Agente de ventas de tours nacionales e internacionales a turistas que demandan este servicio.

2. Agencia de Viajes El Shaddai

El deseo de tener su propia empresa y el arduo trabajo que desempeñó por más de cinco años, fueron los principales motivos que influyeron a Edgard Castillo a fundar la Agencia de Viajes El Shaddai en la ciudad de Managua en el año 2015. Desde el inicio de operaciones tuvo la visión del crecimiento de su empresa, y consideró la oportunidad de establecer una sucursal en la ciudad de Estelí, y fue en 2016 que junto a su esposa fundan Agencias de Viajes El Shaddai en la ciudad de Estelí.

En la actualidad tiene sus instalaciones, de Cáritas Estelí 1C al norte. Estelí Nicaragua.

“Trabajé por más de cinco años en la empresa Intel Service, como agente de atención al cliente, durante ese tiempo mantuve la idea de invertir en un negocio y ser mi propio jefe, lo consulté con mi esposa y ella me sugirió fundar una Agencia de Viajes, en la ciudad de Managua, era un mercado atractivo para invertir y debido a que ella tenía experiencia como agente de ventas y conocía el giro del negocio tomé la decisión de fundar esta empresa con nuestros ahorros. Pasado unos meses y por el éxito que teníamos en Managua decidimos establecer una sucursal acá en la ciudad de Estelí”. (Edgard Castillo, gerente propietario de Agencia de Viajes El Shaddai, 08 de febrero de 2019.)

“Actualmente tenemos dos computadoras Laptop hp de 16 pulgadas, dos impresoras Epson, un teclado abierto (billpocket), línea telefónica convencional, internet inalámbrica (red wifi Claro), entre otros”. (Edgard Castillo, gerente propietario de Agencia de Viajes El Shaddai, 08 de febrero de 2019.)

Misión. Ser competitivos para asegurar que nuestro servicio sea de calidad y de garantía para nuestros clientes.

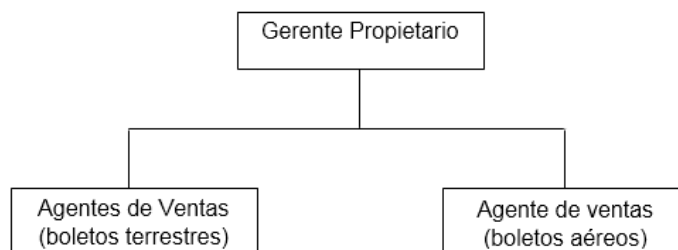
Visión. Ser una Agencia de Viajes posicionada en la ciudad de Estelí y con presencia en toda la región norte de Nicaragua.

Los valores de la Agencia de Viajes El Shaddai son: Trabajo, Honestidad, Responsabilidad, Confianza, Comprensión, Actitud de servicio y Respeto.

Estructura organizacional.

La estructura organizativa de esta Agencia está compuesta por dos trabajadores.

Organigrama 2. Estructura organizativa de Agencia de Viajes El Shaddai.



Fuente: Elaboración propia en base a entrevista

Administración y Agente de ventas de líneas aéreas: su función principal es organizar y dirigir las ventas de la Agencia, venta de boletos de Viaje de líneas aéreas (Copa Airlines, Air France), reporte de ingresos y registro de ventas en base de datos.

Agente de ventas de boletos terrestre: su función principal es la venta de boletos de Viaje de bus con recorrido internacional (Honduras y Costa Rica) reporte de ingresos y registro de ventas en base de datos.

3. Agencia de Trans Nica.

El deseo de superación personal y el apoyo económico social que recibió la Sra. Margarita Valdivia fueron las principales fortalezas que le impulsaron en convertir un sueño en realidad. Agencias de Viajes Trans Nica está ubicada contigo a Farmacia Estelí, fue fundada en la ciudad de Estelí en el año 2003 por Margarita Valdivia administradora y propietaria.

A pesar de no invertir en publicidad, hoy Agencia de Viajes Cuality Travel está en crecimiento y desarrollo de nuevos servicios.

“Era muy joven cuando incursioné en el servicio de agente de Viajes, desde joven tenía la convicción de tener un negocio propio y ser mi propio jefe, con la motivación que recibí de mis padres decidí invertir mis ahorros y así surge Agencia de Viajes Cuality Travel, mejor conocida como Trans Nica. Uno de los retos más grandes que tuve fue permanecer en el mercado. En la actualidad no uso publicidad por el gasto y confié mucho en la publicidad informal.

Actualmente nuestra inversión tecnológica la comprenden dos computadoras laptop, una impresora, conexión a internet wifi de 2 Mb de velocidad, y línea de teléfono convencional.” (Margarita Valdivia administradora y propietaria de Agencia de Viajes Trans Nica, 08 de febrero 2019).

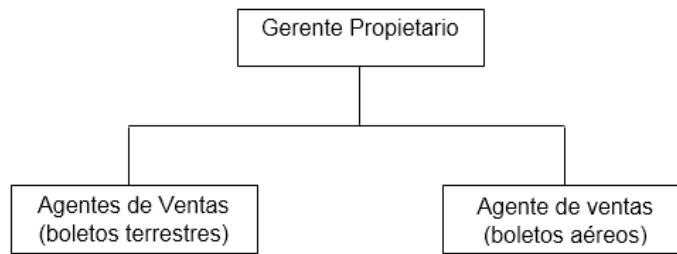
Misión. Brindar un servicio de calidad y accesible para los clientes

Visión. Ser una Agencia de Viajes líder en el mercado, con sucursales en todo el país.

Los valores institucionales que fomenta Agencia de Trans Nica son: Amabilidad, Honestidad, Responsabilidad, Confianza, Respeto y Humanismo.

Estructura organizacional.

Organigrama 3. Estructura organizativa de Agencia de Viajes Trans Nica.



Fuente: Elaboración propia en base a entrevista

Agente de ventas de líneas aéreas: las funciones establecidas son. Venta de boletos de Viaje de líneas aéreas, asesoría previa a clientes, reporte de ingresos y registro de ventas en base de datos.

Agente de ventas de boletos terrestre: su función principal es la venta de boletos de Viajes de bus con recorrido internacional (Guatemala, El salvador Honduras y Costa Rica) reporte de ingresos y registro de ventas en base de datos.

4. Agencia de Viajes Nica Expreso.

Agencia de Viajes Nica Expreso fue fundada en la ciudad de Estelí en 2001 por Luz Marina Ruiz González, administradora y propietaria. Su ubicación actual es frente a Gobernación en la ciudad de Estelí Nicaragua.

“Necesitaba un trabajo que no demandara mucho tiempo, era madre soltera y debía cuidar de mis hijos, mis papás me apoyaron económicamente y decidí crear mi negocio. Al principio fue difícil, no tenía muchos clientes y no recibía muchos ingresos, además que mi inversión inicial fue muy poca. Al pasar de los años he captado nuevos clientes y gracias a eso mantengo el servicio en el mercado”. (Luz Marina Ruiz González, administradora y propietaria de Agencia de Viajes Nica Expreso, 08 de febrero 2019)

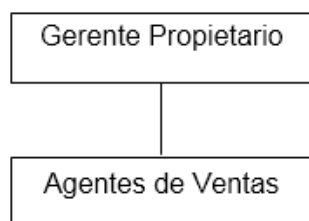
Misión. Somos una Agencia enfocada en venta de boletos aéreos y terrestres con destinos internacionales, satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes.

Visión. Ser la Agencia de Viajes líder de Estelí y la mejor opción para nuestros clientes.

Los valores institucionales que fomenta Agencia de Nica Expreso son: Honestidad, Respeto, Responsabilidad, Confianza, Honradez y Humanismo.

Estructura organizacional.

Organigrama 4. Estructura organizativa de Agencia de Viajes Nica Expreso.



Fuente: Elaboración propia en base a entrevista

Administración: A cargo del propietario del negocio, sus funciones principales son: la ejecución de ventas, realizar pagos en el banco, administrar los ingresos producto de la venta de boletos de Viajes terrestre.

En la Agencia de Viajes Nica Expreso, solo trabaja la propietaria del negocio, ella cumple con todas las funciones administrativas. (Agente de ventas y administración de la Agencia).

5. Agencia de Viajes y Tour Operadora Ar Travel.

Agencias de Viajes Ar Travel fue fundada en la ciudad de Estelí en 2014, por Iván Antonio Murillo propietario, en la actualidad solo trabaja en la Agencia los sábados. Antes de fundar Agencia de Viajes Ar Travel, el Sr. Iván Antonio Murillo era comerciante, propietario de una tienda de ropa, el deseo de seguir produciendo dinero lo llevo a invertir en un nuevo negocio que junto a su familia podían desarrollar. Agencia de Viajes Ar Travel, se localiza en el centro comercial Estelí modulo #5.

“La idea de fundar este negocio es de mi esposa, quien estudió licenciatura en turismo sostenible y dado que realizó las prácticas de profesionalización en una Agencia de Viajes obtuvo la experiencia como agente de ventas. Pasado un tiempo tomé la decisión de invertir, lo primero que hicimos fue evaluar la localización, posteriormente las necesidades para abrir operaciones: el equipo de oficina, cotizamos los precios de computadoras, impresoras, materiales de oficina y luego efectuamos la compra. El primer año trabajamos juntos, pero luego

contraté un colaborador de tiempo completo que trabaje con mi esposa y decidí atender otros negocios.” (Iván Antonio Murillo propietario de Agencia de Viajes Ar Travel, 08 de febrero 2019).

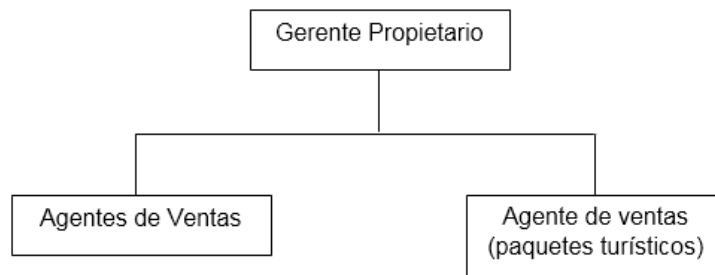
Misión. Somos una Agencia, dedicada a facilitar los medios de viajes, generando confianza y cumpliendo con las expectativas de nuestros clientes.

Visión. Ser la Agencia de Viajes líder de mayor prestigio en la ciudad de Estelí, con principios y valores éticos que generen confianza en los clientes.

Los valores institucionales que fomenta Agencia de Ar Travel son: Compañerismo, Honestidad, Responsabilidad, Confianza, Respeto y Trabajo.

Estructura organizacional.

Organigrama 5. Estructura organizativa de Agencia de Viajes Ar Travel.



Fuente: Elaboración propia en base a entrevista

Gerente: Sus principales funciones son: dirigir las actividades que se realizan en la empresa, implementar estrategias que ayudan en la productividad de la Agencia, analizar la problemática que se le presenta, entre otras funciones.

Agente de Viajes: Las funciones establecidas son, asesoramiento sobre el destino del Viajero, contratación del medio de transporte, avión, autobús, contratación del alojamiento, hoteles, hostales, albergues etc.

Tour operador: se encarga de organizar paquetes turísticos, combinando servicios de hoteles, transporte, cruceros, para realizar un paquete turístico determinado. Esta Agencia promueve el turismo nacional e internacional.

6. Agencia de Viajes Tica Bus.

Agencias de Viajes Tica Bus fue fundada en la ciudad de Estelí en el año 2013 por Aracely Moreno, administrador y propietario. El deseo de tener su propio negocio fue su motivación. Una de las dificultades fue la poca experiencia en el mercado de las Agencias. La Agencia ofrece la venta de boletos de Viaje terrestre de la línea Tica bus, con destinos a Costa Rica, Honduras y Guatemala. Se ubica de la esquina de los bancos ½ cuadra al este, en la ciudad de Estelí Nicaragua.

“La idea de fundar esta Agencia se debe en gran parte a la necesidad que existe en esta ciudad de una Agencia de Viajes y al deseo de desarrollo personal, recuerdo que me sentí motivada por establecer mi propio negocio, el capital lo obtuve gracias a mi hermano que me presto la suma inicial de \$ 500 dólares, él vive y trabaja en Dakota del Norte Estados Unidos. La inversión tecnológica de mi negocio es mínima. Actualmente las herramientas TIC’s que tengo son: una laptop, conexión a internet wifi y un teléfono móvil”. (Aracely Moreno, administradora y propietaria de Agencia de Viajes Tica Bus, 12 de febrero de 2019.)

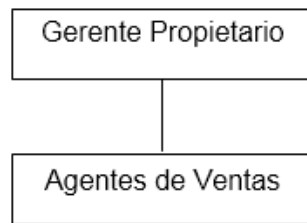
Misión. Promover Viajes tranquilos y seguros, generando confianza y buenas experiencias con nuestros clientes en todo el país.

Visión. Ser líder en la comercialización de boletos a todo centro América, reconocido por la calidad humana de nuestra gente.

Los valores institucionales que fomenta Agencia de Tica Bus: Lealtad, Honestidad, Compañerismo, Responsabilidad, Confianza, Respeto, Amabilidad.

Estructura organizacional.

Organigrama 6. Estructura organizativa de Agencia de Viajes Tica Bus.



Fuente: Elaboración propia en base a entrevista

Administrador: es el responsable de llevar a cabo las actividades necesarias de la Agencia de Viajes, planifica, lidera, negocia, motiva y toma las decisiones.

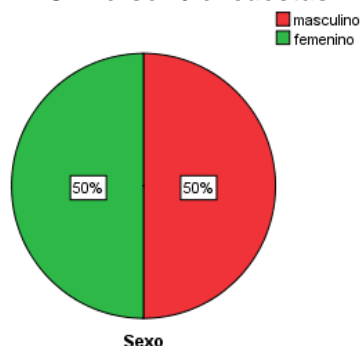
Agente de Viajes: encargado de dar asesoramiento sobre el destino del Viajero, contratación del medio de transporte, avión, autobús, contratación del alojamiento, hoteles, hostales, albergues etc.

Es importante mencionar, que en esta Agencia la administración y atención al cliente la realiza la misma persona (gerente propietaria).

Uso de las TIC’s en el proceso Administrativo

El universo de esta investigación lo conforman 6 de Agencias de Viajes de la ciudad de Estelí, que son: TISEY, NICAEXPRESO, TRANSNICA, AR TRAVEL, TICABUS, EL SHADDAI.

Grafico No. 1 Sexo de los Encuestados
Universo: 6 encuestas



Se encuestaron a los propietarios de cada Agencia de Viaje de los cuales el 50% de los propietarios son hombres y un 50% de mujeres. Esto indica que ambos sexos pueden dirigir una Agencia de Viaje.

En el caso de los clientes de las Agencias de Viaje, el Universo de Estudio se calcula en base a las personas que, en promedio, usan los servicios de las Agencias por mes. A continuación, se detalla en la siguiente tabla:

Fuente: Datos primarios de la encuesta a propietarios de las Agencias. Febrero, 2019.

Tabla 1. Encuestas a aplicar para los clientes en cada Agencia de Viajes
Universo: 6 Agencias

No.	Agencia de Viajes	Promedio de Clientes diarios	Clientes por mes	Distribución porcentual	Número de encuestas
1	EL TISEY	16	384	24.61%	76
2	NICA EXPRESO	9	216	13.84%	43
3	TICA BUS	8	192	12.30%	38
4	AR TRAVEL	10	240	15.38%	47
5	TRANSNICA	10	240	15.38%	47
6	EL SHADDAI	12	280	18.46%	57
	TOTAL		1560	100%	308

Fuente: Elaboración propia para este estudio. Octubre, 2018

Se observa en la tabla N°2 el número de computadoras existentes por cada Agencia, lo que demuestra que Agencia de Viajes Tisey tiene 7 computadoras, siendo esta la que posee el mayor número de este tipo de herramientas.

Tabla 2. Número de computadoras
Universo: 6 Agencias

No.	Nombre de la Agencia	No. de computadoras
1	EL TISEY	7
2	NICA EXPRESO	1
3	TICA BUS	1
4	AR TRAVEL	2
5	TRANSNICA	2
6	EL SHADDAI	2

Fuentes: Datos primarios de la encuesta febrero 2019

El número de computadora está relacionado con el número de trabajadores que posee cada Agencia, es decir, cada empleado tiene una computadora asignada. El Tisey tiene más colaboradores y mayor variedad de servicios.

“La computadora es una herramienta que viene a facilitar y agilizar el trabajo, el uso de este instrumento es imprescindible, para el trabajo diario que se realiza, con ella se organiza y se procesa información. Es de suma importancia para la comercialización del servicio que es el objetivo principal de esta institución. He

asignado a cada trabajador una computadora para eliminar de esta manera la duplicidad del trabajo, esto se debe a que cada colaborador tiene sus propias funciones: agentes de ventas, gestor de Visas, responsable de márketing y publicidad, etc.” (José Augusto Barrantes Gutiérrez, gerente propietario de Agencia de Viajes el tisey, 8 de febrero de 2019.)

**Tabla 3. Programas utilizados en cada Agencia de Viajes
Universo: 6 agencias**

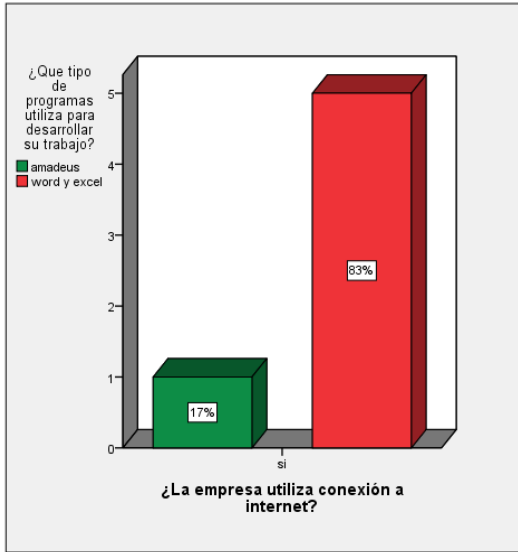
Agencias de Viajes	Programas utilizados por las Agencias de Viaje						
	Word	Excel	Diseño Grafico	Sistemas Corporativos	Amadeus	Sabre	Otros
El Tisey	x	x	X		x	x	x
Nica Expreso	x	x				x	
Tica Bus	x						x
Ar Travel	x	x				x	
Trans Nica	x	x			x		
El Shaddai	x	x	X		x	x	
100%	100%	83.33%	33.33%	0%	50%	66.66%	33.33%

Fuente: Datos primarios de la encuesta a propietarios de Agencias. Febrero, 2019.

La tabla N°8 muestra los sistemas y programas más utilizados por las Agencias de Viajes, para el desarrollo del trabajo diario. El 100% de las Agencias afirma utilizar el procesador de texto (Word), el 83.33% utiliza Excel, el 33.33% utiliza programas para diseño de paquetes publicitarios (Photoshop) y el 0% no utilizan sistemas propios de las Agencias, es decir, programas exclusivos o bases de datos para el trabajo.

“Nosotros utilizamos el sistema de Amadeus. Es un sistema de reservas en español que se utiliza para consultar la disponibilidad de vuelos, interpretar las disponibilidades, efectuar reservas, realizar los cambios en ellas o cancelarlas, recuperar registros de reservas, entre otras funciones; es muy práctico y necesario para el trabajo ya que, sin él no podríamos ofrecer el servicio con eficiencia”. (Edgard Castillo, gerente propietario de Agencia de Viajes El Shaddai, 08 de febrero de 2019.)

Grafico No. 2. Programas utilizados por las Agencias de viajes. Universo: 6 agencias



Fuente: Elaboración propia, datos primarios de la encuesta a propietarios de las Agencias (Febrero 2019).

Las Agencias de Viajes de Estelí no tienen un sistema de software propio para desarrollar el trabajo diario, no poseen un sistema contable. Para ofrecer el servicio de ventas de boletos y reservas de los hoteles, es necesario ser usuario de sistemas como lo son Sabre y Amadeus. Estos son sistemas computarizados reconocidos y utilizados en más de 130 países en todo el mundo y diseñados exclusivamente para las Agencias de Viajes y compañías de aerolíneas.

Según el grafico No. 2 describe los principales programas y el uso de internet que utilizan las Agencias de Viajes en la ciudad de Estelí.

El 100% de las Agencias de Viajes afirman poseer el servicio de internet y de estas el 17% afirmó utilizar el programa de Amadeus, (es decir solamente el Tisey lo utiliza incluyendo los programas de office). Mientras que el 83% de las Agencias confirmaron que utilizan los programas de office.

“Nosotros realizamos ventas por medio de Whatsapp, sobre todo utilizamos programas para realizar ediciones publicitarias y subirlos a las redes sociales. Ejemplo, los programas: Adobe Photoshop, Adobe InDesign, Power point, Windows movie maker”. (Luciana Vidaure, encargada de marketing y ventas Tisey, 2019.)

La implementación de TIC’s en la Agencia de Viajes el Tisey es más completa y diversificada con respecto a las demás Agencias de la ciudad de Estelí.

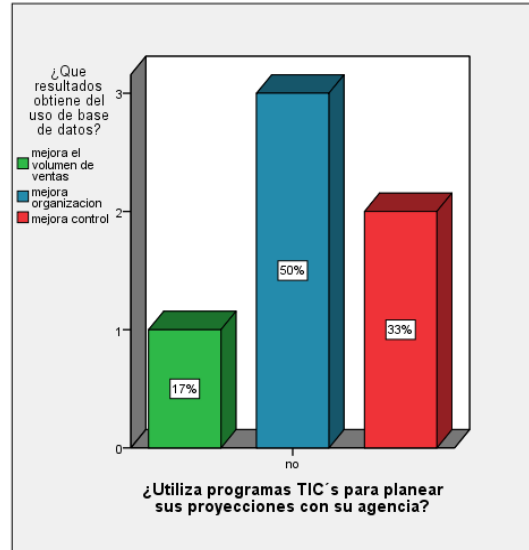
Las Agencias de Viajes carecen de programas especializados para llevar el proceso administrativo y de comercialización, lo que conlleva a ineficiencia en el proceso compra, venta, lentitud en atención al cliente, pérdida de mercado.

El total de propietarios de las Agencias de Viaje de Estelí encuestados en este estudio afirmaron que el uso de las TIC’s (computadoras, programas, internet, etc) eliminan la duplicidad del trabajo en las Agencias.

De acuerdo al Grafico No.3, se les hizo una pregunta sobre el uso de la base de datos, y se demuestra que el 50% de las Agencias consideran que el resultado de utilizar una base de datos mejora el proceso de organización, el 33% indica que mejora el control y un 17% opinan que mejora el volumen de ventas de la Agencia. Sin embargo, al cruzarlo con la pregunta sobre el uso de las TIC's para planear proyecciones con su Agencia, el 100% de los propietarios no las utiliza.

“Una base de datos no se utiliza solo para anotar a tus clientes y ordenarlos alfabéticamente, sino que, uno como vendedor, de 100 clientes registrados, querés que 80 compren al menos un boleto o adquieran otro servicio” (Luciana Vidaure, encargada de marketing y ventas Tisey, 2019.)

Grafico No. 3. TIC's en la planeación de las Agencias. Universo: 6 agencias



Fuente: Elaboración propia, datos primarios de la encuesta a propietarios de las Agencias (Febrero 2019).

Las Agencias de Viaje de Estelí que utilizan base de datos no realizan proyecciones de ventas, sino que, les sirve para mejorar el volumen, la organización y el control de clientes, permitiendo una comunicación constante e incitarlos a que adquieran uno de los servicios previamente que ofrece la Agencia.

Según la tabla No. 4, el 100% de las Agencias de Viaje de Estelí afirman que el uso de las TIC's elimina la duplicidad del trabajo y en todas las Agencias cada empleado tiene su respectiva computadora asignada para laborar.

**Tabla No.4. Cruce de variables
Universo: 6 encuestas**

¿Cree que el uso de las TIC's elimina la duplicidad del trabajo?	TOTAL	
	Si	%
¿Cada empleado tiene una computadora asignada?	6	100%

Fuente: Datos primarios de la encuesta a propietarios de las Agencias. Febrero, 2019

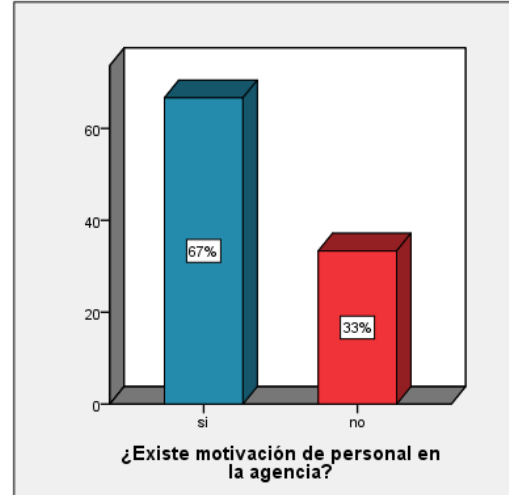
El propósito de la organización es simplificar el trabajo y coordinar y optimizar funciones; en otras palabras: lograr que todas las actividades y recursos se coordinen y utilicen de tal forma que resulte sencillo y fácil su manejo para quienes trabajan en la empresa y para la atención y satisfacción de los clientes. (Munch, 2007, pág. 45)

En las Agencias de Viaje se da la división del trabajo, cada colaborador tiene un equipo de cómputo asignado y esto facilita las distintas funciones que realizan en sus diferentes puestos (agente de ventas de boletos aéreos, boletos terrestres, encargado marketing y publicidad).

De acuerdo al Grafico No. 4, el 67% de los colaboradores de las Agencias de Viaje de Estelí, afirman que, si existe una motivación laboral, mientras que el 33% opinan que no hay motivación en su trabajo.

Con la motivación se obtienen comportamientos, actitudes y conductas del personal para trabajar eficientemente y de acuerdo con los objetivos de la empresa. (Munch, 2007, pág. 52)

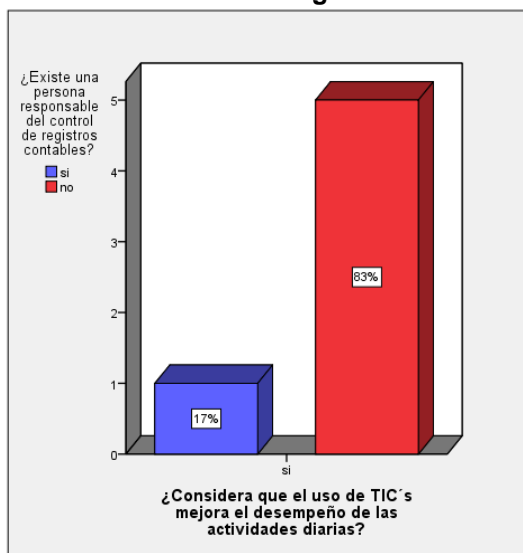
Grafico 4. Dirección en las Agencias
Universo: 6 encuestas



Fuente: Elaboración propia, datos primarios de la encuesta a propietarios de las Agencias (Febrero 2019).

“No me siento motivada, el salario que recibo no es mucho, aunque sí creo que es lo justo, últimamente la Agencia no genera muchos ingresos y su rentabilidad ha decrecido considerablemente.” (Massiel Moreno, vendedora Agencia de Viajes Nica Expresó).

Grafico No. 5. Control en las Agencias
Universo: 6 agencias



Fuente: Elaboración propia, datos primarios de la encuesta a propietarios de las Agencias (febrero 2019).

De acuerdo al Grafico No. 5, en un 83% de las Agencias de Estelí no existe una persona que desempeñe la función de contador y en un 17% cuentan con una persona designada a realizar esa función.

El 100% de los propietarios consideraron que el uso de las TIC's mejora el desempeño de las actividades diarias.

Nosotros contratamos servicios profesionales de un contador, su contrato es asistir a la Agencia cada 15 días, él se encarga de la contabilidad de la Agencia, incluyendo elaboración de planillas de pago para el personal y demás registros contables. (José Augusto Barrantes Gutiérrez, gerente propietario de Agencia de Viajes el Tisey, 8 de febrero de 2019.)

El Tisey es la única Agencia que contrata servicio profesional de un contador para revisar y corregir la información financiera de la Agencia cada cierto periodo (2 veces al mes, línea staff). En el caso de las demás Agencias los propietarios son los encargados de llevar la contabilidad de la Agencia de manera improvisada.

Uso de las redes sociales para la comercialización y captación de clientes

La tabla N°5 muestra los medios publicitarios más utilizados por las Agencias de Viajes. La televisión, radio y volantes son usadas por el 16.66% de las Agencias, el 66.66% usa rótulos publicitarios, el 50% utiliza Facebook e Instagram y el 0% afirma no utilizar perifoneo.

“La publicidad es importante para nuestra empresa, con ella divulgamos el servicio a toda la población de Estelí y otros departamentos. Una forma de evaluar la publicidad es que cuando vienen clientes nuevos a la Agencia, les preguntamos ¿cómo se enteraron del servicio? , en su mayoría la respuesta es la misma. Afirman que han escuchado en la radio, visto en la tv, o en Facebook nuestra publicidad. Visualizo la publicidad como una inversión y no como gasto porque, con el tiempo da resultados positivos y se refleja en las ventas.” (Edgard Castillo, gerente propietario de Agencia de Viajes El shaddai, 08 de febrero de 2019.)

Tabla 5. Medios publicitarios utilizados en las Agencias de Viaje
Universo: 6 agencias.

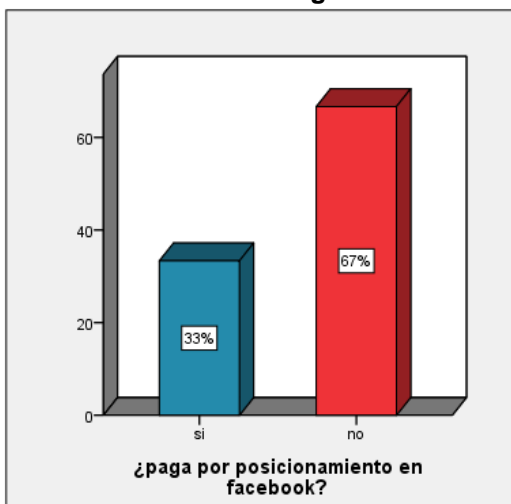
Agencias	Medios publicitarios							
	TV	Radio	Volantes	Rótulos	Perifoneo	Facebook	Instagram	Ninguna
El Tisey				X		X	x	
Nica Expreso				X				
Tica Bus								
Ar Travel						X	x	
Trans Nica				X				
El Shaddai	x	x	x	X		X	x	
100%	16.66%	16.66%	16.00%	66.66%	0%	50%	50%	0%

Fuente: Datos primarios de la encuesta a propietarios de Agencias. Febrero, 2019.

Agencia de Viajes El shaddai es la única en usar distintos medios y canales para publicar el servicio que ofrecen, por sus ingresos y cantidad de seguidores que tienen en redes sociales (Facebook, Instagram) se puede decir que es una de las Agencias posicionadas en el mercado. Las otras Agencias que utilizan redes sociales como medio publicitario es El tisey y Ar Travel para ello pagan entre \$15 y \$25.00 dólares por campaña publicitaria.

De acuerdo al Grafico No. 6, el 33% de las Agencias de Viaje de Estelí pagan por posicionamiento en Facebook y el 67% no incurren en este costo.

Grafico No. 6. Publicidad en Facebook
Universo: 6 agencias



Fuente: Elaboración propia, datos primarios de la encuesta a propietarios de las Agencias (febrero 2019).

Facebook como medio publicitario, puesto a que no consideran relevante este tipo de publicidad.

El 17% de las Agencias vende un promedio de 1 a 50 boletos mensualmente por whatsapp y el 83% de las Agencias no vende por medio de esta red social.

La venta de boletos por whatsapp es un método muy efectivo en las Agencias que cuentan con sistema de teclado abierto, con este sistema el cliente manda todos sus datos por medio de whatsapp como, números de tarjetas y demás datos, a la Agencia y esta procesa la transferencia rápidamente sin que el cliente acuda a la Agencia de Viaje. A las demás Agencias se les dificulta realizar este proceso porque, al no contar con este sistema, tendrían que ir hasta el banco a realizar la transacción y está pérdida de tiempo no es favorable para la Agencia y más aún cuando solo labora un empleado.

“Utilizamos Facebook para publicar videos y promociones. El contenido de estos videos es turístico de lugares curiosos que también llaman la atención a la gente, además subimos tour virtual de cómo se verían los lugares desde que llegan al hotel.” (Luciana Vidaure, encargada de marketing y ventas Tisey, 2019.)

Las Agencias que poseen una página en Facebook la utilizan para promocionar sus servicios, dado que es una de las estrategias de comercialización más popular hoy en día, la mayoría de las personas tienen una cuenta de Facebook y es difícil no enterarse sobre algún producto o servicio ofertado en el mercado. Las Agencias que no poseen una cuenta de Facebook están perdiendo la oportunidad de promocionar y posicionar los servicios que ofrecen. Uno de los motivos es que no consideran necesaria la publicidad en redes, por lo tanto, no dedican tiempo a

“Sí pagamos publicidad en Facebook, porque, necesitamos estar bien posicionado en el mercado y esta red social es la herramienta ideal para atraer muchos clientes. Pagamos aproximadamente \$ 200 dólares anual.” (Luciana Vidaure, encargada de marketing y ventas Tisey, 2019.)

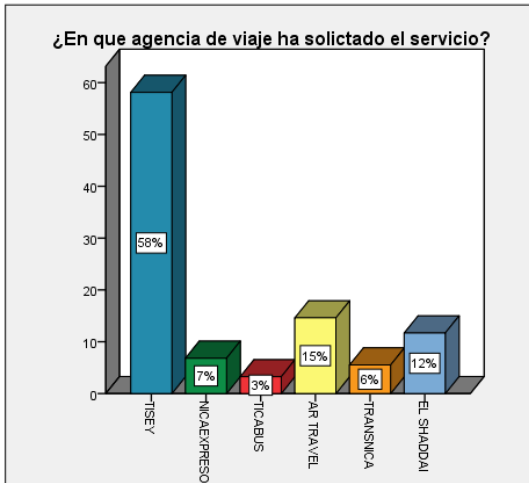
El 33% de las Agencias que tiene página en Facebook reciben un número promedio de consultas mensuales de 1 a 50, un 17% reciben de 100 a más consultas al mes, mientras que un 50% no reciben consultas.

El mayor porcentaje de Agencias que no reciben consultas en redes sociales se debe a que, no poseen una página de

elaborar publicidad digital como, fotos y videos, y en caso de realizarlos incurriría gastos adicionales.

Valoración de los clientes al solicitar el servicio en las Agencias

Grafico No. 7. Agencias solicitadas.
Universo: 308 encuestas

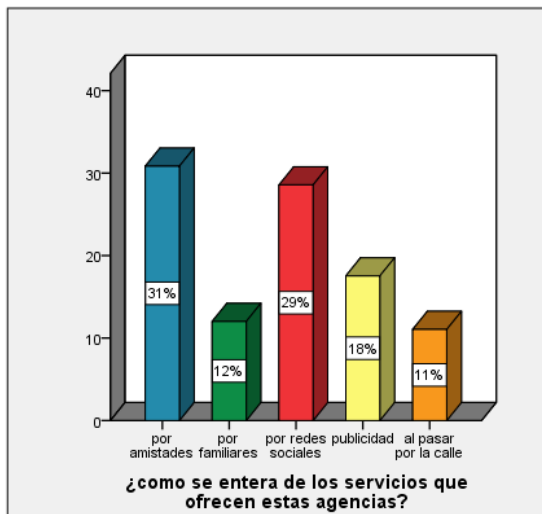


Fuente: Elaboración propia, datos primarios de la encuesta a clientes de las Agencias (Febrero 2019).

De acuerdo al Grafico No. 7 El 58% de las personas han solicitado el servicio en la Agencia el Tisey, el 7% en Nica expreso, el 3% en Tica bus, el 15% Ar Travel, el 6% en Trans Nica y el 12% en El Shaddai.

La Agencia más solicitada por los clientes al momento de adquirir un servicio es el Tisey. Es una de las Agencias más completa en cuanto a variedades del servicio, atención al cliente, publicidad en redes sociales, precios accesibles y otras características que han contribuido al posicionamiento de esta agencia. Otras Agencias que destacan en el mercado son: Ar Travel y Shaddai.

Grafico No. 8. Como se entera del servicio.
Universo: 308 encuestas

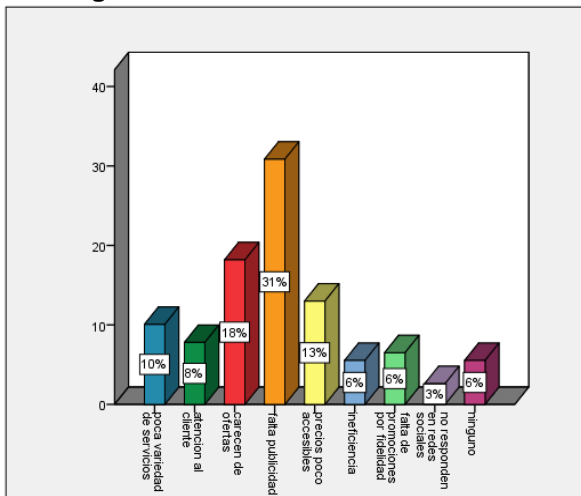


Fuente: Elaboración propia, datos primarios de la encuesta a clientes de las Agencias (Febrero 2019).

De acuerdo al Grafico No. 8. El 31% de los clientes se enteran del servicio por medio de amistades, el 12% por familiares, el 29% por redes sociales, el 18% por medio de publicidad, el 11% al pasar por la calle.

La mayoría de los clientes se enteran del servicio que ofrecen las Agencias por influencias (Publicidad informal), es decir, cuando adquieren un servicio y este cumple sus expectativas, estas personas recomiendan el servicio de las Agencias a familiares y amistades que lo requieran.

Grafico No. 9. Aspectos débiles en estas agencias. Universo: 308 encuestas



Fuente: Elaboración propia, datos primarios de la encuesta a clientes de las Agencias (Febrero 2019).

De acuerdo al Grafico No 9. El 31% opinan que la falta de publicidad es uno de los aspectos débiles que tienen las Agencias, e 18% considera que carecen de ofertas, el 13% consideran que el precio de los servicios es poco accesible, y el 10% poca variedad de servicios.

Es notorio que un 6% de los clientes afirman que un aspecto débil de las Agencia es la ineficiencia en cuanto al procedimiento para adquirir el servicio. Por otro, lado la falta de publicidad es el principal aspecto débil, son pocas las personas que viajan fuera del país, y no se tiene en

cuenta como prioridad el hecho de acudir a una Agencia hasta que la persona decide viajar por alguna circunstancia u emergencia.

FODA de las TIC's en las Agencia de Viajes

Fortalezas internas.

- El 100% de las agencias tiene acceso a internet.
- El 50 % utiliza las redes sociales como medio publicitario.
- El 50% de las Agencias de viajes pertenecen a CANATUR y Anavyd, que son las organizaciones que coordinan las Agencias de viajes.
- El 100% utiliza programas de office, para organizar y controlar las actividades diarias.
- Cada trabajador tiene de herramienta una computadora.
- Cuentan con personal capacitado para el uso de TIC's en el servicio.
- El 50% está registrado en Amadeus y 67% en Sabre.

Debilidades internas.

- El 50% no utiliza redes sociales como medios publicitarios.
- El 100% afirma no utilizar TIC's como herramientas para planear.
- El 50% carecen de fondos para la adquisición de equipos tecnológicos.
- No poseen página web.
- El 33% no tiene conocimiento del uso y manejo de las tecnologías de la información y comunicación.
- Hay poca inversión en equipos tecnológicos.

Oportunidades Externas.

- Promocionar la Agencia en redes sociales: La evolución digital ha venido evolucionando el márketing, “más de 50% de los usuarios móviles utilizan redes sociales” y eso las empresas tienen que aprovecharlo como una oportunidad de negocios, porque es un mecanismo efectivo de captación de clientes a través de una mejor segmentación. (Cruz Pravia, Lazo Calderón, & Rodríguez Torres, 2016).
- El uso de teclado abierto como herramienta de cobro para comercializar: el servicio de ventas de boletos de viajes aéreos en línea (uso de whatsapp o Facebook), es una oportunidad de crecimiento empresarial, dado que el cliente ahorra tiempo y dinero ya que, puede adquirir el servicio sin la necesidad de presentarse a las Agencias.
- Establecer relaciones comerciales con Agencias mayoristas internacionales: es una oportunidad para muchas Agencias ya que genera ventajas competitivas en el mercado, en primer lugar los precios de boletos de viajes son de bajo costo (hay reducción en el precio) dado que se reduce el nivel del canal de distribución, por otro lado reciben promociones de ventas.

Amenazas externas.

- El 83% no tiene relaciones financieras con los bancos, evitando de esta manera que el servicio se comercialice por medio de internet (whatsapp o Facebook).
- Los comentarios negativos en redes sociales. De acuerdo a observaciones a páginas de redes sociales de Agencias de viajes se encuentran comentarios negativos, esto podría dar una mala imagen a la Agencia. En todo caso las redes sociales son infaustas en este aspecto si no se sabe cómo administrarla correctamente.
- El 83% no tiene relaciones comerciales con Agencias mayoristas, lo que implica que son intermediarios de Agencias nacionales, aumentando el nivel en el canal de distribución, lo que genera costo del servicio más alto y en consecuencia la pérdida de mercado.
- Nuevos cambios de tecnología y formas de comunicación: Las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC's) están cambiando la forma tradicional de hacer las cosas (el comercio, la publicidad, etc.) sin embargo, algunos empresarios del sector no le dan relevancia necesaria y por ende no crecen empresarialmente.

Propuesta de Estrategias

Línea estratégica N°.1: Expansión del mercado usando las TIC's

Objetivo General: Incrementar el mercado meta en un 25% utilizando el internet de la web.

Actividades:

1. Diseño de la imagen corporativa, precisando el mercado meta donde van a incidir.
2. Diseño del contenido publicitario para la web corporativa.
3. Elaborar videos promocionales creativos para los usuarios.
4. Creación de la web corporativa con interfaz manejable para que los usuarios puedan adquirir el servicio en línea.
5. Creación de cuentas en Facebook e Instagram.
6. Vinculación de la web corporativa con las redes sociales para que los clientes puedan informarse de las ofertas y promociones disponibles.
7. Destinar a un empleado para que se dedique al seguimiento de los clientes desde las redes sociales, respondiendo sus inquietudes y garantizando la concreción de las ventas.
8. Monitoreo permanente de la web corporativa para lograr la ampliación del mercado meta.

Línea estratégica N°.2: Disponibilidad del pago del servicio en línea

Objetivo General: Facilitar el servicio de la Agencia de Viajes con el pago en línea para la eficiencia en la atención al cliente.

Actividades:

1. Establecer relaciones financieras con los bancos para que puedan implementar el sistema de cobros electrónico.
2. Abrir cuentas de ahorro en los diferentes bancos de la ciudad de Estelí.
3. Abrir cuenta en Paypal u otro medio, para el pago de servicios en línea
4. Adquirir el teclado abierto para efectuar los cobros del servicio con tarjetas de crédito y/o débito.
5. Informar a los clientes sobre las nuevas formas de pago que implementa la Agencia.

Línea estratégica N°.3: Crear relaciones comerciales con Agencias mayoristas aprovechando el uso de herramientas TIC's.

Objetivo General: Posicionarse en el mercado con precios más bajos con relación a los de la competencia.

Actividades:

1. Reducir el nivel de intermediarios del canal de distribución.
2. Diversificar el servicio, cumpliendo con las expectativas de los clientes.
3. Evaluación las negociaciones con los proveedores.

Línea estratégica N°4: invertir en equipos tecnológicos para mejorar la variedad del servicio.

Objetivo General: Maximizar la eficiencia de las actividades que se realizan en la Agencia de manera interna.

Actividades:

1. Analizar las posibles fuentes de financiamiento.
2. Evaluar la capacidad de pago al obtener un préstamo bancario.
3. Compra de equipos tecnológicos al crédito a proveedores especializados.
4. Contratación de servicios profesionales de mantenimiento de equipos cuando se requiera necesario.

CONCLUSIÓN

De acuerdo con los resultados de la investigación:

En la presente investigación la hipótesis de acepta en un 67% de que a mayor uso de las TIC's en el proceso administrativo y de comercialización, mayor captación de clientes.

Con respecto a la prueba de hipótesis con el programa SPSS versión 22, s preguntas de la hipótesis que se contrastaron para comprobarla en el programa SPSS versión 22, una referida a la captación de clientes depende del uso de las TIC's en el proceso administrativo y de comercialización, se acepta en 4.224 valor de Chi- cuadrado con nivel de significancia del 5%.

Se reconoce que las TIC's producen resultados positivos al implementarlas de manera eficiente. Lo más esencial para una Agencia es que el mercado pueda conocer de su existencia, los servicios y promociones. Pero las TIC's no solamente es utilizado para la comercialización, sino también para llevar a cabo las operaciones dentro de las empresas, (El proceso administrativo) que permitirá que estas tengan más fortaleza a nivel interno.

Es importante señalar que la publicidad influye directamente en la oferta del servicio de las Agencias, posicionando el servicio en la mente los consumidores, informando a cerca de ofertas y promociones disponibles en fechas determinadas.

BIBLIOGRAFÍA CITADA

- Angulo, O., & García, D. (2003). *Estrategias de Aprendizaje*. (DGOSE, Editor, & UNAM, Productor) Obtenido de Manual para el alumno: <http://tutorial.cch.unam.mx/bloque4/lasTIC>
- Chiavenato, I. (1993). *Iniciacion de la Organizacion y Tecnica Comercial*. Mc Graw Hill.
- Hernandez Rodriguez, S. (16 de Junio de 2005). *FCA UNAM*. Obtenido de <http://fcaenlinea.unam.mx/2006/1130/docs/unidad8.pdf>
- Reyes, A. (2010). *Secretaría de economía*. (H. Condesa, Editor) Obtenido de <http://www.2006-2012.economia.gob.mx/mexico-emprende/productos-servicios/comercializacion>