

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE NICARAGUA
UNAN-MANAGUA
FACULTAD REGIONAL MULTIDISCIPLINARIA
FAREM-ESTELÍ**

Departamento de Ciencias Económicas y Administrativas.



Seminario de graduación - Administración de empresas.

Tema de investigación:

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.

Elaborado por:

- **Cruz Pravia Anayanci**
- **Lazo Calderón Brenda Paola**
- **Tórrez Rodríguez William Javier**

Tutor:

DRA. Beverly Castillo Herrera.

Estelí, noviembre 2016



Línea

Micro, pequeña y mediana empresa

Tema

Incorporación y/o apropiación de Tecnologías de la Información y la Comunicación.

Subtema

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.



Agradecimiento.

Agradecemos primeramente a Dios, por darnos salud, fuerzas, sabiduría y habernos permitido lograr el propósito deseado, durante los cinco años de trayectoria universitaria.

A nuestros padres que han dado todo su esfuerzo para que ahora estemos culminando esta etapa de nuestras vidas, agradecerles por brindarnos cariño, comprensión y sobre todo por la motivación y el apoyo brindado en los momentos difíciles.

A la Facultad por permitirnos ser parte de ella, porque al ser una universidad con prestigio a nivel centro americano, ser un profesional egresado de la misma para nosotros es de gran orgullo y amplias oportunidades de desarrollo; a nuestros docentes que formaron parte especial de nuestra educación, que con nobleza y entusiasmo nos brindaron sus conocimiento y apoyo; de ellos recibimos las más gratas enseñanzas que tendremos en cuenta en el recorrido de nuestras vidas, de manera especial, agradecer a nuestra tutora Dra. Beverly Castillo Herrera que con paciencia y dedicación nos ayudó a seguir adelante.

Para finalizar nuestra gratitud a los propietarios de los diferentes hoteles de la ciudad de Estelí, por apoyarnos en proporcionarnos la información necesaria para el desarrollo de nuestra investigación; además a las instituciones reguladoras del turismo en la ciudad de Estelí, como lo son: INTUR y CANTUR, ya que fueron parte esencial en dicha investigación.

Dedicatoria.

Dedicamos esta investigación a Dios todo poderoso, nuestros compañeros Eddy Ruiz y Alioska Ponce por apoyarnos en los momentos más difíciles de este proceso.



CONTENIDO

CAPITULO I. INTRODUCCIÓN.....	8
1.1 ANTECEDENTES.	9
1.2 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.....	12
1.3 PREGUNTAS PROBLEMA.	14
1.4 JUSTIFICACIÓN.	15
CAPÍTULO II. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.	16
2.1 OBJETIVO GENERAL.....	16
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.	16
CAPÍTULO III. MARCO TEÓRICO.....	17
3.1 EMPRESA HOTELERA.....	17
3.2 TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN (TIC).....	21
3.3 GESTIÓN EMPRESARIAL.....	33
CAPÍTULO IV. HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN.	45
4.1 CUADRO DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	46
CAPÍTULO V. METODOLOGÍA.....	47
5.1 TIPO DE ESTUDIO.	47
5.2 UNIVERSO Y MUESTRA.....	47
5.3 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	50
5.4 ETAPAS DE LA INVESTIGACIÓN.	51
CAPÍTULO VI. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	53
6.1 CRECIMIENTO DE LA INDUSTRIA HOTELERA EN NICARAGUA.	53
6.2 CAMBIOS EN LA GESTIÓN EMPRESARIAL CON EL USO DE LAS TIC.....	56
6.3 LIMITANTES PARA EL USO DE LAS TIC EN LOS HOTELES DE ESTELÍ.	67
6.4 CRECIMIENTO DE UTILIZACIÓN DE LAS TIC EN LOS HOTELES.	72
6.5 PROPUESTAS DE ESTRATEGIAS PARA MEJORAR EL USO DE TIC.....	85
CAPÍTULO VII. CONCLUSIONES.....	93
CAPÍTULO VIII. RECOMENDACIONES.	94
CAPÍTULO IX. BIBLIOGRAFIA CONSULTADA.....	95
CAPÍTULO 10 X. ANEXOS.	100



INDICE DE TABLA

Tabla 1	24
Tabla 2	41
Tabla 3	48
Tabla 4	56
Tabla 5.....	57
Tabla 6.....	57
Tabla 7.....	58
Tabla 8.....	59
Tabla 9.....	60
Tabla 10	61
Tabla 11.....	61
Tabla 12.....	62
Tabla 13.....	64
Tabla 14.....	65
Tabla 15.....	66
Tabla 16.....	67
Tabla 17.....	72
Tabla 18.....	73
Tabla 19.....	73
Tabla 20.....	74
Tabla 21.....	76
Tabla 22.....	79
Tabla 23	83
Tabla 24.....	84
Tabla 25.....	89
Tabla 26	109
Tabla 27.....	112



INDICE DE GRAFICOS

Grafico 1	56
Grafico 2	59
Grafico 3	63
Grafico 4	70
Grafico 5	71
Grafico 6	75
Grafico 7	77
Grafico 8	78
Grafico 9	80
Grafico 10	80
Grafico 11	82
Grafico 12	112



INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1	42
Ilustración 2	49
Ilustración 3	66
Ilustración 4	108
Ilustración 5	109
Ilustración 6	110
Ilustración 7	111



RESUMEN

La presente investigación está dirigida al análisis de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) en la gestión hotelera de los hoteles de la ciudad de Estelí, utilizando como referente un estudio realizado en 2008 y comparando resultados con el año 2016, es un estudio de tipo cuantitativo, se aplicaron 19 encuestas a propietarios, gerentes, administradores de los hoteles y entrevistas para complementar los análisis estadísticos. Como resultado se encontró que hay cambios significativos en la implementación de nuevas tecnologías como: la incorporación de nuevo equipo de cómputo (hardware), e incremento de programas (software). El 30% de los encuestados afirmó que la principal limitante es la falta de capacitación y el 28% indica que los altos costos para incorporar las TIC como otra circunstancia, encontrando diferencia en las dificultades entre los dos años. La hipótesis planteada se acepta en un 84% las TIC han provocado cambios en la gestión empresarial y el uso de tecnología está dirigido al marketing digital. Se proponen seis líneas estratégicas para la mejora del uso de las TIC.

Palabras claves: TIC, gestión, hoteles, empresarial.

ABSTRACT

The present research is directed to the analysis of Information and Communication Technologies (ICT) in the hotel management of hotels in the city of Estelí, using as reference a study carried out in 2008 and comparing results with the year 2016, is a study of Quantitative type, 19 surveys were applied to owners, managers, hotel managers and interviews to complement statistical analyzes. As a result, it was found that there are significant changes in the implementation of new technologies such as: the incorporation of new computer equipment, and software increment. Thirty per cent of respondents stated that the main limitation is the lack of training and 28% indicated that the high costs to incorporate ICT as another circumstance, finding difference in difficulties between the two years. The hypothesis raised is accepted in 84% ICT have caused changes in business management and the use of technology is directed to digital marketing. Six strategic lines are proposed for improving the use of ICT.

Key words: ICT, management, hotels, business.



CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

La presente investigación fue realizada con el propósito principal de analizar comparativamente de las Tecnologías de Información y Comunicación, incorporadas en la gestión empresarial de las empresas hoteleras de la ciudad de Estelí, las TIC es el conjunto de tecnologías que facilita la dirección operacional y estratégica de las empresas permitiéndoles gestionar su información.

El incremento e incorporación de Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), asume un papel elemental; porque los sistemas integrados facilitan el procesamiento de datos y esto les proporciona ventaja competitiva a las empresas, por lo cual la aplicación de las tecnologías incide en la gestión empresarial y los hoteles son referencia debido a que tiene como mercado meta a los extranjeros.

El marco teórico de la investigación contiene tres unidades fundamentales:

- Empresa hotelera.
- Tecnologías de la Información y la Comunicación.
- Gestión empresarial.

En búsqueda de resultados satisfactorios a los objetivos planteados, siempre es imprescindible la elaboración de un diseño metodológico.

El enfoque es descriptivo de tipo cuantitativo al igual que la investigación del año 2008 solo que en este nuevo contexto hay una mayor cantidad de hoteles.

Los resultados obtenidos demostrarán si han ocurrido cambios con el uso de las TIC en la gestión empresarial, además se pretende comparar las dificultades para la incorporación y uso de las TIC en los dos años al igual que el crecimiento que han tenido estas en cuanto a disposición de equipos, programas y las actividades en donde se aplican.

La última tarea es proponer seis líneas estratégicas para el mejor uso de las TIC basadas en los resultados que se obtendrán.



1.1 ANTECEDENTES.

Para la elaboración de los antecedentes de este estudio, se consultaron diversas fuentes de información relacionadas con esta investigación en la biblioteca Urania Zelaya de FAREM-ESTELI y repositorio de la página web de la UNAN-LEÓN.

- Una primera tesis de licenciatura en administración de empresas la presenta Lanuza (2008) y se titula «Incidencia de las TIC en la gestión empresarial del sector hotelero de la ciudad de Estelí». El objetivo general fue: Determinar la incidencia de las tecnologías de la información y la comunicación en la gestión empresarial y el desarrollo que representan para el sector hotelero del municipio de Estelí. Este es un estudio de tipo cuantitativo. La selección de la muestra fue con 13 hoteles que contaban con el uso de las TIC. El muestreo fue probabilístico. Los principales resultados reflejan que los hoteles en relación con las tecnologías no estaban desarrollando un nivel máximo que le permitiera aprovechar ventajas competitivas y que la principal limitante para incorporar las TIC era la poca demanda de turistas extranjeros. Se comprobó que las TIC inciden de manera positiva en la gestión empresarial del sector hotelero y se elaboró estrategias para enfrentar las limitantes.
- Una segunda tesis de licenciatura en administración de empresas elaborada por: Dávila, Ruiz y Torrez (2014) proponen «Estrategias de inclusión de las TIC para la contribución al crecimiento económico de las MIPYMES en el sector madera mueble en el municipio de Estelí». Esta investigación es de tipo cuantitativa. La muestra seleccionada corresponde a las 30 MIPYMES del sector madera mueble. Los resultados mostraron debilidades de este sector para incluir las TIC como: la falta de financiamiento, informalidad de los negocios, falta de inversión, esta investigación propuso diversas líneas estratégicas para mejorar estas debilidades iniciando con la formalidad de los negocios en sus actividades administrativas como llevar contabilidad, publicidad para poder incluir las TIC a estas labores.



- Otra tesis de licenciatura la presenta Flores, Lazo, Palacios (2015) y se titula «Uso de las TIC en el proceso de enseñanza- aprendizaje de las C.C.N.N en el sexto grado de la escuela José Benito Escobar del municipio de Estelí en el II semestre del año 2014». El objetivo de esta investigación fue determinar el uso de las TIC en el proceso de enseñanza- aprendizaje de las ciencias naturales en el sexto grado de la escuela José Benito Escobar del municipio de Estelí en el segundo semestre del año 2014. Este es un estudio de tipo cuali- cuanti se aplicó un muestreo no probabilístico. Se encuentran 30 estudiantes del turno vespertino sexto grado A. Los principales resultados reflejan los 8 docentes que fueron encuestados hacen poco uso de las TIC en el proceso enseñanza aprendizaje y a la hora de utilizar el laboratorio se usa poco para impartir la asignatura de ciencias naturales solo para impartir informática básica, los estudiantes respondieron tener conocimiento básico de las herramientas y que las utilizan acompañada del internet para tareas de investigación y usar las redes sociales en principal Facebook.
- En la tesis de licenciatura en administración de empresas la presenta Dávila, Gómez, Guido (2006) se titula «Diagnóstico Situacional de la Clasificación y Organización Empresarial de los Hoteles y Hostales del Municipio de El Viejo, Chinandega». Está investigación se elaboró con el objetivo de Diagnosticar la situación de la clasificación y organización empresarial de los hoteles y hostales de la zona urbana del municipio de El Viejo en el año 2005. Este es un estudio de carácter descriptivo. Los principales resultados es que pocos establecimientos de hospedería cumplen con los parámetros de su categoría, pero en cuanto a estrategia y planes solo un hotel y hostel contaban con una mejor visión para aumentar su categoría, todos los hoteles y hostales cumplían con la mayoría de los principios de la función de organización.
- La quinta tesis de licenciatura en Mercadotecnia la presenta: Dávila, Valle Rosa, Briones (2013) se titula «Factores que influyen en la promoción de los hoteles Don vito y Alameda que afectan el servicio hotelero en la ciudad de Estelí durante el segundo semestre del año 2012». Su objetivo general es determinar los factores



que influyen en la promoción del servicio hotelero Don vito y Alameda en la ciudad de Estelí durante el II semestre del año 2012. Este es un estudio cuantitativo. Se encuentran dentro de la muestra 33 clientes del hotel Don vito y 32 clientes del hotel alameda. En las conclusiones se señala que: el precio, temporadas, políticas del hotel y el perfil del cliente son los factores que influyen en la promoción del servicio, los datos mostraron que a los clientes utilizan mucho la tecnología para informarse sobre el hotel en principal las redes sociales.

De las investigaciones antes mencionadas dos hablan de las TIC, pero se realizaron en diferentes rubros y ramos, dos investigaciones hablan sobre marketing, organización y categoría en hoteles, solo una investigación habla acerca de las TIC en los hoteles la cual es el estudio base de esta tesis.

Está investigación se diferencia a las anteriores en que es un estudio comparativo el primero en la facultad. La presente busca actualizar datos del estudio base del año 2008 para analizar qué diferencias hay entre un tiempo cercano a una década acerca de un tema donde se encontró pocos antecedentes de TIC aplicada a los hoteles. En este sentido la tesis contribuirá a la actualización del estudio base en aspectos metodológicos y de información más amplia acerca de una temática de globalización como son las tecnologías.



1.2 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.

La investigación tiene como base la realizada por la licenciada en administración de empresas Milagros Lanuza Centeno acerca de la incidencia de las TIC en la gestión empresarial del sector hotelero de la ciudad de Estelí en el año 2008 que refleja problemáticas similares al presente trabajo como: costos de inversión en equipo de cómputo y la lenta recuperación de la inversión.

En el año 2008 se encontraban otras limitantes: desconocimiento sobre el uso y aplicabilidad de las TIC, dependencia en especialistas de la tecnología y menor presencia de turistas, las tecnologías se encontraban en proceso de desarrollo, su gama para el uso interno (sistemas gerenciales) y externo (buscadores) no era igual de amplia como en la actualidad. Para ejemplificar: el marketing social daba sus primeros pasos con el uso de las redes sociales Hi5 y MySpace, hoy en día existen más redes sociales: Facebook, Twitter, Instagram, entre otras, con mayor cantidad de usuarios por tanto se convierten en un medio atractivo para hacer negocios y los hoteles no son la excepción. Los clientes cambian sus exigencias por la cantidad de información publicitaria lo que representa un reto de buscar la mejor manera para persuadir a través de estas herramientas que son necesarias para vencer esta limitación.

En lo que se refiere a la utilización de TIC, se dice que hay relación positiva entre el incremento de la inversión en TIC en la productividad, calidad y por tanto la competitividad, sin embargo, por las limitantes presentadas se puede discutir esa relación.

Las TIC son un complemento de la mano de obra, no un sustituto de los recursos humanos, para sacar rendimiento a este recurso es necesario que las empresas diseñen y apliquen políticas de gestión de mano de obra que permitan el uso flexible de estas y los hoteles no son la excepción, ya que el sector turístico presenta un aporte significativo a la economía de Nicaragua.

El uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) inciden al sector turístico, sobre todo al enfrentar los constantes cambios tecnológicos para comercializar sus productos, pero las pequeñas y medianas empresas hoteleras que son parte de este sector tienen limitaciones en su uso, a causa de los siguientes factores:



- Falta de capacitación para el uso de las tecnologías de la información y la comunicación existentes en el mercado: Provoca que los trabajadores estén poco preparados al cambio constante de las tecnologías generando incertidumbre, resistencia para la innovación. Los hoteles sin tecnologías actualizadas son menos competitivos. En algunos de los hoteles prefieren utilizar sistemas operativos obsoletos como Windows XP y Windows 7, versiones antecesoras a los nuevos sistemas: Windows 8 y Windows 10. Herramientas ofimáticas (Word, Excel y PowerPoint) más avanzadas, conectividad mediante tecnologías móviles e inalámbricas, el comercio electrónico, que con su uso simplificarían actividades y mejorarían la imagen corporativa ante clientes, pero la desconfianza y ausencia de habilidades con estas herramientas por el bajo nivel de calificación del recurso humano impiden el uso eficiente de las TIC.
- Costos en equipamiento de cómputo y ejecución: Los costos adquisición de hardware (equipo) y software (programas) siempre son una barrera, la gran oferta de los equipos informáticos y sobre todo la poca permanencia de estos provoca la constante renovación de los mismos lo que incurre a más costos.
- Soluciones poco adaptadas a las necesidades de los hoteles: Las soluciones poco adaptadas al sector dificultan la implementación de paquetes tecnológicos dirigidos al sector hotelero como la gestión de reservas, control y gestión de habitaciones, precios en los diferentes canales de distribución para cerrar ventas, colocar ofertas y promociones con el objetivo de crear una comercialización distinta y personalizada por canal, otra solución es la gestión de la relación con el cliente (CRM), existe confusión al definir está solución con algunas de sus herramientas Data Mining (Proceso de captación y almacenamiento de datos) y el marketing social (redes sociales) por lo que se necesitan programas especializados en la gestión hotelera.
- Lenta recuperación de la inversión: La presencia de turistas en el municipio de Estelí es menor en comparación con Granada, León, Rivas y Managua. El ambiente de esas ciudades es diferente por ello la frecuencia de turistas para vacacionar y asistir a eventos de entretenimiento y empresariales del rubro es



mucha. En cambio, Estelí, cuenta con turistas en actividades empresariales como: el festival del tabaco puro sabor y eventos deportivos en pequeñas temporadas, por ello las mejoras de equipamiento e instalación tecnológica obedecen a estos ingresos y los resultados de utilizar tecnología en las PYMES hoteleras de Estelí no se muestra de forma rápida.

- Dificultades de financiamiento: Este problema se presenta en todo el país sobre todo en las pequeñas y medianas empresas la capacidad de financiamiento es escasa y las tasas de interés son más altas impidiendo optar esta vía como recurso de inversión.

Estas causas antes mencionadas tienen sus respectivas consecuencias en diferentes ámbitos de los hoteles, pero todas afectan a la incorporación y uso adecuado de las Tecnologías de la Información y Comunicación provocando desventajas competitivas y ahora con las redes sociales y blog se corre el riesgo con los comentarios negativos de generar una mala imagen corporativa de un hotel.

1.3 PREGUNTAS PROBLEMA.

Pregunta central.

¿Cómo se compara el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en la gestión empresarial de los hoteles ubicados en la ciudad de Estelí entre los años 2008 y 2016?

Preguntas Específicas.

- 1- ¿Cuáles son los cambios en la gestión empresarial con el uso de las TIC en los hoteles, entre los años 2008 y 2016?
- 2- ¿Qué semejanzas y diferencias hay entre las limitantes del uso de las TIC en los hoteles, en los años 2008 y 2016?
- 3- ¿Cuál es el crecimiento de la utilización de las TIC en los hoteles, del año 2016, en relación al año 2008?
- 4- ¿Qué estrategias mejorarán el uso de las TIC en la gestión empresarial de los hoteles?



1.4 JUSTIFICACIÓN.

La presente investigación aportará nuevas formas de entender la realidad de los hoteles ubicados en la ciudad de Estelí, que con el uso de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC); buscan sostener o hacer crecer su negocio en un mercado muy competitivo, servirá para que el sector hotelero conozca los aspectos cualitativos y cuantitativos de la aplicación de las TIC en sus operaciones.

Beneficiará a todos los hoteles de Estelí que usan las nuevas tecnologías y aquellos que deseen incursionar en las mismas porque brindará información del uso estratégico de las TIC que les daría una visión más amplia y diferenciada de lo que representa crecer innovando, en especial las PYMES hoteleras. Además, beneficiará a las organizaciones promotoras del turismo entre estas el instituto nicaragüense de turismo (INTUR) y la cámara nicaragüense de la micro, pequeña y mediana empresa turística (CANTUR) porque podría servir como informe de los avances tecnológicos y beneficios que se han logrado con la aplicación de las TIC. Cabe mencionar que la presente investigación también beneficiara a estudiantes de la facultad en especial a la nueva carrera de administración turística y hotelera como soporte ya que está se acaba de aperturas en la facultad.

Es necesario hacer comparaciones en los negocios para lograr resultados similares o buscar diferencias que ayuden a mejorar los problemas en este caso son las oportunidades del uso de las TIC que presenta el sector hotelero.

La comparación de los estudios aportara nuevas ideas del uso de las TIC en el sector hotelero y actualización para el estudio realizado en el 2008 en aspectos metodológicos utilizando herramientas tecnológicas como el programa SPSS para analizar datos. Es viable la presente porque no se encontró un estudio comparativo en la facultad y en otras fuentes, podría brindar beneficios para futuras investigaciones.



CAPÍTULO II. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.

2.1 OBJETIVO GENERAL.

Analizar comparativamente el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en la gestión empresarial de los hoteles ubicados en la ciudad de Estelí, entre los años 2008 y 2016.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

1. Identificar los cambios en la gestión empresarial con el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) en los hoteles, entre los años 2008 y 2016.
2. Comparar las limitantes para el uso de las TIC en los hoteles de Estelí en los años 2008 y 2016.
3. Determinar el crecimiento de la utilización de las TIC en los hoteles, del año 2016, en relación al año 2008.
4. Proponer estrategias para la mejora del uso de las TIC en la gestión empresarial de los hoteles.



CAPÍTULO III. MARCO TEÓRICO.

En esta investigación se han identificado tres ejes teóricos que son 1) Empresa hotelera, 2) Tecnologías de Información y Comunicación (TIC), 3) Gestión empresarial, los cuales se definirán a continuación:

3.1 EMPRESA HOTELERA.

3.1.1 CONCEPTO DE HOTELES.

Son aquellas instalaciones de alojamiento público a huéspedes en tránsito, en un edificio, parte de él, o grupo de edificios, con no menos de quince unidades habitacionales, que proporciona servicios completos de alimentación, limpieza y otros servicios accesorios y conexos a la actividad turística, entre los cuales deberá existir integralidad funcional con el servicio principal de alojamiento. Además, debe cobrar una tarifa diaria o paquetes especiales de promoción que incluyen dicha tarifa y otros servicios conexos. (Reglamento de hospedería N°. 203, 2001)

Se puede considerar como un establecimiento de más o menos lujo donde se alojan los viajeros que proporciona alojamiento, normalmente durante un tiempo corto. Es un lugar que proporciona alimentación y hospedaje, un lugar de entretenimiento para el viajero, un edificio público, una institución de servicio doméstico, operado bajo una fase para obtener utilidades. (Dávila, Gómez y Guido 2006)

Un hotel además de proporcionar servicios de alojamiento, alimentos, bebidas y otros, también busca obtener una ganancia, como todo negocio, a través de la promoción y prestación de sus servicios, generando una expectativa desde el mismo momento en que un turista o viajero los contrata y adquiriendo el compromiso de hacerlas realidad, apoyándose de todo un equipo de colaboradores que forman parte de la operación del hotel para lograr que la experiencia (que es lo único que se lleva el cliente cuando regresa a su lugar de origen) sea única. (Administración de empresas turísticas online, 2013)



3.1.2 TIPOS DE ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS¹.

Las empresas de servicios de la industria hotelera se clasificarán según las siguientes categorías que considerarán el tipo de servicios, instalaciones y el régimen de propiedad utilizado. Estas son: Hospederías Mayores, hospederías mínimas, paradores, y áreas de acampar.

- **De las hospederías mayores:** Corresponden a las instalaciones de la industria hotelera, declaradas turísticas por el Instituto Nicaragüense de Turismo, que cuentan con al menos quince habitaciones y se clasifican de la siguiente forma:

- Hoteles.

- Condo-hoteles: Es un conjunto de al menos quince unidades habitacionales en un edificio o grupo de edificios donde cada unidad se adquiere en régimen turístico de propiedad horizontal y cuya administración recae sobre una persona o sociedad mercantil la cual podrá ser conformada por los mismos condóminos.

- Aparta hoteles: Conjunto de no menos de quince unidades habitacionales en un edificio o grupo de edificios, constituyendo un todo homogéneo, con uno o más dormitorios, baño privado, sala, comedor, equipadas con cocinas individuales donde se proporcionan servicios parciales para la limpieza.

- Alojamientos en tiempo compartido: Son las instalaciones, en edificios o grupos de edificios, que operan bajo la modalidad y régimen contractual según el cual se adquieren derechos de uso sobre una unidad habitacional por distintas personas, en distintos períodos del año, durante la vigencia del contrato respectivo.

- Moteles: Son aquellas instalaciones de al menos quince unidades habitacionales, dirigidas al automovilista viajero y turista, que se encuentran cerca de carreteras, con servicio de limpieza y estacionamiento dentro de sus instalaciones.

1

Reglamento de Hospedería Publicado en La Gaceta No. 203 del 25 de octubre del 2001, Nicaragua. Obtenido de:[http://legislacion.asamblea.gob.ni/normaweb.nsf/\(\\$All\)/D6C75660AF9BD9AD062570A10057E5EC?OpenDocument](http://legislacion.asamblea.gob.ni/normaweb.nsf/($All)/D6C75660AF9BD9AD062570A10057E5EC?OpenDocument)



- Eco hoteles: son establecimientos que respetan y valoran el medio ambiente, el cual a su vez los recompensa brindándoles hermosas áreas naturales que hacen que estos hoteles sean más interesantes.

- **De las hospederías mínimas:** Corresponden a aquellos establecimientos de alojamiento para turistas, de carácter pequeño o especializado, de al menos tres unidades, clasificados de la siguiente forma.

-Hostales familiares: Son aquellas instalaciones que brindan un servicio de alojamiento en zonas rurales o urbanas, con servicio de alimentación casera, operados por un individuo o una familia.

- Albergue: Es un establecimiento que ofrece un servicio de alojamiento en zonas turísticas, con servicios mínimos de limpieza y alimentación, y de carácter económico.

- Casa de huéspedes y pensiones: Alojamiento de carácter económico y familiar, ubicado en zonas urbanas, con o sin servicio de alimentación.

- De los paradores: Corresponden aquellas instalaciones, que brindan un servicio de alojamiento al turista, a cambio de una tarifa económica, con servicios completos de limpieza y alimentación, que ofrece una cocina de calidad internacional y de tradición regional.

- **Los paradores:** Se caracterizan por ser establecimientos que se encuentran ubicados en edificios históricos - artísticos o en parajes naturales de gran belleza y presentan una total y excelente armonización arquitectónica con el entorno cultural - histórico o natural ecológico. Estos establecimientos tienen como objetivo el rescate de valores históricos, culturales, arquitectónicos o naturales del lugar donde se sitúa.

- **De las áreas de acampar:** Corresponden a aquellos espacios de terreno debidamente delimitados, dotados y acondicionados para su ocupación temporal por turistas, que permitan instalar tiendas de campaña o aparcas unidades de vehículos automotores o de remolques que sirvan para alojamiento.



3.1.3 CATEGORIZACIÓN DE LOS HOTELES.

La norma técnica nicaragüense de categorización de hoteles por estrellas (NTN 28009-10, 2012) tiene como objeto establecer los requisitos mínimos generales, de gestión, calidad e infraestructura, que deben cumplir los hoteles que presten el servicio de alojamiento turístico.

Las empresas de servicios de industria hotelera se clasificarán en categorías identificadas de una a cinco estrellas, de conformidad con el grado de cumplimiento de las condiciones y requisitos contenidos en los manuales de cada tipo de establecimiento. (NTN 28 009-10, 2012)

“El instituto nicaragüense de turismo (INTUR) es el encargado de determinar la clasificación hotelera en Nicaragua, cada país decide qué requisitos deben cumplir los hoteles para alcanzar las estrellas correspondientes.” (Sequeira, 2013, p. 7)

Según López (como se citó en Dávila, Gómez y Guido 2006) la categoría de los hoteles se hace atendiendo los siguientes criterios:

- Tipo de clientela
- Calidad de servicios
- Ubicación o relación con otros servicios
- Operación
- Dimensión
- Organización
- Proximidad a terminales de compañías transportadoras

Martínez (2013) refiere que en cada país se encuentran diversas categorías: Estrellas (1 a 5), letras de (E a A) y clases de (la cuarta a la primera).

Sequeira (2013) señala que la categoría de hotel más reconocida es por estrella y cada estrella debe sus criterios:

- Una estrella: pequeños manejados por los propietarios, que tienen buen ambiente y están localizados cerca de lugares de atracción con servicio de transporte accesible.



- Dos estrellas: tamaño medio y con buena ubicación, los cuales prestan servicio de teléfono y televisión en los dormitorios.
- Tres estrellas: ofrecen más comodidad, incluyen grandes salas con decoraciones especiales y bonitos vestíbulos. Son hoteles de distintos tamaños, con restaurantes que ofrecen variedad de alimentos.
- Cuatro estrellas: Son grandes con recepciones confortables y excelente servicio de restaurante.
- Cinco estrellas: son hoteles que ofrecen los más altos niveles de comodidad y servicio con vestíbulos, habitaciones suntuosas y los más exquisitos menús en alimentos y bebidas, cumpliendo las rigurosas exigencias del cliente.

3.2 TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN (TIC).

3.2.1 PRINCIPALES COMPONENTES.

Hardware: “Es cualquier componente físico tecnológico, que trabaja o interactúa de algún modo con la computadora”. (Alegsa, 2009)

Software: “Es el termino general de varios tipos de programas utilizados para operar y manejar las computadoras y los dispositivos relacionados”. (O’Brien, 2006, p.104)

De acuerdo con la clasificación de O’Brien (2006), resume los tipos de software en dos:

- **Software de aplicación (o aplicativo):** es el que servirá de intermediario entre el hardware y el usuario final ya que se trata de un conjunto de instrucciones que permiten que el hardware realice las tareas que el usuario final requiere. Existen varios tipos de software de aplicaciones, los más conocidos son probablemente las herramientas que permiten el tratamiento de textos, las hojas de cálculo y los programas para presentaciones gráficas.
- **Software de sistemas:** Se trata de la herramienta informática que permite que cualquier elemento de hardware se ponga en funcionamiento. Un ejemplo es el sistema operativo, como lo es Windows, que se utiliza en los ordenadores



personales. Se trata de una herramienta básica que hace posible que el ordenador se ponga en funcionamiento y reconozca el resto de sus elementos de hardware, como son el teclado, el ratón, la pantalla, etc.

Base de datos: es un sistema informático a modo de almacén. En este almacén se guardan grandes volúmenes de información. Toda base de datos debe tener una serie de características tales como seguridad (sólo personas autorizadas podrán acceder a la información), integridad (la información se mantendrá sin pérdidas de datos), e independencia (esta característica es fundamental ya que una buena base de datos debería ser independiente del sistema operativo o programas que interactúen con ella). (Sierra M. 2006)

Infraestructura de telecomunicaciones: Se encargan de la transmisión de la información. Hoy casi todas las infraestructuras confluyen en una sola red, Internet. Internet ofrece múltiples ventajas que lo convierten en un complemento ideal de la estrategia de distribución y ventas de la empresa turística, favoreciendo la consecución de solicitudes y la realización de ventas aprovechando las numerosas oportunidades que presenta la red como punto de venta virtual. (Encalada M. 2008)

3.2.2. CONCEPTO DE TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN.

Las Tecnologías de la Información y Comunicación se definen como: “Un sistema integrado de equipamiento en red y software que permiten un efectivo procesamiento de datos y facilitan la comunicación de la empresa”. (Encalada, 2008, p.65)

Tecnologías de la Información y la Comunicación se hace referencia al conjunto de avances tecnológicos que proporciona la informática, las telecomunicaciones y las tecnologías audiovisuales, que comprenden los desarrollos relacionados con los ordenadores, internet, la telefonía, las aplicaciones multimedia y la realidad virtual. Estas tecnologías básicamente proporcionan información, son herramientas para un proceso y funcionan como canales de comunicación. (Montiel, 2012, p.12)



3.2.3. CLASIFICACIÓN DE LAS TIC.²

No existe una clasificación como tal debido a la complejidad de connotaciones que la conforman. Por ello, sólo es posible establecer diferentes clasificaciones conforme a la óptica en las que han sido analizadas.

Como ejemplo de ello se puede establecer dos clasificaciones claramente diferenciadas, una de ellas en función de los recursos necesarios para gestionar la información y otra, tomando como base los medios de comunicación utilizados.

La primera de ellas parte de la consideración de que las TIC congregan el conjunto de recursos necesarios para analizar la información, transformarla en datos, almacenarla, gestionarla, distribuirla y ubicarla en un espacio. Para tal cometido, los medios esenciales que lo conforman son: ordenadores, programas informáticos y redes.

En base a esos parámetros, se puede establecer la siguiente clasificación:

Redes: Son un conjunto de equipos conectados entre sí por medio de un cable u otro soporte físico con el fin de compartir la información. Se consideran las redes como el punto de partida para la transmisión de la información entre ellos: la telefonía fija o móvil, etc.

Terminales: Se define como terminal a todo dispositivo electrónico que forma parte del hardware de un ordenador y cuya funcionalidad básica es la de introducir datos para posteriormente ser transformados en información y ser mostrada.

Los terminales constituyen el principal punto de acceso tanto de individuos como de empresas a la información. Su importancia radica en ser uno de los elementos que más han evolucionado y evolucionarán, ya que continuamente surgen nuevos terminales que permiten beneficiar la digitalización de la información y de la creciente disponibilidad de infraestructuras para su intercambio. Ejemplos significativos son: ordenadores, televisores.

² Pachón (2014) *Impacto de las TICS en el sector turístico* (tesis de grado) Universidad de Valladolid, Escuela de ciencias empresariales, España Obtenido de: <https://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/8459/1/TFG-O%20435.pdf>



Servicios: Están compuestos por todas aquellas prestaciones que se encuentran a disposición del usuario de las redes. De ahí se puede señalar que tanto su progreso como su ámbito de actuación van en paralelo a la evolución de las redes, llegando abarcar cualquier parcela del quehacer diario de la sociedad.

En relación con estos dos últimos elementos que componen la clasificación, se puede observar que los avances tecnológicos a lo largo del tiempo han favorecido a crear un entorno propicio para la innovación de los terminales, los cuales a su vez contribuyen en la mejora de los servicios.

3.2.4 EVOLUCIÓN DE LAS TIC.

Tabla 1 Evolución de las Tecnologías de la Información y la Comunicación.

1906	Radio-fusión	La primera emisión se realizó en Massachusetts (EEUU) en la noche buena.
1927	Televisión	Las primeras emisiones se realizaron desde la BBC en Inglaterra.
1947	Primeros ordenadores	Estos son de gran tamaño y alto consumo energético.
1969	<i>Internet</i>	Una red de redes gracias a lo cual un ordenador puede intercambiar fácilmente información con otras situadas en regiones lejanas del planeta.
1971	E-mail	Nace este servicio de mensajería instantánea el cual debido a su practicidad es adaptado inmediatamente.
1979	Módem	Primer modelo de módem Hayes Smart módem.
1983		Se generaliza el uso de los PC en los ámbitos laborales.
1988		Primer enlace transoceánico en fibra óptica. Fue en el TAT-8
1990	1er Servidor Web	WorldWideWeb (WWW): Sistema de documentos de hipertexto que se encuentran enlazados entre sí y a los que se accede por medio de Internet.
1993		La compañía IBM creo la unión entre un ordenador y el Teléfono móvil.
1999	WI-FI	Aparición de la tecnología inalámbrica.
2000	Google	El uso de los buscadores para obtener información los usuarios de internet. El principal buscador Google.
2007		Se incorpora el GPS a los móviles.
2008		Apple lanzó el iPhone 3G. Esta versión soportaba la Trasmisión de datos por 3G a una velocidad más rápida y con tecnología AGPS2.
2009		Se presenta el iPad. Línea de tabletas con funciones similares a las de cualquier dispositivo portátil. Fabricante Apple.

Fuente: Adaptado de Pachón (2014)



3.2.5 USO DE LAS TIC.

3.2.5.1 FACTORES QUE DETERMINAN EL USO DE LAS TIC. ³

Existen varios factores que determinan las tecnologías de la información que podrían usarse para brindar ayuda de comunicaciones a una organización o grupo de usuarios específicos. Los principales son los siguientes:

- Participantes: El número de gente que envía y recibe información puede variar de dos a muchos miles.
- Naturaleza de las fuentes y los destinos: Las fuentes y los destinos de información pueden incluir personas, bases de datos, sensores y otros.
- Localización. El(los) remitente(s) y el(los) receptor(es) pueden estar en la misma sala, en salas diferentes de un mismo lugar, o en lugares diferentes.
- Tiempo: Es posible enviar los mensajes en un cierto tiempo y recibirse casi de forma simultánea. En tal caso, la comunicación es síncrona. Los teléfonos, la teleconferencia y las reuniones cara a cara son ejemplos de comunicación síncrona (tiempo real). La comunicación asíncrona, en cambio, se refiere a aquella mediante el cual el usuario obtiene el mensaje en un tiempo diferente al que fue enviado.
- Medios: La comunicación puede implicar uno o varios medios. En la actualidad, la tecnología de la información maneja varios tipos de medios, textos, voz, gráficas, imágenes y animación. El uso de medios diferentes para la comunicación contribuye a aumentar la eficacia de un mensaje, acelerar el aprendizaje y mejorar la solución de problemas.

³ Montiel I.L., (2012). *Análisis comparativo del uso de las TIC'S en las empresas afiliadas a canaco y canacintra* (tesis de grado) Universidad Veracruzana, México obtenido de: <http://cdigital.uv.mx/bitstream/123456789/30927/1/LuisMontiel.pdf>



3.2.5.2 CIRCUNSTANCIAS QUE LIMITAN LA EXPANSIÓN DE LAS TIC.

La expansión de las TIC en todos los ámbitos de la sociedad se ha producido a gran velocidad, y es un proceso que continua, ya que van apareciendo sin cesar nuevos elementos tecnológicos y cada vez serán mejorados.

La progresiva disminución de los costos de la mayoría de los productos tecnológicos, fruto del incremento de los volúmenes de producción y de la optimización de los procesos fabriles, se deja sentir en los precios y permite disponer de más prestaciones por el mismo dinero, facilitando la introducción de estas potentes tecnologías en todas las actividades humanas y en todos los ámbitos socioeconómicos. No obstante, a pesar de estas magníficas credenciales que hacen de las TIC instrumentos altamente útiles para cualquier persona, y por supuesto imprescindibles para toda empresa, existen diversas circunstancias que dificultan su más amplia difusión entre todas las actividades y capas sociales.

En su artículo Marques P. (2011) enumera una lista de circunstancias que limitan la expansión de las TIC:

- **Problemáticas técnicas:** incompatibilidades entre diversos tipos de ordenador y sistemas operativos, el ancho de banda disponible para internet (insuficiente aún para navegar con rapidez y visualizar vídeo de calidad on-line), la velocidad aún insuficiente de los procesadores para realizar algunas tareas (reconocimiento de voz perfeccionado, traductores automáticos...)
- **Falta de formación:** la necesidad de conocimientos teóricos y prácticos que todas las personas deben aprender, las aptitudes y actitudes favorables a la utilización de estas nuevas herramientas (alfabetización en TIC).
- **Problemas de seguridad:** Circunstancias como el riesgo de que se produzcan accesos no autorizados a los ordenadores de las empresas que están conectados a internet y el posible robo de los códigos de las tarjetas de crédito al comprar en las tiendas virtuales, frena la expansión del comercio electrónico y de un mayor aprovechamiento de las posibilidades de la red.



- **Barreras económicas:** A pesar del progresivo abaratamiento de los equipos y programas informáticos, su precio aún resulta prohibitivo para muchas familias. Además, su rápido proceso de obsolescencia aconseja la renovación de los equipos y programas cada cuatro o cinco años.
- **Barreras culturales:** el idioma dominante es el inglés, en el que vienen muchas referencias e informaciones de internet (hay muchas personas que no lo conocen); la tradición en el uso de instrumentos tecnológicos avanzados (inexistente en muchos países poco desarrollados), etc.

Otro elemento al que hace referencia es a la venta de productos por internet o comercio electrónico, Cibilis, J (2008) afirma que la venta en internet tiene ciertos problemas:

- Seguridad en los pagos: El precio final no coincide con el de la web, falta de flexibilidad en las formas de pago.
- Marco legal: Regula las comunicaciones comerciales y la venta en internet, porque desde el momento en que se decide gestionar información de personas, debe conocerse sus derechos, aunque solo gestione una lista de suscriptores.
- Problemas logísticos: El mayor problema de las tiendas virtuales que trabajan con productos tangibles es resolver adecuadamente el envío de los pedidos. Los ciber clientes son exigentes e impacientes, así que no estarán dispuestos a esperar varios días para recibir lo que han comprado y sobre todo pagado.

3.2.7 EL IMPACTO DE LAS TIC EN LOS HOTELES.⁴

Los establecimientos hoteleros también se han visto influenciados en gran medida por la continua evolución de las TIC. En consecuencia, han experimentado cambios en el ámbito interno, es decir en su funcionamiento y organización debido a la introducción de las mismas y también en el ámbito externo, siendo la competitividad el factor sobre el que probablemente más hayan influido las TIC.

⁴ Cámpora. E (2013) *Estudio del impacto de las TIC en el turismo: análisis de su influencia en los habitantes de la ciudad de Gandía durante la planificación de un viaje*, Universidad Politécnica superior de Gandía, España obtenido de: <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/33985/memoria.pdf?sequence>



Es una realidad que internet es probablemente una de las TIC que influye en el sector de los viajes y dentro de éste el sector hotelero ha visto esta nueva herramienta de comunicación y transmisión de información, como modifica la manera en que éste opera.

El uso del internet proporciona diversas ventajas relacionadas con:

1. Las comunicaciones
2. La imagen de la empresa
3. La prestación de servicios
4. La realización de transacciones
5. La generación de ahorros
6. La innovación

En primer lugar la web 2.0, un elemento revolucionario que ofrece a los establecimientos hoteleros ventajas como: difusión de una gran cantidad de información, mayor participación por parte del cliente, interconexión de servicios, es decir el cliente puede encontrar toda la información que necesita en una misma página web, mejora de la calidad del servicio prestado al cliente (servicio personalizado), acceso a la información las 24 horas del día y 7 días a la semana y reducción de costos en intermediarios al poder distribuir sus productos directamente al cliente a través de la página. En segundo lugar, una breve referencia a dos nuevos canales de distribución que internet ofrece a los hoteles: agencias de viajes on-line y la página web.

3.2.7.1 La web 2.0.

La web 2.0 constituye una herramienta que ha permitido avanzar un nivel más en lo que a creación y transmisión de información online se refiere. Y en el caso particular del sector hotelero, ha contribuido a mejorar el contacto con sus clientes, a tener acceso a un mayor número de clientes potenciales. Además, los establecimientos hoteleros han encontrado en ésta herramienta un nuevo medio para promocionarse.



La web 2.0 es un espacio online que permite crear información en distintos formatos (texto, imagen, sonido, video...), transmitirla y compartirla con otros usuarios. El Grupo IFEDES S.A y Gorbe (2007) refiere que con la implantación de la web 2.0 es que sean los propios usuarios los propietarios de la información que aparece en la web, decidiendo qué les parece interesante y qué no. El usuario forma parte del sistema, es el que maneja los contenidos y los servicios.

Por lo tanto, la web 2.0 promueve la participación y la colaboración de la sociedad en temas específicos dando lugar a discusiones, debates, poniendo en contacto a personas con unos intereses comunes. Incluso da la posibilidad de compartir opiniones, experiencias y hasta ofrecer consejos útiles, como es el caso de los blogs sobre viajes, cocina, moda... Los ejemplos más significativos de web 2.0 y cómo han influidos a los establecimientos hoteleros son:

3.2.7.1 a) Blogs.

Un blog se puede definir como un espacio online dedicado a uno o varios temas concretos creados por un internauta, quien pretende compartir sus conocimientos e intercambiar información acerca de ese tema con otros usuarios.

En el ámbito turístico existe una gran variedad de blogs dedicados a los viajes, cuyo contenido puede estar relacionado con la naturaleza del viaje (turismo deportivo, rural, golf...), pueden estar dedicados a destinos concretos, a hoteles, restaurantes, etc.

En este aspecto, no se puede hacer caso omiso al que es probablemente el ejemplo más conocido y popular a nivel mundial de web 2.0 en el sector turístico. Es el sitio de viajes Tripadvisor, creado en el año 2000 por Stephen Kaufer cuyo objetivo inicial era "ayudar a los viajeros de todo el mundo a planificar y tener el viaje perfecto".

Efectivamente, con el paso de los años Tripadvisor creció hasta convertirse en el espacio on-line de consulta más completo en el que los usuarios ofrecen sus consejos y opiniones que luego son consultados por otros usuarios que están planificando un viaje. Tripadvisor incluye varias categorías: hoteles, vuelos, alquileres y restaurantes en donde los usuarios hacen comentarios, ofrecen consejos e incluso pueden valorar los servicios de determinado establecimiento.



Además, Tripadvisor ofrece enlaces directos a los sistemas de reserva tales como EDreams, atrapalo.com, BudgetAir.es o Expedia.es.

Un gran número de hoteles también incluye en su página web o bien crea aparte, un espacio online (blog) en donde interactúan con sus clientes con el fin de conocer su opinión y valoración acerca de los servicios ofrecidos. Además, suelen publicar información sobre eventos, novedades u ofertas especiales.

3.2.7.1 b) Redes sociales.

Las redes sociales se definen; como un espacio online que permite a los usuarios compartir información con otros usuarios y opiniones, ya que uno de los elementos a destacar en las redes sociales son los "posts" o comentarios de otras personas acerca de lo que un usuario ha publicado, ya sea algo escrito o bien en formato multimedia (fotos, videos...).

Del mismo modo, los hoteles también utilizan las redes sociales para interactuar con clientes a través de comentarios y opiniones obtienen información que resulta muy valiosa ya que le permite conocer mejor las preferencias de sus clientes. Así, el hotel es capaz de adaptar su oferta a lo que el cliente demanda, ofrecer un servicio o producto personalizado. Además, el hotel sabrá en qué aspectos debe mejorar y que debería cambiar.

El uso de redes sociales supone para un hotel el incremento de su presencia en el mercado, y por tanto posicionar su marca darse a conocer a un gran número de personas que pueden ser potenciales clientes.

Un aspecto importante que no se debe olvidar es que actualmente muchos acuden a las redes sociales o blogs con el fin de consultar las opiniones o valoraciones realizadas por otros usuarios por ejemplo acerca de un determinado hotel, lo cual luego puede influir o no en la elección. En este sentido, una de las desventajas de las herramientas web 2.0 es que en muchas ocasiones los usuarios publican o comparten valoraciones o comentarios negativos de un hotel que pueden perjudicarlo y desprestigiarlo, además de provocar una percepción negativa en una persona que estaba considerando alojarse en el mismo.



3.2.7.2 Canales de distribución.

Por otra parte, internet ofrece a los establecimientos hoteleros, nuevos canales para la comercialización de sus productos, lo cual repercute principalmente en sus costos. Los principales canales para hoteles son las páginas web y agencias de viajes online.

3.2.7.2 a) Página web.

Si bien la página web es también una herramienta de difusión de información, como los ejemplos del apartado anterior, aquí se refiere la ventaja que ofrece como medio para realizar reservas, ser un canal de venta. Al comercializar sus productos directamente con los clientes los hoteles han reducido sus costos eliminado la comisión que obtenían las agencias de viajes como intermediarias en el proceso de venta. En consecuencia, este canal de distribución ha llevado a que se reduzca la dependencia que tradicionalmente han tenido los hoteles en las agencias de viaje físicas.

No obstante, se debe tener en cuenta que la creación de una página web conlleva costos, no sólo de diseño y creación, sino también de publicación en la web, ya sea a través de motores de búsqueda como son Google o por buscadores de hoteles como "Trivago", "Booking.com", etc. No se deben olvidar los gastos de mantenimiento y actualización de la página web sobre precios, ofertas especiales o cualquier otro tipo de información que se incluya en la misma.

3.2.7.2.b) Agencias de viaje online.

La revolución de las TIC, y en concreto la llegada de internet modifican el modo en que muchos planifican los viajes. A través de internet se puede acceder a la página web de una compañía aérea para efectuar la búsqueda, reserva y pago del vuelo para llegar al destino, sin necesidad de acudir a la agencia de viajes.

Sin embargo, no es este el único modo de planificar un viaje a través de internet, sino que también se hace a través de agencias de viajes on-line. Se trata de portales web que incluyen herramientas para la búsqueda, reserva y pago de medios de transporte (avión, tren, autobús, coches de alquiler...) y alojamiento.



También incluyen apartados dedicados a determinadas modalidades de turismo, son costosas ofreciendo paquetes que incluyen servicio de transporte y alojamiento o ambos servicios por separado.

La agencia de viaje online cumple la misma función que la agencia de viaje tradicional: la intermediación entre clientes y proveedores de transporte, alojamiento, compañías de alquiler de coches, ofreciendo además paquetes vacacionales.

3.2.8 LAS TIC PARA MEJORAR LA EFICIENCIA DE LOS HOTELES: APLICACIONES INFORMÁTICAS ESPECÍFICAS PARA EL SECTOR.

Figueroa y ballesteros (2007) definen un sistema de gestión Hotelera o Property Management System (PMS) como programas informáticos o softwares que facilitan la gestión diaria de los alojamientos turísticos (hoteles, apartamentos, etc.) El objetivo de un PMS es la automatización de ciertos procesos desarrollados para la prestación de servicios hoteleros, que se puede dividir en dos tipos: (1) Gestión de `` back office``: reservas de los clientes, contratos con agencias de intermediación, gestión comercial, recursos humanos, financiera y contable, etc.; (2) Gestión ``front office``: recepción, conexiones telefónicas, facturación, supervisión nocturna, etc.

Vilalta (2010) afirma que los sistemas de reservas computarizados, también llamado sistema de reservas centralizado.

Se trata de aplicaciones informáticas que permiten realizar transacciones de reservas online. Estos deben comunicarse con:

- Página web del hotel.
- Sistema de distribución global.
- Canales de distribución en internet.
- Consorcios de empresas independientes.
- Compañías de representación, Call Center entre otros.



Según Talón (citado en Figueroa y Ballesteros 2007) mencionan la aplicación más importante que es el sistema de Gestión de Relación con el Cliente o Customer Relationship Management (CRM) que es una estrategia de negocios basada en una filosofía y cultura orientada al cliente cuyo principal objetivo es la selección y gestión del mismo con el fin de optimizar su valor a largo plazo.

El objetivo principal del CRM es obtener información estratégica para conocer quiénes son sus clientes y donde se encuentran, de esa manera se podrán establecer comunicaciones personalizadas para lograr la fidelización de los mismos.

En Pachón (2014) se mencionan variables donde se aplica este sistema:

- Comunidad Directiva (Community Manager): La gestión de los contactos y recogida de datos.
- Negocios Inteligentes (Business Intelligence): Materializar en información útil aquellos datos obtenidos y analizados, para posteriormente poder utilizados en el proceso de toma de decisiones por parte de la empresa.
- Marketing digital: transformación de la información en planteamientos y programas de marketing en webs, blogs, redes sociales etc.
- Boletín electrónico (Newsletter): Publicaciones en las que se hace llegar de forma regular información a los clientes a través de correo electrónico, SMS.

3.3 GESTIÓN EMPRESARIAL.

3.3.1 CONCEPTO DE GESTIÓN EMPRESARIAL.

González (2013) refiere que la gestión empresarial: ``es administrar y proporcionar servicios para el cumplimiento de las metas y objetivos, proveer información para la toma de decisiones. ``

En términos generales los conceptos de administración, gerencia y gestión, son sinónimos a pesar de los grandes esfuerzos y discusiones por diferenciarlos. En la práctica se observa que el término management traducido como administración, pero también como gerencia. (Restrepo, 2013)



3.3.2 FUNCIONES DE LA GESTIÓN EMPRESARIAL.

La automatización, la informática, las nuevas tecnologías de la información y las crecientes expectativas de la sociedad han puesto al descubierto muchas carencias de los directivos en las empresas. La naturaleza de la gestión se ha hecho más compleja para actuar en función de una serie de prioridades, como es la de conseguir beneficios constantes.

Toda empresa puede ser dividida en seis grupos (Flores, S, 2015):

- Funciones técnicas: Relacionadas con la producción de bienes o servicios de la empresa.
- Funciones comerciales: Relacionadas con la compra, venta e intercambio.
- Funciones financieras: Búsqueda y gerencia de capitales.
- Funciones de seguridad: Protección de los bienes y de las personas.
- Funciones contables: Refiere a los inventarios, registros, balances, costos y estadísticas.
- Funciones administrativas: Es la integración de las otras cinco funciones. Las funciones administrativas coordinan y sincronizan las demás funciones de la empresa, siempre encima de ellas.

3.3.3 NUEVAS TEORÍAS SOBRE LA ADMINISTRACIÓN DE TECNOLOGÍAS ORIENTADAS HACIA LA GESTIÓN EMPRESARIAL. ⁵

En un mundo globalizado, el comercio es sin fronteras y altamente competitivo. Las empresas deben realizar cambios significativos. No se puede seguir con diseños administrativos que funcionaron en siglos pasados. Las nuevas teorías orientan a la administración de la gestión empresarial a realizar cambios radicales para lograr el éxito en los objetivos propuestos. Estas nuevas teorías son: reingeniería, empowerment, resizing y Kaisen.

⁵ Martínez, C (25 julio de 2012) Las TICS en la gestión empresarial, obtenido de: <http://es.slideshare.net/EditCastillo/las-tics-en-la-gestin-empresarial>



Reingeniería: Es crear un nuevo modelo de negocios para abordar cambios drásticos que deberán realizar las organizaciones en pos de lograr una alta productividad en el medio empresarial, la reingeniería deberá incorporar estrategias que se manifiesten en un diseño radical de los principales procesos de trabajo, para alcanzar mejoras en su producción de bienes y servicios apoyándose en las TIC para lograr un excelente desempeño. Esto le permitirá un aumento en la calidad de los productos, bajar los costos de operación, optimizar la satisfacción del cliente y así incrementar las ventajas competitivas.

Las nuevas teorías de la administración, señalan tres diferentes fuerzas que favorecen la nueva forma de gestión empresarial, y que muchos administradores de finales del siglo XX desconocían. Esta nueva teoría señala que esas fuerzas son las tres "C":

- Clientes: son exigentes con la calidad precio y servicio personalizado porque tienen múltiples opciones para satisfacer sus necesidades (usando internet, por ejemplo).
- Competencia: Por un lado, las empresas extranjeras están ansiosas de ganar una porción del mercado, y las compañías nuevas no siguen las reglas conocidas, sino que hacen nuevas reglas para manejar sus negocios. Por lo tanto, se tiene que estar atentos porque la globalización trae consigo la caída de las barreras comerciales, y ninguna empresa puede pensar que tiene su territorio protegido.
- Cambio: Hoy las empresas deben moverse más rápidamente o pronto quedarán paralizadas. La competencia estimula el consumo de otros productos, lo que representa una disminución del tiempo disponible para desarrollar nuevos productos e introducirlos al mercado. Ejemplos: En el internet se compara calidad, precio y contenido de las diferentes casas comerciales, el estímulo visual es constante que permite al consumidor tomar decisiones de compra.



Empowerment: Se refiere a la gestión de empresa, crear un ambiente de trabajo en donde todos los trabajadores se sientan valiosos, que influyen de forma real sobre los estándares de calidad del producto o servicio que producen, y que son parte importante en la eficiencia de la empresa en general. El colaborador se motiva al ver que su departamento es parte importante del éxito de la empresa, lo que provoca su involucramiento para alcanzar nuevas metas con gran compromiso y auto control, lo que se dice "Ponerse la camiseta por ser mejor y hacer mejor las cosas todos los días " .

Características que presenta el personal con la aplicación de empowerment:

1. El personal se transforma en un elemento activo de la empresa.
2. El trabajador toma decisiones, y no es simplemente repetidor de órdenes.
3. Mejora el desempeño.
4. Se convierte en una persona productiva.

Resizing: Es una adecuación del proceso que cumple la empresa en su gestión. Permite recrear, implementar, o restaurar cada una de las áreas de la empresa para lograr mejor funcionamiento y acceso rápido a materiales por medio de la eliminación de desperdicios (de tiempo y materiales), esto se refleja en la mejora de la calidad, puntualidad en las fechas programadas, de producción porque no se pierde el tiempo en reprocesos. Todo esto se traduce en la satisfacción del cliente.

El resizing busca: simplicidad, reducción de los espacios destinados a los inventarios, producir de forma eficiente y diseñar sistemas permanentes de identificación de problemas para corregirlos.

Kaisen: Este término significa mejoramiento progresivo y continuo, que involucra a todos en la organización (desde los más altos jercarcas hasta el empleado de menor rango). Kaisen está basado en que todo ser humano puede contribuir a mejorar con la necesidad de evolucionar hacia el auto perfeccionamiento.



3.3.4 LAS TIC EN LA GESTIÓN EMPRESARIAL Y HOTELERA.

Pachón (2014) menciona las TIC en los departamentos de las empresas, como administración que hace uso de los programas de contabilidad para sus registros, departamento de marketing y comunicación con el uso del correo electrónico para hacer llegar la información y la promoción de las empresas a través de las redes sociales.

Departamento de administración: Siendo este el departamento al que le corresponde la gestión y administración de una empresa, las nuevas tecnologías se hacen presente mediante:

- Programas de contabilidad: Cada vez más se desarrollan sistemas complejos en cuanto a la recogida y proceso de datos, facilitando la gestión en el momento de proceder a la toma de decisiones empresariales.
- Banca electrónica y gestión de tesorería: Conforme la tecnología y el modelo de negocio se van consolidando en las empresas, surgen nuevas necesidades en cuanto a su gestión financiera. Estas se han ido paliando mediante las nuevas aplicaciones electrónicas que la banca ha ido ofreciendo a las empresas. Su resultado final ha sido la contribución en la mejora en la eficacia y rentabilidad gracias al desarrollo de nuevos servicios y operaciones destinadas a facilitar el trabajo relacionado con la gestión de pagos y cobros, operaciones internacionales o gestión de excedentes de tesorería.

Departamento de Logística: La logística implica el almacenaje y el inventario de transportes. Hoy en día se ha convertido tanto en el movimiento alrededor de los datos como alrededor de los productos. La información del estado de la gestión logística en tiempo real es esencial, por lo que las empresas de almacenamiento, logística, transporte y envíos pueden saber y hacer un seguimiento al movimiento. (Grupo IFEDES S.A y Gorbe 2007)

En este departamento se utilizan tecnologías avanzadas, como la identificación por radiofrecuencia (RFID), que permiten incorporar a los productos una identificación completa mediante la colocación en los mismos de un pequeño dispositivo emisor.



Otro tipo de aplicaciones que se han extendido en los últimos años son las aplicaciones para dispositivos móviles, los cuales comunican con el sistema principal de la empresa, permitiendo gestionar la logística en movilidad mediante programas que suelen ser específicos para cada modelo de negocio

Departamento de Recursos Humanos (RRHH): Actualmente los departamentos de personal cuentan con Sistemas de Administración de Recursos Humanos o HRMS (Human Resource Management System) facilitados por las TIC y aplicables en sus diferentes procesos, ya sean de selección de personal, formación, evaluación del trabajo del personal etc. (Pachón 2014)

A título de ejemplo se puede señalar como los más relevantes:

- Formación del personal. Plataformas e-learning, CD con formación...
- Medios para la conciliación de la vida laboral: teletrabajo, video-conferencias...
- Gestión de la información entre los propios trabajadores: Intranet...
- Gestión de los RRHH de la propia empresa. Para evaluar costos, rendimientos e imputación de costos del personal a cada proceso productivo.

Con respecto a la gestión específica de los hoteles se deben seguir actividades claves para lograr la eficiencia en la gestión hotelera estas son: ⁶

Gestión del compromiso y motivación del personal: Las tecnologías de la información son un gran aliado para el desarrollo de este tipo de prácticas, y más concretamente. El desarrollo de un espacio web o intranet de empleado. Los empleados pueden contar con un espacio en el que solicitar servicios de formación, volcar opiniones, consultar guías de procedimiento, presentar candidatos, etc. No es necesario que se desarrolle un portal web independiente, normalmente es suficiente con diseñar un sub-sitio de acceso restringido para los empleados en la propia web del hotel.

⁶ Ministerio de Industria, Energía y Turismo. (2014) Manual de gestión para hoteles y alojamientos Rurales. Recuperado de: <http://www.alojamientosconectados.es/turismo/sites/default/files/11.%20Gesti%C3%B3n%20Hotelera.pdf>



El desarrollo de acciones de marketing online internas para los empleados. Conceptos analizados en otras guías como el e-mail marketing, la elaboración de Newsletter o las redes sociales pueden ser utilizadas igualmente con una perspectiva de promoción interna en la empresa, como instrumentos de motivación y corporativismo con los empleados.

Gestión de la atención al cliente: Los clientes demandan cada vez más servicios y atención personalizada de los hoteleros para que la oferta sea flexible y adaptada a sus preferencias. Además de los servicios básicos de alojamiento y restauración, los clientes requieren información y servicios complementarios de ocio, cultura o entorno del hotel, transformando al personal que le atiende en auténticos consultores turísticos.

Gestión de reservas: se puede realizar de forma directa a través de empresas intermediarias. Diferentes estudios y estadísticas destacan que la reserva de alojamientos a través de internet es cada vez más frecuente y utilizada por los usuarios, por lo que es recomendable que cualquier alojamiento desarrolle su propio sistema de reserva online o utilice los servicios existentes que prestan las webs intermediarias, considerando el costo de su comisión en cada reserva.

Gestión de servicios en estancia: Tras la realización de la reserva se debe proceder a la gestión de los servicios que requiere el cliente durante su estancia. Dichos servicios deben estar claramente establecidos y procedimentados para que todos los empleados los desarrollen en condiciones de calidad similar.

Los servicios deben estar claramente establecidos:

- La gestión de la entrada o check-in debe ser rápida y eficiente.
- Se debe contar con un registro informático de la reserva efectuada por el cliente a través de internet o teléfono.
- Durante la estancia del cliente, todas las solicitudes que éste realice deben ser registradas en una aplicación informática.



- La conectividad a internet es recomendable que el alojamiento cuente con una buena conexión de banda ancha y una infraestructura de WIFI que garantice una buena conectividad a internet para el cliente.

Gestión de la facturación y check-out: La facturación o check-out es la última interacción presencial que se hace con el cliente. Una gestión profesional y ágil de la misma es tan importante como los diferentes servicios que se le ha prestado durante su estancia. Es recomendable realizar la facturación a la finalización de la estancia, generando una factura en la que se incluyan todos los servicios de estancia o complementarios que se hayan ido solicitando por parte del cliente. Una buena factura debe incluir: El desglose claro de servicios y tarifas correspondientes añadiendo el IVA aplicable., descuentos efectuados y depósitos previos efectuados, en su caso por el cliente en la reserva.

Gestión del servicio post-venta: En la medida que se disponga del consentimiento expreso del cliente, se puede realizar acciones de postventa que permitan evaluar la satisfacción del cliente y fidelizarle para intentar que repita estancia en nuestro alojamiento. La herramienta más adecuada para esta gestión es el email-marketing. A través de este canal se remiten ofertas personalizadas al cliente, ajustadas a sus intereses, o pedirle que complemente un cuestionario de satisfacción o comentarios en blog o perfiles en redes sociales y webs turísticas.

Con respecto a los sistemas de administración de información que son parte de la gestión empresarial de cualquier empresa según David (2013) estos tienen el propósito de mejorar el desempeño de una empresa al aumentar la calidad de las decisiones gerenciales. Por consiguiente, un sistema de información efectivo recopila, codifica, almacena, sintetiza y presenta la información, a fin de poder responder a preguntas operativas y estratégicas importantes.

El uso de TIC en los hoteles responde a las categorías de estos establecimientos, pero se destacan tres áreas funcionales que se representa en el siguiente cuadro:



Tabla 2 TIC para uso interno de los hoteles.

Áreas funcionales del hotel	Componentes TIC
Bar y restaurante	TPV Sistema de inventario Gestión de salones y conferencias Gestión de menús Reserva de mesas Entrada de pedidos Sistema de informes y estadísticas
General ``Back office``	Gestión de Recursos humanos Gestión de Compras Contabilidad y finanzas Sistema de ventas y catering Sistema de informes y estadísticas actualizadas Teleconferencias Management support system Customer relationship management, CRS Conexión Wifi Sistema de seguridad Cajero automático
Servicios en la habitación	Teléfono en la habitación Sistema de cierre electrónico Sistema de gestión de energía Despertadores Correo de voz Acceso a internet Sistemas de entretenimiento en la habitación Caja de seguridad Mini - bar

Fuente: adoptado de Rodríguez (2013)

3.3.5 LAS TIC COMO HERRAMIENTA DE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA.

La esencia de la estrategia consiste en alcanzar y conservar una ventaja competitiva. Este término puede definirse como “cualquier cosa que una empresa haga especialmente bien en comparación con las empresas rivales”. Cuando una empresa puede hacer algo que las empresas rivales que las empresas rivales no pueden, o tiene algo que sus rivales desean, eso representa una ventaja competitiva. (David, 2013)



Según Herrera (citada en Vogel 2012) Cualquier estrategia de negocio, si no está basada en la tecnología y con la tecnología, entonces no será explicada. Por ello, la propuesta actual del Tablero de Comando o Balanced Score Card en sus particularidades para las TIC como herramienta para materializar y dar seguimiento a la estrategia de tecnología alineada a los propósitos empresariales a largo plazo unidos a sus acciones a corto plazo.



Ilustración 1 Mapa estratégico de TIC. Adaptado de Vogel (2012)

En el mapa estratégico se presenta las variables que se debe considerar en un plan estratégico de TIC para alcanzar es una presentación visual que describe cómo una organización crea valor conectando los objetivos estratégicos con relaciones causa y efecto explícitas, integradas por perspectivas. Proporciona una manera uniforme y coherente de describir la estrategia de modo que se puedan establecer y gestionar objetivos e indicadores. (ver ilustración 1)

Un plan estratégico de TIC también debe incluir los programas de inversiones para la entrega de los servicios operaciones, definir acciones para cumplir los objetivos y su medición. Este plan estratégico debe ser lo suficientemente detallado para permitir la definición de planes tácticos de TIC, siendo el objetivo fundamental el desarrollo de la organización y dar respuesta al problema estratégico planteado. (Vogel 2012)

La capacitación consiste en un conjunto de actividades cuyo propósito es mejorar el rendimiento del personal, aumentando su capacidad a través de la mejora de sus conocimientos, habilidades y actitudes. En cuanto a la tendencia referente al personal, en las empresas turísticas, es contar con el recurso humano familiarizado con las TIC,



que sea capaz de ver todo el potencial y pueda explotarlo para lograr los mayores beneficios posibles para la empresa. (Encalada 2008)

Según Encalada (2008) el uso de TIC de modo estratégico permite a las empresas turísticas:

- Tener presencia global en el mercado internacional.
- Investigar y desarrollar nuevos productos turísticos.
- Reducir costos a través de la integración de sistemas.
- Flexibilizar precios haciéndolos más competitivos.
- Ahorro de tiempo.

Claver, Molina y Pereira (2005) expresan que el sector turístico y el hotelero son sectores cada vez más competitivos en los que ha habido un auge de la competencia internacional tanto entre destinos como entre establecimientos. Al mismo tiempo, los turistas están cambiando, ahora están más habituados a viajar y son más experimentados, han modificado sus valores (comienzan a exigir unos niveles mínimos de calidad), han cambiado su estilo de vida (vacaciones escalonadas a lo largo del año) y son mucho más flexibles e independientes, por lo que el uso del paquete turístico rígido está en recesión.

Ante esta situación, es importante ofrecer a los hoteleros información para la correcta gestión de sus establecimientos. Esta información se puede hallar a partir de la clasificación de los hoteles en grupos estratégicos. Los grupos estratégicos se pueden definir como un conjunto de empresas de un mismo sector que implantan estrategias iguales o similares en función de las dimensiones estratégicas que los caractericen. De esta forma, la relevancia de este estudio radica en que, a partir de los grupos estratégicos, se ofrece una panorámica sobre las distintas formas de competir en el sector hotelero y de los niveles de desempeño que alcanza cada grupo. (Claver, Molina y Pereira 2005)

En las TIC en la toma de decisiones García, Soto y González (2011) afirman que: Todas las empresas toman decisiones de tipo tácticas y estratégicas, algunas rutinarias como la adquisición de materia prima y otras menos frecuentes y más trascendentales e importantes como la ampliación de un hotel.



Al realizar una buena toma de decisiones hay que considerar la existencia de ciertos factores internos y externos el producir la información es costoso pero que tiene un bajo costo su reproducción y distribución en especial no desaparece al ser utilizada, son algunas de las razones por la que la información se puede convertir en ventaja competitiva.



CAPÍTULO IV. HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN.

El uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), ha provocado cambios en la gestión empresarial de los hoteles ubicados en la ciudad de Estelí, en el año 2016 en comparación con el año 2008.

Variables

Independiente: Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC).

Dependiente: Gestión empresarial.



4.1 CUADRO DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.

VARIABLES	CONCEPTO	INDICADORES	FUENTE
Tecnologías de la información y la comunicación (TIC)	Sistema integrado de equipamiento en red y software que permiten un efectivo procesamiento de datos y facilitan la comunicación de la empresa. (Encalada, 2008.)	<ul style="list-style-type: none"> - Cantidad de equipo de cómputo (hardware). - Conexión a internet en los hoteles. - Uso de página web del hotel. - Circunstancias que limitan la expansión de las TIC. - Sitios web para hoteles. 	Encuesta Entrevista
Gestión Empresarial	Es administrar y proporcionar servicios para el cumplimiento de las metas y objetivos, proveer información para la toma de decisiones (González, 2013)	<ul style="list-style-type: none"> - Programas en las gestiones de la empresa y hoteleras - Las TIC en el marketing. - Beneficios con el uso de TIC. - TIC en la toma de decisiones - Capacitación en el uso de las TIC. 	Encuesta Entrevista



CAPÍTULO V. METODOLOGÍA

5.1 TIPO DE ESTUDIO.

La presente investigación cuenta con dos niveles:

Según el nivel de conocimientos esta investigación es aplicada, porque busca la solución práctica a los problemas que se presentan en los hoteles con respecto a las TIC proponiendo estrategias que mejoren su uso.

Según el nivel filosófico; es de tipo cuantitativo, porque es un estudio de caso con diferentes empresas hoteleras que se realiza en el año 2008 y se actualiza en el año en curso con nuevas estadísticas y en un contexto diferente.

Se selecciona un diseño descriptivo ya que tiene como finalidad la comparación de dos estudios que permite identificar las diferencias o semejanzas de las TIC en la gestión empresarial de los hoteles. Este tipo de diseño especifica las propiedades, las características o perfiles importantes de personas, grupos, empresas, comunidades, etc. Y usa estudios comparativos, longitudinales, transversales, de encuesta.

5.2 UNIVERSO Y MUESTRA.

El universo de estudio está constituido por la base de hospedaría del Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR). Los criterios de inclusión y exclusión para delimitar el universo a hoteles son:

- Hoteles activos en el año 2008 y 2016
- Todos los hoteles con su categoría establecida por el Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR 2016).

En la siguiente página base de datos proporcionada por el INTUR:



Tabla 3 Base de Datos INTUR.

ESTABLECIMIENTO	CATEGORÍA	DIRECCIÓN	GERENTE
Alameda	Hotel (2 estrellas)	Gasolinera UNO Esquipulas 1 cuadra al este, 1 cuadra al sur 1 c al este.	José Horacio Lanzas Valdivia.
Camilo´s	Hotel (2 estrellas)	Almacén Sony 1 C al sur 1 C al oeste.	Johana del Carmen Bermúdez Benavidez.
Campestre Estelí	Hotel (0 categoría D)	Del puente de hierro 200 metros al norte.	Fermín Meneses Torrez.
Cualitlan	Hotel (2 estrellas)	Del Restaurante El Sopón km 146 1/2, 4 c. al este 1 al Norte.	Marisela del Rosario Rodríguez.
Don vito	Hotel (3 estrellas)	Parque Infantil 1cuadra 25 metros al Este.	Rommel Onell Meza Lazo.
El Chico	Hotel (1 estrella)	Gasolinera UNO Estelí 1 1/2 c al oeste.	Francis Yubelka Bustamante Palacios.
El mesón	Hotel (1 estrella)	Costado Norte de Catedral 1 cuadra al norte.	José Augusto Barrantes.
Estelimar	Hotel (1 estrella)	Monumento el centenario 2 km al este.	Eduardo López Herrera.
Hex Estelí	Hotel (3 estrella)	Km 149 Carretera Panamericana Norte, Contiguo a Multicentro Estelí.	Yesenia Castillo Orozco.
La Campiña	Hotel (2 estrella)	A 6 km de Estelí, sobre carretera panamericana norte.	María Lidia Chavarría Lanuza.
Las Américas	Hotel (1 estrella)	Costado sur Colegio de las Monjas 1/2 c al este.	Gloria Alba Molina.
Las Cornisas	Hotel (1 estrella)	Ferretería Rufino González 2 1/2 c al sur.	Elieth Moreno Aguilar.
Los Arcos	Hotel (3 estrellas)	Costado noroeste de catedral 1/2 cuadra al norte.	Jeydis Masiell Cruz Flores.
Mery	Hotel (2 estrellas)	Costado Norte de Casa Pellas 2 cuadras al oeste.	Merling Rodríguez Acevedo.
Panorama # 1	Hotel (2 estrellas)	Frente al primer comando militar Regional Quiabú	Oscar Leonardo Gutiérrez Flores.
Panorama # 2	Hotel (1 estrella)	Farmacia Estelí 1/2 c al este.	Oscar Leonardo Gutiérrez Flores.
Puro Estelí	Hotel (2 estrellas)	Costado Noroeste de Catedral 1 Cuadra al norte, 75 varas al este.	Ramón de Jesús Medal.
Los Altos	Hotel (3 estrellas)	Restaurante Rostipollos 3 1/2 c al oeste.	Edén Enrique Alberruz.
Don Tomas	Hotel (1 estrella)	Km 156 1/2 carretera panamericana Norte.	Ana Peralta Huete.
Casa Vínculo	Hotel (3 estrellas)	Almacén Sony 1 1/2 c al oeste.	María Salome Rodríguez Pérez

Fuente: base de datos de hospedería proporcionada por la Lic. Olmara López asistente administrativa. INTUR-ESTELI.



5.2.1.1. CARACTERIZACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE ESTELÍ.⁷

El municipio de Estelí está ubicado a 148 kilómetros al norte de Managua. Limita al norte con el departamento de Madriz, al sur con los departamentos de Matagalpa y León al este con el departamento de Jinotega y al oeste con los departamentos de Chinandega y Madriz.

Ilustración 2. Mapa del Departamento de Estelí.

Estelí, conocido también como “El Diamante de las Segovia” es una ciudad al norte de Nicaragua, con una población de aproximada de 127,076.56 habitantes. La población del municipio de Estelí está dividida en dos sectores: en el área urbana y el área rural.

El clima es muy agradable, ya que está localizado a 800 msnm, con temperaturas que oscilan entre los 25°C y los 28°C, con una humedad más baja en comparación a otras zonas del país.



Ilustración 2 Fuente: emaze.com

Posee el 1.85% de la superficie nacional, ocupando el sexto lugar entre los departamentos más pequeños después de Masaya, Granada, Carazo, Madriz y Rivas respectivamente. Está conformado por seis municipios: Pueblo Nuevo, Condega, Estelí la cabecera departamental, San Juan de Limay, La Trinidad y San Nicolás. La población del municipio de Estelí está dividida en dos sectores: en el área urbana y el área rural.

5.2.2 MUESTRA.

Para el cálculo de la muestra, se realiza con la base de datos de INTUR, lo cual la población asciende a 20 hoteles. Se utiliza la siguiente fórmula para su cálculo.

$$n = \frac{NZ^2P.Q}{(N-1)e^2 + Z^2P.Q}$$

⁷Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2015) CARACTERÍSTICAS DEL DEPARTAMENTO DE ESTELÍ, obtenido de: <http://www.inide.gob.ni/atlas/caracteristicasdep/Esteli.htm>



n= Tamaño de la muestra. (Desconocido)

e= Error muestral, en este caso es el 5% (0.05)

N= Tamaño de la población. (20 hoteles)

P= Probabilidad de éxito. (0.50)

Q= Probabilidad de fracaso. (0.50)

Z= El valor obtenido mediante niveles de confianza, se tomó en relación al 95% que equivale a 1.96.

$$n = \frac{20 * (1.96)^2 * (0.50) * (0.50)}{(20 - 1) * (0.05)^2 + (1.96)^2 * (0.50) * (0.50)} = 19.0574$$

Dando como resultado 19 hoteles a encuestar.

Las unidades de análisis en esta investigación son:

- Los propietarios o gerentes
- Gerentes administrativos
- Administradores

Asistentes administrativos y trabajadores que se encarga de los aspectos tecnológicos y su respectivo mantenimiento.

5.2.3 TIPO DE MUESTREO.

El muestreo que se realiza es probabilístico, de tipo aleatorio simple porque todos los miembros del universo que están en la tabla N°.1 tienen idéntica probabilidad de ser seleccionados es un método sencillo y rápido basado en la teoría estadística.

5.3 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.

Al ser una investigación de enfoque cuantitativo, se implementa como principal técnica la encuesta se realiza entrevistas semi- estructuradas para complementar para cumplir los objetivos previamente planteado.



Encuestas: Con el objetivo de cumplir el enfoque cuantitativo para obtener la información estadística apropiada para el estudio.

Entrevistas- semiestructuradas: Con el fin de no subestimar la información cualitativa y sustentar los análisis estadísticos para incrementar la sustentación recibe el nombre de semiestructurada porque pueden surgir nuevas preguntas en el transcurso de su elaboración.

5.4 ETAPAS DE LA INVESTIGACIÓN.

5.4.1 INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL.

La etapa inicial consiste en seleccionar un tema de las líneas de investigación propuestas por la universidad, eligiendo incorporación y/o apropiación de las TIC se delimita el tema con un estudio comparativo de las TIC en los hoteles de los años 2008-2016.

Se realizaron consultas a bases de datos en bibliotecas e internet para elaborar los antecedentes y el marco teórico conceptual de referencia para la elaboración de los instrumentos y contrastar la teoría con la realidad del uso de las TIC en los hoteles de Estelí.

5.4.2 ELABORACIÓN DE INSTRUMENTOS.

La encuesta está estructurada en cinco partes (Ver anexo N°.1, Pág. 105) y los ítems de la encuesta son elaborados a partir de los indicadores del cuadro de operacionalización de variables.

- Información general (N° de habitaciones, categoría, personal)
- Equipo de cómputo y programas en los hoteles.
- Limitantes de las TIC
- Utilización de las TIC en los hoteles.
- Situación de las TIC en los hoteles en el año 2016.

En la entrevista se formularon preguntas de acuerdo a los objetivos planteados en la investigación. (Ver en anexo N°.2)



5.4.3 TRABAJO DE CAMPO.

En el período de junio – agosto 2016 se procedió a la aplicación de los instrumentos de recolección de datos. Por ser una muestra pequeña se optó por encuestar a toda la población, la cual asciende a 20 hoteles, pero la propietaria de hotel Camilo's se abstuvo a dar información; por tanto, la encuesta fue aplicada a los 19 hoteles que fue el resultado, según el cálculo de la muestra.

Cabe mencionar que del 100% de los hoteles encuestados, un 20% que corresponde a 4 hoteles, mostraron desconfianza y negatividad a la hora de solicitar el tiempo necesario para el llenado de la encuesta, siendo este un obstáculo, al ingresar los datos en el programa de SPSS se retrasa por la falta de información. Accediendo a dar la información en última instancia y un tanto limitada, descubriendo que este sector presenta muchas limitaciones para realizar investigaciones.

Hubieron encuestados que tuvieron la amabilidad de sellar las encuestas lo que da confiabilidad al trabajo realizado. (Ver anexo ilustración N°.4), la validez de los instrumentos se realiza con una revisión por la tutora de tesis y la maestra Msc. Julia Graneros de FAREM-ESTELI quien impartió secciones de clases acerca del uso de programa SPSS versión 22. Se aplicaron 19 encuestas todos los hoteles de la muestra.

La entrevista fue aplicada a 7 propietarios de los hoteles: Hotel Mery, Las Cornisas, Don Vito, Puro Estelí, Los Arcos, Los Altos, El Mesón; siendo los más accesibles y espontáneos a la hora de encuestar y entrevistar. Además, se aplicó entrevista a la delegada departamental del INTUR, Lic. Leonor Martínez.

5.4.4. ANÁLISIS Y ELABORACIÓN DE DOCUMENTO FINAL.

Se diseñó una base de datos en el programa de SPSS (versión 22), para analizar la información obtenida a través de las encuestas. Se utiliza la información de sitios web para comprobar resultados de los datos recolectados referentes al internet y técnicas que permitan obtener datos comparativos como: cuadros y tablas de frecuencias comparativas. El informe final se elaboró en base a una guía definida y proporcionada para la presentación de trabajos de investigación de la clase de Investigación Aplicada impartida por la Dra. Beverly Castillo Herrera.



CAPÍTULO VI. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS.

En este capítulo se presentan los principales resultados de la investigación, en los cuales se muestra los cambios que ha provocado el uso de las TIC en los hoteles en base a la tesis realizada en el 2008, problemas o limitantes que impiden la incorporación y uso efectivo de las tecnologías en los hoteles de Estelí, para el cual se busca incentivar más estudios en este sector, el crecimiento que se ha dado en los hoteles a través de la tecnología y proponer estrategias de solución a dificultades.

Para el análisis de los resultados obtenidos los hoteles activos en los dos años 2008 y 2016 son seis: Estelimar, Los Arcos, Panorama #1, Don vito, el Mesón y las Cornisas. Algunos análisis se realizan en base a estos en especial para alcanzar el primer objetivo de cambios y el resto se compara con una muestra de diecinueve hoteles del 2016 con los seis del 2008 y los títulos de los cuadros, gráficos recibirán el nombre de comparación hoteles 2008- 2016 para identificar las diferencias o semejanzas del uso de las TIC. Se realiza dos secciones donde se encuentra la muestra del estudio que son los 19 hoteles encuestados estas son: La información general y la situación de los hoteles con respecto a las TIC en el año 2016.

6.1 CRECIMIENTO DE LA INDUSTRIA HOTELERA EN NICARAGUA.

Bejarano (2016) en su artículo el “Sector Hotelero Nica crece 3% cada año”: El sector hotelero del país está experimentando cada año un crecimiento de entre 2.5% y 3%, impulsado principalmente por el turismo, estima la Asociación de Hoteles de Nicaragua (Ashotnic).

“Está llegando mucho turista a Nicaragua y están llegando hombres y mujeres de negocios.” En el 2015, Nicaragua recibió más de 1.4 millones de visitantes extranjeros. El turismo generó US\$528.6 millones. existen unas 3,000 habitaciones de alta calidad internacional. Nicaragua está experimentando un crecimiento muy importante y eso hace que, cada vez más, los hoteles estén mejorando la calidad de sus instalaciones”.

Asimismo, están surgiendo más hoteles. La oferta hotelera de Nicaragua asciende a más de 1,000 hoteles, según las cifras oficiales. “Ahora hay un crecimiento grande de



bed and breakfasts (establecimientos hoteleros que ofrece precios moderados) y cada día salen más”

Nicaragua está rezagada respecto a sus vecinos de Centroamérica. Por ejemplo, Costa Rica tiene registradas 40,000 habitaciones, Nicaragua solo tiene cerca de 14,000, y solo la mitad tiene características internacionales.

“El país está muy por debajo del promedio regional en términos de capacidad hotelera. Eso, si bien es una desventaja, también representa una gran oportunidad y un reto, porque significa que en Nicaragua hay más espacio todavía para crecer en ese sector, lo que significa también más oportunidades de negocios y de empleo, señaló la presidenta de la Cámara Nacional de Turismo de Nicaragua (CANATUR), Lucy Valenti en una entrevista, también resaltó la importancia del sector hotelero en el turismo: “Obviamente, sin habitaciones sería muy difícil hacer turismo. Los turistas tendrían que hacer tiendas de campaña o alojarse en casas de habitación. La industria hotelera es vital para el turismo”.

El turismo empuja al sector de hoteles y restaurantes:⁸

El sector de hoteles y restaurantes, con un crecimiento del 10.2%, se ubicó como el tercer gran impulsor del crecimiento económico de Nicaragua en junio, según los resultados del índice Mensual de Actividad Económica (IMAE) divulgado por el Banco Central de Nicaragua (BCN).

De acuerdo con el informe, la mejora en el sector de hoteles y restaurantes responde a “la dinámica que registró la afluencia de visitantes provenientes del exterior, así como el aumento en el turismo interno”.

Los expertos sostienen que el sector turismo presenta un crecimiento anual del 8% y el BCN señaló en un informe que el gasto promedio de los visitantes que llegan a Nicaragua es de US\$43 por día.

⁸ Martínez, M. (18 de septiembre de 2016) El turismo empuja al sector de hoteles y restaurantes. Recuperado de: <http://www.elnuevodiario.com.ni/economia/401620-turismo-empuja-sector-hoteles-restaurantes/>



El año pasado llegaron al país 1.4 millones de turistas, de acuerdo con el informe del BCN Nicaragua en cifras, que añade que al 2015 había 1,057 hoteles con 13,896 habitaciones.

Además del crecimiento del 10.2% en junio, el rubro hoteles y restaurantes presenta una mejora del 6.5% en el acumulado enero-junio, añadió el BCN.

En el artículo de Reynosa (2015) se realiza una entrevista al presidente de la Asociación de Pequeños Hoteles en Nicaragua (HOPEN), sobre la situación de este sector, que ha presentado un crecimiento de manera informal porque a medida que estas pequeñas empresas se van desarrollando, no se muestran dispuestos a acercarse a estas instituciones como HOPEN por temor a que van a empezar a pagar impuestos y otro tipo de gastos. Esto de alguna manera limita el rubro, porque se es inconsistente.

Las cifras de la inversión del sector no son exactas, pero se publicó que el INTUR acaba de aprobar cuatro proyectos que suman aproximadamente dos millones de dólares, estos consisten en la construcción de hoteles en la playa y la ciudad. Dicha inversión se dinamiza por el tipo de incentivo que están en la Ley 306 (Ley de Incentivos para la Industria Turística de Nicaragua) que beneficia principalmente a las inversiones grandes, pero el Instituto Nicaragüense del Turismo (INTUR), no solo ayuda a los grandes empresarios sino también a los pequeños, desempeñando un buen papel. La empresa privada y el estado a través de este dan a conocer a la industria en revistas y canales de televisión, se debe de seguir dando a conocer en proyección al extranjero.

La visión de HOPEN es acoger a más pequeños y medianos hoteles, para apoyarlos en su crecimiento y capacitarlos constantemente, sacándolos de la informalidad y organizarlos adecuadamente.

«Con respecto a la demanda turística en el Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR) no se cuenta con un registro exacto de visitantes o huéspedes en la ciudad los hoteles llevan sus libros, pero es difícil que estos datos sean precisos, para que esta información sea mejorada se necesita la cooperación de los hoteles, aunque hay que destacar que la informalidad del sector ha disminuido. » (Leonor Ramírez, delegada de INTUR, 05 de septiembre 2016)



6.2 CAMBIOS EN LA GESTIÓN EMPRESARIAL CON EL USO DE LAS TIC.

Tal como se muestra en la tabla N°.4, los 19 hoteles cuentan con diversa infraestructura factor que determina el uso de las TIC. En el caso de los seis hoteles activo esta infraestructura ha cambiado en el transcurso de estos ocho años.

Según Montiel (2012) los factores que determinan el uso de TIC esta la localización es cuando los remitentes y los receptores pueden estar en la misma sala, en salas diferentes de un mismo lugar, o en lugares diferentes.

Con respecto a esta situación que los hoteles cambien de infraestructura determinan factores de equipamiento y red en toda la empresa, que el número de habitaciones incrementa implica mayores televisores, aires acondicionados, routers o modem para extender el internet.

Tabla 4 Número de habitaciones en los hoteles

HOTEL	HABITACIONES
Universo: 19 hoteles encuestados.	
Alameda	20
Campestre	2
Don Vito	36
El Chico	26
El Mesón	10
Estelimar	32
Hex	49
La Campiña	12
Las Américas	22
Las Cornisas	11
Los Altos	8
Los Arcos	32
Mery	10
Panorama 1	53
Panorama 2	15
Don Tomas	9
Casa Vínculos	7
Cuallitlan	13
Puro Estelí	9
TOTAL	376
Fuente: Datos primarios de la encuesta, junio- agosto 2016	

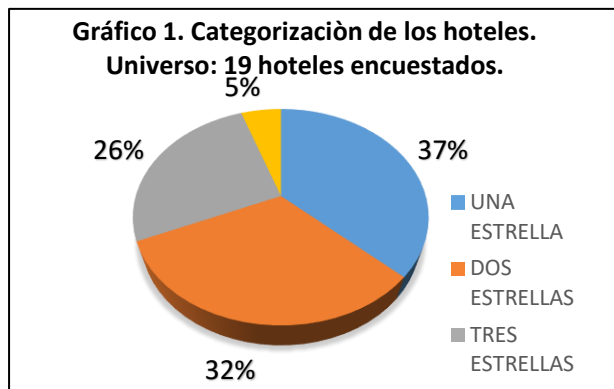


Gráfico 1 Fuente: Datos primarios de la encuesta junio-agosto 2016

El 37% de los encuestados tiene una estrella que equivale a 7 hoteles, 32% de dos estrellas conformado por 6, 26% de tres estrellas con 5 y un hotel de categoría D. (ver gráfico N° 1).



La ciudad de Estelí cuenta con una variedad de hoteles, ofertando diferentes precios dirigido a los consumidores de este servicio con respecto a su poder adquisitivo, estas categorías son iguales a las establecidas por el Instituto Nicaragüense del Turismo (INTUR).

Se observa en la tabla N°.5 el comportamiento de número de colaboradores en los hoteles activos en los años 2008 y 2016 aumentando la cantidad de colaboradores en 15 en el año 2016.

**Tabla 5 Número de computadoras.
Universo: 6 hoteles.**

Nombre del hotel	2008	2016
Estelimar	1	15
Panorama N°. 1	3	2
Los Arcos	3	6
Don vito	1	4
El Mesón	1	1
Las Cornisas	2	1
TOTAL	11	29
Fuentes: Datos primarios de la encuesta junio- agosto 2016 y Lanuza, (2008).		

El aumento de trabajadores se debe a las mejoras de infraestructura y al dinamismo del sector turismo en la ciudad de Estelí por su crecimiento económico que conduce al desarrollo de los negocios. Destacar que los hoteles Don vito y los Arcos son los de categoría tres la mayor de la ciudad son los que han incrementado

significativamente el personal en estos ocho años.

6.2.1 EQUIPO DE CÓMPUTO EN LOS HOTELES (HARDWARE).

**Tabla 6 Número de trabajadores en los hoteles.
Universo: 6 hoteles.**

Nombre del Hotel	2008	2016
Estelimar	18	19
Panorama N°.1	9	12
Los Arcos	21	27
Don Vito	9	16
El Mesón	7	5
Las Cornisas	2	2
TOTAL	66	81
Fuente: Datos primarios de la encuesta, junio-agosto 2016 y Lanuza (2008)		

En la tabla N°. 6 el número de computadoras de los hoteles comparados ha aumentado de 11 a 29, siendo el predominante el centro turístico Estelimar con 15 computadoras, seguido del hotel los arcos con 6.



Los seis hoteles comparados en el transcurso de estos ocho años han adquirido más equipos de cómputo, demostrando así la necesidad de incorporar tecnología en sus actividades de igual manera esto se relacionan con cambios en la infraestructura y mayor inversión realizada por los propietarios.

**Tabla 7 Numero de computadoras por área.
Universo: 6 hoteles.**

Áreas	2008		2016	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Contabilidad	2	18	3	11
Recepción	5	46	7	24
Gerencia	2	18	3	10
Administración	2	18	4	14
Otros	-	-	12	41
TOTAL	11	100	29	100

Fuentes: Datos primarios de la encuesta, junio-agosto 2016 y Lanuza, M. (2008).

En la tabla N°. 7 mayor número de computadoras distribuidas en seis hoteles con respecto al 2008, están en las áreas de recepción con un 46 % y 18% se encuentra distribuido en contabilidad gerencia y administración a

diferencia del año 2016 con 41% en el área de otros, 24% recepción, 14% administración, 11% contabilidad y 10% gerencia.

La distribución del equipo de cómputo en las áreas de los seis hoteles ha cambiado a causa de las diferentes variables como: infraestructura, mayores ingresos entre otras destacando que algunos hoteles están aumentando su cartera de negocios en el ámbito turístico por ejemplo hotel Estelimar que representa doce computadoras del área de otros en el año 2016. Se obtiene un comentario de una trabajadora con respecto a la distribución de equipo en este:

«En otras áreas se encuentran doce computadoras que son parte del hotel Estelimar distribuidas en: parque de ciencias una computadora, en el área de informática seis, en el taller de ciencia una, en el restaurante una, en el auditorio una y en el área de agroecología dos.» (Yesbell Flores, técnica de mantenimiento Estelimar, 30 de junio 2016).



Tabla 8 Mantenimiento de equipo de cómputo.
Universo: 6 hoteles.

Técnico de mantenimiento	2008		2016	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Si	6	100	6	100
No	0	0	0	0
TOTAL	6	100	6	100

Fuentes: Datos primarios de la encuesta, junio- agosto 2016 y Lanuza, (2008).

Los seis hoteles encuestados en el año 2008 contaban con técnicos según el estudio base estos eran de servicio profesional con una semejanza en el año 2016 es que los seis

siempre realizan la actividad del cuidado o mantenimiento del equipo y sus programas con la diferencia que hay hoteles que cuentan con personal fijo para esto entre ellos están: Estelimar y Los Arcos. Se puede determinar que el uso de tecnologías requiere de este costo para que los rendimientos y vida útil de los equipos sean óptimos.

6.2.2 IMPLICACIONES DE PROGRAMAS EN LA GESTIÓN EMPRESARIAL (SOFTWARE).

Según el 100% de los encuestados en los años 2008 y 2016 resulta una semejanza las herramientas office (Word, Excel, Access) con 84% y 100% respectivamente son las más utilizadas en ambos años, los

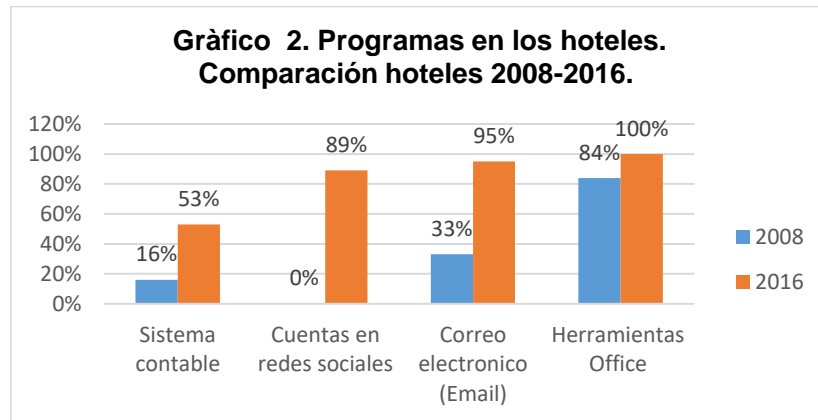


Gráfico 2 Fuente: Datos primarios de la encuesta junio-agosto 2016 y Lanuza (2008).

sistemas de información en este caso al ámbito contable los hoteles utilizan programas específicos para esta gestión mayor que el año 2008 con un 16% y 53% en el 2016. Se presenta una gran diferencia con herramientas para la comunicación y marketing (cuentas en redes sociales,) que en el año 2008 no se contaba con estas, y en el 2016 están con un 89% (ver gráfico N°.2)



Pachón (2014) menciona las TIC en los departamentos de las empresas, como administración que hace uso de los programas de contabilidad para sus registros, departamento de marketing y comunicación con el uso del correo electrónico para hacer llegar la información y la promoción de las empresas a través de las redes sociales.

Se puede afirmar que los hoteles en el año 2016 cuentan con un compendio de tecnologías mayor al año 2008 debido al nuevo contexto empresarial donde hacer uso de tecnología es indispensable para proporcionar información y contribuir a la comunicación. El área administrativa en especial las actividades contables son las representadas en el gráfico y que coinciden con la teoría de que se hace uso de herramientas TIC con programas o sistemas.

**Tabla 9 TIC en las decisiones.
Comparación hoteles 2008-2016.**

TIC en las decisiones	2008		2016	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Si	6	100	17	89
No	-		2	11
TOTAL	6	100	19	100

Fuente: Datos primarios de la encuesta, junio – agosto 2016 y Lanuza, (2008).

Como se observa en la tabla N°.9, en el año 2008 el 100% de los encuestados expresan que las TIC aportan a la toma de decisiones a diferencia del año 2016, 89% consideran que si aportan a la toma de decisiones y un 11% no ven las tecnologías como algo que afecte sus decisiones.

Todas las empresas toman decisiones de tipo tácticas y estratégicas, algunas rutinarias como la adquisición de materia prima y otras menos frecuentes y más trascendentales e importantes como la ampliación de un hotel. (García, Soto y González 2011).

El mayor porcentaje de encuestados afirman que usan las TIC para la toma de decisiones, pero se encuentra un pequeño margen que no consideran estas herramientas como importantes en sus actividades, cuando las TIC inciden en la toma de decisiones su uso se convierte en estrategia lo que aumenta la eficiencia de estas aprovechando la información que proporcionan.



En la tabla N°.10 se muestra las decisiones que facilita tomar las TIC en el año 2008 de los seis hoteles encuestados el 33% afirma que penetran nuevos mercados, 17% realizan compras y 50% otras como costos en equipos (teléfono, televisor) y gastos en publicidad con los anuncios en radio. A diferencia el año 2016 con los nuevos hoteles en un análisis de respuestas múltiples las TIC influyen en varias decisiones de los diecinueve encuestados el 35% información para nuevos mercados, 32 % en inversiones en infraestructura, 27% realizan compras y 6% ayuda a resolver problemas con la información proporcionada.

Tabla 10 Tipos de decisiones en las que inciden las TIC. Comparación hoteles 2008-2016.

Decisiones con las TIC	2008		2016	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Penetrar en nuevos mercados	2	33	13	35
Inversiones en infraestructuras	-		12	32
Realizar compras	1	17	10	27
Otras	3	50	2	6
TOTAL	6	100	37	100

Fuente: Datos primarios de la encuesta, junio- agosto 2016 y Lanuza, (2008).

Las TIC permiten la recopilación de información para formular y justificar sus decisiones, la más

representativa es el penetrar en nuevos mercados, las inversiones en infraestructura se dan con un compendio de TIC como la televisión en habitaciones más routers o modem para internet, algunos lo utilizan para resolver problemas con información sobre comentarios del servicio en los sitios web.

Tabla 11 Capacitación en el uso de TIC. Comparación hoteles 2008-2016.

Capacitación	2008		2016	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Si	1	16	7	37
No	5	84	12	63
TOTAL	6	100	19	100

Fuente: Datos primarios de la encuesta, junio - agosto 2016 y Lanuza (2008).

En los programas de capacitación en el año 2008 con una frecuencia de 5 sobre 6 no se capacitaban en ningún aspecto del servicio del hotel solo un hotel contaba con un programa de

capacitación, la diferencia del año 2016 es con una muestra de 19, 7 están integrados a un programa de formación para sus trabajadores en uso de TIC y 12 hoteles no se capacitan en uso de tecnología (programas para recepción, operador microcomputadoras). (ver tabla N°.11)



Estos datos resaltan que los hoteles no se forman y siempre la falta de programas de capacitación son los porcentajes más altos en los dos años, la poca calificación de mano de obra para los servicios hoteleros es una amenaza que presenta el sector y de manera interna no se está haciendo mucho por enfrentarla.

Al consultar en la entrevista sobre, ¿Considera que el nivel de capacitación del personal en el uso de las TIC tiene que aumentar a medida de los años? ¿Porque?

«Si debe aumentar hacer buen uso de las tecnologías en las empresas genera muchos beneficios además agilizan el acceso a la información del hotel, la comunicación con nuestros clientes y la promoción de los servicios. Pero para eso se requiere de conocimientos y en Nicaragua hay mucha debilidad en este aspecto el avance es muy lento en comparación al desarrollo de las tecnologías.» (José Augusto Barrantes, Gerente propietario Hotel El Mesón, 25 de junio, 2016)

Tabla 12 Habilidades adquiridas en las capacitaciones de TIC.
Universo: 7 hoteles encuestados que se capacitan en TIC.

Habilidades adquiridas	Respuestas		% de casos
	N	%	
Habilidad de manejo de información	9	36,0	100,0
Habilidad de detectar oportunidades	7	28,0	77,8
Habilidad de contacto con clientes	9	36,0	100,0
Total	25	100,0	277,8

Fuente: Datos primarios de la encuesta junio – agosto 2016

En la tabla N°. 12 complementaria a la capacitación el 37% de hoteles que se capacitan en un análisis de respuestas múltiples respondieron las habilidades que se adquieren con la capacitación de los hoteles el

36% afirmo que el manejo de información y el contacto de clientes son los mayores beneficios de la capacitación y el 28% detectar oportunidades a través de la información.

En el año 2008 no se reflejó los beneficios obtenidos con el único programa de capacitación que es hotel las cornisas que actualmente presenta otra situación, los hoteles obtienen beneficio al capacitarse porque los colaboradores adquieren habilidades y dan valor agregado al servicio a través de la atención al cliente conociendo gustos y preferencias debido a que el comportamiento de las personas es impredecible, pero con el desarrollo de los trabajadores a través de la capacitación se mejora el servicio y se aprovecha la información que las tecnologías pueden brindar.



En referencia al nivel de capacitación una propietaria comento:

«Este negocio es de carácter familiar solamente cuento con poco personal una muchacha para el área de cocina y otra de limpieza mis hijos se encargan de las mejoras y administración del hotel, ellos estudian en la universidad se capacitan en inglés, ellos me propusieron la idea de incluir el hotel en booking.com, la cuenta en Facebook y la verdad ha sido de mucha utilidad los clientes reservan por estos medios.» (Elieth Moreno, propietaria de hotel las cornisas, 18 de junio 2016)

6.2.3 CAMBIOS PROVOCADOS POR EL USO DE TIC.

En la hipótesis se plantea que si el uso de las TIC ha provocado cambios en la gestión empresarial en la pregunta 19 de la encuesta (ver anexo 1) se pregunta a los encuestados una serie de casos hipotéticos de cambios ya que medir la gestión empresarial o administración de una empresa requiere de muchas variables.

16 hoteles que equivale al 84% de la muestra representan los casos validos es decir los que respondieron a las preguntas de cambios, solo 3 hoteles con 16% son los valores perdidos no respondieron a las interrogantes de este ítem. (ver gráfico N°.3)

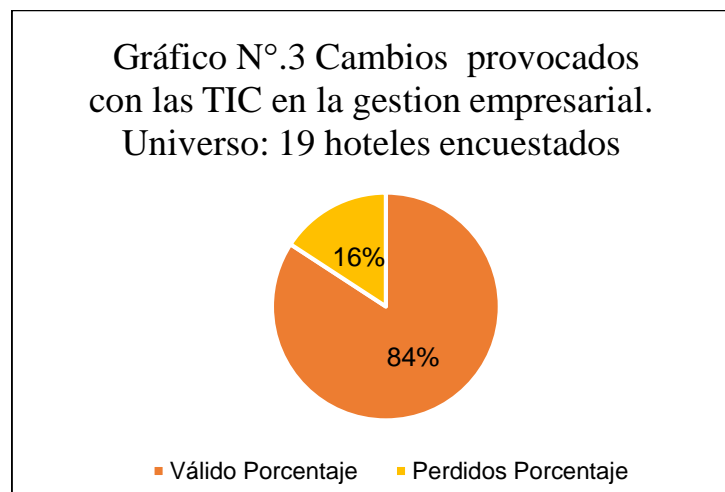


Grafico 3 Fuente: Datos primarios de la encuesta junio-agosto 2016.

Estos datos se aplicaron a la muestra de 19 hoteles considerando que son 13 hoteles nuevos que no estaban en el 2008 pero que en el transcurso de los años que tienen de operar han sentido el impacto de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en sus operaciones.



En la tabla N°.13 se realiza un análisis con la medida de tendencia central Moda para conocer cuál de los cambios obtuvo mayor frecuencia en una escala de: (1= Poco, 2= Regular, Mucho=3) el valor con mayor frecuencia es el de rango regular para todos los cambios propuestos los encuestados afirmaron la situación de intercambio de información como el cambio más representativo con mucha frecuencia y la unión de departamentos como el menor cambio en un rango de poco.

Tabla 13 Análisis complementario de cambios con el uso de TIC.
Universo: 19 hoteles encuestados

CAMBIOS	MODA
¿Ha disminuido la carga de trabajo para sus trabajadores?	2
¿Ha habido eliminación de tareas rutinarias?	2
¿Ha supuesto unión de Departamentos?	1
¿Ha mejorado el intercambio de información?	3
¿Ha aumentado el ámbito de actuación de sus usuarios?	2
¿Ha facilitado el trabajo en equipo?	2
n= 16 Rango: (1= Poco, 2= Regular, Mucho=3)	

Fuente: Datos primarios de la encuesta junio-agosto 2016.

Tomando estos datos de referencia, puede comprenderse que las TIC han generado cambios en la gestión empresarial, pero esto se da porque ellas habilitan la información, también ellas inciden en la estructura de la organización y formas de operar de los hoteles.

Para conocer la aceptación de la hipótesis en el programa SPSS

versión 22 se toma como referencia el cambio que obtuvo mayor frecuencia que es la mejora del intercambio de información, se realiza un análisis estadístico con la prueba de Chi- cuadrado con un nivel de significación del 5% se plantea los siguientes casos:

Hipótesis nula (H₀)

H₀: Los cambios en la gestión empresarial son dependientes del uso de las TIC con el intercambio de información en las empresas hoteleras.

Si es menor a 5% se acepta, Si es mayor al 5% se rechaza.



Hipótesis alternativa (H1)

H1: Los cambios en la gestión empresarial son independientes del uso de las TIC con el intercambio de información en las empresas hoteleras.

Si es mayor a 5% se acepta, Si es menor al 5% se rechaza.

La contingencia del recuento observado que es lo que se obtuvo en la encuesta y el recuento esperado indica los valores que se esperan en caso de que la hipótesis alternativa sea comprobada con la situación de que los cambios en la gestión empresarial son independientes del uso de TIC con el intercambio de información con rangos de (poco, regular y mucho) se cruzan con los rangos de regular y mucho por la frecuencia que obtuvo esta situación, los recuentos esperados en el rango de regular son de 9 y 6 hoteles para la escala de mucho los valores esperados son 8 y 5 hoteles estos recuentos permitirán determinar si la hipótesis alternativa propuesta se acepta a través del coeficiente de Chi- Cuadrado ya el programa SPSS lo realiza de forma directa.(ver tabla N°.14)

**Tabla 14 Recuentos observados y esperados.
Universo: 19 hoteles encuestados.**

¿Ha mejorado el intercambio de información?			Regular	Mucho	Total
Cambios en la gestión empresarial	Poco	Recuento	0	3	3
		Recuento esperado	4	2	3
	Regular	Recuento	2	5	7
		Recuento esperado	9	6	7
	Mucho	Recuento	0	6	6
		Recuento esperado	8	5	6
Total		Recuento	2	14	16
		Recuento esperado	2	14	16

Fuente: Datos primarios de la encuesta junio – agosto 2016

Los recuentos esperados son los factores que se utilizan para el cálculo del coeficiente de Chi – Cuadrado al

elaborarlo manualmente esto requiere de aplicación de fórmulas, pero con el programa SPSS versión 22 estos datos son obtenidos de manera sencilla y rápida.

Como resultado de este análisis con un nivel de significancia del 5% con grados de libertad 2 según la tabla de valor Chi- Cuadrado (ver anexo) con un valor límite de 5.991 y según el análisis realizado en SPSS versión 22 se obtiene un valor de Chi- Cuadrado de 2.939.



Se puede concluir que dentro de un rango 0-5.9915 el resultado que se obtuvo en la tabla de Chi- Cuadrado

Tabla 15 Coeficiente de Chi- Cuadrado.
Universo: 19 hoteles encuestados.

	Valor	Grado de libertad	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	2.939 ^a	2	,230
Razón de verosimilitud	3.681	2	,159
Asociación lineal por lineal	.143	1	,705
N de casos válidos	.16		

Fuente: Datos primarios de la encuesta junio – agosto 2016

está dentro de ese rango el cual se denomina zona de aceptación con un valor de 2.939 (ver ilustración N°.3). Donde se puede demostrar que la hipótesis nula es aceptada. Los cambios en la gestión empresarial son dependientes del uso de las TIC con el intercambio de información en las empresas hoteleras al ser menor del 5%. (ver tabla N°.15)

A través de esta herramienta estadística se comprueba la hipótesis en el caso de los valores de Sig. Asintótica (2 caras) no se utilizan en este análisis porque el coeficiente de Chi- Cuadrado no solo compara variables y porcentajes también lo hace con las medidas de tendencia central como: media, mediana, moda y varianza en estos, si se aplicarían esos valores.

v/p	0,001	0,0025	0,005	0,01	0,025	0,05
1	10,8274	9,1404	7,8794	6,6349	5,0239	3,8415
2	13,8150	11,9827	10,5965	9,2104	7,3778	5,9915

Ilustración 3 Ilustración 3 Tabla de Chi-Cuadrado descargada de:
http://labrad.fisica.edu.uy/docs/tabla_chi_cuadrado.pdf

Las pruebas chi-cuadrado son un grupo de contrastes de hipótesis que sirven para comprobar afirmaciones acerca de las funciones de probabilidad (o densidad) de una o dos variables aleatorias. (UCM 2016, Estadística Básica)



6.3 LIMITANTES PARA EL USO DE LAS TIC EN LOS HOTELES DE ESTELÍ.

6.3.1 CIRCUNSTANCIAS QUE LIMITAN LA INTEGRACIÓN DE LAS TIC.

En el año 2008 el 100% de los encuestados consideraban que la mayor limitante era la poca demanda de turistas extranjeros a diferencia del año 2016 se presentan otras situaciones en un análisis de respuesta múltiples los encuestados consideran que la falta de formación o capacitación con un 30% y los altos costos en 28% son las circunstancias que complican el uso de TIC el resto de situaciones resistencia al cambio, inseguridad, cultura y otros son complementarios a los dos primeros de igual manera se puede observar sus porcentajes.(ver tabla N°.16).

**Tabla 16 Factores que impiden adquirir y usar TIC en los hoteles.
Comparación hoteles 2008 -2016**

Limitantes para el uso de las TIC	2008	2016
	Muestras	
	6 hoteles	19 hoteles
	Porcentajes	
Poca demanda de turistas extranjeros	100	-
Falta de capacitación	-	30
Resistencia al cambio	-	17
Inseguridad	-	11
Altos costos	-	28
Cultura	-	11
Otros	-	3

Fuente: Datos primarios de la encuesta junio – agosto 2016 y Lanuza (2008).

¿Al preguntarCuál considera que es la principal limitante que le impide incorporar las TIC en su empresa? ¿Porque?

Acerca de la **falta de capacitación** un entrevistada respondió:

«Hace falta capacitación en tecnologías esto ayuda adaptarse a las nuevas, cuando nos cambiaron el sistema sentíamos complicado al inicio incluso preferíamos utilizar el anterior pero cuando lo desinstalaban nos acostumbramos con el tiempo uno se adapta.»
(Erika Arauz, administradora de ventas hotel los arcos, 23 junio del 2016)



«En mi opinión hay trabajadores con poca competencia en las funciones de los hoteles necesitan estar mejor capacitados en el hotel hemos tenido el problema de que hay rotación en el personal se nos hace difícil encontrar alguien que maneje bien el inglés y sistemas computarizado hay grandes filas de personas solicitando trabajo, pero necesitamos personas capaces y con actitud para trabajar.» (Merling Rodríguez, Propietaria de hotel Mery, 25 de junio 2016)

Los **altos costos** es otra circunstancia que se comentó:

«Si incorporáramos tecnologías como el servicio internet aumentaría los precios de las habitaciones y los clientes no lo mirarían bien las tecnologías son muy costosas nosotros nos caracterizamos por los precios bajos, aunque ahora somos un hotel porque antes éramos un auto hotel queremos mantener nuestros precios y no incrementar mucho a pesar de las mejoras que se han hecho.» (Yirà Pérez, recepción Don Tomás 13 de agosto del 2016)

«Los costos para comprar computadoras, cámaras de seguridad o la instalación de un programa no han impedido que nos actualicemos, pero en mi opinión el principal problema es la falta de plataformas web para reservaciones que sean nacionales y que ofrezcan precios justos he recibido ofertas de algunas, pero son demasiado costosas piden del 40 al 45 por ciento de la reservación no sale rentable por eso prefiero el registro de las plataformas como Booking que solicitan el 15% de la reservación.» (Rommel Onell Meza, propietario hotel Don vito, 27 junio 2016)

El problema de **resistencia al cambio** fue otro problema con un porcentaje de 17%:

«Como empresa dedicada a prestar servicios a turistas tanto Nacionales como Extranjeros, nosotros no estamos de acuerdo en sistematizar todos los procesos, puesto que nuestro objetivo es brindar calidad en nuestros servicios y que el cliente se sienta como en casa, porque la relación entre personas no se daría de la manera adecuada y eso crea la inconformidad en los turistas, además de que se reduciría en puestos de trabajos.» (Francis Yubelka Bustamante Palacios, Gerente general Hotel El Chico, 27 junio 2016)



En el aspecto de **inseguridad** para incorporación una propietaria comento:

En una ocasión intente instalar un sistema para el hotel, pero la persona que contrate me estafo y esto genera mucha desconfianza, tengo planes de instalar uno, no encontrado a alguien que sea confiable para hacerlo, pero el proyecto sigue en pie. (Elieth Moreno, propietaria de hotel las cornisas, 18 de junio 2016)

Dentro de otros problemas se puede mencionar la relación de los hoteles con el ente regulador INTUR en la entrevista a la delegada ella comenta:

«Nosotros contamos con programas de capacitación hay un nuevo programa acerca de las Tecnologías y la comunicación; se invita a los propietarios y compañeros de los hoteles, pero no se integran a estos cursos que impartimos a través del INATEC y son gratuitos, la relación con los hoteles no ha sido fácil siempre creen que nuestro objetivo es cobrar impuestos y tratar de regular algunas actividades como los libros de registro de huéspedes se complica por esta situación.» (Leonor Ramírez, delegada de INTUR, 05 de septiembre 2016)

Los problemas que se presentan en el año 2016 coinciden con las circunstancias que limitan la expansión de las TIC según Marques P. (2011) que menciona problemáticas: Técnicas, falta de formación, seguridad, económicos y culturales.

Estos números y comentarios indican de manera clara las situaciones diferentes en los dos años son otros factores lo que impiden el uso eficiente y la incorporación de las TIC en los hoteles el contexto del sector es totalmente diferente a lo que era en 2008.

En el grafico N° 4 se proponen obstáculos para vender en internet a esta pregunta respondieron los 13 hoteles que disponen de la venta en línea a través de sus plataformas web, motores de búsqueda y redes sociales. En escalas de poco, regular, mucho, un 57.9% consideran que hay pocos problemas, en el grado regular el problema más frecuente es la inseguridad con los pagos y el rango de mucho con 5.3% para todos los casos. (ver gráfico N°.4)

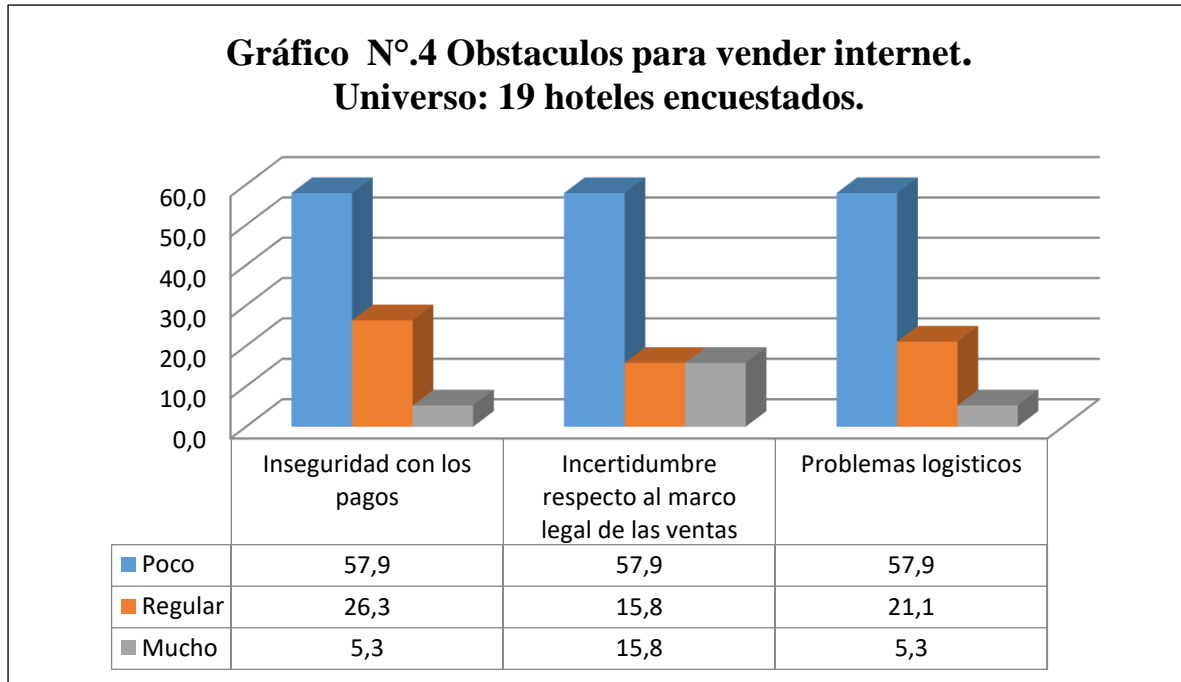


Grafico 4 Fuente: Datos primarios de la encuesta junio- agosto 2016

En el artículo de Cibilis, J (2008) se muestran los problemas que se tienen al vender en internet tanto para el oferente como para los usuarios online: Seguridad en los pagos, marco legal y problemas logísticos. Estas opciones fueron planteadas en la elaboración del instrumento y en resultados obtenidos en la encuesta coincide uno de ellos con mayor frecuencia que es la incertidumbre respecto al marco legal de las ventas con 15.8% en la escala de mucho.

Las situaciones presentadas son comúnmente las que ocurren cuando se realiza una venta en internet, pero se puede decir que no hay muchas dificultades para que los hoteles realicen sus ventas por este medio lo que impulsa el desarrollo a la automatización de las empresas de este sector en el país en especial los hoteles que sus propietarios son nacionales.



Del 100% de los encuestados el 72% encuestados indicaron no acceder a la solicitud de financiamiento, para la incorporación de nuevas tecnologías, el 28% afirma que, si obtienen apoyo para adquirir tecnologías, pero no optan por opción a préstamos. (ver gráfico N°.5)

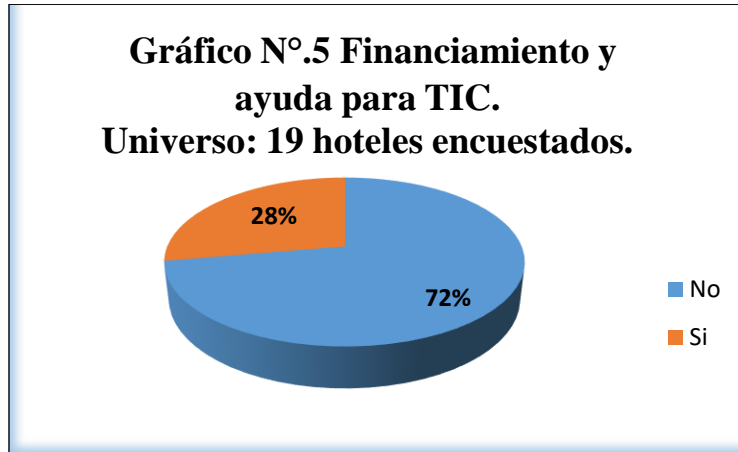


Gráfico 5 Fuente: Datos primarios de la encuesta junio - agosto 2016.

Como se observa el mayor porcentaje afirma que no adquieren financiamiento para incorporar nuevas tecnologías, ya que indican que lo adquirido en equipo, programas y pagos de plataformas en internet para los hoteles son con capital de trabajo propio, en el caso del apoyo que obtienen esto lo hacen a través de alianzas con otras empresas una propietaria expreso que:

«Trabajamos con diferentes empresas, pero las que nos han apoyado más en tecnología son: claro y movistar con sus paquetes tecnológicos a menor precio servicio a internet, teléfonos ellos también cuentan con programas de capacitación para las empresas con las cuales tienen alianzas.» (Merling Rodríguez, propietaria hotel Mery, 25 de junio 2016)

«El hotel trabaja en conexión con familias Unidas ellos brindan asesoría en tecnología en el caso de mantenimiento y cualquier nuevo programa que se instale.» (Erika Arauz, administradora de ventas hotel los arcos, 23 junio del 2016)



Con respecto a la limitante de la frecuencia de turistas extranjeros que en el año 2008 representaba el 100% de los hoteles de la ciudad equivalente a 6 era poca la presencia de estos, en el año 2016 es diferente con 19 hoteles el 69% de los encuestados consideran mayor presencia de turista con una escala de mucho, 26% de manera regular y 5% poco. (ver tabla N°. 17)

**Tabla 17 Frecuencia de turistas en Estelí.
Comparación de hoteles 2008 – 2016.**

Frecuencia de turistas en Estelí.	2008		2016	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Poco	6	100	1	5
Regular	-		5	26
Mucho	-		13	69
TOTAL	6	100%	19	100%

Fuente: Datos primarios de la encuesta, junio – agosto 2016 y Lanuza (2008).

Se puede afirmar la diferencia y como los factores externos en especial el desarrollo económico ha permitido que esta situación cambie, Estelí se ha convertido en una ciudad muy atractiva para la visita de turistas, es por ello que cada vez, se observan más personas extranjeras, esto beneficia directamente a la población y a los establecimientos de hospedaría aumentando sus ingresos.

6.4 CRECIMIENTO DE UTILIZACIÓN DE LAS TIC EN LOS HOTELES.

6.4.1 EL INTERNET EN LOS HOTELES.

En el año 2008 con una muestra de 6 hoteles el 67% no contaba con conexión a internet y un 33% SI, a diferencia del año 2016 con 19 hoteles encuestados un 95% dispone de la red y un 5% NO. (Ver tabla N°.18)

Es evidente la diferencia entre los dos años en la actualidad esta herramienta se posiciona como el principal medio de comunicación y es más accesible que hace 8 años utilizada con mayor frecuencia los usuarios a la red están en constante crecimiento. De igual manera los tipos de conexión a internet han cambiado con la red inalámbrica o WI-FI. (ver anexo, tabla N°.26)



**Tabla 18 Internet en los hoteles.
Comparación hoteles 2008 -2016.**

Conexión a internet	2008		2016	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
SI	2	33	18	95
NO	4	67	1	5
TOTAL	6	100%	19	100%
Fuente: Datos primarios de la encuesta, junio- agosto 2016 y Lanuza (2008).				

El internet es sin duda la TIC más importante en los hoteles se puede observar la disponibilidad de esta herramienta que es la

infraestructura de telecomunicación y ahora 18 hoteles cuentan con internet mientras que en el año 2008 esto era complicado por el costo del servicio y accesibilidad que solo 2 hoteles disponían de la red.

**Tabla 19 Página web en los hoteles.
Comparación hoteles 2008- 2016.**

El número de hoteles que tiene página web se puede ver en la Tabla N°.19 en el año 2008 con 6 hoteles encuestados 2 de ellos disponían de página web a diferencia del año 2016 de los 19 hoteles 6 tienen esta herramienta de información.

Página web	2008		2016	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Si	2	33	6	31
No	4	67	13	69
TOTAL	6	100%	19	100%
Fuentes: Datos primarios de la encuesta, junio - agosto 2016 y Lanuza (2008).				

La mayoría de los hoteles no disponen de una página web lo que provoca un menor control sobre la interacción con usuarios y obtener posibles beneficios, los encuestados comentaron que tener esta herramienta es costoso por la elaboración y pago de mantenimiento de la misma coincidiendo con lo que refleja Cámpora (2013) en el apartado de la página web de costos de diseño y publicación web a través de los motores de búsqueda.



En un comentario de un propietario se expresa una información relevante acerca del costo de las páginas web:

«Para tener una página web se paga \$50 dólares al año por el dominio que son los .ni. com. net y. org estos permiten posicionar la página en los motores de búsqueda como Google al igual se gasta en algún cambio en el diseño en realidad es caro tener una página web pero la información es más personalizada y no se tiene que pagar el 15% a compañías como Booking y Trivago si se reserva por la página la complejidad está aquí que los clientes reserven por la página web» (Rommel Onell Meza, propietario hotel Don vito, 27 junio 2016)

Tabla 20 Información en la página web. Universo: 6 hoteles

Contenido de la página web	Respuestas		Porcentaje de casos
	N	Porcentaje	
Comercialización de productos de la empresa (Marketing)	6	38.0	100.0
Facilidades de acceso a catálogos de productos y listas de precios	5	31.0	83.3
Personalización del sitio para los clientes habituales	5	31.0	83.3
Total	13	100,0%	266.7%

Fuente: Datos primarios de la encuesta, junio- agosto 2016

Del 31% de los encuestados que tienen página web que equivale a 6 hoteles respondieron en un análisis de respuestas múltiples el 37% de los hoteles ofertan sus

productos y servicios en este caso a través del portal web, un 31% para lista precios y personalización del sitio para los clientes habituales respectivamente. (ver tabla N°.20)

De los seis hoteles que cuentan con una página web: Los arcos, Don vito, Hex, La campiña, Casa vínculos, puro Estelí sus portales necesitan mejora según la navegación que se realiza para contar con una web que dé como resultado beneficios como:

- Publicidad constante.
- Imagen y prestigio.
- Presencia a nivel local, nacional y mundial.
- Ahorro de recursos económicos y tiempo.
- Crecimiento en su cartera de clientes y ventas.



- Posibilita encontrar nuevos proveedores.

El 43% de los hoteles utiliza el internet para obtener información, por la importancia del internet en cualquier empresa, el 24% expresa que la red puede ser una herramienta de formación y aprendizaje, siempre que se use correctamente, un 26% realizan transacciones bancarias algunos pagos de servicios básico (agua, luz, teléfono, Tv por cable) expresando que cuando no tienen tiempo realizan sus pagos por internet y un 7% le da otros usos que complementan con los anteriores en especial el de obtener información sobre los huéspedes. (ver gráfico N°.6)

Se puede afirmar como el internet está cambiando la forma de operar de las empresas la automatización y globalización son factores que inciden en las operaciones de

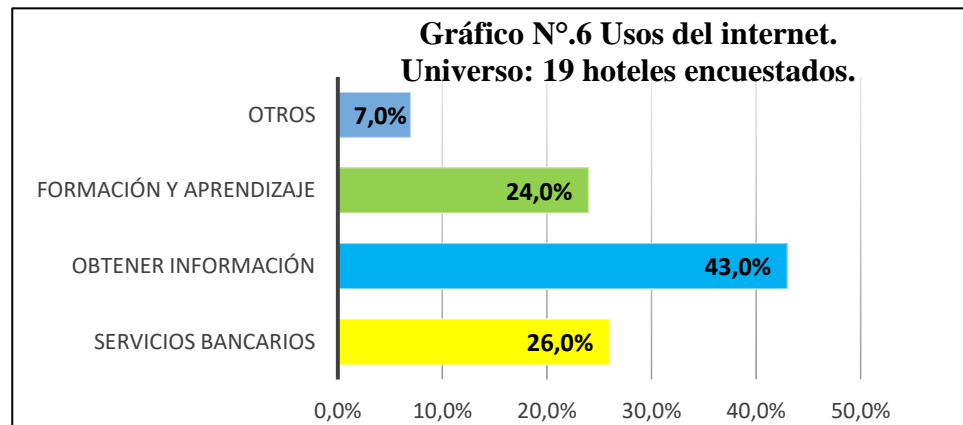


Gráfico 6 Fuente: Datos primarios de la encuesta junio-agosto 2016

cualquier empresa, pero este sector se involucra más en el uso de la red porque su objetivo es captar un mercado internacional (los extranjeros) son la principal fuente de ingresos en todo el rubro de hospedaría.

Sin duda el internet es la principal herramienta TIC de los hoteles el 95% disponen de este medio y lo utilizan los hoteles al ser empresas de servicios necesitan gran disponibilidad de información porque cuando se ofertan servicios es más complicado persuadir a los clientes se necesita información sobre sus gustos y preferencias.



6.4.2 UTILIZACIÓN DE LAS TIC EN LOS AÑOS 2008-2016.

Las TIC no solo son computadoras, programas y plataformas de búsqueda e interacción en la web el compendio de estas es mayor porque refiere todo hardware o software que esté conectado a una red en la tabla N°. 21 se observa en el año 2008 de los 6 hoteles encuestados 4 indicaron que su servicio agregado, eran solo llamadas telefónicas y 2 hoteles marcaban la diferencia al brindar internet como servicio agregado.

**Tabla 21 TIC como servicio agregado.
Comparación hoteles 2008-2016**

Servicios agregados que brindan a sus clientes	2008		2016	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Internet	2	34	18	36
Tv en habitaciones	-		19	38
Llamadas telefónicas	4	67	13	26
Otros	-	-	-	-
TOTAL	6	100		100
Fuente: Datos primarios de la encuesta, junio - agosto 2016 y Lanuza (2008).				

En comparación con el año 2016, de los 19 hoteles encuestados, 18 disponen de internet como un servicio agregado para sus clientes,

19 brindan servicio de televisión por cable en todas las habitaciones, y 13 hoteles que ofrecen llamadas telefónicas como un servicio agregado para sus clientes. (ver tabla N°. 21)

Según el manual de gestión para hoteles y alojamientos rurales (2014): la gestión atención al cliente refiere que ellos demandan cada vez más servicios y atención personalizada de los hoteleros para que la oferta sea flexible y adaptada a sus preferencias.

Los hoteles tienen que dirigir todos sus esfuerzos a esta gestión y las TIC pueden generar ese factor agregándole valor al principal servicio que es la estancia hay que destacar que estos son servicios que se consideraban complementarios hace 8 años hoy con la exigencia de los clientes se aumentan estos servicios no solamente tecnológicos como: restaurantes, entrenamiento (piscina, gimnasio) ubicación del hotel en áreas estratégicas por ejemplo centros comerciales y centros de convenciones donde estos tienen que estar equipados adecuadamente (proyectors, aires acondicionados, laptops).



En el gráfico N°.7 se observa la utilización de las TIC en los hoteles con crecimientos en el año 2016 con 19 hoteles en especial el marketing digital con 84% y 42% para los programas de gestión, porcentajes mayores a los del año 2008 con 6 hoteles que su uso para marketing estaba representado por el 33% de los hoteles y 16% los que disponían de programas para sus gestiones.

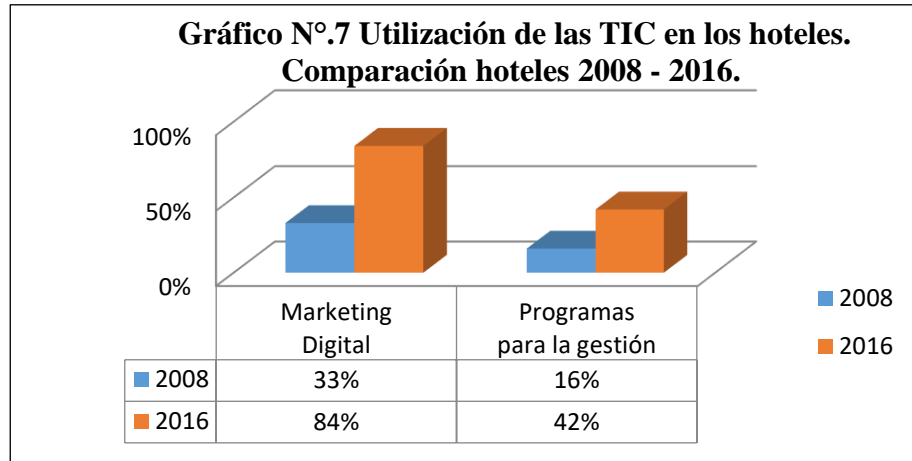


Gráfico 7 Fuentes: Datos primarios de la encuesta junio-agosto 2016 y Lanuza (2008)

Los hoteles de la ciudad de Estelí utilizan las TIC para la función comercial o de marketing esto lo realizan a través del internet y todas las aplicaciones dirigidas a los hoteles, redes sociales, etc. Con poco porcentaje los programas para sus gestiones (recurso humano, contabilidad, finanzas u otras) indican que los encuestados expresaron al disponer de un sistema en el hotel requiere de grandes costos de elaboración porque la cultura de estos negocios es crear el programa con un servicio especializado por un ingeniero y no comprar los softwares.

Al tratar de determinar el crecimiento se puede observar que las diferencias en los porcentajes son grandes un aumento del 51% para su labor de marketing (publicidad, promoción) y un alza de 23% para los programas específicos de cada hotel, estos indicadores se deben a la cantidad de hoteles es mayor se incrementaron 13 empresas a este sector en el transcurso de otros años y muchos de ellos son de categorías medias como hotel Hex, para el cálculo de los porcentajes de crecimiento solo se realiza una resta de los dos valores que se obtuvieron en los años 2008 y 2016.

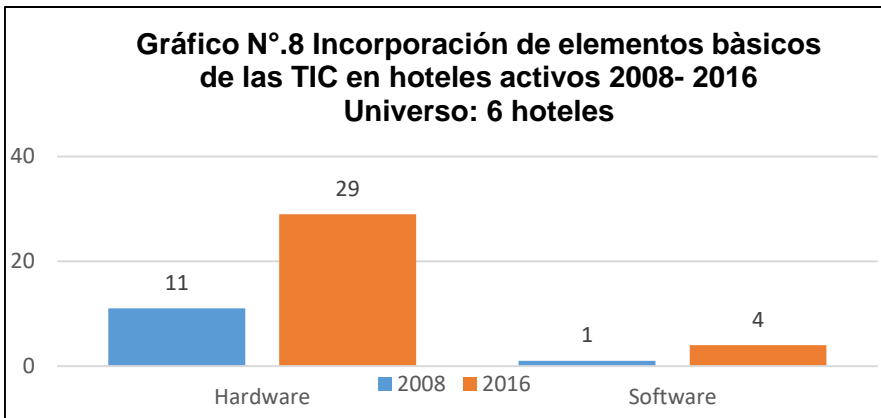


Gráfico 8 Fuente: Datos primarios de la encuesta junio-agosto 2016 y Lanuza (2008).

En un resumen de datos anteriores en el gráfico N°.8 el crecimiento de TIC en los hoteles activos en los dos años se representa porque adquirido equipo de cómputo más computadoras de 11 a 29 un aumento

18 computadoras (hardware) para el presente año con respecto a los programas (software) en el año 2008 con 6 hoteles solo uno tenía un programa específico que realizaba mientras que en el 2016 de los 19, 4 hoteles cuentan sistemas para todas sus gestiones.

Estos resultados indican que el crecimiento ha sido mínimo en referencia a la incorporación de programas que es lo más importantes porque son estas las herramientas que tienen a disposición las funciones que realiza un computador para el usuario sin embargo el aumentar el número de computadoras demuestra la necesidad de tecnología y hace 8 años el nivel de estas herramientas era bajo tener internet se consideraba un privilegio por su costo hoy esta accesible.

De los hoteles que incorporaron estos cuatro programas son: Los Arcos, Don vito y hotel Panorama N°.1 estos sistemas son específicos para la gestión contable en el Gráfico N°.2 se mencionaba un 53% de sistemas contables pero los que cuentan estas cuatro empresas abordan las gestiones de reserva, estancia y facturación a diferencia del programa contable que solo se encarga de registrar las operaciones este se aplica a la gestión hotelera. En un comentario sobre la incorporación de un sistema un propietario de hotel expreso: «Hace como tres años pague para la elaboración del sistema alrededor de \$ 7,000 lo tenía instalado en otro negocio así que lo adapte al hotel.» (Rommel Onell Meza, 27 junio 2016)



**Tabla 22 Publicidad con las TIC.
Comparación de hoteles 2008-2016**

En la tabla N°.22 se observa la opinión de los encuestados en los dos años si creen

Mayor publicidad	2008		2016	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Si	6	100	15	79.0
No	-	-	4	21.0
TOTAL	6	100 %	19	100 %
Fuente: Datos primarios de la encuesta, junio – agosto 2016 y Lanuza (2008).				

que el uso de Tecnologías de la Información y la Comunicación han aumentado la publicidad para clientes extranjeros en el año 2008 el 100% de los hoteles consideraban que si a diferencia del año 2016 el 79% respondieron afirmativamente y 21% de forma negativa.

Se puede notar la diferencia en la percepción de los hoteles tomando en cuenta que los encuestados en el 2008 están en la presente investigación y ellos se dirigían al mercado extranjero a pesar del poco nivel tecnológico que había 8 años atrás ,en el 2016 la mayoría de los hoteles siempre se dirigen a este mercado pero 4 opinan que las tecnologías con las que cuentan no han incrementado la publicidad para clientes extranjeros mencionando que ellos se dirigen a clientes nacionales expresando uno que antes era un auto- hotel (Don Tomas) los huéspedes vienen por si solos. *(Yirà Pérez, recepción Don Tomás 13 de agosto del 2016)*

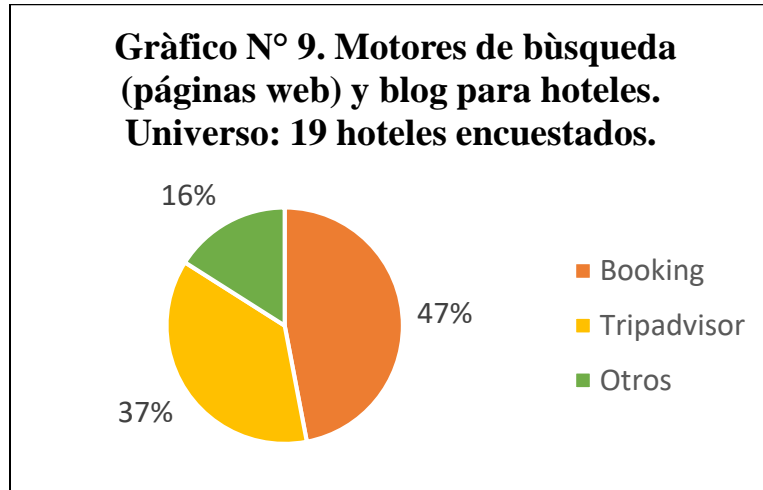
6.4.3 SITUACIÓN DE LAS TIC EN LOS HOTELES EN EL AÑO 2016.

Para iniciar con este apartado señalar que todo el contexto de las TIC en el 2016 está en todos los sitios disponibles en internet: redes sociales en especial Facebook, Buscadores y blog para hoteles.

En la gráfica N°.9 se puede observar las webs específicas para hoteles especificando las dos más importantes en este mercado que representan los dos mayores porcentajes el 47% de los hoteles están registrado en Booking ,37% Tripadvisor y un 16% tienen registros en otros buscadores y blog. (ver gráfica N°.9)



Haciendo referencia a estos sitios web al principal buscador suscrito a la web es Booking donde su función está en mostrar un pequeño perfil de los hoteles y la opción a reservación mientras que Tripadvisor a medida del



tiempo se ha convertido en líder de esta industria

porque además de tener la opción de reservación y búsqueda funciona como blog al usuario puede opinar sobre su estancia en el hotel con respecto al porcentaje de otros están sitios como Trivago, viajes.com y Vianica.

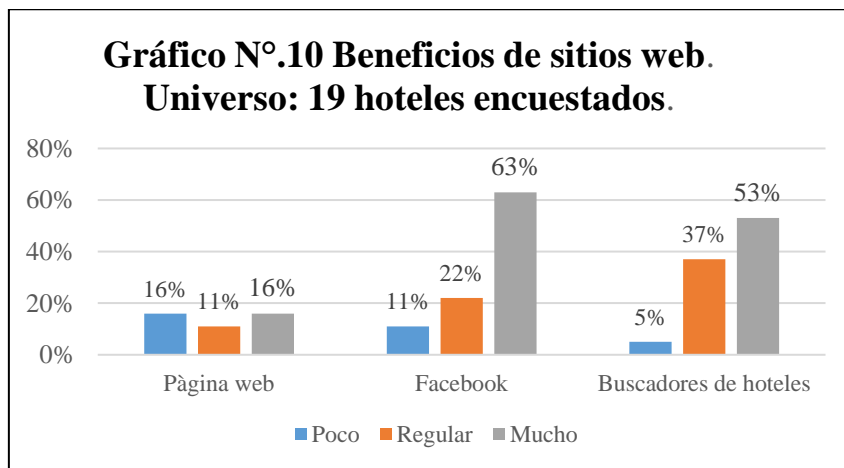


Grafico 10 Fuente: Datos primarios de la encuesta junio-agosto 2016.

Para realizar un análisis de los beneficios de las herramientas web que utilizan los hoteles de la ciudad de Estelí se pregunta por escalas (Poco, Regular y Mucho) destacándose la red social Facebook con 63% y 53%

buscadores de hoteles en un rango de mucho, la página web representa el 16% como la herramienta que genera menores beneficios este valor se ubica en dos escalas. (ver gráfico N°.10)



Los beneficios que brinda las plataformas de página web y Facebook dependen del uso que los hoteles realizan en la administración de las mismas en cambio los buscadores de hoteles todo el contenido de cualquier hotel que este registrado en sus cuentas va depender del nivel de publicidad que ellos deseen no se paga por el registro pero si por las reservaciones que se realicen por ejemplo: booking.com, en el caso de Tripadvisor el registro para anuncio es más detallado por lo que su perfil requiere mayor información.

Para realizar un análisis de las plataformas web más utilizada por los hoteles de Estelí que es la red social Facebook con un 89% está ha incidido en las decisiones de muchos viajeros en cuanto al servicio de hotelería a nivel mundial. (Ver ilustración N°.7 en anexo)

Al consultar en la entrevista: ¿Qué aplicación de TIC ha sido la más beneficiosa en el hotel? ¿Porque?

Una entrevistada respondió: *«A mi opinión Facebook es más para entretenerse, pero para el hotel se ha convertido en un medio de comunicación sustituyendo al correo electrónico ahora los clientes nos consultan más por Facebook.»* (Heysell Vásquez recepción, hotel Panorama N°. 1, 27 junio 2016)

Otra empresaria que comento sobre esta interrogante: *«En nuestro caso lo más beneficioso del uso de internet es la página web los clientes reservan se presenta una lista de los precios e imágenes de las habitaciones tenemos cuenta en Facebook, registro en Tripadvisor pero la página web nos permite tener el control de la reservación sin pagar ningún porcentaje con respecto Facebook aquí en Latinoamérica es muy usado pero en Europa se utiliza más todos los portales web: paginas, motores de búsqueda en España esto de la tecnología en línea para hoteles está muy desarrollado. »* (Juanita Boyd, gerente administrativa de hotel Puro Estelí, 15 de agosto 2016)



Con 16 casos válidos y 3 perdidos es decir 16 respondieron si a los beneficios tres afirmaron que no han obtenido ninguno de los beneficios planteados en la pregunta. Se realiza un análisis de estos con las variables: Calidad del servicio, número de clientes, costos, tiempo y competencia. Los mayores beneficios en rangos (Poco, regular, mucho) son que el uso de TIC mejora la calidad de los servicios y ahorra tiempo con porcentajes de 62% seguido que atiende mayor número de clientes con 57% en la escala de mucho para el nivel de poco el que obtuvo mayor porcentaje es la reducción de costos con 48%. (ver gráfico N°11)

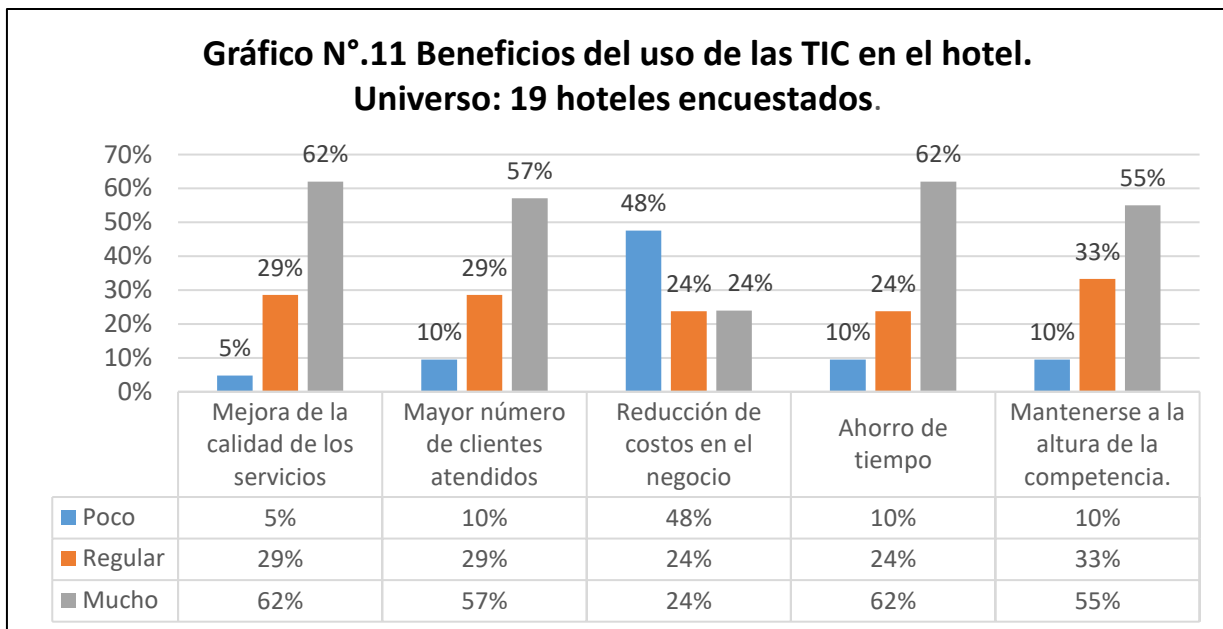


Gráfico 11 Fuente: Datos primarios de la encuesta junio - agosto 2016.

En Encalada (2008) se refleja que el uso de TIC de modo estratégico permite a las empresas turísticas: Tener presencia global en el mercado internacional, investigar y desarrollar nuevos productos turísticos, reducir costos a través de la integración de sistemas, flexibilizar precios haciéndolos más competitivos, ahorro de tiempo.

Con los datos obtenidos se realiza una comparación con un elemento de la teoría que es el tiempo se descubre que las TIC están brindando beneficios en los hoteles de la ciudad, pero se deben proponer estrategias que aumenten la competitividad del sector y esto se puede realizar con el uso de tecnologías.



Con respecto a este tema una empresaria comento:

«En alguna ocasión se hospedo con nosotros alguien que, por mucho tiempo trabajo en la cadena de hoteles Marriot, y fue ella quien nos indicó e impulso hacer uso de las TIC, puesto que así crearíamos una ventaja competitiva, además que usando las TIC estamos buscando satisfacer a nuestros clientes, porque ellos mismos te dan publicidad hablando bien del hotel.» (Grethel Alberruz, Gerente General Hotel Los Altos Estelí, 27 de junio 2016)

**Tabla 23 Programas en la gestión empresarial de los hoteles.
Universo:8 hoteles.**

Categorías	Programas en las gestiones				
	Clientes	Logística	Recursos Humanos	Contabilidad	Un solo programa para todas las gestiones
1 Estrella					1
2 Estrella					2
3 Estrella	2	2	2	2	3

Fuente: Datos primarios de la encuesta junio- agosto 2016.

En la tabla N°.23 se observa el uso de las TIC en el Back Office o de

manera general los programas internos en los hoteles que son el 42% que equivale a 8 hoteles se decide realizar el análisis por categoría en las diferentes gestiones o si solo cuenta con un software, en la categoría de 1 estrella un hotel cuenta con un programa, en la categoría de 2 estrellas 2 hoteles y en la categoría de 3 estrellas 2 hoteles cuentan con programas para diferentes gestiones y 3 hoteles con un solo programa.

El nombre de los hoteles que disponen de estos programas son:

Categoría 1: Estelimar.

Categoría 2: Panorama N°.1 y la Campiña.

Categoría 3: Los Altos, Don vito y Casa vínculos.

Los dos hoteles que cuentan con programa para todas sus gestiones son el HEX y Los Arcos.



En la tabla N°.24 se trata de realizar un resumen de las TIC aplicadas a las funciones de la gestión hotelera: compromiso y motivación del personal se presenta el porcentaje de capacitación del 37% se comprueba que es bajo, para las reservaciones se observan los diferentes medios siendo el más predominante la llamada telefónica con 89% seguido de los buscadores para hoteles con 47% y el porcentaje más representativo está en el servicio de estancia con 95% de conexión a internet ,facturación con 42% y el servicio post- venta con 37%.

**Tabla 24 Resumen de uso de las TIC en la gestión hotelera.
Universo 19 hoteles.**

Compromiso y motivación del personal	37% se capacitan en TIC y otras funciones.			
	Tradicional (llamada telefónica)	Correo electrónico	Facebook	Buscadores de hoteles
Reservas	89%	11%	11%	47%
Servicios en estancia	95% cuentan con conexión Wi-Fi			
Facturación	42% de hoteles cuentan con programas que ayudan a esta gestión			
Servicio Post- Venta	37% de hoteles que pertenecen a Tripadvisor			
Fuente: Elaboración propia basada en encuestas y revisión web.				

De los resultados obtenido en la encuesta y revisión en sitios web el uso de TIC en los hoteles tiene porcentajes bajos en la utilización de herramientas para sus gestiones como en la reservación en Facebook solo puede reservar en dos hoteles: los arcos y Los altos solo ellos tienen esta opción por lo que falta mejorar tomando en cuenta que algunos hoteles no actualizan sus páginas, ni interactúan con los usuarios en el uso interno está la gestión de facturación que el este 42% equivale a 7 hoteles con programas especializados para todas sus gestiones y en especial contribuye a la recepción donde entra dicha función y un servicio post-venta con Tripadvisor es el sitio donde hay mayores comentarios después de que un huésped se ha hospedado en un hotel.

Se concluye que a pesar de que el sector haya crecido a 13 hoteles (ver anexo gráfica N°.12) los niveles de TIC siguen siendo bajos en la mayoría de las gestiones hoteleras pero el crecimiento ha estado en el acceso a internet de la misma manera presenta la gran debilidad que el recurso más importante el humano necesita especializarse para potencializar estas herramientas.



Para poder consultar el nombre de los hoteles que cuenta con páginas web, Tripadvisor, Booking y Facebook con opción a reservación. (ver en anexo, tabla N°.27).

6.5 PROPUESTAS DE ESTRATEGIAS PARA MEJORAR EL USO DE TIC EN LOS HOTELES DE LA CIUDAD DE ESTELÍ.

6.5.1 FODA DE LAS TIC EN LOS HOTELES.

Para el análisis interno se reflejan la fortalezas y debilidades que fueron resultado de la información que se recolecto en el trabajo de campo.

Fortalezas internas.

1. 95% tiene acceso a internet.
2. 89% cuentan con redes sociales.
3. 47% están registrados en Booking y 37% en Tripadvisor.
4. El uso de TIC ha incrementado información acerca de los clientes.

Debilidades internas.

1. 30% consideran que la falta de capacitación es la mayor limitante.
2. Falta de capital de inversión para enfrentar costos de tecnología.
3. Resistencia al cambio para el uso de nuevas tecnologías.
4. Inseguridad para incorporación de tecnologías.
5. Ausencia de miembros de los hoteles en programas de capacitación ofrecidos por INTUR.
6. 28% cuenta con alianzas para incorporar TIC.

En el caso del análisis externo se realiza una revisión web que muestren información de los factores externos claves.



Oportunidades externas.

1. Beneficios de la ley de incentivo turístico y ley de concertación tributaria: En Mojan (2014) se explica que en la Ley de Incentivos Turísticos (Ley 306) exonera por un periodo de 10 años todo lo concerniente a servicios de diseño, ingeniería y construcción al pago de bienes inmuebles, toda importación e impuesto sobre la compra de bienes y el pago de impuesto sobre la renta y la ley 822 de concertación tributaria rebaja a \$25 mil el monto mínimo de inversión para disfrutar de exenciones fiscales, abriendo oportunidades a un sector turístico que crece.

2. Promocionar el hotel en redes sociales: En un artículo del Nuevo Diario publicado por Juárez (2016) en una entrevista realizada al gerente corporativo de claro camilo torres expreso que a raíz de la evolución digital ha evolucionado también el marketing. “Más de 50% de los usuarios móviles utilizan redes sociales”. Según los últimos estudios, en Centroamérica Nicaragua es punta de lanza en el uso de las 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 y clasificación.

3. Estelí es una ciudad atractiva para el turista y empresarios extranjeros que invierten o tienen negocios de los rubros existentes en el municipio: En un artículo de la página web lavozdelsandinismo.com publicado 8 de octubre del 2016 muestra datos como la construcción de un hotel de 5 estrellas que se llamar bella vista, también se indica el dinamismo que ha generado el sector Tabaco con la generación de empleos y los países a los que exporta promoviendo la venida de extranjeros de igual manera está el sector comercio estas variables económicas permiten la llegada de inversionistas y dinamiza el sector turístico beneficiando a los hoteles en sus ingresos con la llegada de posibles huéspedes.

4. Posibilidad de integración a programas de capacitación para el uso TIC por parte de organizaciones públicas y privadas: En una publicación en el periódico La Prensa el 25 de febrero del 2016 la Cámara de Comercio Americana de Nicaragua (Amcham) y la empresa de insumos tecnológicos Comtech realizo un evento donde se asesoró a las empresas sobre cómo optimizar sus recursos, qué tecnología aplicar para aumentar su



productividad y cómo poder cumplir con sus metas a través del correcto desempeño de las herramientas digitales según el campo al que se dediquen.

En la entrevista realizada a la Lic. Leonor Martínez delegada de INTUR en el departamento de Estelí expreso que se abrió el primer curso de capacitación de TIC en coordinación con el INATEC y se invita a todos los hoteles de la ciudad de Estelí a estos programas.

5. Interés de inversión de empresas privadas para fortalecer el sector hotelero: En el artículo publicado por Rivas (2015) titulado `` Oferta hotelera nica crece a 13,000 habitaciones`` el presidente del Consejo de la Empresa Privada (COSEP) José Adán Aguerri presento cifras más de 2,000 nuevas habitaciones de hoteles se han construido en el país durante los últimos años, la calidad y estandarización de los servicios son algunos de los retos que actualmente enfrenta la industria hotelera en Nicaragua. Por ello, el presidente de la Asociación de Hoteles en Nicaragua (ANH), Álvaro Diéguez, aseveró que el sector requiere de mayor capital humano con conocimiento técnico. En una entrevista al Presidente del grupo Pellas Carlos Pellas señala que ellos promovieron alianzas con otros grupos empresariales para capacitar e invertir en el sector turístico en la Ciudad de Ometepe destacando los hoteles y mencionar que ellos se dedican a esta industria con el hotel más lujoso de Nicaragua "Mukul Resort".

Amenazas Externas.

1. Comentarios negativos en las plataformas web (redes sociales, blog): En la revisión web se encontró que en la red social Facebook y en blog como Tripadvisor muchos usuarios comentan negativamente acerca de la estancia del hotel y esto daña la imagen corporativa y el peor de los casos en cuando no se responde a estas publicaciones. (Ver anexo, ilustración N°.6)

2. Escaso recurso humano capacitado para laborar en las funciones hoteleras: En el artículo de Cruz publicado el 02 de febrero del 2016 muestra estadísticas sobre las dificultades para encontrar trabajadores con habilidades en idioma inglés, manejo de programas informáticos especializados, programas informáticos básicos y poca capacidad de adaptación a nuevas tecnologías.



3. Servicios sustitutos como hostales familiares, casas huéspedes: Es la competencia del sector hotelero y se está fortaleciendo porque están realizando alianzas con la Asociación de Hoteles en Nicaragua (AHN) y mencionar que se están registrando en los mismos buscadores e incluso algunos cuentan con mejor nivel tecnológico que un establecimiento con categoría de hotel por ejemplo: Hostal Moderno en la revisión web se encontró que esta empresa tiene perfiles web muy detalladas y su presencia en el internet es buena.



Tabla 25 Matriz DAFO

<p>Propuestas de estrategia que mejoren el uso de TIC en los hoteles.</p>	<p>Fortalezas Internas F1. 95% tiene acceso a internet. F2. 89% cuentan con redes sociales. F3. 47% están registrados en Booking y 37% en Trivago. F4. El uso de TIC ha incrementado información acerca de los clientes.</p>	<p>Debilidades Internas D1. 30% consideran que la falta de capacitación es la mayor limitante. D2. Falta de capital de inversión para enfrentar costos de tecnología. D3. Resistencia al cambio para el uso de nuevas tecnologías. D4. Inseguridad para incorporación de tecnologías. D5. Ausencia de miembros de los hoteles en programas de capacitación ofrecidos por INTUR. D6. 28% cuenta con alianzas para incorporar TIC.</p>
<p>Oportunidades Externas O1. Beneficio de la ley de incentivo turístico y ley de concertación tributaria. O2. Promocionar el hotel en redes sociales. O3. Estelí es una ciudad atractiva para el turista y empresarios extranjeros que invierten o tienen negocios de los rubros existentes en el municipio. O4. Posibilidad de integración a programas de capacitación para el uso TIC por parte de organizaciones públicas y privadas. O5. Interés de inversión de empresas privadas para fortalecer el sector hotelero.</p>	<p>Estrategias FO 1. Desarrollar sitios web con contenido agradable e interactivo para todos los usuarios. (F1, F2, O2, O5)</p>	<p>Estrategias DO 1. Establecer alianzas con empresas de telecomunicaciones. (D2, D3, O3, O5) 2. Integrarse a los programas de capacitación de TIC por parte de organizaciones públicas y privadas. (D1, D3, O4, O5)</p>
<p>Amenazas Externas A1. Comentarios negativos en las plataformas web (redes sociales, blog). A2. Escaso recurso humano capacitado para laborar en las funciones hoteleras. A3. Servicios sustitutos como hostales familiares, casas huéspedes.</p>	<p>Estrategias FA 1. Gestión de precios a través del uso de TIC. (F1, F2, F3, A1, A3)</p>	<p>Estrategias DA 1. Community Manager o monitoreo de redes sociales y blog con los que cuenta el hotel. (A1, A2, A3, D1, D3) 2. Crear programa de capacitación del uso de TIC en alianza con universidades. (A1, A2, D1, D3, D4)</p>



6.4.2 PROPUESTAS DE ESTRATEGIAS.

Línea estratégica N°.1: Desarrollar sitios web con contenido agradable e interactivo para todos los usuarios.

Objetivo General: Incrementar en 35% la participación de mercado a través de la web.

Actividades:

1. Diseñar cuentas en redes sociales con estilos corporativos donde los clientes puedan compartir sus experiencias.
2. Conectar el sistema de reservas a las diferentes plataformas: páginas web, redes sociales.
3. Actualizar constantemente la información sobre los cambios que están ocurriendo en el hotel con fotos y videos que despierten el interés de los usuarios.

Línea estratégica N°.2: Establecer alianzas con empresas de telecomunicaciones.

Objetivo General: Introducir paquetes tecnológicos a bajo costo.

Actividades:

1. Contratar planes post- pago de paquetes tecnológicos (internet, tv por cable, teléfono) que ofrecen las compañías como Claro, Movistar, IBW a un menor precio.
2. Establecer el convenio a través de un documento que muestre los beneficios mutuos de la alianza.

Línea estratégica N°.3: Integrarse a los programas de capacitación de TIC por parte de organizaciones públicas y privadas.

Objetivo General: Promover un cambio educativo con la integración de los sectores público, privado y hotelero.

Actividades:

1. Aprovechar el 2% del INATEC para la capacitación de sus empleados.
2. Crear un ambiente de motivación y compromiso de aprendizaje en el personal de los hoteles.



3. Que los propietarios sugieran a las instituciones públicas y privadas las temáticas de los programas de capacitación sobre el uso de las tecnologías de acuerdo a sus necesidades tecnológicas.

Línea estratégica N°.4 Gestión de precios a través del uso de TIC.

Objetivo General: Conocer aspectos del comportamiento de los clientes con respecto al precio.

Actividades:

1. Elaborar una base de datos de precios donde se registre información cuantitativa sobre las ventas y costos de factores que afectan los precios como: estacionalidad, número de reservas al día, comparación de reservas en tiempos (día, noche, fin de semana, mes).
2. Crear pronósticos de reservas mensuales usando herramientas ofimáticas o con programas especializados.
3. Publicar catálogos de precios en página web y redes sociales de las habitaciones con menor precio.
4. Registrar los hoteles en aplicaciones móviles gratuitas de centros turísticos: INFOBOT y GO2

Línea estratégica N°.5 Community Manager o monitoreo de redes sociales y blog con los que cuenta el hotel.

Objetivo General: Mejorar la atención al cliente a través de información disponible en la red.

Actividades:

1. Delegar a miembros del personal con la función de responder a los comentarios.
2. Evaluar la información de las consultas a través de herramientas como: Facebook Analytics, Webtreens, Omniture y Thinkup.
3. Gestionar los perfiles a través de herramientas que permitan integrar las redes sociales como: TweetDeeck, Sobeas, Seismic.



Línea estratégica N°.6 Crear programa de capacitación del uso de TIC en alianza con universidades.

Objetivo General: Mejorar la gestión por competencia de los trabajadores en la incorporación y uso de TIC.

Actividades:

1. Establecer convenios para que estudiantes de carreras tecnológicas realicen prácticas en los hoteles con la elaboración de base de datos y sistemas de gestión hotelera.
2. Organizar sesiones teóricas y prácticas sobre el diseño de páginas web, cuentas en redes sociales con estilo corporativo, seguridad en línea y reservación on-line.



CAPÍTULO VII. CONCLUSIONES.

De acuerdo a los resultados de la investigación:

En la presente investigación la hipótesis planteada se acepta en un 84% de que las TIC han provocado cambios en la gestión empresarial destacándose la habilitación de la información.

Con respecto a las preguntas de hipótesis que se contrastaron para comprobarla en el programa SPSS versión 22 la hipótesis nula de si los cambios en la gestión empresarial son dependientes del uso de las TIC con el intercambio de información en las empresas hoteleras se acepta en 2.939 valor de Chi- Cuadrado con nivel de significancia del 5%.

Sin embargo, también se ha podido constatar que los hoteles han incorporado más equipo de cómputo (hardware) y programas para sus gestiones (software) que en el año 2008 era una cantidad mínima, en los hoteles activos. Destacando que las TIC inciden en decisiones de inversión porque las modificaciones de infraestructura han permitido aumentar el compendio de equipos tecnológicos que se trata de asignarles un valor agregado para los clientes en especial en los hoteles de menor categoría porque el nivel de tecnología en los hoteles depende de la naturaleza de su categoría.

Las dificultades para el uso e incorporación de las TIC son diferentes al año 2008 donde la principal dificultad era la poca frecuencia de turistas extranjeros en el 2016 en otro contexto las mayores limitantes son: la falta de capacitación y los altos costos.

Es importante señalar que el uso de las TIC en los hoteles ha generado beneficios en la gestión empresarial los hoteles del sector opinaron con un 62% que la mejora en la calidad de los servicios y el ahorro de tiempo es lo que se logra más con el uso de TIC.

La situación del uso de TIC está en el marketing digital pertenece a las dos industrias web más poderosas del mercado hotelero Booking y Tripadvisor de igual manera consideran que Facebook es quien le ha dado más beneficios y en otras ventajas con las TIC se destacan la mejora en la calidad de servicios y el ahorro de tiempo para los hoteles.



CAPÍTULO VIII. RECOMENDACIONES.

Para que la presente investigación sea de utilidad para los beneficiarios principalmente a los empresarios de los hoteles de la ciudad de Estelí:

A los propietarios de los hoteles:

1. Tomar en cuenta las estrategias propuestas en esta investigación estas se basan en una extensa revisión web en especial con la amenaza de comentarios negativos en plataformas como Facebook y Tripadvisor.
2. Crear alianzas estratégicas con empresas del sector público y privado no se puede impactar por si solo a la sociedad ni incorporar TIC se requiere de la integración de diversos sectores y esto resulta ser un buen negocio porque reduce costos.
3. Fomentar el compromiso y motivación de los trabajadores para aprender no se puede olvidar que lo más importante es la calidad del servicio.

Las instituciones que promueven el turismo:

1. Elaborar un plan de acción que contribuya a la publicidad y promoción del marketing digital del sector.

A los estudiantes:

1. Realizar el mismo estudio con metodologías estadísticas diferentes y comparando los datos obtenidos en el año 2016.
2. Ampliar el campo de estudio hacia otras empresas del sector turístico para disponer de nuevas investigaciones para administración turística y hotelera.
3. Realizar un estudio a partir de la opinión de los clientes sobre los diseños y nivel de interacción a través de redes sociales, páginas web.



CAPÍTULO IX. BIBLIOGRAFIA CONSULTADA.

Libros.

David, F, R (2013) *Conceptos de Administración Estratégica decima cuarta edición*, México, Editorial Pearson.

Grupo IFEDES S.A y Gorbe. (2007). *Las TIC en la estrategia* Valencia: Anetcom.

O`Brien (2006) *Sistema de información Gerencial 7 Edición*. México, Editorial McGraw-Hill / interamericana de México.

Vogel (2012) *Tablero de Comando en Iberoamérica*. Argentina, Licencia autorizada por Creative Commons Reconocimiento.

Tesis.

Cámpora, E (2013) *Estudio del impacto de las TIC en el turismo: análisis de su influencia en los habitantes de la ciudad de Gandía durante la planificación de un viaje*" (tesis de grado) Universidad Politécnica de Valencia, España. obtenido de: <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/33985/memoria.pdf?sequence>

Encalada, M (2008) *El Uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación en el Sector Hotelero de la Península de Yucatán; Hacia un Modelo Explicativo*. (Tesis Doctoral) Universidad Politécnica de Madrid, México. Obtenido de: http://oa.upm.es/5300/1/MANUEL_JESUS_CARO_ENCALADA.pdf

Flores, S, (2015). *Proceso administrativo y gestión empresarial en COPROABAS, Jinotega* (Tesis de maestría) UNAN FAREM, Matagalpa, Nicaragua. Obtenido de: <http://repositorio.unan.edu.ni/1800/1/5330.pdf>

González, J, (2013) *gestión empresarial y competitividad en las mypes del sector textil en el marco de la ley n° 28015 en el distrito de la victoria*, (Tesis de grado) Universidad San Martín de Porres, Perú. Obtenido de: http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/1117/1/gonzales_lj.pdf

Lanuza, M (2008) *Incidencia de las TIC en la gestión empresarial del sector hotelero de la ciudad de Estelí*, (Tesis de grado) UNAN-FAREM, Estelí, Nicaragua.



- Sequeira, Y, (2013) *anteproyecto de hotel ecológico en el municipio de Altagracia, en la comarca madroñal en la isla de Ometepe*. (tesis de grado) UNAN- LEON, Nicaragua.
- Martínez, R, (2013) *Servicio de Hotelería*. (tesis de grado), Universidad Tecnológica Intercontinental, Paraguay.
- Dávila, Gómez y Guido (2006) *Diagnóstico Situacional de la Clasificación y Organización Empresarial de los Hoteles y Hostales del Municipio de El Viejo* (tesis de grado), UNAN- LEON, Nicaragua.
- Mojan, I, (2014) *PROPUESTA DE PLAN ESTRATEGICO PARA LA CADENA HOTEL ROYAL DURANTE EL PERIODO 2015-2017* (tesis de maestría) Universidad Centroamericana, UCA Managua, Nicaragua.
- Montiel, I, (2012). *Análisis comparativo del uso de las TICS en las empresas afiliadas a canaco y canacindra*, Universidad Veracruzana, México. Obtenido de: <http://cdigital.uv.mx/bitstream/123456789/30927/1/LuisMontiel.pdf>
- Dávila, Ruiz y Torrez (2015) *propuesta de estrategias de inclusión de las TIC para la contribución al crecimiento económico de las MIPYMES en el sector madera mueble en el municipio de Estelí* (tesis de grado) UNAN-FAREM, Estelí, Nicaragua.
- Flores, Lazo y Palacios (2015) *Uso de las TIC'S en el proceso de enseñanza- aprendizaje de las C.C.N.N en el sexto grado de la escuela José Benito Escobar del municipio de Estelí*. (tesis de grado) UNAN-FAREM, Estelí, Nicaragua.
- Dávila, Valle y Briones (2013) *Factores que influyen en la promoción de los hoteles Don vito y Alameda que afectan el servicio hotelero en la ciudad de Estelí*. (tesis de grado) UNAN-FAREM, Estelí, Nicaragua.
- Pachón (2014) *Impacto de las TICS en el sector turístico* (tesis de grado) Universidad de Valladolid, escuela de ciencias empresariales, España Obtenido de: <https://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/8459/1/TFG-O%20435.pdf>



Rodríguez, J (2013) *Los sistemas de información en el sector hotelero: un modelo de éxito* (tesis doctoral) Universitat de Girona, España. Obtenido de: <http://dugidoc.udg.edu/bitstream/handle/10256/11541/tjmr1de1.pdf?sequence=1>

Leyes.

Reglamento de Hospedería Publicado en La Gaceta No. 203 del 25 de octubre del 2001, Nicaragua. Obtenido de: [http://legislacion.asamblea.gob.ni/normaweb.nsf/\(\\$All\)/D6C75660AF9BD9AD062570A10057E5EC?OpenDocument](http://legislacion.asamblea.gob.ni/normaweb.nsf/($All)/D6C75660AF9BD9AD062570A10057E5EC?OpenDocument)

Norma técnica nicaragüense categorización de hoteles por estrellas Publicada en La Gaceta No. 41 del 01 de marzo del 2012, Nicaragua. obtenido de: [http://legislacion.asamblea.gob.ni/normaweb.nsf/\(\\$All\)/F5D5177A855468B4062579EC0061A886?OpenDocument](http://legislacion.asamblea.gob.ni/normaweb.nsf/($All)/F5D5177A855468B4062579EC0061A886?OpenDocument).

Periódicos.

Bejarano, M, (10 de junio 2016) El sector hotelero nica crece 3% cada año. *El Nuevo Diario*. Obtenido de: <http://www.elnuevodiario.com.ni/economia/394935-sector-hotelero-nica-crece-3-cada-ano/>.

Reynosa, L, (21 de septiembre 2015) Pequeños hoteles crecen y quieren formalizarse. *El Nuevo Diario*. Obtenido de: <http://www.elnuevodiario.com.ni/economia/371056-queremos-formalizar-pequenos-hoteleros/>

Juárez, K (12 de septiembre 2016) Nicaragua es punta de lanza en el uso de las redes sociales. *El Nuevo Diario*, Obtenido de: <http://www.elnuevodiario.com.ni/economia/404094-nicaragua-es-punta-lanza-uso-redes-sociales/>

Rivas, V, (21 de octubre 2015) Oferta hotelera nica crece a 13,000 habitaciones. *El Nuevo Diario*, Obtenido de: <http://www.elnuevodiario.com.ni/economia/374307-oferta-hotelera-nica-crece-13-000-habitaciones/>.

Redacción Central (25 de febrero 2016) Tendencias TICs 2016. *La Prensa*, obtenido de: <http://www.laprensa.com.ni/2016/02/25/suplemento/empresariales/1991946-tendencias-tics-2016>.



Revistas online

Redacción Central (2016, 8 de octubre) Estelí: motor del desarrollo del norte nicaragüense, obtenido de: <http://www.lavozdelsandinismo.com/economia/2016-10-08/esteli-motor-del-desarrollo-del-norte-nicaraguense/>.

Blog.

Marques P. (2011). *CIRCUNSTANCIAS QUE LIMITAN LA EXPANSION DE LAS TIC, México* obtenido de: <http://piliroinformatica.blogspot.com/2011/11/circunstancias-que-limitan-la-expansion.html>.

Cibilis, J (2008) *La importancia de la logística en el Comercio Electrónico*, México Obtenido de: http://pyme.net.uy/documentos/importancia_logistica.htm.

Vilalta, S (18 de abril 2010) *Motores de reservas para el sector Hotelero CRS*. Obtenido de: <https://salvadorvilalta.com/2010/04/18/motores-de-reservas-para-el-sector-hotelero-crs-parte-1/>.

Página web.

Sierra, M. (2006) *Qué es una base de datos y cuáles son los principales tipos de bases de datos*. Obtenido de: http://www.aprenderaprogramar.com/index.php?option=com_attachments&task=download&id=500

Alegsa, (2009) *Definición de Hardware* obtenido de: <http://www.alegsa.com.ar/Dic/hardware.php>.

Restrepo (2013) *El concepto y alcance de la gestión tecnológica* obtenido de: http://ingenieria.udea.edu.co/producciones/guillermo_r/concepto.html.

Administración Turísticas online *Concepto de Hoteles* obtenido de: <http://administracion.realmexico.info/>

Estadística básica *pruebas de chi-cuadrado de ajuste e independencia* obtenido de: http://pendientedemigracion.ucm.es/info/genetica/Estadistica/estadistica_basica%202.

Htm.



Artículo científicos.

Figueroa y balletero (2007) La gestión de la información en el sector hotelero madrileño la inversión en TICS, la importancia de la conectividad y las características del hotel. *Dialnet*, Vol. 1, 26- 4.

Claver, Molina y Pereira (2005) Estrategias y ventajas competitivas de los hoteles españoles y su relación con el desempeño, *PAPERS*, Vol. 37-38.

García, soto y González (2011) Los sistemas informáticos de gestión hotelera y los beneficios de su implementación, *TUR y Des*, Vol. 4.



X. ANEXOS.

ANEXO N°. 1. GUÍA DE ENCUESTA

Somos estudiantes del V año de la carrera de Administración de Empresas de la UNAN-Managua/ FAREM-Estelí, se pretende realizar un análisis comparativo sobre el uso de la TIC en la gestión empresarial de los hoteles de la ciudad de Estelí, entre los años 2008 y 2016.

Instrucciones: Marque con una x o encierre la opción que prefiera.

Objetivos:

1. Identificar los cambios en la gestión empresarial con el uso de las TIC en los hoteles, entre los años 2008 y 2016.
2. Comparar las limitantes para el uso de las TIC en los hoteles en los años 2008 y 2016.
3. Determinar el crecimiento de la utilización de las TIC en los hoteles, del año 2016, en relación al año 2008.

ENCUESTA SOBRE EL USO DE LAS TIC DIRIGIDA A EMPRESARIOS DE LOS HOTELES DE LA CIUDAD DE ESTELI

I- Información general de la empresa en 2016

Nombre del Hotel: -

Número de habitaciones _____ Categoría: _____

Personal en 2016. Entre 1-5 _____ 6-30 _____ 31-
100 _____

Personal fijo: _____

Personal por horario: _____

Personal total: _____

II. Equipo de cómputo y programas en los hoteles.

1. ¿Número de computadoras que posee la empresa? _____

2. ¿Número de computadoras distribuidas por área?

Gerencia _____ Contabilidad _____



Administración _____ Recepción _____

Otras (Anote) _____

3. ¿Cuenta con un técnico permanente o temporal que les de mantenimiento a los equipos?

Sí _____ No _____

4. ¿Dispone la empresa de las herramientas TIC?

	Si	No
Sistema contable		
Cuentas en redes sociales		
Correo electrónico		

Otras (Anote) _____

5. ¿Usted utiliza las TIC para que las decisiones estratégicas de su empresa sean más acertadas y así evitar riesgos? Sí _____ No _____

6. ¿El uso de la información que recibe el hotel, sirve para generar una base de datos que ayuda en la toma de decisiones y en la satisfacción de las necesidades de sus clientes? Sí _____ No _____

7. ¿Qué tipo de decisiones les facilita tomar la información que le proporciona el uso de las TIC en su empresa?

	Si	No
Penetrar en nuevos mercados		
Inversiones en infraestructuras		
Realizar compras		
Le permite la solución de problemas		

Otras (anote): _____

8. Cuenta la empresa con un programa de capacitación para el personal en el uso de las TIC? Sí _____ No _____

9. ¿Si la pregunta anterior es afirmativa el personal se capacita en manejo de idiomas extranjeros?

Sí _____ No _____

10. ¿Si la pregunta de capacitación es afirmativa que habilidades cree usted que han desarrollado sus trabajadores a partir de las capacitaciones brindadas respecto al uso de las TIC?



	Si	No
Manejo de información		
Detectar oportunidades		
Contacto con clientes		

Otras (Anote): _____

11. ¿En qué grado está usted de acuerdo sobre los cambios que ha provocado las TIC en su empresa? (3 es el valor máximo)

	Poco	Regular	Mucho
¿Ha disminuido la carga de trabajo para sus trabajadores?			
¿Ha habido eliminación de tareas rutinarias?			
¿Ha supuesto unión de Departamentos?			
¿Ha mejorado el intercambio de información?			
¿Ha aumentado el ámbito de actuación de sus usuarios?			
¿Ha facilitado el trabajo en equipo?			

II. Limitantes de las TIC.

12. ¿Qué factores le impiden adquirir y usar las Tecnologías de la información y la Comunicación?

	Si	No
Falta de capacitación		
Resistencia al cambio		
Inseguridad		
Altos costos		
Cultura		

Otros (Anote): _____

13. ¿Cuáles considera que son los principales obstáculos para vender mediante Internet? Califique su importancia (Poco, Regular, Mucho.)



	Poco	Regular	Mucho
Existen problemas de seguridad relacionados con los pagos			
Existe incertidumbre respecto al marco legal de las ventas por Internet			
Problemas logísticos			

Otros (Anote): _____

14. ¿Cuáles son los costos de mantenimiento mensual del Software y equipos tecnológicos en su empresa?

De \$ 60 a 100: _____

De \$ 101 a 140: _____

De \$ 141 a más: _____

15. Si la respuesta de la capacitación fue afirmativa, en la última capacitación dada a sus trabajadores sobre las TIC. ¿Cuánto fue el costo en que incurrió la empresa?

De \$60 a 100 _____

De \$101 a 140 _____

De \$141 a más _____

16. ¿Considera que las inversiones que realiza la empresa en las TIC son compensadas con los beneficios que estás brindan?

Sí _____ No _____

17. ¿En la empresa utilizan el financiamiento y ayuda para realizar inversiones en las TIC?

Si: _____ No: _____

18. ¿Considera que la frecuencia de turistas en Estelí tanto nacionales como extranjeros ha aumentado en los últimos años?

Poca	Regular	Mucha

III. Utilización de las TIC en los hoteles.

19. ¿Usted como empresario ¿Qué tipos de servicios tecnológicos brinda a sus clientes como valor agregado?

Tv en habitaciones _____

Internet _____

Llamadas telefónicas _____

Otros (anote) _____



20. ¿Dispone la empresa de conexión a internet?

Sí _____ No _____

21. ¿Con que tipo de conexión accede a internet?

Red de Área Local (LAN) por cable _____

Red de Área Local Wi-Fi (W-LAN) _____

22. ¿Con que finalidad utiliza la empresa Internet?

Servicios Bancarios _____

Obtener información _____

Formación y aprendizaje _____

Otros (Anote):

Sí **No**

23. ¿Dispone la empresa de página web? _____

--	--

24. ¿En caso afirmativo, indique los servicios disponibles en la página web?

	Si	No
Comercialización de productos de la empresa (Promociones, Marketing, publicidad)		
Facilidades de acceso a catálogos de productos y listas de precios		
Personalización del sitio para los clientes habituales		

Otros (Anote): _____

IV. TIC en los hoteles en el año 2016.

25. ¿El hotel es miembro de buscadores y blog para hoteles?

	Si	No
Booking		
Tripadvisor		
Otros motores de búsqueda		

26. ¿Qué aplicaciones de TIC ligadas a los clientes ha brindado más beneficios al marketing de la empresa?



	Poco	Regular	Mucho
Página web del hotel			
Facebook			
Buscadores para hoteles.			

27. Califique la importancia de los beneficios que considere más relevantes del uso de las TIC en la empresa.

Alternativas	Poco	Regular	Mucho
Mejora de la calidad de los servicios.			
Mayor número de clientes atendidos.			
Reducción de costos en el negocio.			
Ahorro de tiempo.			
Mantenerse a la altura de la competencia.			

28. Señale la utilización de programas (software) en las gestiones de la empresa.

Gestión de clientes _____ Gestión de recursos humanos _____

Gestión de Logística _____ Contabilidad _____

Utiliza un solo programa para todas sus gestiones _____

29.. ¿El hotel tiene como política la renovación de las TIC?

Sí _____ No _____

30. ¿Cómo considera que ha sido el crecimiento del uso de las TIC en la empresa?

Poco	Regular	Mucho

Información proporcionada por:

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN



ANEXO NO 2
GUIA DE ENTREVISTA SEMI-ESTRUCTURADA
Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua
UNAN-Managua
Facultad regional multidisciplinaria, Estelí
FAREM-Estelí.

Somos estudiantes del V año de la carrera de Administración de Empresas de la UNAN-Managua/ FAREM-Estelí, se pretende realizar un análisis comparativo sobre el uso de la TIC en la gestión empresarial de los hoteles de la ciudad de Estelí, entre los años 2008 y 2016.

Entrevista dirigida a Propietarios de hoteles de la Ciudad de Estelí

Objetivo: Identificar los cambios en la gestión empresarial con el uso de las TIC en los hoteles, entre los años 2008 y 2016.

1. ¿Qué cambios ha provocado el uso de las TIC en su empresa en los últimos años?
2. ¿Cuál es el beneficio más importante que ha obtenido con el uso de las TIC a medida de los años en la relación con los clientes? ¿Porque?
3. ¿Considera que el nivel de capacitación del personal en el uso de las TIC tiene que aumentar a medida de los años? ¿Porque?

Objetivo: Comparar las limitantes para el uso de las TIC en los hoteles en los años 2008 y 2016.

4. ¿Cuál considera que es la principal limitante que le impide incorporar las TIC en su empresa? ¿Porque?
5. ¿Menciones los principales obstáculos que le impiden incorporar TIC a su empresa en los últimos años?
6. ¿Alguna vez ha encontrado clientes insatisfechos con respecto alguna actividad que procese información con las tecnologías utilizadas por el hotel?

Objetivo: Determinar el crecimiento de la utilización de las TIC en los hoteles, del año 2016, en relación al año 2008

7. ¿Cuál es la importancia de que el hotel cuente con programas especializados para su gestión?
8. ¿Qué aplicación de TIC ha sido la más beneficiosa en su empresa? ¿Porque?
9. ¿Cómo valora en los últimos años el crecimiento de las TIC?



ANEXO NO 3
GUIA DE ENTREVISTA
Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua
UNAN-Managua
Facultad regional multidisciplinaria, Estelí
FAREM-Estelí.

Somos estudiantes del V año de la carrera de Administración de Empresas de la UNAN-Managua/ FAREM-Estelí, se pretende realizar un análisis comparativo sobre el uso de la TIC en la gestión empresarial de los hoteles de la ciudad de Estelí, entre los años 2008 y 2016.

Entrevista a delegada del INTUR

Objetivo: Complementar información para análisis de resultados.

- 1- ¿Cuenta el INTUR con programas de capacitación sobre el uso de TIC en los hoteles?
- 2- ¿Cuál considera que son las debilidades para incorporar las tecnologías en las empresas turísticas?
- 3- ¿Cómo es la relación entre el INTUR como ente regulador con los empresarios hoteleros?
- 4- ¿El número de huéspedes en Estelí ha aumentado en estos últimos años?
- 5- ¿Hay una organización en Estelí que trabaje directamente con los hoteles?



27. ¿Qué aplicaciones de TIC'S ligadas a los clientes ha brindado más beneficios al marketing de la empresa?

	Poco	Regular	Mucho
Páginas web			✓
Facebook			✓
Registro en buscadores google Maps			✓

28. ¿El hotel tiene como política la renovación de las TIC'S?

Sí No

29. ¿Cómo considera que ha sido el crecimiento del uso de las TIC'S en la empresa?

Poco	Regular	Mucho
		✓

Información proporcionada por:

Gretel Alvarez Cruz



MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Ilustración 4 Encuestas selladas, escaneadas por Brenda Lazo.



TABLA 3-Distribución Chi Cuadrado χ^2

P = Probabilidad de encontrar un valor mayor o igual que el chi cuadrado tabulado, v = Grados de Libertad

v/p	0,001	0,0025	0,005	0,01	0,025	0,05	0,1	0,15	0,2	0,25	0,3	0,35	0,4	0,45	0,5
1	10,8274	9,1404	7,8794	6,6349	5,0239	3,8415	2,7055	2,0722	1,6424	1,3233	1,0742	0,8735	0,7083	0,5707	0,4549
2	13,8150	11,9827	10,5965	9,2104	7,3778	5,9915	4,6052	3,7942	3,2189	2,7726	2,4079	2,0996	1,8326	1,5970	1,3863
3	16,2660	14,3202	12,8381	11,3449	9,3484	7,8147	6,2514	5,3170	4,6416	4,1083	3,6649	3,2831	2,9462	2,6430	2,3660
4	18,4662	16,4238	14,8602	13,2767	11,1433	9,4877	7,7794	6,7449	5,9886	5,3853	4,8784	4,4377	4,0446	3,6871	3,3567
5	20,5147	18,3854	16,7496	15,0863	12,8325	11,0705	9,2363	8,1152	7,2893	6,6257	6,0644	5,5731	5,1319	4,7278	4,3515
6	22,4575	20,2491	18,5475	16,8119	14,4494	12,5916	10,6446	9,4461	8,5581	7,8408	7,2311	6,6948	6,2108	5,7652	5,3481
7	24,3213	22,0402	20,2777	18,4753	16,0128	14,0671	12,0170	10,7479	9,8032	9,0371	8,3834	7,8061	7,2832	6,8000	6,3458
8	26,1239	23,7742	21,9549	20,0902	17,5345	15,5073	13,3616	12,0271	11,0301	10,2189	9,5245	8,9094	8,3505	7,8325	7,3441
9	27,8767	25,4625	23,5893	21,6660	19,0228	16,9190	14,6837	13,2880	12,2421	11,3887	10,6564	10,0060	9,4136	8,8632	8,3428
10	29,5879	27,1119	25,1881	23,2093	20,4832	18,3070	15,9872	14,5339	13,4420	12,5489	11,7807	11,0971	10,4732	9,8922	9,3418
11	31,2635	28,7291	26,7569	24,7250	21,9200	19,6752	17,2750	15,7671	14,6314	13,7007	12,8987	12,1836	11,5298	10,9199	10,3410
12	32,9092	30,3182	28,2997	26,2170	23,3367	21,0261	18,5493	16,9893	15,8120	14,8454	14,0111	13,2661	12,5838	11,9463	11,3403
13	34,5274	31,8830	29,8193	27,6882	24,7356	22,3620	19,8119	18,2020	16,9848	15,9839	15,1187	14,3451	13,6356	12,9717	12,3398
14	36,1239	33,4262	31,3194	29,1412	26,1189	23,6848	21,0641	19,4062	18,1508	17,1169	16,2221	15,4209	14,6853	13,9961	13,3393
15	37,6978	34,9494	32,8015	30,5780	27,4884	24,9988	22,3071	20,6030	19,3107	18,2451	17,3217	16,4940	15,7332	15,0197	14,3389
16	39,2518	36,4555	34,2671	31,9999	28,8453	26,2962	23,5418	21,7931	20,4651	19,3689	18,4179	17,5646	16,7795	16,0425	15,3385
17	40,7911	37,9462	35,7184	33,4087	30,1910	27,5871	24,7690	22,9770	21,6146	20,4887	19,5110	18,6330	17,8244	17,0646	16,3382
18	42,3119	39,4220	37,1564	34,8052	31,5264	28,8693	25,9894	24,1555	22,7595	21,6049	20,6014	19,6993	18,8679	18,0860	17,3379
19	43,8194	40,8847	38,5821	36,1908	32,8523	30,1435	27,2036	25,3289	23,9004	22,7178	21,6891	20,7638	19,9102	19,1069	18,3376
20	45,3142	42,3358	39,9969	37,5663	34,1696	31,4104	28,4120	26,4976	25,0375	23,8277	22,7745	21,8265	20,9514	20,1272	19,3374
21	46,7963	43,7749	41,4009	38,9322	35,4789	32,6706	29,6151	27,6620	26,1711	24,9348	23,8578	22,8876	21,9915	21,1470	20,3372
22	48,2676	45,2041	42,7957	40,2894	36,7807	33,9245	30,8133	28,8224	27,3015	26,0393	24,9390	23,9473	23,0307	22,1663	21,3370
23	49,7276	46,6231	44,1814	41,6383	38,0756	35,1725	32,0069	29,9792	28,4288	27,1413	26,0184	25,0055	24,0689	23,1852	22,3369
24	51,1790	48,0336	45,5584	42,9798	39,3641	36,4150	33,1962	31,1325	29,5533	28,2412	27,0960	26,0625	25,1064	24,2037	23,3367
25	52,6187	49,4351	46,9280	44,3140	40,6465	37,6525	34,3816	32,2825	30,6752	29,3388	28,1719	27,1183	26,1430	25,2218	24,3366
26	54,0511	50,8291	48,2898	45,6416	41,9231	38,8851	35,5632	33,4295	31,7946	30,4346	29,2463	28,1730	27,1789	26,2395	25,3365
27	55,4751	52,2152	49,6450	46,9628	43,1945	40,1133	36,7412	34,5736	32,9117	31,5284	30,3193	29,2266	28,2141	27,2569	26,3363
28	56,8918	53,5939	50,9936	48,2782	44,4608	41,3372	37,9159	35,7150	34,0266	32,6205	31,3909	30,2791	29,2486	28,2740	27,3362
29	58,3006	54,9662	52,3355	49,5878	45,7223	42,5569	39,0875	36,8538	35,1394	33,7109	32,4612	31,3308	30,2825	29,2908	28,3361

Ilustración 5 Tabla de chi-cuadrado descargada de: http://labrad.fisica.edu.uy/docs/tabla_chi_cuadrado.pdf

Tabla 26 Tipos de Redes
Universo: 19 hoteles encuestados

		Respuestas	
		N	Porcentaje
Redes	Red de Área Local (LAN) por cable	5	22.7
	Red de Área Local Wi-Fi (W-LAN)	17	77.2
Total		22	100.0%

Fuente: Datos primarios encuesta, junio- agosto 2016



Hostal El Mesón (Estelí, Nicaragua) - Hotel - Opiniones y comentarios - TripAdvi



montelimar172
Managua, Nicaragua

Critico de nivel

18 opiniones

8 opiniones sobre hoteles

17 votos útiles

¿Te fue útil?

Agradécele a Olgaentropia

Denunciar

“Solo para Dormir”

Escribió una opinión el 19 marzo 2012

En realidad es más una posada que hotel, por que solo alquilan la habitación y no incluyen la comida, el precio es favorable, las habitaciones no son lujosas pero si básicas y cuenta con internet y tv por cable más garaje. Lo malo es que tiene el patio semihabierto y se podía ver y oír toda la fiesta que tenía...

[Más](#)

¿Te fue útil?

1 Agradécele a montelimar172

Denunciar



stokeyste...
Londres, Reino Unido

Critico de nivel

59 opiniones

51 opiniones sobre hoteles

29 votos útiles

“Básico pero bueno por el precio”

Escribió una opinión el 8 enero 2016 mediante dispositivo móvil

Esta opinión ha sido traducida de forma automática desde el inglés [¿Qué es esto?](#)

Mostrar traducciones automáticas Sí No

SDL
Language Cloud

No esperes lujo, es bastante sencillo en cuanto a las habitaciones. Dijo que por el precio que está bien. La zona del jardín es agradable y nuestra habitación estaba limpia, pero una pared adecuada de partición para el baño podría haber sido mejor, algunas cosas simplemente tendrá que hacer en privado. Era un poco ruidoso por la noche, aunque no...

[más](#)

¿Qué te pareció esta traducción?

Denunciar



BVW2014
Toronto, Canadá

Critico de nivel

31 opiniones

26 opiniones sobre hoteles

12 votos útiles

“No me alojaría aquí de nuevo.”

Escribió una opinión el 20 diciembre 2015

Esta opinión ha sido traducida de forma automática desde el inglés [¿Qué es esto?](#)

Mostrar traducciones automáticas Sí No

SDL
Language Cloud

Supongo que debe haber mejores habitaciones que, después de leer las críticas, pero tuvimos una muy mala experiencia. No soy un viajero exigente, y nunca hemos dejado un hostel que haya reservado, pero si me había inspeccionado esta habitación antes me habría ido y vuelto a Sonati o algún otro lugar. Llegamos y nos dejó nuestras cosas, señaló que la...

[más](#)

¿Qué te pareció esta traducción?

Denunciar

Ilustración 6 Comentarios negativos en Tripadvisor.

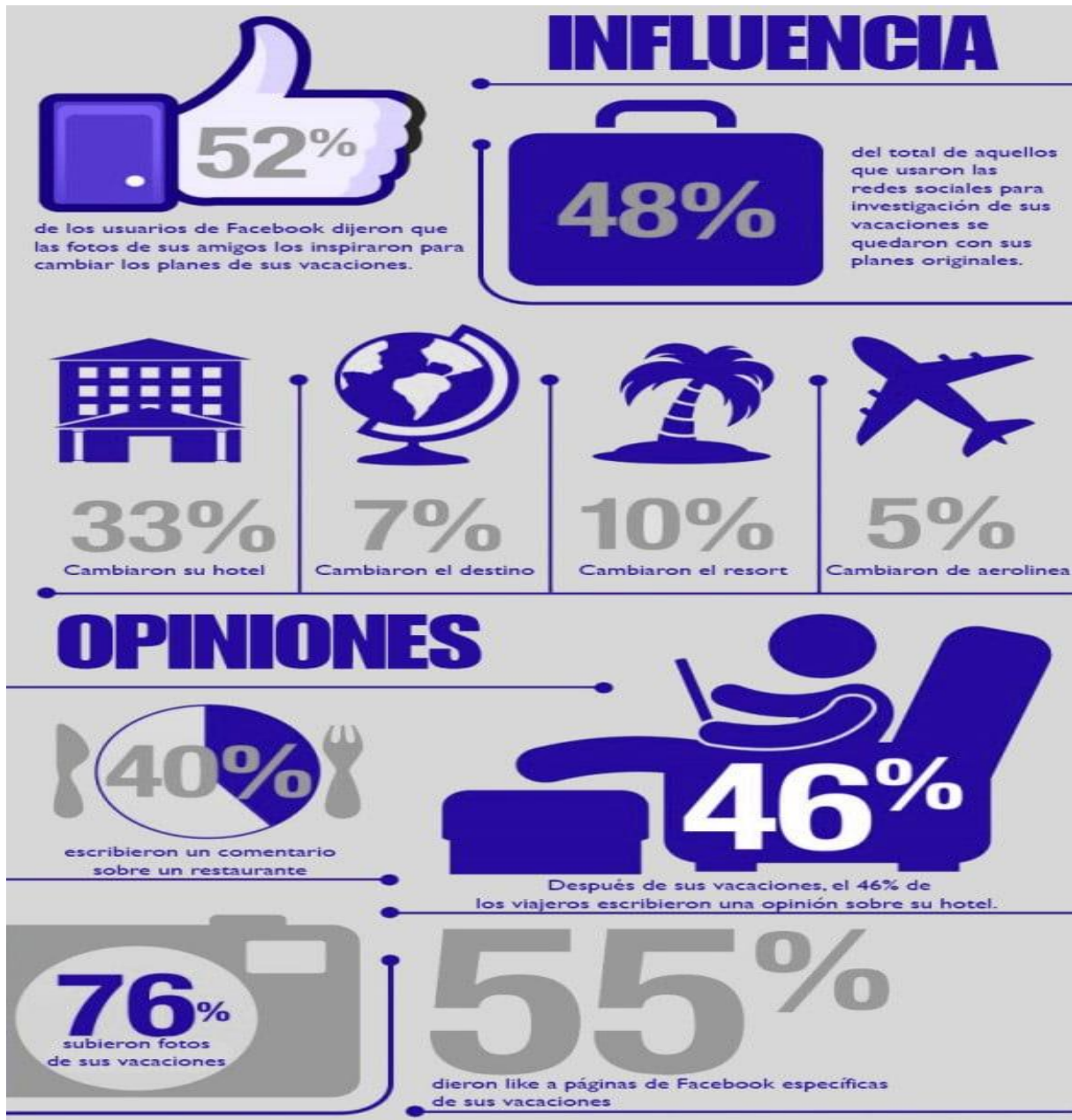


Ilustración 7 Influencia de Facebook en los hoteles obtenida de:
<http://www.ihcshotelconsulting.com/es/redes-sociales-para-hoteles/>.



Tabla 27 Registro de hoteles con herramientas on-line dirigidas a la reservación.

Universo: 19 hoteles encuestados.

Hoteles	Página web	Tripadvisor	Booking	Facebook con opción a reservar
Alameda		Si	Si	
Camilo's				
Campestre Estelí				
Cuallitlan		Si		
Don vito	www.hoteldonvitoesteli.com	Si	Si	
El Chico				
El mesón		Si	Si	
Estelimar				
Hex Estelí	www.hotelhex.com.ni	Si	Si	
La Campiña	www.campinaesteli.com			
Las Américas				
Las Cornisas			Si	
Los Arcos	www.hotelarcosesteli.com	Si	Si	Si
Mery			Si	
Panorama # 1				
Panorama # 2				
Puro Estelí	www.hotelpuroesteli.com			
Los Altos		Si	Si	Si
Don Tomas				
Casa Vínculo	www.vinculosesteli.org/		Si	

Fuente: Elaboración propia basada en encuestas y revisión web.

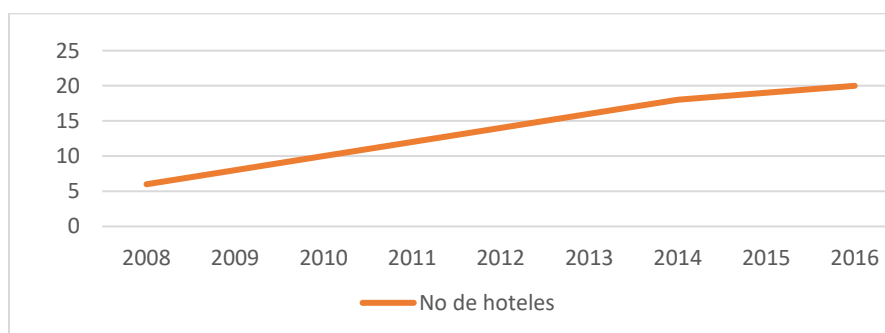


Gráfico 12 Elaboración propia basada en las dos investigaciones.