



# ARTICULO CIENTIFICO

**Tema:**

**Incidencia de las Tecnología de Información y Comunicación (TIC) en la promoción turística del Restaurante Vuela Vuela ubicado en la ciudad de Estelí**

**Autoras:**

- **Escoto Reyes María Belén.**
- **Flores Pérez Emiling Dayana.**
- **Morales Ortega Jailene Danelia.**

**Tutor: MSC. Aminta Briones Lazo**



## Resumen

A través de la presente investigación final de la carrera de Turismo Sostenible se pretende evaluar el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en la promoción turística del restaurante Vuela Vuela, ubicado en la ciudad de Estelí, dando énfasis en los distintos ámbitos que mejoren la promoción turística del mismo. Para esto, en primer lugar se presenta una breve introducción acerca de la historia acerca de cómo surgen las TIC en el ámbito del turismo, que ayude a comprender con más cabalidad dicha investigación.

En segundo lugar, describiremos el impacto de las TIC en el restaurante con el fin de averiguar si éstas han sido utilizadas de forma correcta para promocionar el local. En tercer lugar, se diagnosticó el tipo de dispositivos que son utilizadas dentro del restaurante Vuela Vuela y el impacto que ha tenido la tecnología en dicha empresa, dando respuesta a las propuestas estratégicas que se han creado con el fin de mejorar la promoción turística.

También comentamos algunas de las aplicaciones informáticas más utilizadas actualmente en los restaurantes para promocionarse a nivel internacional a través de las redes sociales, páginas web y otros medios de intercomunicación.

**Palabras claves:** Tecnologías de la información y la comunicación, Marketing digital, Promoción turística.



## Summary

Across the present final investigation of the career of Sustainable Tourism one tries to evaluate the use of the Technologies of the Information and the Communication in the tourist promotion of the Vuela Vuela Restaurant, located in Estelí's city, giving emphasis in the different areas that improve the tourist promotion of the same one. For this, first one presents a brief introduction brings over of the history brings over from how the TIC arise in the area of the tourism, which helps to understand with more the above mentioned investigation.

Secondly, we will describe the impact of the TIC in the restaurant in order to quarrel if these have been used of correct form to promote the place. Thirdly, there will be diagnosed the type of technologies that are used inside the restaurant and the impact that the tecnology had in the above mentioned site, giving response to the strategic offers that have been created in order to improve the tourist promotion.

Also we will comment on some of the applications most used nowadays in the restaurants to improve itself worldwide across the social networks, web pages and other means of intercommunication.

After the pass of a survey, there has been analyzed the degree of influence of the TIC in the marketing and promotion of the restaurant, that gave specific guidelines to comments that helped to understand the need to improve the tourist promotion of the restaurant across the use of the TIC.

**Key words:** Technologies of the information and the communication, digital Marketing, tourist Promotion.



## Introducción

Para poder comprender el momento actual, en el que continuamente se están produciendo profundas innovaciones tecnológicas que implican grandes cambios en nuestro entorno, es importante entender y analizar cómo se ha llevado a cabo el proceso evolutivo de la tecnología.

Si es necesario establecer un punto de partida, Bosco (1995) se sitúa como inicio de la nueva etapa de las telecomunicaciones el momento en que Samuel More en 1844 envía el primer mensaje de telégrafo, seguido años después por la invención del teléfono (1876), el transistor (1948), entre otras invenciones.

Pero si se pretende indicar un antes y un después en las TIC, hay que situarse en el inicio de la Era Digital que se puede establecer en la década de los 70. Ya posteriormente en los 80 se produce la cohesión entre electrónica, informática y telecomunicaciones, que de forma conjunta posibilitan la interconexión entre redes.

Actualmente se está haciendo un gran uso de las nuevas tecnologías en numerosos campos del sector turístico (Restauración, Hotelería, Agencias de viajes), como sector amplio y variado que agrupa a organizaciones que ofrecen distintos servicios, también se ha visto influenciado en gran medida por las nuevas tecnologías.

Con el continuo desarrollo de nuevas tecnologías, el sector turístico se encuentra actualmente en una fase de cambio al igual que las empresas que lo conforman, las cuales han experimentado en los últimos años un proceso de reorganización y cambio en el modo en que operan para promocionarse a nivel internacional. En este sentido, nuestro objetivo es analizar el impacto de las nuevas tecnologías en Restaurante Vuela Vuela con el fin de conocer qué ventajas y beneficios les aportan a los mismos, enfocado prioritariamente en la promoción turística.

La presente investigación lleva por tema *“Incidencia de las Tecnología de Información y Comunicación (TIC) en la promoción turística del Restaurante Vuela Vuela”*, cuyo propósito fue evaluar el uso de las TIC en la promoción turística del restaurante, para brindarles a los encargados, una herramienta que les permita implementar estrategias de marketing digital, que den a conocer los servicios y promociones del restaurante.



En la actualidad el restaurante Vuela Vuela presenta una serie de problemáticas en cuanto al uso de las TIC en la promoción turística se refiere, por medio de los resultados obtenidos en la presente investigación, se plantean estrategias de mejoramiento en promoción y publicidad, a través del buen uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación.

Se establecieron tres fases, dentro de ellas, la fase de fundamentación científica, el cual comprendió el proceso de integración de información que dio lugar a establecer un tema específico, definir los objetivos y puntualizar mejor los elementos a abordar, seguido por la fase de campo, dedicada a la aplicación de instrumentos, observación, sondeo y visita al restaurante, para finalizar se estableció la fase de análisis de datos, ésta abarcó el proceso de procesamiento de datos y organización de la información que funcionaría como base para fijar las estrategias de mejoramiento.

Luego de numerosas críticas por parte de los clientes acerca del Restaurante Vuela Vuela y su deficiente promoción afirman la debilidad que puede llevar al decaimiento del local, esto debido al gran impacto de las nuevas tecnologías en el sector hoy en día. Sin embargo, personalmente opinamos que este restaurante posee una característica muy importante, en donde el factor humano es imprescindible, y esta característica es el trato personal y directo que ofrecen al cliente. Por tal razón la base de la presente investigación.



## Desarrollo

El restaurante Vuela Vuela, surgió en el año 2001 como una iniciativa de proyecto dentro de la Fundación Española “Familias Unidas” ONG de cooperación al desarrollo, este se desarrolló como una alternativa para generar mayor ingresos económicos a la ciudad y a la misma fundación, primeramente se creó el restaurante Vuela Vuela, el cual se ubicó en la parte más antigua de la construcción, a su vez el local ofrecía cursos libres de cocina, belleza, computación y albañilería, en donde jóvenes del curso de albañilería, decidieron realizar sus prácticas en el mismo local y construir un hotel que funcionaría en conjunto con el restaurante.

En la actualidad dicho proyecto sigue vigente, se han apoyado a distintas personas en el ámbito cultural (deportes), educativo y hasta de salud. Por eso es conocido por ser este un restaurante solidario.

La idea de este trabajo surgió de la necesidad de incursionar en el mundo del marketing y de la tecnología, es decir, valorar que tanto han influido las TIC en el éxito de las empresas turísticas de la ciudad de Estelí, eligiendo este restaurante, debido a la disposición que presentaron sus propietarios y al tiempo que han laborado en esta ciudad.

Se notó que, hay deficiencia en cuanto a marketing digital se habla, dicho restaurante aún utiliza estrategias de publicidad muy convencionales, con desfases de hasta diez años, y así mismo para su funcionamiento interno, ya que, sus aparatos tecnológicos no están en buen estado, y merecen un cambio, lo que hace que aún se utilicen la facturación manual.

Por lo antes mencionado consideramos que el presente trabajo de investigación cuyo tema versa específicamente sobre “Incidencia de las Tecnología de Información y Comunicación (TIC) en la promoción turística del Restaurante Vuela Vuela ubicado en el casco urbano de la ciudad de Estelí” revelará datos de mucha importancia que permitirán tener un panorama oportuno del tema, ya que se estima que la información descrita favorecerá a los propietarios del establecimiento.

Es importante expresar la repercusión que posee dicha investigación, para mejorar el uso de las TIC en el restaurante, ya que contribuirá a ampliar los conocimientos turísticos en esta área y sobre todo se empezará a despertar el interés para realizar investigaciones en las distintas empresas turísticas de la ciudad de Estelí, además se centralizarán y se aportarán a su



vez, datos, descripciones y críticas que mejorarán el uso de las TIC en la promoción de los restaurantes de la ciudad de Estelí, sirviendo de base el restaurante Vuela Vuela.

### **Metodología**

Se utilizó el método inductivo según su objeto y método de abordaje, así mismo se puso en práctica la investigación exploratoria y descriptiva; se considera de corte transversal ya que esta investigación está definida en el tiempo comprendido de septiembre, octubre y noviembre del año 2016.

El método utilizado fue objetivo, claro y preciso en el progreso del documento, el cual se afirma en criterios teóricos y conceptuales expuestos por diferentes autores que brindaron mayor credibilidad al documento.

Se contó así mismo con el apoyo de informantes claves, como los propietarios del restaurante y también del Instituto Nicaragüense de turismo en la ciudad de Estelí.

Para obtener la información durante el trabajo de campo se utilizaron técnicas e instrumentos de carácter cualitativo y cuantitativo tales como: Revisión documental, observación Participante, entrevista, encuesta, grupo focal, lo que convirtió nuestra investigación en mixta.

El presente trabajo investigativo está enmarcado en la realización de una descripción y evaluación que refleje el uso de las TIC en la promoción turística del restaurante Vuela Vuela, localizado en la ciudad de Estelí.

**Materiales utilizados para la recolección de datos:** Libreta de apuntes, cámara, memoria USB, entrevistas en físico, encuesta en físico lapicero, teléfono móvil.

**Medios utilizados para el procesamiento de datos:** Se utilizaron los programas de Excel y Statistical Product and Service Solutions (SPSS) para procesar los datos y reflejarlos a través de gráficos.

**Muestreo:** Este está considerado bajo el método de muestreo no probabilístico, en aleatorio intencional, ya que seleccionamos intencionadamente los individuos de la población, este tipo de muestreo fue elegido convenientemente por los recursos y por la disponibilidad de los propietarios del local.



## **Fases de la investigación**

### **1. Fase de fundamentación científica**

Con respecto a, Roberto Hernández Sampieri, esta fase comprende el proceso de preparación, organización y planificación de la investigación, en el cual se realiza un cronograma de trabajo que ayudará como guía en el transcurso del trabajo, así mismo abarca el proceso de recolección de información que se utilizó para comprender más a fondo el tema, reforzando los conocimientos necesarios para llevar a cabo la elaboración del documento.

Durante esta etapa se elaboró con ayuda docente el protocolo de la investigación, el cual expresa con precisión los objetivos y el plan de investigación, siendo éste base del investigador, para abordar cada punto indispensable que permitieron orientar los lineamientos conceptuales, y la ejecución de éste.

### **2. Fase de campo**

Según Sampieri esta fase integra el proceso de recopilación de datos la cual se realizó del 27 de octubre al 11 de noviembre. En este punto se visitó el restaurante Vuela Vuela y se aplicaron dichos instrumentos al responsable inmediato del local (administradora), gerente y clientes. Así mismo, se implementó la observación participante, para una percepción clara de la situación real del local.

### **3. Análisis de datos**

En el libro de Metodología de la investigación, se aborda esta fase como clausura del proceso de información e investigación, ya que establece que de acuerdo a lo que se obtuvo en la etapa anterior dependen los resultados y el procesamiento de datos. Es importante señalar que, el éxito de esta fase depende de la sistematización objetiva y clara que se haya realizado de antemano.

En ésta etapa se pudo ordenar, analizar e interpretar la información reunida durante la fase de campo. Una vez procesado todos los datos se inició a la redacción de los resultados obtenidos. (Sampieri, 2007)



**Resultados**

El restaurante Vuela Vuela, se creó en el año 2001 como una iniciativa de proyecto dentro de la Fundación Española “Familias Unidas” ONG de cooperación al desarrollo, el motivo principal por el cual se crea dicho restaurante fue para la contribución al desarrollo económico de la ciudad de Estelí, a través de los programas de formación y entretenimiento dirigidos a la niñez y juventud. Esta fundación dedica todos los beneficios obtenidos a la realización de proyectos sociales, por esta razón se le ha denominado como un Restaurante Solidario.

**Medios más utilizados por el restaurante Vuela Vuela para la promoción turística**

<b>Radio</b>	Se crean anuncios de radio, anunciando las promociones y menús especiales de temporada.
<b>Perifoneo</b>	Se realiza un recorrido por la ciudad, mencionando las promociones actuales del establecimiento.
<b>Publicidad en el exterior</b>	Colocan mantas con las promociones mensuales o de aniversario.
<b>Brochure</b>	Promocionan el restaurante a través de brochures, ubicados en otros establecimientos y/o agencias de viaje. 
<b>Internet</b>	Se promocionan en esta plataforma virtual a través de la página en Facebook y página web oficial. 
<b>Revistas</b>	Publican anuncios en revistas y periódicos nicaragüenses.

Fuente: Propia



## Estrategias de marketing digital para mejoramiento de promoción y publicidad del Restaurante Vuela Vuela.

Según el estudio realizado durante la fase campo, se evaluaron los distintos aspectos que proporcionaron una perspectiva más verídica, del uso que le ha concedido el Restaurante Vuela Vuela a la tecnología, y cómo ha dirigido sus ventajas para promocionarse en la ciudad y ser más competitivo en el mercado.



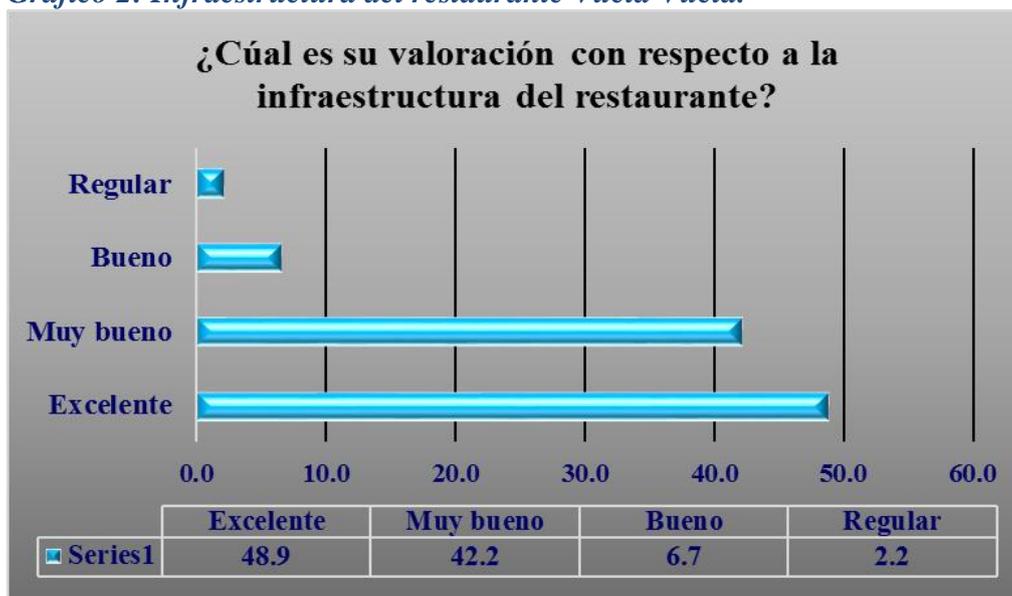
*Gráfico 1. Promoción actual del restaurante.*

El siguiente gráfico expresa que la mayoría de las personas conocieron el restaurante a través de la publicidad boca a boca, siendo esta una de las estrategias de marketing más antiguas, es notable la insuficiencia que el restaurante posee en referencia s la promoción turística.

Para dicho análisis, se ha expresado a través de gráficos los distinto aspectos que ayudaron a valorar cuales son las ventajas de las cuales el restaurante puede sacar provecho para promocionarse de manera más efectiva y atractiva. Este estudio se hizo a través de encuestas las cuales se dirigieron especialmente a los clientes del Restaurante.



Gráfico 2: Infraestructura del restaurante Vuela Vuela.



El gráfico manifiesta que el restaurante, según la opinión de los clientes presenta una infraestructura excelente, esto, incide al momento de ofrecer un servicio en el que el cliente se sienta satisfecho y en un ambiente agradable.

Como se observa, dentro del marco de empleo de tecnología de información y comunicación se ha evaluado que los clientes, según las encuestas, opinan que, el restaurante Vuela Vuela, debe mejorar su publicidad y hacer uso de las redes sociales más populares para llegar a un mercado más amplio.

Para esto, se ha realizado una serie de estrategias, que podrían establecer mejoría y hasta lograrían incrementar la visita de los clientes. Cada una de estas propuestas también lograría posicionar al restaurante como uno de los más visitados en la ciudad. Es importante mencionar que dicho establecimiento tiene el potencial necesario para poder cumplir estos objetivos, pero debido a que no se han dado a conocer sus promociones de manera llamativa, no se ha conseguido que nuevas personas quieran visitar el local y así convertirse en nuevos clientes potenciales.

**a. Propuesta de diseño de spot publicitario para el Restaurante Vuela Vuela.**

Un spot publicitario, demuestra de manera visual, todos aquellos servicios que se ofrecen, las promociones que pueden estar en vigencia, y su vez despierta el interés de las personas para visitar el local. A través de este spot se pretende, llegar a un número potencial de clientes, demostrando a los turista nacionales y extranjeros que el restaurante ofrece un servicio de



calidad, y que sus platillos son exquisitos, así mismo se intenta revelar que su competencia puede ser limitada, ya que es el único restaurante que ofrece comida española en la ciudad de Estelí.

**Estrategias para incrementar seguidores en las redes sociales.**

A continuación, se mencionan algunas estrategias que aumentaran el número de Followers para así tener un mayor posicionamiento de marca en tres de las redes sociales más populares en la actualidad. De igual manera basándonos en los resultados obtenidos mediante la encuesta realizada a los clientes actuales del restaurante Vuela Vuela.

*Gráfico 6. Medios de promoción.*



Las personas mayormente respondieron que Facebook es la forma más fácil de estar al tanto de las promociones del restaurante en tiempo real, puesto a que la mayoría de los nicaragüenses utilizan esta red social, esto, sin distinción de edad.



Estrategias para incrementar seguidores en las redes sociales.

## Twitter

- Conecta tu perfil de Twitter a tu sitio web.
- Busca a los perfiles que te interesa que te sigan y síguelos.
- Si quieres que te sigan personas de cierto segmento geográfico, búscalas por medio de herramientas de geolocalización como la HootSuite o directamente de Google.
- Interacciona con tus seguidores
- Da RT a las personas que sigues (que valga la pena el contenido)
- Usa #Hashtag con palabras clave que ocuparía tu mercado.
- Crea una comunidad sobre un tema específico y ponle un #HashTag.



## Facebook

- Conecta tu perfil de Facebook a tu sitio web
- Invita a tus contactos de tu perfil personal
- Usa los anuncios de Facebook
- Usa palabras claves en tus publicaciones, tales como las Notas.
- Realiza concursos, son una de las mejores herramientas.
- Publica buen contenido.
- Invita a tu audiencia de otras redes sociales a que se unan a esta red.
- Pública de forma amena integra contenido de humor sobre tu giro de negocio
- Utiliza videos ya que se viralizan mucho en esta red
- Fomenta la conversación
- Invita a seguirte en Facebook en tu Blog y en tus campañas de email marketing
- Incluye los comentarios de Facebook en tu web





- **Aprovecha las nuevas aplicaciones del TimeLine: Hito, Foto de Biografía, portadas de aplicaciones, post fijos.**

## Instagram

- **Incluye la dirección web en la biografía**
  - **Busca seguidores que sean clientes potenciales para la empresa, que pertenezcan a tu nicho de mercado.**
  - **Muestra cómo es tu marca y lo que tiene que ofrecer.**
  - **Incluye Fotografía de perfil con calidad.**
- 
- **Añadir texto a tus fotos de Instagram y hashtag más populares.**
  - **Haz vídeo marketing.**
  - **Muestra los productos, promociones y lleva a cabo concursos.**
  - **Invita a tus fans a subir ellos contenidos y luego compártelo.**
  - **Conoce a los seguidores de tus competidores.**
  - **Identifica 100 usuarios que consideres cumplan los requisitos de tu cliente potencial y analiza posteriormente agrega a tus posibles candidatos.**
  - **Elige 100 cuentas que ya tengas agregadas y de manera individual dale Like y comenta una de sus fotografías, que consideres tienen relación con tu marca.**



## **Propuesta de mejora de la página web para el restaurante Vuela Vuela.**

La página siempre debe ser simple, fácil de utilizar, directa y ligera al momento de cargar. Un buen diseño de página web evita la complejidad innecesaria para mantener el interés del visitante.

Se debe tener en cuenta aspectos que no se deben utilizar con respecto a la estética en el diseño de una página Web:

- **Letras pequeñas:** El tamaño de letra 12 ya paso de moda, ahora es 14 hacia arriba.
- **Demasiado texto:** Grandes bloques de texto son aburridos. Utiliza párrafos cortos con títulos y subtítulos descriptivos.
- **Lenguaje muy rebuscado:** Tus clientes no quieren lenguaje rebuscado, ingenioso o técnico, causa confusión y dolor de cabeza.
- **Imagen y sensación corporativa:** Tienes que humanizar tu presencia Online. Las personas hacen negocios con personas.
- **Presentación ocupada y desordenada:** Entre menos opciones ofrezcas, más posibilidades que tomen acción y se conviertan en clientes. Saca todas esas distracciones inútiles y enfócate en que tomen acción.
- **Evita utilizar música en los sitios:** A menos que sea totalmente necesario, ya que muchas personas navegan en Internet en horas laborales y puede resultar molesto, o bien gran parte de ellos ya están escuchando su música favorita.
- No utilices gráficos demasiado complicados o presentaciones de flash que sean tan pesadas que tomen mucho tiempo cargarse.

Es de suma importancia conocer el público objetivo, ya que de eso depende la información que contenga y la manera de presentarla. Mantener un sitio web no es fácil. Si no se actualiza su contenido no se tendrá nada que ofrecer a los visitantes habituales y se irá perdiendo popularidad. Se debe procurar simplificar al máximo la forma de actualizar las páginas de la web, tiene que ser constante, y actualizarla una vez al mes si es necesario.

## **Propuesta de mejora de diseño de volantes**

Los medios publicitarios convencionales como los volantes, siguen siendo una eficaz herramienta de marketing tanto para cuidar la imagen corporativa como para estimular las ventas. Un buen diseño de volantes es la mejor carta de presentación de una empresa.



Un volante permite ser creativo se puede combinar arte visual con un mensaje fuerte y conciso, y llegar a un público amplio. Para diseñar un volante se tiene que tener en mente a tu target, es decir al público a quien se desea llegar. Los volantes pueden contener fotos, diseño, colores e imágenes y cualquier otro elemento creativo que permita difundir la marca. También se puede crear diferentes tipos de volantes para llegar así a audiencias particulares.

Entre las ventajas de los volantes podemos mencionar sus bajos costos, la efectividad, flexibilidad y manejabilidad, además van dirigidos a un público objetivo.

A continuación, presentamos dos propuestas de diseño para la mejora de los volantes del restaurante Vuela Vuela. Las dos imágenes presentan dos distintos tipos de promociones, en la izquierda se presenta el menú ejecutivo y en la derecha se presenta un evento del restaurante. Lo que quiere decir las volantes pueden diversificarse y utilizarse para los diferentes eventos o promociones.



Hamburguesa de la Casa      Fish and Chips al Curry      Tacos de Marisco

**Menú Ejecutivo**  
**\$110**  
Incluye  
Refresco o Cerveza y Plato Fuerte

Ensalada Cesar con Pollo      Fetuccini con Camarones al Ajillo

Lunes a Viernes de 1:00 a 5:00 pm.

**LA POZA**  
Lounge Bar & Grill  
MÉRIDA • CHICKULUB

Reservaciones:  
**948-4315**  
www.lapoza.com.mx

@la\_poza

# Saltimbocca Restaurante

*Gran Menú de Degustación Gourmet*

**Evento Gastronómico del Año a Saltimbocca**  
Del 18 al 23 de Octubre 2008

*Entradas*

Bruschettas de Paté de Salmón con Alcáparras  
Crudo de Corvina con Apio y Vinagreta de Limón y Perejil Italiano  
Lasaña de Berenjena a la Parmigiana

*Platos Fuertes*

Tallarines Caseros al Salmón Ahumado y Vodka  
Filete de Pargo con Aceitunas y Tomate al Horno  
Filete de Pechuga de Pollo con Hongos Portobello

*Dulce*  
Pancotta a la Miel

**\$19.90 p/persona**  
\*No incluye impuestos y ni Bebidas.  
No aplica descuento de jubilado, promociones o canjes de ningún tipo

Calle Alberto Navarro #4, El Cangrejo - Ciudad Panamá  
Tel.: 390-9422 Cel 6525 3401  
info@restaurantesaltimbocca.com      www.restaurantesaltimbocca.com

Imagen 4 y 5: Volantes de restaurante “La Poza y Saltimbocca”  
Fuente: Internet



## Conclusiones

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

Inevitablemente, las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones han impactado, en el sector restauranero de una manera sorprendente, provocando una revolución total en prácticamente todos los ámbitos dentro del marketing.

A través de la encuesta realizada a los clientes del Restaurante Vuela Vuela, hemos podido averiguar cuál es el grado de deficiencia en cuanto refiere el marketing digital para promocionar el local. Tal y como esperábamos, hemos observado que los clientes hacen un gran uso de las TIC, principalmente para la búsqueda y reserva de servicios turísticos. Además, en su opinión, el restaurante debe empezar a actualizar sus promociones en anuncios más llamativos que se posteen en las redes.

La presente investigación tuvo como objetivo principal evaluar el uso de las TIC en la promoción turística del Restaurante Vuela Vuela, el local se encuentra ubicado en la ciudad de Estelí, para lograr esto, se elaboró una descripción que dio a conocer la situación actual del restaurante con respecto a promoción y a su vez se diagnosticó el uso que le dan a las tecnologías de información y comunicación para darse a conocer a nivel nacional e internacional.

La importancia que tiene este trabajo, recae hacia los propietarios del Restaurante Vuela Vuela, ya que, podrán descubrir las nuevas formas de promoción que se pueden elaborar haciendo uso de las TIC, mejoraría sus plataformas digitales, y conseguiría un numero potencial de clientes, a través de sus seguidores en las distintas redes, las promociones serán conocidas por los clientes de forma más rápida y fácil, a corta y larga distancia.



## Recomendaciones

El objetivo de la presente investigación es ofrecer a los propietarios del restaurante Vuela Vuela estrategias para la mejora de la promoción turística del establecimiento, aportando así al incremento en las ventas y mejorando la imagen del negocio. Por lo tanto, en este capítulo se plantean las recomendaciones a partir de las conclusiones realizadas:

- Los propietarios y colaboradores deben aprovechar las diferentes plataformas o herramientas existentes online, como las redes sociales, de manera que ayude a dirigir el Marketing del negocio a través de la web.
- Los propietarios deben introducir nuevos dispositivos tecnológicos como: computadoras, impresoras, cámaras de seguridad, tablets, en el establecimiento que complementen con la infraestructura y las nuevas estrategias de marketing propuestas.
- Deben de formar a los empleados en cuanto a las nuevas tecnologías de información y comunicación, de manera que aprendan a utilizar los diferentes programas para promocionar los servicios y así mejorar la atención a los clientes.
- Mejorar la página web del establecimiento, de tal manera que muestre más contenido del restaurante, actualizándola si es posible cada mes. Además mejorar la estética para que se visualice de forma más atractiva y llame la atención del cliente.
- Modernizar el diseño del menú, mejorando así los colores, el tipo y tamaño de letra además la estructura, para generar una mejor impresión al comensal.
- Contratar a profesionales en el ámbito de marketing y diseño gráfico, que ayuden con la promoción turística del establecimiento.
- Al INTUR, impartir capacitaciones que contribuyan a la promoción y publicidad del marketing digital en el sector turístico, tales como: uso y mantenimiento de páginas web, creación de contenido y manejo de redes sociales.



## Referencias

- Burgess ,Cooper y Alcock. (2001). La adopción de la Web como una herramienta de marketing por las Asociaciones Regionales de Turismo (ACR) en Australia. *ACIS*.
- Di-bella, M. G. (2008). *Introducción al turismo*. Madrid: Trillas.
- Guillen, T. (2007). *Las TIC en la estrategia empresarial*. Valencia: Generalitat Valenciana.
- Kotler, P. (2011). *Fundamentos de marketing*. Mexico: Lolip.
- Lanuza Centeno. (Marzo de 2008). Incidencia de las TIC en la gestión empresarial del sector hotelero. *Incidencia de las TIC en la gestión empresarial del sector hotelero de la ciudad de Estelí en el año 2008*. Estelí, Nicaragua, Nicaragua: Biblioteca Urania Zelaya.
- Las tecnologías de la información y comunicación en el sector turístico*. (s.f.).
- López, J. P. (2000). *Introducción de Metodología de la investigación científica*. Managua.
- Rivera, C. J., & D' Juan Viragay, M. D. (2001). *La promoción de ventas*. Madrid: ESCIC.
- Sáez; Herrera. (2012). *Las tecnologías de la información y comunicación en el sector turístico*. Ramon Areces.
- Sampieri. (2007). *Metodologia de la Investigacion*. Mexico: Compañía Editorial Ultra.
- Sampieri. (2007). *Metodologia de la iverstigacion*. Mexico: Compañía Editorial Ultra.
- Sampieri, R. H. (2006). *Metodología de la investigación*. McGrawHill.
- Sampieri; Collado; Lucio. (2006). *Metodología de la inverstigación*. mc.graw hill.
- Sequeira ; Cruz . (1994). *Investigar el fácil*. Managua: El Amanecer S.A.
- Suárez, C. R., & Alonso. (2010). *Tecnologías de la información y comunicación* . México: Ideas propias editorial S.L.