

INATEC

Tecnológico Nacional



Gobierno de Reconciliación
y Unidad Nacional

El Pueblo, Presidente!



MANUAL PARA EL PROTAGONISTA Conectividad y Uso de Tecnología

Abril, 2017



INDICE

INTRODUCCIÓN.....	4
RECOMENDACIONES.....	5
UNIDAD DIDÁCTICA I: La Importancia de las TIC'S en la Gestión de los Negocios Turísticos.....	6
• Las TIC'S.....	7
• Las tecnologías de la información en el sector turístico.....	9
• Las TIC'S en la buena gestión de los Negocios Turísticos.....	11
UNIDAD DIDACTICA II: Las TIC'S aplicadas a la mercadotécnica.....	14
• El desarrollo del negocio en la Red.....	14
• Propuestas de estrategias de Venta.....	15
UNIDAD DIDACTICA III: Implementación de las TIC'S: Herramientas en la Nube	17
• Manejo de Herramientas Virtuales.....	17
• Uso de las Redes Sociales.....	20
GLOSARIO.....	22
BIBLIOGRAFIA.....	24

INTRODUCCIÓN

El propósito de este taller a desarrollar consiste en Implementar las tecnologías de la información y comunicación en los procesos de gestión Turística.

Distintos autores han sugeridos que las TIC'S pueden contribuir al rendimiento organizativo de los negocios turisticos:

- Mejorando la productividad de los recursos humanos.
- Mejorando los servicios.
- Potenciando las actividades de marketing y comercialización.
- Generando ingresos económicos.

Este taller está compuesto por cuatro unidades didácticas con un total de 8 horas, que el/la conferencista dosificará según la distribución de las actividades

En las actividades didácticas se presenta, además de la información pertinente, los saberes que necesita el (la) protagonista para su desarrollo profesional, además va acompañado de ilustraciones, dibujos, gráficos, tablas que faciliten su comprensión.

Confiando en que logres con éxito culminar esta formación, podrás potenciar la calidad y le tecnificación de tu negocio.

RECOMENDACIONES:

	<p>Para iniciar el trabajo con el manual, debes estar claro que siempre tu dedicación y esfuerzo te permitirán adquirir las capacidades del Módulo Formativo. Al comenzar el estudio de las unidades didácticas debes leer detenidamente las capacidades/objetivos planteados, para que identifiques cuáles son los logros que se proponen.</p>
	<p>Analiza la información del manual y consulta siempre a tu instructor cuando necesites aclaraciones.</p>
	<p>Amplía tus conocimientos con los links y la bibliografía indicada u otros textos que estén a su alcance.</p>
	<p>Resuelve responsablemente los ejercicios de auto evaluación y verifica tus respuestas con los compañeros e instructor.</p>
	<p>Prepara el puesto de trabajo según la operación que vayas a realizar, cumpliendo siempre con las normas de higiene y seguridad laboral.</p>
	<p>Durante las prácticas en el campo, se amigable con el Medio Ambiente y no tires residuos fuera de los lugares establecidos.</p>
	<p>Recuerda siempre que el cuido y conservación de los equipos y herramientas, garantizan el buen desarrollo de las clases y que en el futuro los nuevos Protagonistas harán uso de ellas.</p>

UNIDAD I:

La Importancia de las TIC'S en la Gestión de Negocios Turísticos.

Actividades de Exploración 1:

Indicación 1. Comenta brevemente en los siguientes escenarios dónde se utilizan las TIC'S. Menciona qué tecnología se está empleando.









FASE DE INTRODUCCIÓN DE NUEVOS CONOCIMIENTOS

• Las TIC'S.

¿QUÉ SON LAS TIC'S?

- Son tecnologías de la información y de comunicaciones, constan de equipos de programas informáticos y medios de comunicación para reunir, almacenar, procesar, transmitir y presentar información en cualquier formato es decir voz, datos, textos e imágenes.
- Las TIC'S son aquellas tecnologías que permiten transmitir, procesar y difundir información de manera instantánea. Son consideradas la base para reducir la Brecha Digital sobre la que se tiene que construir una Sociedad de la Información y una Economía del Conocimiento.



Los equipos físicos y programas informáticos, material de telecomunicaciones en forma de computadoras personales, scanner's, cámaras digitales, asistentes personales digitales, teléfonos, modem's, tocadiscos, grabadoras de CD y DVD, radio y televisión, además de programas como bases de datos, aplicaciones multimedia en internet, son considerados como TIC'S.

Ventajas de las TIC'S

- Facilitan las comunicaciones.
- Eliminan las barreras de tiempo y espacio.
- Aumentan la producción de bienes y servicios de valor agregado.
- Potencialmente, elevan la calidad de vida de los individuos.
- Provocan el surgimiento de nuevas profesiones y mercados.

Las tecnologías incluidas en las TIC'S



Telefonía Móvil



Realidad Virtual



Conectividad en la Nube



Geolocalización



Internet y correo Electrónico



Redes Sociales

- **Las tecnologías de la información en el sector Turístico.**



En los últimos años, el crecimiento de nuevos dispositivos tecnológicos de todo tipo e Internet han sido el principal impulso para la evolución de la sociedad en el mundo de la información y la tendencia es cada vez más clara; "utilización de nuestros

contenidos (generados por nosotros mismos o por otros) donde queramos, cuando queramos y con el soporte que nos sea más cómodo y transportable (reproductor audio y video, smart phone, ordenadores portátiles, entre otros.).

Las TIC'S se están estandarizando rápidamente. Hoy en día ya podemos disponer de hardware, telecomunicaciones y software en modo "pago por uso". El empresario sólo tiene que solicitar este servicio a su proveedor y disponer de él. Esta evolución de las TIC'S hacia un modelo estandarizado y como si fuera una infraestructura más (como lo es la electricidad, el teléfono o el ferrocarril), ha supuesto un cambio para la forma de hacer negocios, facilitando la adopción de esta infraestructura a las organizaciones que consiguen mejorar los tiempos en las transacciones comerciales entre clientes, conectarse con el resto del mundo, la relación Cliente- Proveedor.

Infraestructura Básica



Disponer de una Computadora. Esta se convierte en una herramienta básica para la gestión del negocio hotelero ya que podemos automatizar procesos de trabajo haciendo uso de sus programas básicos como Word , Excel, así como el diseño de aplicaciones informáticas orientadas al Sector.

Acceso a Internet. Disponer del acceso a internet en el Sector Turístico se ha convertido en una exigencia total, ya que permite el acceso a Correo Electrónico.

Esta herramienta puede acelerar determinados procesos de negocio como la gestión con clientes, ya que proporciona inmediatez y posibilita una mayor extensión de la comunicación en un único acto, y permite una comunicación fluida con los mismos (gestión preventa, de reservas, de marketing, entre otros).



El uso de Internet está muy ligado a la necesaria predisposición del sector a buscar, observar y conocer cómo se está moviendo el entorno, su público objetivo y la competencia, para ofertar productos y servicios que cubran las necesidades y demandas que llegan desde el usuario final del servicio de los pequeños negocios turísticos.

Instalación de una Intranet. La intranet permite gestionar de manera más efectiva todos los procesos y gestiones que internamente permiten el desarrollo de la actividad de los negocios turísticos:

- Gestión de sus plazas.
- Reservas y servicios .
- Puesta en comunicación entre los distintos departamentos y servicios de la empresa.



La página web como elemento básico para el negocio Turístico



Hotel Hilton Princess

Las empresas turísticas tienen las oportunidades de crear propios sitios web de marca que han sido señalados como el futuro de la comunicación de marketing en Internet ya que disponen del potencial de proveer altos niveles de información, crear imagen

de marca, conseguir una respuesta directa y además de crear experiencias virtuales del producto.

- **Las TIC'S en la buena gestión de los Negocios Turísticos.**

Dando a conocer nuestro mi negocio turístico

En el sector turístico el uso de internet es una herramienta indispensable, ya que los turistas tanto nacionales como extranjeros hacen uso del internet para la búsqueda de alojamiento, y es por medio del internet que se pueden hacer comparaciones de los distintos servicios que ofrecen los negocios turísticos y buscar aquel que mejor se adapte a las necesidades de los clientes.



El uso del Internet como herramienta para hacer negocios es importante, ya que el turista lo utiliza en la búsqueda de alojamiento turístico y para realizar diversas transacciones desde la red, por ejemplo; reservas, contratación de paquetes turísticos, información del entorno y servicios de hoteles, entre otros.



Al diseñar la propia página web del hotel, el establecimiento ofrece y vende sus servicios directamente al cliente. Si bien la página web es también una herramienta de difusión de información, como los ejemplos del apartado anterior, aquí nos centraremos en la ventaja que ofrece como medio para realizar reservas, es decir, como canal de venta. Al comercializar sus productos directamente con los clientes los negocios han reducido sus costos ya que se elimina 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 negocios turísticos en las agencias de viaje físicas.

No obstante, se debe tener en cuenta que la creación de una página web conlleva a 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 y/o a través de buscadores de hoteles como "Trivago", "Booking.com".



Es conveniente que la Web incluya información complementaria de actividades, servicios adicionales del alojamiento y del entorno, instrumentos de geolocalización, así como enlaces a las principales Webs de interés que puedan mejorar la información del cliente y su satisfacción.

Contar con un sistema adecuado de señalítica física para el acceso al alojamiento por parte del cliente. En la actualidad, muchos clientes se orientan a través de GPS o teléfonos inteligentes, por lo que una buena geolocalización del negocio turístico en su Web, o en otras Webs, resulta fundamental para satisfacer al cliente.

El servicio para geolocalización de empresas de Google ahora se llama Google Mi Negocio, o Google My Business (antes Google Places). Cuando los usuarios estén haciendo búsquedas locales, acerca de productos o servicios que ofreces, van a encontrar resultados de Google Maps representando la localización de tu empresa (con el famoso puntero rojo de Google Maps), y una ficha de tu empresa, donde encontrarán: tu dirección, tu e-mail, tu dirección web (si tienes), tus horarios de apertura o de atención al cliente, fotos de tu empresa, productos, fachada, logotipos y ¡hasta videos de tu empresa! Es muy fácil y ni siquiera requiere que tengas página web (aunque te recomiendo tenerla).



La gestión de reservas

La gestión de reservas se puede realizar de forma directa a través de empresas intermediarias. Diferentes estudios y estadísticas destacan que la reserva de alojamientos rurales a través de internet es cada vez más frecuente y utilizada por los usuarios, por lo que es recomendable que cualquier alojamiento desarrolle

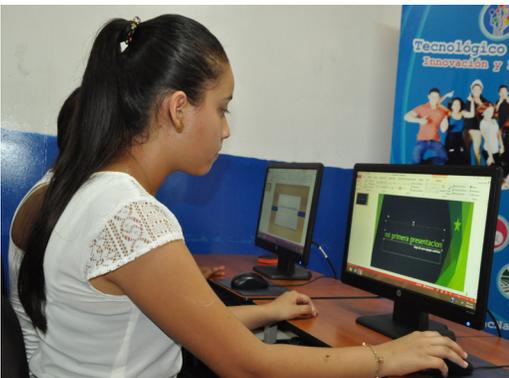
su propio sistema de reserva on-line o utilice los servicios existentes que prestan las Webs intermediarias, considerando el costo de su comisión en cada reserva.

Un buen sistema de reserva on-line debe garantizar la posibilidad de que el cliente consulte la disponibilidad en tiempo real, sobre unas fechas y tipologías de habitación disponibles, y pueda recibir, igualmente en tiempo real, la confirmación de su reserva y disponer de formularios que permitan gestionar modificaciones o cancelaciones de la reserva efectuada.

La gestión de servicios en estancia

Tras la realización de la reserva debemos 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.

Conectividad a Internet: En nuestros días gran parte de la clientela cuenta con dispositivos móviles tipo Smartphone, tablets o PC portátil, y los utilizan como herramienta de ocio, con motivo profesional o como herramienta de consulta y planificación turística. Es altamente 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.



Sala de cómputo: Igualmente, resulta recomendable destinar una área en el negocio en el que se facilite una computadora con conexión a Internet, a disposición de los clientes.



UNIDAD II:

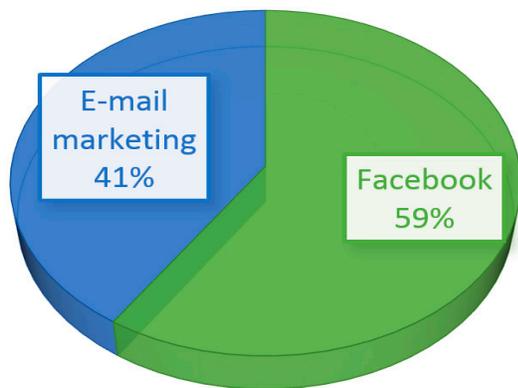
Las TIC'S aplicadas a la mercadotécnica.

• El desarrollo del negocio en la Red

La competitividad de las empresas del sector, su capacidad de atraer clientes nacionales o internacionales, la eficiencia en la gestión comercial, está muy ligada al contar con nueva estrategia de Marketing on line.

El marketing digital simplifica los procesos de marketing entre la empresa y los clientes, ahorra tiempo y agiliza las respuestas a las necesidades de los clientes. El uso intensivo de las TIC'S en el marketing hace que la empresa sea más innovadora, ya que percibe que su uso ayuda a superar las barreras a la innovación y acelera los procesos que, a su vez, ganan en eficiencia.

USO DE REDES SOCIALES



Las herramientas de Marketing Digital que más utilizan el sector Turístico (tomado del estudio hecho en Estelí 2016, por Samaria Ilú Alonso Valenzuela, Flor Idalia Lanuza2 Natalia Golovina.

En menor porcentaje la publicidad en blogs, google, SMS, entre otros

Razones por las que hay que hacer uso del Internet	
	Captación de nuevos clientes
	Mejora la imagen del negocio y mantenerse a la altura de los competidores.
	Expansión geográfica del mercado
	Para acelerar el proceso de negocios

• **Propuestas de estrategias de Venta**

Estrategia	Objetivo	Actividades
Fidelización de clientes	Mantener a los clientes actuales, así como aumentar a clientes atraídos por los descuentos por el consumo.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Creación de tarjetas que permitan a los clientes acumular puntos para obtener regalos o descuentos en futuras compras. 2. Cupones de descuento tanto para el pago de contado como para las compras por internet. 3. Aplicación de un sistema informático que permita llevar un control de los puntos acumulados y cupones de descuento. 4. Crear una base de datos de los clientes que permita profundizar en el conocimiento sobre ellos, para individualizar. 5. Relación de club de clientes prioritarios, estos tendrán acceso a una tarjeta de fidelización que permita identificar a los miembros del club. 6. Compartir información con los clientes por medio de sitios web, e-mail, etc.
Posicionamiento Web.	Conseguir que el sitio web este priorizado por los buscadores y obtenga mayor popularidad y relevancia.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Vincular el sitio web con los sitios web de referencias acordes a la temática de nuestro sitio web, es decir con buscadores on line de reservas de alojamientos; como trivago, booking, vianica, etc. 2. Hermanarce o intercambiar enlaces con otras Web de alojamientos. 3. Incluir los sitios Web en sitios directorios clasificados. 4. Crear perfiles en Facebook y twiter.

<p>Monitoreo de la marca por medio de las redes sociales</p>	<p>Conocer la imagen hacia el exterior de manera que permita tomar las decisiones oportunas. Conocer los gustos y preferencias de los clientes buscando en las respuestas que expresan respeto al negocio.</p>	<p>1. Gestionar la reputación on line de la marca y conseguir nuevos clientes: Hacer estudios sobre lo que sucede alrededor de la marca y su imagen hacia el exterior. Existen herramientas gratuitas tales como Socialmention, Howsocialble, Postrank, ect. y de pago como Shotools.</p>
<p>Estudios de competencia</p>	<p>Observar el comportamiento de la competencia para determinar si sus politicas de actuación han sido correctas, si les ha llevado a un mayor volumen de ingresos y si los clientes están satisfechos con el producto que ofertan.</p>	<p>1. Monitorear por internet la información relativa a los posibles competidores del sector. Mediante blogs, prensa especializada, reportes del sector donde se pueden observar los principales indicadores de éxito y fracaso de la competencia mediante el uso de foros, se puede dar seguimiento de las opciones y comentarios de los clientes.</p>
<p>Gestión de clientes y envío de boletines</p>	<p>Llevar un control de los clientes y tener organizada la información de los clientes.</p>	<p>1. Crear una base de datos de los clientes. 2. Agrupar a los clientes según sus necesidades desde alojamiento. 3. Enviar a los clientes, mediante boletines, las mejores ofertas.</p>



Hotel Crowne Plaza Managua

UNIDAD III:**Implementación de las TIC'S: Herramientas en la Nube.****• Manejo de Herramientas Virtuales.**

A través de la nube, los negocios Turísticos están equipados con una arquitectura que no sólo es poderosa hoy, sino que permanecen preparados para el cambio que es inevitable en el futuro.

- Las reservas a través de dispositivos móviles están creciendo más rápido que desde el escritorio de un ordenador, un 20% frente a un 2%.
- Smartphones y tabletas representan el 21% por ciento de las reservas de los pequeños negocios Turísticos.
- El 12% de las reservas desde dispositivos móviles son realizadas desde aplicaciones móviles.
- Más de 148 millones de reservas de viajes se hacen cada año. Es el momento de utilizar Internet para mejorar la economía del negocio.

Herramientas Virtuales más utilizadas

<http://www.tripadvisor.es/>

TripAdvisor® es el sitio de viajes más grande del mundo y permite que los viajeros planifiquen y lleven a cabo el viaje perfecto. TripAdvisor proporciona consejos fiables de viajeros reales y una amplia variedad de opciones y funciones de planificación con enlaces directos a las herramientas de reserva.

Los sitios con la marca TripAdvisor conforman la comunidad de servicios de viajes más grande del mundo, gracias a sus más de 56 millones de visitantes únicos al mes* y sus más de 75 millones de opiniones y comentarios.

www.ruralgest.com

Antes debo aclarar que Ruralgest y MisterPlan son dos marcas de la misma empresa. El primero está destinado a reservas online de alojamientos rurales, viviendas vacacionales y pequeños negocios turísticos. Y el segundo está destinado exclusivamente para actividades y experiencias.

La característica más destacada, y algo que me ha sorprendido enormemente, es que ambos motores de reservas online se pueden integrar en el sitio web del negocio.

Los dos motores de reservas online no cobran comisiones por las reservas.



www.reservadealojamientos.com

Es otro excelente sistema de reservas online que puedes utilizar para tu negocio si buscas incrementar las ventas.

Está diseñado y pensado para:

Alojamientos: Disponen de motor de reservas, channel manager, encuestas de satisfacción y software.

Restaurantes: Disponen de motor de reservas de restaurantes, libro de reservas online y encuestas de satisfacción.

Actividades: Disponen de motor de reservas de actividades con calendario general e individual para cada actividad,

Centrales de reservas online: Disponen de súper administrador para crear y gestionar cada negocio, acceso para cada propietario, encuestas de satisfacción y hoja de consulta y resultados en función de distintos criterios de búsqueda.

reservade
alojamientos.com 

www.reservadealojamientos.com

iBizi

Es otro excelente sistema de reservas online que puedes utilizar para tu negocio si buscas incrementar las ventas.

Está diseñado y pensado para:

Alojamientos: Disponen de motor de reservas, channel manager, encuestas de satisfacción y software.

Restaurantes: Disponen de motor de reservas de restaurantes, libro de reservas online y encuestas de satisfacción.

Actividades: Disponen de motor de reservas de actividades con calendario general e individual para cada actividad,

Centrales de reservas online: Disponen de súper administrador para crear y gestionar cada negocio, acceso para cada propietario, encuestas de satisfacción y hoja de consulta y resultados en función de distintos criterios de búsqueda.

Dashboard:

Programa de gestión para negocios turísticos. Sin instalación, todo online. Configúralo en unos minutos. Simplicidad en el manejo



• **Uso de las Redes Sociales.**

Los procesos de trabajo del Sector Turístico en Nicaragua, se está viendo impactado por el surgimiento y desarrollo de las redes sociales, medio a través del cual los potenciales clientes establecen un primer contacto y, en ocasiones, decisivo con el establecimiento.



Las Redes Sociales y los portales web de recomendaciones turísticas, son canales en los cuales clientes y establecimientos se conocen mutuamente. Los negocios Turísticos conocen los gustos y preferencias de los clientes, permitiendo mejorar su estancia mediante la configuración de paquetes personalizados.

5 maneras de utilizar Facebook

Proporcionar contenido útil y significativo.

El uso de Facebook obliga a que el empresario, de alguna manera, olvide que está haciendo marketing. Ciertamente es marketing lo que hará con la finalidad de incrementar las ventas, pero se precisa tiempo, paciencia, constancia y buenas dosis de sociabilidad. Primero hay que acercarse al usuario, atraerle, despertar su simpatía, luego su confianza y, finalmente captarlo como cliente, lo que obliga a seguir trabajando para consolidar esa confianza creada e, incluso, conseguir difusión por su parte. Lo ideal es publicar un 20% de autopromoción y que el otro 80% del contenido no lo sea.



Aprovechar las herramientas, plugins y aplicaciones.

Por ejemplo, publicitando un Negocio Turístico mediante los anuncios y haciendo seguimiento de la evolución de la página con Facebook Insight. Además, es conveniente usar aplicaciones

externas, como Eventbrite, para promocionar eventos, promociones app, concursos app, Facebook Social Plugins.. Son herramientas externas que servirán para promocionar un hotel en Facebook.



Personalizar la página de Facebook.

Es importante invertir en su diseño, pues será lo que muestre y comunique una marca, su imagen y el mensaje que quiere transmitir. Para lograrlo, Facebook ofrece herramientas gratuitas, como Pagemodo, Tabsite, Shortstack o la aplicación Wilfire iFrames.

Procurar por todos los medios que los visitantes de la página en cuestión se involucren en ella.

Si no hay interacción, no hay confianza y, por consiguiente, no hay negocio. Es necesario fomentar el debate, la participación, aunque hay que hacerlo en el sentido positivo, con publicaciones agradables y huyendo de polémicas que estropearían la imagen. Es necesario que los visitantes publiquen comentarios, marquen "Me gusta" y dejen también sus propias publicaciones.

El uso de las redes sociales exigirá constancia, puesto que es un compromiso de continuidad en el tiempo.

Nada hay que ofrezca una imagen más lamentable que una página en Facebook sin apenas publicaciones o que está desfasada, ya que evidencia síntomas de dejadez y de ser una empresa poco sociable.



GLOSARIO

Blog: se trata de un portal o página web perfectamente estructurada, esto permite que cualquier usuario sin necesidad de conocimientos específicos de programación pueda publicar información periódicamente en una web dinámica.

Check-in: o registro de entrada, es el proceso en el que se deja constancia de la llegada de un cliente al negocio o alojamiento.

Check-out: es el proceso en que se realiza la liquidación/facturación de un cliente a su salida del negocio o alojamiento.

CRM: también se conoce como Customer Relationship Manager por sus siglas en inglés. Software informático orientado a la gestión de las administraciones de las relaciones con los clientes.

E-mail marketing: Campaña publicitaria o envío de contenido informativo directamente a través de correo electrónico. Uso del correo electrónico para realizar acciones de marketing.

Fidelización: proceso orientado a conseguir conservar las relaciones con los clientes durante un periodo prologado de tiempo.

Foro: aplicación en internet que permite añadir opiniones y comentarios de distintos usuarios, permitiendo abrir y seguir discusiones y debates.

Geolocalización: también conocida como georreferenciación, es un proceso de definición de un objeto en un espacio físico, mediante el cálculo de su localización en un sistema de coordenadas. En su aplicación más común, localiza objetos físicos (personas, lugares, etc.) en unas coordenadas geográficas.

GPS: Sistema de Posicionamiento Global (Global Positioning System) es un sistema de navegación basado en satélites

Intranet: red privada de ordenadores conectados entre sí con acceso a Internet. También se conoce por Intranet a las webs que permiten unir los distintos recursos informativos.

Marketing On-line: conjunto de estrategias de marketing adaptadas a las nuevas tecnologías para conseguir los objetivos de la empresa utilizando las herramientas disponibles en la red.

On-line (en línea): término que indica que la aplicación o sistema trabaja conectado a cualquier tipo de red (privada o pública).

Perfil: conjunto de características que definen a una persona o entidad.

Portal Web: sitio web que permite acceder a varios recursos y servicios, generalmente relacionados entre sí.

Red Social: se trata de una plataforma de comunicaciones en la que la gente que se conoce o que quiere conocerse puede conectarse. En ella se centralizan los recursos, como fotos y vídeos. Los recursos se son administrados por los propios usuarios.

Rentabilidad: es la relación entre el coste de un recuso o servicio y el beneficio o utilidad que puede generar.

Smartphones: también conocido como "teléfonos inteligentes". Se trata de teléfonos móviles con sistema operativo propio y específico que permite múltiples funcionalidades como: acceso a Internet, conexión WIFI, ejecución de aplicaciones multimedia, etc.

SMS: acrónimo de Short Message System (servicio de mensajes cortos). Permite el intercambio de mensajes entre dispositivos móviles.

Tablet o Tableta: dispositivo electrónico con características similares a un ordenador portátil de tamaño más reducido.

Wi-Fi: acrónimo de Wireless Fidelity (Fidelidad inalámbrica). Sistema que permite la conexión de dispositivos electrónicos de forma inalámbrica.

BIBLIOGRAFIA

- Tecnología de la Información y Comunicación (TIC'S) como estrategias de marketing y su contribución a la competitividad del sector turístico hotelero de la Ciudad de Estelí, Nicaragua, en el I semestre del 2016.
- VI Sexto Congreso de "Turismo y Tecnología de la Información y las Comunicaciones" España 2006.
- Manual de Gestión para Hoteles y Alojamientos Rurales. www.alojamientosconectados.es
- La Gestión de Marketing y la Orientación al mercado en Hoteles. Ernesto Manuel Conde Pérez y Rafael Covarrubias Ramírez. Fundación Universitaria Andaluza. España 2013.
- Los sistemas de Información en el Sector Hotelero. Joaquín Martínez Rodríguez. Girona, 2013.

INATEC

Tecnológico Nacional



Abril 2017

TECNOLÓGICO NACIONAL

www.tecnacional.edu.ni / Tel: 2253-8888

