



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

Facultad Regional Multidisciplinaria, FAREM Estelí

**Incidencia de INTUR delegación Nueva Segovia en la Competitividad de las
MIPYMES del municipio de Ocotal, periodo 2021-2022**

**Trabajo de seminario de graduación para optar al grado de
Licenciado en Administración de Empresas**

Autora:

Aura Estela Pérez Zelaya

Tutora:

Dra. Beverly Estela Castillo Herrera

Estelí, 07 de febrero, 2023



DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTO

Dedicatoria

Primero dedico este trabajo a Dios por permitirme llegar hasta el final, a mi padre por su apoyo incondicional, a mi tutora de tesis la Dra. Beverly Castillo Herrera por el apoyo y la gran paciencia que me ha tenido para lograr mi titulación.

Agradecimiento

Agradezco a Dios por permitirme culminar con éxitos este trabajo de tesis, a mi padre por su apoyo a lo largo de mi carrera, y a mi tutora la Dra. Beverly Castillo Herrera por el apoyo y la paciencia que me ha tenido, y el haberme motivado a no declinar de mi trabajo de tesis, y gracias por sus sugerencias en pro de mejorar la calidad de esta investigación.



Estelí, 24 de marzo 2023

CONSTANCIA

Por este medio estoy manifestando que la investigación: **Incidencia de INTUR, delegación Nueva Segovia, en la competitividad de las MIPYMES del municipio de Ocotal, periodo 2021-2022**, cumple con los requisitos académicos de la clase de Seminario de Graduación, para optar al título de Licenciatura en Administración de Empresas

La autora de este trabajo es ***Aura Estela Pérez Zelaya***; y fue realizado en el II semestre de 2022, en el marco de la asignatura de Seminario de Graduación, cumpliendo con los objetivos generales y específicos establecidos, que consta en el artículo 9 de la normativa, y que contempla un total de 60 horas permanentes y 240 horas de trabajo independiente.

Considero que este estudio será de mucha utilidad para el Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR) delegación de Nueva Segovia, propietarios de MIPYMES de la ciudad de Ocotal, la comunidad estudiantil y las personas interesadas en esta temática.

Atentamente,

Dra. Beverly Castillo Herrera
ORCID: 0000-0002-9086-9388
FAREM-Estelí, UNAN-Managua

Línea de investigación CEC-2: Organizaciones, gobierno y economía nacional

Sub línea de investigación CEC-2.3: Estrategia empresarial, producción, mercadotecnia, talento humano y toma de decisiones.

Incidencia de INTUR delegación Nueva Segovia en la Competitividad de las MIPYMES del municipio de Ocotal, Nueva Segovia. Periodo 2021-2022

RESUMEN

En los últimos diez años la Ciudad de Ocotal, Nueva Segovia, ha tenido pocos cambios en el dinamismo económico al ser un lugar pequeño y semirural, y las Micro, Medianas y Pequeñas Empresas (MIPYMES) han jugado un papel fundamental en la transformación de la vida de los pobladores, porque para muchas familias es su principal fuente de empleo. Sin embargo, enfrentan diversos problemas: falta de financiamiento, altos costos de producción, carencia de tecnología, incapacidad para inversión, no quieren renovar sus productos y falta de competitividad; y la mayoría carece de todos los requisitos establecidos por el Instituto de Turismo (INTUR) en el sector. Este estudio analiza la incidencia del INTUR-Las Segovias, en la competitividad de las MIPYMES para la definición de acciones que potencien el acompañamiento al sector turístico de la ciudad de Ocotal. Según el objeto de estudio esta investigación es aplicada, y de acuerdo al enfoque filosófico es cuali-cuantitativa o mixta. Se aplicaron entrevistas al delegado y técnicos de INTUR, y 84 encuestas a propietarios de negocios locales. Los principales resultados demuestran que el 99% de los negocios son promovidos en la plataforma digital de INTUR, participan en capacitaciones, y hay quienes poseen licencia turística, sello de SAFE TRAVEL, y/o sello mexicano de calidad, pero escasamente el 1% de los negocios han completado en total de requisitos solicitados por INTUR para su establecimiento y acceso a los sellos turísticos, y generalmente se limitan a pagar la licencia turística para su funcionamiento.

Palabras claves: Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES), competitividad, Instituto de Turismo (INTUR), sellos turísticos

Research line CEC-2: Organizations, government and national economy

Research sub-line CEC-2.3: Business strategy, production, marketing, human talent and decision-making.

Incidence of INTUR Nueva Segovia delegation in the Competitiveness of MIPYMES in the municipality of Ocotal, Nueva Segovia. Period 2021-2022

ABSTRACT

In the last ten years, the City of Ocotal, Nueva Segovia, has experienced few changes in economic dynamism as it is a small and semi-rural place, and Micro, Medium and Small Enterprises (MIPYMES) have played a fundamental role in the transformation of the lives of the inhabitants, because for many families it is their main source of employment. However, they face various problems: lack of financing, high production costs, lack of technology, inability to invest, they do not want to renew their products and lack of competitiveness; and most lack all the requirements established by the Tourism Institute (INTUR) in the sector. This study analyzes the incidence of INTUR-Las Segovias, in the competitiveness of MSMEs for the definition of actions that promote the accompaniment to the tourism sector of the city of Ocotal. Depending on the object of study, this research is applied, and according to the philosophical approach, it is qualitative-quantitative or mixed. Interviews were applied to the INTUR delegate and technicians, and 84 surveys to local business owners. The main results show that 99% of businesses are promoted on INTUR's digital platform, participate in training, and there are those who have a tourist license, a SAFE TRAVEL seal, and/or a Mexican quality seal, but barely 1% of the businesses have completed a total of the requirements requested by INTUR for their establishment and access to the tourist stamps, and generally they are limited to paying the tourist license for their operation.

Keywords: Micro, Small and Medium Enterprises (MIPYMES), competitiveness, Institute of Tourism (INTUR), tourist stamps.

ÍNDICE DE CONTENIDO

RESUMEN.....	4
ABSTRACT.....	5
1. INTRODUCCIÓN	8
2. ANTECEDENTES	10
3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	13
3.1 Caracterización General del Problema.....	13
3.2. Preguntas de Investigación.....	18
4. JUSTIFICACIÓN	19
5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION.....	20
5.1 Objetivo General.....	20
5.2 Objetivos Específicos	20
6. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	21
6.1 Institución	21
6.1.1. Concepto de Institución.....	21
6.1.2. Tipos de Instituciones estatales.....	21
6.1.3. Características de las instituciones gubernamentales.....	23
6.1.4. Importancia de las Instituciones gubernamentales.....	23
6.2. La Micro, Pequeña y Mediana empresa (MIPYME).....	24
6.2.1. Concepto de las MIPYME.....	24
6.2.2. Características de las MIPYME	25
6.2.3. Clasificación de las MIPYMES.....	26
6.3. Competitividad.....	28
6.3.1. Definición de competitividad.....	28
6.3.2. Tipos de competitividad.....	30
6.3.3 Importancia de la competitividad.....	32
6.3.4. Factores que determinan la competitividad.	33
6.4. Estrategias	34
6.4.1. Concepto de estrategia.....	34
6.4.2. Estrategias de competitividad.	35
6.4.3. Tipos de estrategias de competitividad.	35
7. HIPÓTESIS O SUPUESTO DE INVESTIGACIÓN.....	37
8. OPERACIONALIZACIÓN DE MATRIZ DE CATEGORIAS.....	38
9. DISEÑO METODOLÓGICO.....	40
9.1. Tipo de investigación	40

9.2. Área de estudio	40
9.3. Población y Muestra	41
9.4. Métodos y técnicas de recopilación de datos.....	42
9.5. Etapas de la investigación	43
10. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	45
10.1. Organización del Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR Delegación Nueva Segovia) para la atención a las MIPYMES.....	45
10.1.1. Visión, misión y objetivos de INTUR.....	45
Objetivos de INTUR delegación Nueva Segovia.	46
10.1.2. Estructura de INTUR delegación Nueva Segovia.....	46
10.1.3. Funciones o tareas del equipo técnico de INTUR, delegación Nueva Segovia	50
10.1.4. Acompañamiento y seguimiento de INTUR para la licencia y sellos turísticos	54
10.1.5. Beneficios que brinda INTUR delegación Nueva Segovia.	58
10.1.6. Capacidad de recursos que posee INTUR, delegación de Nueva Segovia.	59
10.2. Características de certificación otorgada por INTUR a las MIPYMES	61
10.2.1. Tipos de licencia turística y sellos internacionales otorgados por INTUR, Delegación de Nueva Segovia.....	62
10.2.2. Proceso y requerimientos para la obtención de la licencia turística.....	63
10.2.3. Proceso de certificación para la obtención de los sellos internacionales.	72
10.2.4. Metodología de control y seguimiento a las MIPYMES por el INTUR	74
10.2.5. Valoración de la capacidad competitiva de las MIPYMES según INTUR.	75
10.3.6. Prueba de hipótesis	95
10.4. Propuesta de estrategias para el acompañamiento de INTUR a las MIPYMES.....	96
10.4.1. Análisis FODA sobre el proceso de acompañamiento de las MIPYMES por INTUR....	97
10.4.2. Propuesta de acciones para mejorar el proceso de acompañamiento de las MIPYMES.	98
11. CONCLUSIONES.....	100
12. RECOMENDACIONES.....	102
13. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	103
14. ANEXOS.....	108
Anexo N° 1	108
Anexo N° 2	110
Anexo N° 3	112
Anexo N° 4	113
Anexo N° 5	117
Anexo N° 6	118

1. INTRODUCCIÓN

El Instituto Nicaragüense de Turismo de Nicaragua (INTUR) en alianza con las instituciones nacionales, municipales y el sector empresarial ha venido impulsando la creación y el desarrollo de productos y servicios mediante la estrategia de promoción de MIPYMES de circuitos y rutas turísticas. Sin embargo, para INTUR, en Nicaragua la pandemia del COVID-19 marcó un antes y un después en su funcionamiento, ante el cierre temporal del turismo internacional en el año 2020, y para evitar grandes pérdidas al sector, se plantea como estrategia de país, el enfocarse en la diversificación de la oferta local, y por ende el aumento de la demanda del turismo nacional.

En la actualidad el turismo en la ciudad de Ocotal ha venido en constante crecimiento porque los dueños de los negocios y nuevos emprendedores se han motivado para incursionar en este nuevo ámbito. Así mismo, el Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR) ha jugado un papel importante para las MIPYMES porque con su asesoría y apoyo financiero, ha logrado fomentar a distintas empresas y ampliar a nuevos sectores competitivos y productivos que están dinamizando el desarrollo social y económico.

Esta investigación tiene como objetivo analizar los factores de competitividad promovido por INTUR en los negocios locales, para proponer estrategias que potencien el proceso de acompañamiento para las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES) que deseen ser certificadas en el sector turístico generando una mayor actividad económica en la ciudad de Ocotal.

El presente trabajo trata de analizar la incidencia de INTUR-Las Segovias en la competitividad de MIPYMES, la cual en el primer capítulo brinda recopilación de información, los instrumentos que se utilizan y el proceso de tratamiento de la información. Además, trata de caracterizar a las MIPYMES en Ocotal, su clasificación, la cantidad de empleos que generan en Ocotal, el aporte que brindan en el PIB, las principales características, las ventajas y desventajas de las MIPYMES, así como el entorno económico en el que se desenvuelven.

Las MIPYMES mencionan las generalidades que tienen en Ocotal, las características principales, la organización y producción, los avances tecnológicos que estas microempresas tienen, la rentabilidad y el nivel académico de estos. Estas MIPYMES ejecutan labores acordes a las necesidades del mercado, de tal forma que venden, y mantienen un amplio inventario de productos para ofrecer al cliente.

Este documento está organizado en 13 acápites, de la siguiente manera:

El primero incluye la introducción, el segundo aborda los antecedentes del estudio nacional e internacional, el tercero incluye la descripción del problema donde también se define la ruta crítica de preguntas-problemas; y en el cuarto acápite esta la justificación.

En el quinto aspecto se presenta el objetivo general, y los objetivos específicos. La fundamentación teórica se ubica en el sexto acápite, en este caso se identifican cuatro ejes teóricos que son: 1) Institución; 2) Micro, pequeñas y Medianas Empresas (MIYMES); 3) Competitividad; y 4) Estrategias de competitividad. El séptimo y octavo contenido incluye la operacionalización de los objetivos específicos, y la hipótesis de investigación.

Noveno acápite describe la metodología, precisando el tipo de investigación, universo y muestra, las técnicas de recolección y la descripción de las etapas de investigación.

Décimo punto: incluye anota el análisis y discusión de los resultados. En el onceavo contenido se refiere a las conclusiones que precisan los principales hallazgos obtenidos de cada objetivo específico de la investigación. Doceavo aspecto abarca las recomendaciones sugeridas al Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR), a las MIPYMES, a la FAREM-Estelí, y a los estudiantes.

Finalmente, se incluyen las referencias bibliográficas y los anexos, donde se comparten las técnicas de recolección de datos, y fotografías realizadas para esta investigación.

2. ANTECEDENTES

Como antecedentes nacionales se identificaron 8 tesis en modalidad Seminario de Graduación que se han realizado en la Facultad Regional Multidisciplinaria FAREM – Estelí, para optar al Título de licenciatura en Administración de Empresas, todas enfocadas en la competitividad de diferentes sectores empresariales. A continuación, se especifica el contenido:

Una primera tesis de licenciatura sobre competitividad de Díaz, Sánchez & Torres (2016) se titula Competitividad en la comercialización de insumos eléctricos de cubas Eléctrica S. A, con respecto a otras empresas distribuidoras de la ciudad de Estelí, en el año 2016. Esta investigación es aplicada y cuantitativa. Se encuestaron a 46 ferreterías. El resultado más destacable es el 97.2% de los clientes visitan los locales por su ubicación geográfica. También influye la atención que se brinda a los clientes desde el área de gerencia y personal de ventas, y como parte de las estrategias para satisfacer la demanda de los clientes es la adquisición de productos con parte de las ganancias y así siempre mantener la demanda de los clientes. La estrategia de competitividad que utiliza las MIPYMES del sector es analizar los productos en oferta y tratar bien a cada cliente para incrementar la afluencia de estos mismos.

Una segunda tesis de licenciatura de Huete, Rodríguez & Ruiz (2016), del año 2016, tiene como objetivo plantear estrategias competitivas de la empresa de calzado Oscar's Shoes ubicada en el municipio de Granada para la penetración en el mercado de la zona norte de Nicaragua, durante en el año 2015. Como principal resultado se destaca que el mercado predominante es Matagalpa y Jinotega, ya que el 60% de los negocios en ambos lugares dicen reconocer la marca. En esta tesis se recomienda ampliar el mercado de la zona norte.

Otra tesis de Flores Casco (2016) y se titula Incidencia de la fijación de precios de venta del producto en los niveles de competitividad de las MIPYMES productoras de Tabaco en el municipio de Estelí, ciclo productivo 2015. El objetivo principal fue valorar la incidencia de la fijación de precios de venta del producto en los niveles de competitividad de las MIPYMES productoras de tabaco. Esta investigación es de tipo cuantitativa. Su muestra fue de 54 fincas del municipio de Estelí. La investigación destaca que las fincas tienen un mercado bien definido, que

está dirigido a su producto, y la fijación de precios se establece de acuerdo a los costos de producción, y la calidad de los productos, lo cual influye en la demanda.

Otra tesis, se titula Competitividad entre los negocios de flores que están legalmente constituidas en la ciudad de Estelí en el año 2017 (Osejo Benavides, Lezcano Diaz, & Gonzales Talavera, 2017). Esta es una investigación cuantitativa. Se aplicaron encuestas a los seis propietarios de las floristerías legalmente constituidas de la ciudad de Estelí y encuestas a los clientes de las tres floristerías más competitivas. El estudio muestra que el 100% de dueños de floristería ven la publicidad como una estrategia importante y que la ubicación del negocio en el centro de la ciudad, les ha permitido posicionarse en el mercado. La principal recomendación es implementar nuevas estrategias de comercialización y capacitar al personal para la atención al cliente.

Tesis de licenciatura, se titula Manejo conjunto de las finanzas personales con las Finanzas de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES) y su incidencia en los resultados financieros de las MIPYMES del barrio Milena Hernández de la ciudad de Estelí durante el primer semestre del 2019 (Mairena Centeno, Martinez Altamirano, Laguna Torrez, & Cruz Cruz, 2020). Este es un estudio descriptivo explicativo. La muestra fue de 47 empresas. Los principales resultados muestran que los negocios son administrados por sus dueños y la mayoría tiene problemas de sobreendeudamiento y carecen de conocimientos administrativos. Así mismo, la mayoría de micro, pequeñas y medianas empresas no llevan registros contables, solo el 36% están registradas, y el 77% carece de control interno. Se recomienda contratar, a través del INTUR, a un contador para capacitarlas sobre el tema financiero, y contable de su negocio, y realizar el pago de las deudas aumentando las ventas mediante la promoción del producto a nivel nacional e internacional, para que visiten el negocio y tengan más afluencias de clientes.

La siguiente tesis de licenciatura se titula: Agricultura en el tratamiento contable de la producción de Frijol INTA Sequía en Finca La Ceiba Condega -Estelí durante el periodo del mes de abril -septiembre 2019. Esta investigación es cualitativa. Se aplicó entrevista al propietario de la finca y se observó el comportamiento, medios, materiales e instrumentos de los procesos productivos del frijol. La investigación concluye que en Finca La Ceiba no se llevan registros adecuados y

completos de la información contable, el modelo de costos existente es el que mejor se adapta al proceso productivo del frijol porque no tiene un mercado activo y los detalles de costos son difíciles de precisar (Peralta Ubeda, Iglesias Santos, & Lainez Cruz, 2020).

La tesis de licenciatura Evaluación de la rentabilidad a partir del diseño e implementación de un sistema contable en la MIPYME “Marisquería Estelí” ubicada en la ciudad de Estelí, durante el primer semestre del año 2020 (Olivas Cruz, Talavera Calero, & Villareyna, 2021), definiendo como muestra de estudio el área administrativa-contable. Este estudio es descriptivo–explicativo sobre los procedimientos contables de la empresa. Se concluye que, al ser una empresa pequeña se carece de registro contable, y es su principal limitante para crecer y expandirse en el mercado. La principal recomendación es registrar las operaciones contables en tiempo y forma para conocer cómo funciona diariamente la empresa.

La tesis de licenciatura de Cruz Ríos & Hoyos López (2022) titulada Diseño e implementación de un sistema contable para el control y registro de la MYPIME “nuevo amanecer” de la comunidad el Bramadero del municipio de Condega para el primer semestre del año 2019. Su objetivo fue evaluar el diseño e implementación de un sistema contable para el control y registro del negocio. Este es un estudio de tipo explicativo, se analiza la situación contable de dicha empresa, presentando como principal debilidad la ausencia de controles contables internos, específicamente en: inventario, pago a empleados, control de compras, ventas de gastos, el registro de libros contables, así como el desconocimiento del costo del servicio brindado y de las utilidades percibidas.

Estos antecedentes permiten demostrar que existen tesis enfocadas en la competitividad y estudios enfocados en las MIPYMES, pero no se encontró un estudio dirigido al trabajo una institución gubernamental en la competitividad de las MIPYMES del sector turístico desde la asesoría del Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR). Esta investigación implica un aporte porque se analizan los resultados de la aplicación de las acciones implementadas por dicha institución, y se dan sugerencias para que las empresas turísticas mejoren su posicionamiento, competitividad y desarrollen todo el sector en el municipio de Ocotol.

3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYME), constituyen un importante sector de la economía, de manera particular el negocio de Restaurantes, bares, cafeterías y Hoteles, pero es evidente la limitación en cuanto a producción y comercialización, así como las formas de administración empírica la falta de recursos financieros y tecnológicos que contribuyen a la competitividad de las mismas.

3.1 Caracterización General del Problema

INTUR formula y ejecuta políticas y estrategias que promuevan la ampliación y diversificación de la oferta turística, impulsando el desarrollo de Productos a través de Circuitos y Rutas Turísticas, en alianza con las instituciones nacionales, municipales y el sector empresarial; conformando y promoviendo el funcionamiento de los Gabinetes de Turismo del Poder Ciudadano (INTUR, 2019).

En el año 2020, la pandemia del COVID-19 en Nicaragua, llevo a qué las autoridades tomarán medidas de aislamiento del país, suspendiendo vuelos, evitando aglomeraciones, salidas innecesarias y recomendando el uso de mascarillas e interacción a no menos de un metro de distancia. En consecuencia, el sector turismo fue uno de los sectores más afectados a nivel nacional y mundial, por ello en Nicaragua se ha tenido que realizar cambios en su estrategia.

En el sector turismo, a nivel global, se implementaron estrategias para sobrellevar la pandemia y que el mundo siguiera funcionando, una de ellas fue el aprovechamiento máximo de la tecnología, y la sociedad tuvo que aprender a usarlos y las empresas e instituciones adaptarlas para garantizar su funcionamiento.

ara INTUR en Nicaragua, la pandemia marco un antes y un después en su funcionamiento. Los avances tecnológicos fueron un reto, ya que la cultura de la mayoría de los empresarios del país se apega al sistema tradicional en el manejo de su negocio, esto generó muchos problemas, cuando las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES) se dificultó su adaptación a los cambios

en la atención junto con la actualización tecnológica, única estrategia que les podía permitir seguir adelante con sus negocios en un contexto de con la pandemia.

Al mismo tiempo, la pandemia le dio una oportunidad al sector turístico con el incremento de la demanda de nicaragüenses visitando su propio país, pero también una clientela más exigente en el tema de bioseguridad, y que solicitaba que toda empresa que comercializara un servicio estuviera equipada con la tecnología de bioseguridad para evitar el contacto físico sin dejar de hacer todas las actividades. La pandemia, los avances tecnológicos y la clientela exigente los obligó a la diversificación en las ofertas turísticas, pero también dejó en evidencia la deficiencia de las MIPYMES al proveer el producto turístico.

La cultura de los empresarios nicaragüense, de negarse al cambio y conformarse con solo ser la tradicional propuesta turística de restaurante, café, y bares; provoca que no se logre atraer turistas extranjeros, y también a nacionales que ansían nuevas propuestas de recreación. Nicaragua es mucho más que una buena gastronomía, lindos paisajes y lindos lugares recreativos; también existen otras opciones de atracción que pueden captar la atención, ya sea por su valor histórico o su valor artístico como: casas de cultura, pequeños museos, bibliotecas, iglesias, actividades culturales, sitios históricos, parques para la familia, entre otros.

La existencia de una cultura empresarial deficiente debido a la limitada capacitación y formación profesional del prestador de servicios turísticos, el desconocimiento de la importancia de la certificación y la falta de incentivos para realizar esta gestión, limita los beneficios y la mejora del desempeño en el mercado y ser más competitivo frente a sus competidores.

Un problema característico de las MIPYMES a nivel de Ocotal es la poca competitividad de los productos, por las desventajosas condiciones en que operan debido al escaso acceso a financiamiento, transferencias de tecnologías personal calificado, lo que dificulta la capacidad de innovación de tecnología, personal calificado, capacitado, lo que dificulta la capacidad de innovación en comparación con grandes empresas, que impiden competir a nivel local, nacional e internacional.

En la actualidad el turismo en la ciudad de Ocotal, ha venido en constante crecimiento, porque dueños de negocios y nuevos emprendedores se han motivado para incursionar en este sector. Sin embargo, estos inversionistas toman mucho riesgo, porque muchos de ellos carecen de preparación sobre el sector, lo que ha provocado que no logren desarrollar su máximo potencial.

Para enfrentar esta problemática, en la ciudad de Ocotal, el Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR), Delegación de Nueva Segovia, ha venido promoviendo y fomentando de distintas maneras el acompañamiento a los diversos negocios, en pro de entablar y desarrollar el turismo en el departamento de Nueva Segovia. Al contar con la ayuda de INTUR los negocios ya existentes en este sector y los que se quieran incorporar tendrán mayores herramientas para su desarrollo.

INTUR brinda a las MIPYMES la oportunidad de capacitarse, de promover sus empresas local y nacionalmente, que puedan crecer, que puedan optar a sellos de calidad a nivel internacional, posicionar su marca y formalizarse como empresas turísticas. Pero, muchas veces los empresarios nicaragüenses ven todas estas oportunidades como irrelevantes e innecesarias, dejando en claro que más que empresas flexibles son empresas sobrevivientes. Sin embargo, la actitud conformista de muchos de los pequeños empresarios de solo ofrecer los servicios básicos los mantiene limitado a su crecimiento.

La inconstancia es otra limitante que presentan las MIPYMES, solo por un corto periodo captan las orientaciones y aplican las herramientas que INTUR les brinda, trabajan arduamente por una semana y pierden el ritmo con facilidad; la falta de interés y compromiso deja en evidencia la desorganización. La micro, pequeña y mediana Empresa (MIPYME) no le da importancia al hecho formalizarse, el instituto nicaragüense de turismo (INTUR) basado en el Arto 44 del reglamento de la ley 495 "Ley General de Turismo" llaman a todas las actividades turísticas contempladas en el reglamento a acercarse a la delegación a inscribirse para que obtengan el título licencia de operación, más sin embargo muchos empresarios nicaragüenses ven este trámite como una pérdida de tiempo.

En los recursos financieros INTUR trabaja con los incentivos turísticos como: paneles solares, equipamientos, mejoras en los servicios sanitarios, ropa de arreglo de habitaciones y créditos con bancos. Actualmente muchos de estos incentivos no son brindados ya que el sector turismo sigue con los efectos negativos de la crisis socioeconómica de 2018 y luego con la pandemia del COVID 19. Lo que sigue vigente es lo que ofrece la ley 306 "Ley de incentivos turísticos", esta aplica la exoneración del IVA en las compras de materiales de construcción y equipamiento. Esto aplica si cumplen con los requisitos que la ley pide. Una de las limitantes con la aplicación de esta ley, es el uso incorrecto que le dan los empresarios nicaragüenses ya que la utilizan para beneficio personal y no para fortalecer el negocio.

Exoneración del pago de la licencia sanitaria que brinda el MINSA, todas las empresas que se registran en el instituto nicaragüense de turismo (INTUR) se les otorga una carta de exoneración para que no paguen el impuesto que cobra el MINSA para darles la licencia sanitaria. El desconocimiento de la Ley de Incentivos, falta de interés de participar de las capacitaciones, programas y sellos de calidad internacional por parte de las MIPYMES aduciendo que no tienen tiempo para participar, es el claro ejemplo del desaprovechamiento de las oportunidades y recursos.

Los sellos de calidad internacional son dos: Sello Safe Travel y Moderniza. El Sello Safe Travel es el primer sello mundial de seguridad e higiene del mundo para viajes y turismos, diseñado específicamente para abordar el COVID-19 y similares brotes. Este es un sello y no una certificación, que genera seguridad no solo para destinos y empresas sino también a los viajeros y personas que trabajan y dependen del sector de viajes y turismos. El sello permitirá a los turistas reconocer destinos y empresas en el mundo que implementan protocolos de salud e higiene alineados con los protocolos de "Safe Travels" del WTTC, que también están alineados a las directrices actuales de la organización Mundial de la Salud (OMS) y de los centros para el control y la prevención de enfermedades (CDC) (INTUR, 2022).

Todas las empresas de sector Turismo que tengan vigente su licencia de operación, como parte de los incentivos que proporciona INTUR, podrán usar el sello de forma gratuita, siempre y cuando

cumplan con los protocolos desarrollados por la Institución que están alineados con los protocolos “Safe Travels”, y completen el correspondiente proceso de solicitud aceptando los términos y condiciones (INTUR, 2022).

Para la mayoría de MIPYMES tramitar el sello no es un problema, el problema radica en que no lo ven como algo importante y deciden no tramitarlo. Para las MIPYMES que, si obtienen el sello, su problema es conservarlo, ya que INTUR le da seguimiento al proceso y si después de las inspecciones no cumplen con el cumplimiento y aplicación de los protocolos de higiene y salud se retirara el derecho de uso del sello.

Moderniza, es un sistema de gestión para el mejoramiento de la calidad, a través del cual las empresas turísticas podrán motivar a sus colaboradores con base en una forma moderna de dirigir y administrar una empresa turística, esto es permitirá satisfacer las expectativas de sus clientes. El programa de Gestión Moderniza tiene como principal objetivo brindar acompañamiento técnico a los empresarios para el direccionamiento de sus negocios hacia la modernización, mediante la adopción de sistemas de gestión y estándares de calidad, a fin de satisfacer las necesidades de sus clientes (Secretaria de Turismo, 2017).

La única limitante que presentarían las MIPYMES para poder obtener ambos sellos, sería que no tengan la licencia turística actualizada, proceso que se debe hacer anualmente.

3.2. Preguntas de Investigación

Pregunta General

¿De qué manera incide INTUR en la competitividad de las MIPYMES del sector turístico de la ciudad de Ocotal en el periodo 2021-2022?

Preguntas Específicas

1. ¿Cómo está organizado INTUR para brindar atención a las MIPYMES del sector turístico de la ciudad de Ocotal?
2. ¿Cuáles son los requisitos del INTUR-Las Segovia a las MIPYMES que solicitan la licencia de sus negocios?
3. ¿Cómo ejecuta INTUR el proceso de certificación de las MY PYMES del sector turístico de la ciudad de Ocotal, Nueva Segovia?
4. ¿Cuáles son las estrategias de promoción que implementa INTUR impulsar la competitividad de las MIPYMES del Sector turístico de la ciudad de Ocotal?
5. ¿Qué acciones debería implementar INTUR para la mejora del acompañamiento y desarrollar la competitividad de las MIPYMES del sector turístico de la ciudad de Ocotal?

4. JUSTIFICACIÓN

Esta investigación será de utilidad para el Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR-Nueva Segovia) porque aportara un análisis sobre las características competitivas del sector turístico, y sugiere una estrategia que potencie el seguimiento para aquellas empresas turística que quieren acceder a la certificación con el sello travel y moderniza, en la ciudad de Ocotal.

La presente investigación está dirigida para que los empresarios, asesorados por el INTUR, conozcan de la influencia que ejerce dicha institución, y proporciona información sobre la situación de la competitividad de las MIPYMES de turismo, a su vez las sugerencias contenidas en este estudio puedan ser consideradas para su aplicación, y con ello mejorar el funcionamiento de sus negocios.

Así mismo este estudio es de beneficio para todos los pequeños empresarios propietarios de MIPYMES turísticas que no están recibiendo asesoría de INTUR, para conocer los beneficios que implica ser acreedora de los sellos de calidad facilitados por la institución, y que aportan ventajas en su capacidad competitiva.

Esta investigación es de utilidad para otros pequeños empresarios que deseen implementar un nuevo emprendimiento, para que se informen sobre las características del apoyo facilitado por INTUR, y que puedan incorporarse a programas de apoyo al sector turistico.

Además, la presente investigación contribuirá a la Facultad Regional Multidisciplinaria de Estelí (UNAN-Managua; FAREM-Estelí) en la consolidación de la Línea de investigación CEC-2: Organizaciones, gobierno y economía nacional; y la Sub línea de investigación CEC-2.3: Estrategia empresarial, producción, mercadotecnia, talento humano y toma de decisiones.

Igualmente, servirá como un antecedente para otros estudios enfocados en la competitividad de la MIPYMES del sector turístico; pero relacionados con el importante papel que juega el INTUR para el desarrollo de dicho sector.

5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION

5.1 Objetivo General

Analizar la incidencia del Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR-Las Segovias) en la competitividad de las MIPYMES del sector turístico de la ciudad de Ocotal, en el periodo 2021-2022 para la definición de acciones que potencien el acompañamiento.

5.2 Objetivos Específicos

1. Determinar la organización del Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR-Las Segovias) para la atención a las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas del sector turístico de la ciudad de Ocotal.
2. Describir las características de la certificación implementada por el Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR-Las Segovias) a las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas del sector turístico de la ciudad de Ocotal.
3. Analizar, desde la visión de los emprendedores, las acciones de promoción que implementa el Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR-Las Segovias) para la mejora de la competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas del sector turístico de la ciudad de Ocotal.
4. Proponer acciones para que el Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR-Las Segovias) potencie el proceso de acompañamiento para las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas que deseen ser certificadas en el sector turístico de la ciudad de Ocotal.

6. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

En esta investigación se precisan cuatro ejes teóricos que son 1) Institución; 2) Micro, pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES); 3) Competitividad; y 4) Estrategias de competitividad. A continuación, se anotan los aspectos conceptuales de cada uno de ellos:

6.1 Institución

6.1.1. Concepto de Institución

La institución no ejecuta infundadamente, sino de acuerdo con las leyes; éstas no operan en nombre propio sino como representantes de una entidad abstracta (De Blas Guerrero, y otros, 2010).

Las instituciones son entidades que se encuentran dentro de un estado y están compuestas por individuos que son regidos por reglamentos y políticas en pro de cumplir un objetivo en común (Cuetara Martinez, 2020).

Una institución pública es una organización que desempeña acciones de interés público y esta forma parte del gobierno nacional, estas instituciones cuentan con instrumentos que ayudan a mejorar el bienestar público y fomentan prácticas que favorecen a la sociedad (Solano, 2014).

6.1.2. Tipos de Instituciones estatales

De este modo nacieron: primero, el Derecho; después el Estado; y finalmente el Estado de derecho. Por el camino fueron tomando cuerpo muchas instituciones concretas (Cuetara Martinez, 2020)

Hay instituciones sociales, políticas, jurídicas, económicas, culturales, educativas, sanitarias, etc.; las hay también ancestrales, tradicionales o modernas; las hay de carácter local, regional, nacional o global; de carácter público o privado. En fin, su diversidad en las complejas sociedades actuales es notoria (Cuetara Martinez, 2020).

Las instituciones se establecen de diferentes formas, a través de documentos, leyes, decretos. Las formales son aquellas como por ejemplo las universidades. Otras son las no formalizadas o instituciones naturales como lo son las asociaciones; pero como en las formales son regidas por normas, jerarquías. Estas se clasifican (Significados.com, 2022):

1. *Instituciones políticas*: todas aquellas que tienen como fin el regular el funcionamiento de la sociedad a escala local hasta nacional como lo son los partidos políticos, organizaciones internacionales ONU, OEA, etc.
2. *Instituciones económicas*: las que regulan las diferentes relaciones económicas entre diferentes actores sociales como lo son los comercios, las sociedades y personas naturales.
3. Instituciones jurídicas: encargadas de mediar las relaciones de sujetos donde halla conflicto por parte de los mismos.
4. *Instituciones legislativas*: instituciones que tiene competencia para dictar las leyes y normas que ayudan a garantizar el orden social y el ejercicio de derecho.
5. *Instituciones académicas y científicas*: son aquellas orientadas a la educación y construcción del conocimiento desde el más básico hasta el superior con el fin de contribuir a la sociedad misma.
6. *Instituciones financieras*: controlan el sistema bancario de una determinada región o país con potestad de administrar los recursos financieros de los ahorristas y otorgar financiamiento para inversiones.
7. *Instituciones religiosas*: son todas aquellas que se organizan comunitariamente para la vivencia de la fe.

6.1.3. Características de las instituciones gubernamentales.

Las instituciones Gubernamentales tienen como finalidad brindar un servicio público completo y de calidad. Todas estas poseen ciertas características, entre las más importantes y notorias tenemos las siguientes (Cuetara Martinez, 2020):

- Facilitan la fluidez de la sociabilidad humana.
- Aportan confianza y cooperación interpersonal.
- Son normativizadas.
- Son políticas y jurídicas.
- Regulan comportamientos fundamentales para los grupos humanos.
- Propician interacciones útiles para el avance colectivo.
- Son construcciones intelectuales.
- Son estructuras sociales evolutivas.

6.1.4. Importancia de las Instituciones gubernamentales.

Las instituciones son importantes para la vida en una sociedad organizada; aportan utilidad a los grupos humanos, permiten a cada uno de sus miembros orientar su conducta hacia el comportamiento social adecuado. Desde la más intuitiva (matrimonio, familia) hasta la más abstracta (Democracia, Mercados) generan relaciones de confianza profunda que posibilitan intercambios pacíficos entre agentes sociales (De la Cuetara Martinez, 2020).

Las entidades logran superar las limitaciones que plantean la agregación de los comportamientos individuales para explicar el comportamiento colectivo (De Blas Guerrero, y otros, 2010).

Las instituciones son un conjunto de reglas, normas, valores y costumbres que rigen y a la par, son creaciones de la acción social. En su conjunto conforman un entramado con distintos niveles y alcances que le dan sentido al orden social y pueden actuar a nivel de la totalidad social o en un área o aspecto específico de la sociedad. Ellas son la bisagra entre el nivel macro social y el nivel

micro social. Desde ese ámbito, interconectan la cultura con los individuos, lo histórico con lo situacional, lo estructural con lo cognitivo, el orden con la acción. En su accionar, modelan las preferencias, elecciones y el comportamiento de los individuos y les ofrecen recursos para lidiar con la complejidad e incertidumbre del ambiente (Brismat, 2014, pág. 31).

Las instituciones son importantes ya que estas brindan beneficios colectivos generan expectativas reales y organizan la conducta social, estas trascienden a los gobiernos mismos independientemente de su temporalidad o afiliación política. De ahí son capaces de que cada miembro de la sociedad sin importar su nivel de autoridad debe ceñirse a sus decisiones a las normas y lineamientos que se establecen (Periodico Milenio, 2016).

6.2. La Micro, Pequeña y Mediana empresa (MIPYME)

6.2.1. Concepto de las MIPYME.

Existen una diversidad de criterios para definir y de este modo clasificar a las empresas como micro, pequeña y mediana, estos criterios son diferentes, dependiendo del país o entidad que las define y clasifica. Por lo anterior resulta interesante precisar si las empresas, insertas en el actual contexto económico, presentan características que puedan ser tomadas como elementos que permitan establecer una diferenciación entre grande, pequeña, micro o mediana empresa. Hay características comunes a todo tipo de empresa, cualquiera sea su tamaño, su proceso de producción o la naturaleza mercadológica de sus productos o servicios que en determinado momento pudieran permitir establecer una definición (Saavedra & Hernández C., 2008).

El sector de micro, pequeñas y medianas empresas no es fundamentalmente diferente del marco del sector privado en su totalidad. Las pequeñas empresas, aun contando con reglas y servicios diferenciados, compiten para los mismos clientes y operan con las mismas estrategias que empresas más grandes. No obstante, la diferencia entre un empresario que se auto emplea en una microempresa y una gran empresa multinacional, puede ser enorme (Vander Kamp, 2006).

La forma más común y más extensamente utilizada para definir PYME es utilizar el número de empleados. En Nicaragua existe una definición formal por parte del Gobierno tanto para la micro, pequeña y mediana empresa, por número de empleados, activos y ventas anuales:

Figura 1: clasificación legal de las Pequeñas y Medianas Empresas en Nicaragua

	Micro	Pequeña	Mediana
Número Total de Trabajadores	1-5	6-30	31-100
Activos Totales (Córdobas)	Hasta 200 mil	Hasta 1.5 millones	Hasta 6.0 millones
Ventas Totales Anuales (Córdobas)	Hasta 1 millón	Hasta 9 millones	Hasta 40 millones

Fuente: Reglamento de Ley MIPYME, Decreto No. 17-2008.

Esta clasificación utilizada en Nicaragua dista de ser un estándar internacional (Urcuyo, Rodrigo, 2012).

6.2.2. Características de las MIPYME

Las MIPYMES están sujetas a un conjunto de características propias y específicas que las hacen muy diferentes de las empresas grandes (Flores Méndez, Cuadra López, & Ruiz Sotelo, 2017):

- Baja intensidad de capital.
- Presencia de propietarios/ socios/familiares/ como mano de obra.
- Estructura burocrática mínima.
- Poder centralizado.
- Dificultades para el acceso a financiamiento.

Así como poseen características propias y específicas también existen características generales que las MIPYME comparten, tales como:

- El capital inicial es proporcionado por una o dos personas, creando así una sociedad.
- La administración es realizada por los propios dueños.
- Administración empírica y limitada.
- Viven un proceso de crecimiento donde la pequeña tiende a ser mediana y aspira ser grande.

6.2.3. Clasificación de las MIPYMES.

En América Latina no existe homogeneidad al definir a las MIPYMES; es necesario señalar que muchos de los países presentan más de un criterio para definir las MIPYMES, que varían dependiendo del sector en que se encuentran (Saavedra & Hernández C., 2008).

Según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (Saavedra & Hernández C., 2008):

Figura 2: Clasificación oficial de las MIPYMES en la Comunidad Europea (CE)

	Empleados	Ventas	Activo
Microempresa	Hasta 9	Hasta 2 millones de €	Hasta 2 millones de €
Pequeña	Hasta 49	Hasta 10 millones de €	Hasta 10 millones de €
Mediana	Hasta 249	Hasta 50 millones de €	Hasta 43 millones de €

Fuente: (Saavedra & Hernández C., 2008)

Figura 3: Clasificación oficial de las MIPYMES en la Comunidad Europea (CE)

Institución	Tamaño de la empresa	Número de trabajadores
INSEE ²	Pequeña	De 50 a 250
	Mediana	De 250 a 1000
SBA ³	Pequeña	Hasta 250
	Mediana	De 250 a 500
CEPAL ⁴	Pequeña	Entre 5 y 49
	Mediana	De 50 a 250

Fuente: (Saavedra & Hernández C., 2008)

En 2019 se dio a conocer una nueva clasificación de las MIPYMES basado en los resultados de un estudio que inicio en el 2013 donde se evaluaba el comportamiento de las empresas en los tres macro sectores, esta clasificación fue presentada a nivel latinoamericano.

Clasificación empresa de manufactura.

- Micro: ingresos anuales hasta de \$807.50.
- Pequeña: ingresos anuales de \$ 807.50 - \$7,023.80.
- Mediana: ingresos anuales de \$7,023.80 - \$59,512.08.

Clasificación empresa de servicios.

- Micro: ingresos anuales hasta de \$1,130.49
- Pequeña: ingresos anuales hasta de \$1,130.49 - \$4,521.96.
- Mediana: ingresos anuales hasta de \$4,521.96 - \$16,553.58.

Clasificación empresa de comercio.

- Micro: Ingresos anuales hasta de \$1,534.23
- Pequeña: ingresos anuales de \$1,534.23 - \$14,777.08
- Mediana: Ingresos anuales de \$14,777.08 - \$74,046.91

6.2.4. Importancia de las MIPYME

Las MIPYMES juegan un papel importante en la economía, reportes de la OECD (organización para la cooperación y desarrollo económico) contabilizan que la MIPYME genera dos tercios de empleo en el sector privado; es el principal creador de empleo y el PIB generado es del 50 y 60% respectivamente. Las MIPYMES fomentan la competencia y el emprendedurismo, por lo tanto, crean externalidades en eficiencia, innovación y crecimiento agregado de la productividad (Urcuyo, 2012).

Las MIPYMES para la economía nicaragüense son de vital importancia, por su aportación a la producción y contribución de bienes y servicios, por la flexibilidad de adaptarse al cambio

tecnológico y gran capacidad de generar empleos. En Nicaragua, las MIPYMES son consideradas el principal promotor del desarrollo económico, ya que son un instrumento para combatir la pobreza (Cuadra, 2006).

6.3. Competitividad

6.3.1. Definición de competitividad

Es la capacidad de una organización pública o privada, lucrativa o no, de mantener sistemáticamente ventajas comparativas que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socio económico. Si tuviésemos que definir la competitividad empresarial en pocas palabras, podríamos decir que ser competitivo es la capacidad que tiene nuestra empresa de hacer las cosas mejor que su competencia, ya sea en términos de producto, producción, costes, calidad, de manera que al final suponga una ventaja a la hora de hacer nuestro negocio más rentable (Medeiros, Gonçalves Godoi, & Camargos Teixeira, 2019).

Factores clave para el desarrollo de la competitividad.

Según Mendoza (2010) los factores de la competitividad son:

- **Valor:** Las empresas elevan su capacidad competitiva mediante la búsqueda de un nivel creciente de satisfacción del cliente, cubriendo sus necesidades actuales, enfrentando los cambios en las mismas y anticipándose a las estrategias de los competidores o contrarrestándolas. Con este accionar, se pretende aumentar la lealtad de los consumidores y se espera que la empresa sobresalga ante sus rivales.
- **Costos:** Las compañías en este mundo competido, debido a que la presión de la alta competitividad traslada el poder negociador a los clientes, se ven forzadas a reducir sus costos para sobrevivir en el mercado. Costos más bajos suponen precios menores o mejor margen y por tanto una mejor posición frente a los competidores. Este punto es de alta

consideración en la competencia actual. La preocupación por bajar los costos es visible ante la fuerza de la competencia libre en los mercados.

- **Aporte de la sociedad:** Los dos factores que he analizado arriba se refieren al esfuerzo que hace la firma por sí misma para salir adelante en materia de competitividad, pero existe un tercer elemento que de una u otra forma incide en la capacidad competitiva: es la situación general de la sociedad en la cual se opera, ejemplos de ello son la estabilidad económica; la flexibilización de los mercados laborales, el nivel de educación, entrenamiento y experiencia de la mano de obra, entre otros, factores todos que brindan posibilidades claras en materia de desarrollo competitivo, sobre todo si la empresa realiza un esfuerzo para aprovecharlos.

Modelos de la competitividad

Los modelos de competitividad más comunes pueden dividirse en dos grandes grupos: Enfoques macroeconómicos y Enfoques microeconómicos. Los primeros están pensados para medir el concepto de manera global en distintos sectores industriales, o inclusive a todo un país. El segundo grupo de modelos se limita a evaluar un solo sector industrial o una empresa.

Estrada, García & Sánchez (2009, pág. 169) anotan que es posible clasificar los modelos para la medición de la competitividad de la siguiente forma

1. Enfoques macroeconómicos.

- a) Modelo diamante de Porter para medir la ventaja competitiva de las naciones.
- b) Modelo del foro internacional de competitividad.
- c) Modelo del world Economic Forum OCDE.

2. Enfoques microeconómicos.

- a) Modelo de la SECOFI
- b) Modelo del INEGI
- c) Modelo del Bancomext

d) Modelo del MIT

6.3.2. Tipos de competitividad.

1. *Competitividad Nacional.*

Para que una nación sea competitiva debe integrar el diamante nacional que comprende cuatro elementos: a) El uso y la dotación de factores; b) la competencia y rivalidad entre las empresas; c) la formación de la demanda interna, y d) los sectores de apoyo y conexos (Medeiros, Goncalves Godoi, & Camargos, La competitividad y sus factores determinantes. Un analisis sistémico para países en desarrollo, 2019).

a) *Uso y dotación de factores:* “Las ventajas competitivas de las naciones dependen cada vez menos de la dotación de factores y recursos naturales y cada vez más del resultado de un conjunto de factores más extensos entre los que destaca en primer término la capacidad de los recursos humanos, físicos, de conocimiento, de capital y de infraestructura. Recursos que pueden dividirse en básicos y avanzados (Medeiros, Goncalves Godoi, & Camargos, 2019):

- Recursos básicos: son los recursos naturales.
- Recursos naturales: son los recursos y la existencia de personal capacitado.

b) *Competencia y Rivalidad entre las Empresas.* “En la formación de empresas competitivas interviene un conjunto de elementos socioculturales de importancia: la actitud de los trabajadores hacia la dirección, las normas sociales de conducta y las que dominan el ejercicio profesional. También son fundamentales las metas de las compañías, la percepción que estas tienen del largo plazo, su grado de permanencia en el mercado y la fuerza de su compromiso (Medeiros, Goncalves Godoi, & Camargos, 2019).

c) *La Formación de la Demanda Interna:* Es la suma del Gasto en Consumo Final (tanto de los Hogares como de las Administraciones Públicas) y la Formación Bruta de Capital. Es la

cantidad de mercancía, producto que se compra a diferentes precios por el cliente o individuo o por el conjunto de individuos de una sociedad (Gámez Maldonado & Martínez Ortiz , 2017)

- d) Los sectores de apoyo y conexos: son todas aquellas micro, pequeñas y medianas empresas, que operan como persona natural o jurídica, en los diversos sectores de la economía, siendo en general empresas manufactureras, industriales, agroindustriales, agrícolas, pecuarias, comerciales, de exportación, turísticas, artesanales y de servicios, entre otras. tiene que ver con la calidad del sistema o estructura de funcionamiento interno de una empresa. Si un negocio tiene buena competitividad estructural, su organización de roles, distribución de trabajo y modelo o engranaje funcionan de forma eficiente. Se clasifican dependiendo del número total de trabajadores permanentes, activos totales y ventas totales anuales (Asamblea Nacional Republica de Nicaragua, 2008).

2. Competitividad sistemática.

La competitividad sistémica se caracteriza por un desarrollo industrial exitoso que deberá estar determinado no únicamente por el impulso de factores a nivel micro y macro económicos, sino, además, por la existencia de medidas específicas por parte del gobierno y de instituciones no gubernamentales encaminadas al fortalecimiento de la competitividad de las empresas a nivel meso y meta aborda la competitividad desde el nivel de las relaciones entre un conjunto de empresas y otros actores económicos. Es útil para conocer la situación de las empresas en interacción con los entornos en que se desarrollan (Medeiros, Goncalves Godoi, & Camargos, 2019).

3. Competitividad Estructural.

Se refiere a la especialización de la economía, la innovación tecnológica, la calidad de las redes de distribución y los factores de localización, todo lo cual constituye el estado de suministro de bienes y servicios (Hatzichronoglou, 1996). La competitividad tiende a mejorar el desarrollo de las economías y, en particular, el desarrollo de una región donde las empresas participantes contribuirán al avance regional, sin embargo, las empresas que sean rechazadas o no se incorporen

en el proceso Inter y entra empresarial como sucede en el país serán marginadas del encadenamiento mercantil (Medeiros, Goncalves Godoi, & Camargos, 2019).

La competitividad económica, en cambio, define la capacidad de una empresa para producir u ofrecer productos o servicios a un coste justo y sin pérdidas o riesgos para la permanencia del negocio. Una empresa competitiva económicamente es aquella que ofrece salarios justos a sus empleados, cumple con las ventas y distribuciones asignadas y no mantiene un balance negativo en su área económica. En resumidas cuentas, una empresa competitiva en lo económico es una empresa rentable.

6.3.3 Importancia de la competitividad.

La importancia de la competitividad mejora el crecimiento Económico a largo plazo. Un país puede considerarse competitivo cuando logra manejar sus recursos y competencias de manera que, además de aumentar la producción de sus empresas, mejora la calidad de vida de sus ciudadanos, para un buen desarrollo estructural, socioeconómico, local, nacional e internacional de los Negocios (IMD, 2012) (Medeiros, Goncalves Godoi, & Camargos, 2019).

La competencia genera un círculo virtuoso en la economía que Inicia con mejoras en los procesos productivos y en las Condiciones para el consumidor, y termina con un impacto positivo en las variables macroeconómicas. La competitividad implementa estrategias y campañas efectivas, así como para alcanzar las metas de crecimiento que se plantean. Además de que sienta las bases para continuar con un buen desarrollo, la competitividad empresarial puede considerarse como un índice que nos deja medir la salud o enfermedad de un negocio y con ello conocer la rentabilidad del mismo (Medeiros, Goncalves Godoi, & Camargos, 2019).

Cuando existe competencia, las empresas deben rivalizar entre sí, Ofreciendo más y mejores productos, a mejores precios. Para lograrlo, las empresas deben aumentar su productividad e Innovar constantemente, para ser más eficientes en el largo plazo. Invertir mayores recursos,

capacitar a su personal y fortalecer sus herramientas de trabajo (Medeiros, Goncalves Godoi, & Camargos, 2019).

Al tener una mayor y mejor oferta de producto, el bolsillo de los consumidores alcanza para más, es decir, se fomenta el consumo Interno. Con este proceso las empresas ayudan a generar más empleo, mejor remunerado, contribuyendo al desarrollo del país (Medeiros, Goncalves Godoi, & Camargos, 2019).

Con respecto a lo antes mencionado se concluye que la competitividad entre las empresas beneficia a todos ya que permite a los consumidores tener más opciones de productos y así ellos puedan elegir la opción que más les favorezca o les llame la atención, permite a las empresas generar más ingresos y permite un mayor desarrollo económico del país (Medeiros, Goncalves Godoi, & Camargos, 2019).

6.3.4. Factores que determinan la competitividad.

Los “factores empresariales” son aquellos sobre los cuales la empresa tiene un control sustancial. Estos factores se relacionan con acumulación de conocimiento generado por la empresa y sus estrategias y, más específicamente, con la eficacia de la gestión, la capacitación, y el desempeño, la capacitación tecnológica en procesos y productos, los métodos de organización y los recursos humanos entre otros (Medeiros, Goncalves Godoi, & Camargos, 2019).

Los “factores estructurales” son aquellos sobre los cuales la empresa no tiene pleno control, es decir las empresas están limitadas por el propio proceso de competencia y sus especificadas. Además de las características de la demanda y La oferta, estos incluyen la influencia de instituciones fuera del mercado que definen el régimen de incentivos y regulación, la distribución geográfica, el grado de sofisticación tecnológica, las tasas de crecimiento, los sistemas de comercialización y las oportunidades de acceso a productos internacionales (Medeiros, Goncalves Godoi, & Camargos, 2019).

Los “factores sistémicos” son aquellos sobre los cuales el control de la empresa es muy escaso o nula. Estos factores son responsables de generar externalidades a las empresas, actuando como parámetros del proceso de decisión.

Para Medeiros, Gonçalves & Camargo (2019) se destacan los factores siguientes:

- Infraestructurales (disponibilidad, calidad y costo de la energía, transporte, telecomunicaciones, insumos básicos y servicios tecnológicos);
- Macroeconómicos (tipo de cambio, carga tributaria, tasa de crecimiento del producto interno, oferta de crédito y tasas de interés y política salarial);
- Político-institucionales (política tributaria, política arancelaria, apoyo al riesgo tecnológico, poder adquisitivo del gobierno);
- Sociales (sistema de calificación de la mano de obra, políticas de educación, y formación de recursos humanos, laboral y de seguridad social);
- Legales y normativos (políticas de la protección de la propiedad industrial, preservación del medio ambiente, defensa de la competencia y protección del consumidor);
- Internacionales (tendencias del comercio mundial, flujos internacionales de capital, inversiones de riesgo y tecnología, relaciones con organismo multilaterales).

6.4. Estrategias

6.4.1. Concepto de estrategia

Conjunto de reglas que buscan una decisión óptima en cada momento (Real Academia Española, 2021). Así mismo, Chiavenato (2011) afirma que las estrategias se refieren a diversas elecciones administrativas que existen entre diversas opciones, es decir se constituyen en el medio para lograr el fin (objetivo deseado), son acciones que se definen para consolidar el logro de los resultados propuestos. Además, es la diferenciación por precios bajos, en tanto que la estrategia prioritaria en las grandes empresas estudiadas es el mejoramiento de sus procesos internos y el buen servicio al cliente.

6.4.2. Estrategias de competitividad.

Las estrategias de competitividad se comprenden de acciones ofensivas y defensivas con el fin de lograr una posición defendible contra las cinco fuerzas competitivas (amenaza de entrada de nuevos competidores, rivalidad entre competidores existentes, amenaza de productos y servicios sustitutos, poder de negociación del proveedor, poder de negociación del cliente) y con ello conseguir un excelente rendimiento sobre la inversión. Consiste en posicionar una empresa para aprovechar al máximo el valor de las capacidades que la distinguen de sus rivales (Porter, 2001).

Las estrategias competitivas es la búsqueda de una posición competitiva favorable en un sector, tratando de establecer una posición provechosa y sostenible. Las acciones competitivas son movimientos direccionados externamente para incrementar su posición ante la competencia (Monge Castro, 2010, pág. 251).

Las estrategias competitivas son las diversas posibilidades con las que cuenta un negocio o empresa para posicionarse en un mercado, permitiendo que se puedan ubicar con un valor diferenciador de la competencia, con el objetivo de ganar terreno en mercado frente a sus competidores proporcionando ventaja con los clientes (Monge Castro, 2010).

6.4.3. Tipos de estrategias de competitividad.

Porter (2001) al encarar las cinco fortalezas o factores de la competencia, hay tres estrategias genéricas de gran eficacia para desempeñarse de mejor manera que los contrincantes:

1. *El liderazgo en costos Globales:* La posición de costos bajos aporta a la compañía rendimientos superiores al promedio en su industria, a pesar de la presencia de potentes fuerzas competitivas. Le proporciona una defensa contra la rivalidad de los competidores, pues los costos bajos significan seguir obteniendo rendimientos después que estos hayan disipado las utilidades en la lucha.

2. *Diferenciación:* Al conseguir la diferenciación, esta se convierte en una estrategia útil para conseguir rendimientos superiores al promedio. En efecto, establece una posición defendible para encarar las cinco fuerzas competitivas, aunque en forma distinta del liderazgo en costos. La diferenciación brinda protección contra de rivalidad porque los clientes son leales a la marca, lo que disminuye la sensibilidad al precio. También aumenta los márgenes de utilidad y permite prescindir de la posición de costos bajos. Se levantan barreras de entrada gracias a la lealtad de los consumidores.

3. *Enfoque o concentración:* En contraste con los costos bajos y la diferenciación (estrategias que buscan alcanzar sus objetivos en toda la industria), esta procura ante todo dar un servicio excelente a un mercado particular, y diseña las estrategias funcionales al tener presente lo anterior. Se basa en la suposición de que la compañía podrá prestar una mejor atención a su segmento que las empresas que compiten en mercados más extensos. De ese modo, se diferencia al satisfacer de manera favorable las necesidades de su mercado, al hacerlo a un precio menor o al lograr ambas metas. Aunque esta estrategia no logra costos bajos ni diferenciarse desde la perspectiva del público en general, sí logra una o ambas metas frente a su pequeño nicho.

7. HIPÓTESIS O SUPUESTO DE INVESTIGACIÓN

La asesoría de INTUR delegación de Nueva Segovia influye en la competitividad de las MIPYMES del sector turístico de la ciudad de Ocotal.

Variable independiente: asesoría

Variable dependiente: competitividad

VARIABLE	CONCEPTO DE VARIABLE	INDICADORES	FUENTE
Asesoría	Es la labor de un profesional o una empresa destinada a la realización de distintas funciones de asesoramiento, control y supervisión de la actividad económica de una persona física o jurídica que contrata sus servicios en el ámbito económico y jurídico. Identificación e investigación de problemas relacionados con organización, procedimientos y métodos para dar medidas apropiadas y prestación de asistencia en la aplicación de dichas recomendaciones (MBA, 2014).	<ul style="list-style-type: none"> • Asesoría a la producción. • Planes de empresa. • Asesoría para la certificación • Seguimiento a la certificación • Asesoría en atención al cliente. • Utilización del producto • Cobertura. • Eficacia • Satisfacer al Cliente. • Acceso a sellos • Capacitaciones 	<ul style="list-style-type: none"> - Encuestas. - Entrevistas.
Competitividad	Es la capacidad que tiene la empresa de hacer las cosas mejor que su competencia, ya sea en términos de producto, producción, costes, calidad, de manera que al final suponga una ventaja a la hora de hacer nuestro negocio más rentable. Es ayudar a las MIPYMES a mejorar su servicios, productos y ayuda a hacer el camino más sencillo (Medeiros, Goncalves Godoi, & Camargos, La competitividad y sus factores determinantes. Un analisis sistémico para países en desarrollo, 2019)	<ul style="list-style-type: none"> • Tipo de producto • Marca del producto • Estrategia de comercialización • Crédito • Innovaciones al negocio. • Plataforma digital. • Participación en las ferias • Evaluación de la competitividad 	<ul style="list-style-type: none"> - Encuestas. - Entrevistas.

8. OPERACIONALIZACIÓN DE MATRIZ DE CATEGORIAS

8.1. Cuadro de Operacionalización por objetivos específicos

Objetivo Especifico	Dimensiones de análisis	Definición operacional	Categorías	Fuente
1. Determinar la organización del Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR-Las Segovias) para la atención a las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas del sector turístico de la ciudad de Ocotol.	Institución.	Las instituciones son entidades que se encuentran dentro del estado y están compuestas por individuos que son regidos por reglamentos y políticas en pro de cumplir un objetivo en común (Martínez, 2021)	<ul style="list-style-type: none"> - Objetivos de INTUR - Organización del INTUR - Visión y misión - N° de MIPYMES en INTUR - Ámbito geográfico - Capacidad de recursos - Asesoría 	<ul style="list-style-type: none"> - Investigación documental - Entrevistas.
2. Describir las características de la certificación implementada por el Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR-Las Segovias) a las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas del sector turístico de la ciudad de Ocotol.	Certificación	Es un documento oficial que legaliza la información contable y Financiera de las MIPYMES, o Declarar que cierta cosa es de determinada manera, [especialmente una persona con autoridad o un documento oficial (Regalado Hernández, 2012).	<ul style="list-style-type: none"> - Requisitos para certificación - No. MIPYMES evaluadas. - No. MIPYMES certificadas - Metodología de seguimiento a la certificación. - No. MIPYMES capacitadas - Temáticas capacitaciones - Asesoría de INTUR - No. MIPYMES con crédito. - No. MIPYMES ofertadas en plataformas internacionales. - No. MIPYMES suspendida la certificación. - No. MIPYMES financiadas con incentivos turísticos. - No. MIPYMES exonerada pago de licencia sanitaria brindada por el MINSA. 	<ul style="list-style-type: none"> - Investigación documental - Entrevistas

<p>2. Analizar, desde la visión de los emprendedores, las acciones de promoción que implementa el Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR, - Las Segovia) para la mejora de la competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas del sector Turístico de la ciudad de Ocotal.</p>	<p>MIPYMES</p>	<p>La forma más común y más extensamente utilizada para definir PYME es utilizar el número de empleados (Urcuyo, Rodrigo, 2012).</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Tipo de asesoría de INTUR - Capacitaciones recibidas por INTUR. - Solicitud de crédito. - Participación de la MIPYMES en ofertas de plataformas internacionales. - Tiempo de estar certificada - Acceso a incentivos turísticos. - Exoneraciones del pago de licencia sanitaria brindada por el MINSA. 	<ul style="list-style-type: none"> - Encuesta - Entrevistas.
<p>3. Proponer acciones para el Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR-Las Segovia) potencie el proceso de acompañamiento para las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas que deseen ser certificadas en el sector turístico de la ciudad de Ocotal.</p>	<p>Estrategias</p>	<p>Chiavenato (2011) decía que las estrategias se refieren a diversas elecciones administrativas que exist en entre diversas opciones, es decir se constituyen en el medio para lograr el fin (objetivo deseado), son acciones que se definen para consolidar el logro de los resultados propuestos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Fortalezas y debilidades del proceso de acompañamiento para MIPYMES de INTUR. - Oportunidades y Amenazas del proceso de acompañamiento para MIPYMES de INTUR. - Estrategias para mejorar el acompañamiento para MIPYMES de INTUR. 	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis FODA

9. DISEÑO METODOLÓGICO

9.1. Tipo de investigación

Según el objeto de estudio es una investigación aplicada porque se estudia una problemática que existe en la competitividad de las MIPYMES del sector turístico de la ciudad de Ocotal y proponer acciones para mejorar el acompañamiento que realiza el Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR).

Según el enfoque filosófico es una investigación cualitativa-cuantitativa (mixta) porque se estudia a profundidad la realidad de las MIPYMES del sector turístico y se analiza la relación entre las variables asesoría y competitividad.

9.2. Área de estudio

9.2.1. Área de conocimiento

Área de conocimiento: Ciencias Económicas y Administrativas

Línea de investigación CEC-2: Organizaciones, gobierno y economía nacional

Sub línea de investigación CEC-2.3: Estrategia empresarial, producción, mercadotecnia, talento humano y toma de decisiones.

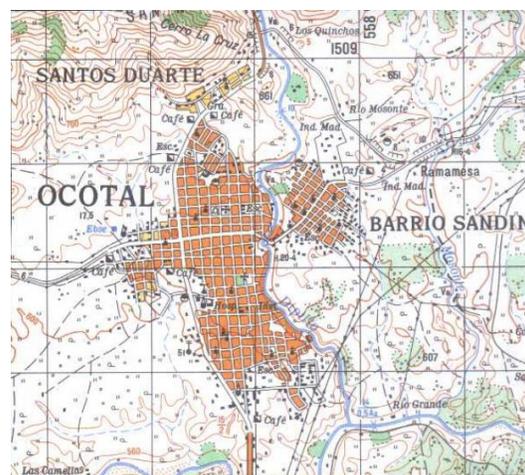
9.2.2. Área geográfica

El municipio de Ocotal está ubicado a una altura promedio de 605.6 msnm y una distancia de 226 km de la ciudad capital Managua y es la cabecera departamental de Nueva Segovia. Limita al norte con el municipio de Dipilto departamento de Nueva Segovia al sur con el municipio de Totogalpa

departamento de Madriz, al este con el municipio de Mozonte y al oeste con el municipio de Macuelizo ambos del departamento de Nueva Segovia con una extensión territorial de 85.6 km² (AMUNSE. Asociación de Municipios de Nueva Segovia, 2016).

Ocotal cuenta con una densidad poblacional de 404 habitantes/km², con una población del 52.4% mujeres y 47.6% hombres. Un área de residencia del 98.9% urbana y 1.1% rural. (AMUNSE. Asociación de Municipios de Nueva Segovia, 2016).

Ilustración 1: Mapa de la ciudad de Ocotal



Fuente: (Cabecera Departamental de Nueva Segovia, 2022)

La división política de la ciudad es de cinco distritos para fines catastrales y diez zonas para fines de organización, en el área urbana, el área rural esa organizada en cuatro zonas. El transporte interurbano cuenta con terminal y rutas expresas a lo interno, cuenta con unidades de taxi que están organizadas en cooperativas (AMUNSE. Asociación de Municipios de Nueva Segovia, 2016).

9.3. Población y Muestra

9.3.1. Muestra para la Investigación Cualitativa

El tipo de muestreo es no probabilístico, porque no todos los sujetos de estudio tienen la misma probabilidad de ser seleccionados. Los sujetos de consulta son seleccionados en base a los siguientes aspectos:

1. Participación de manera voluntaria de los entrevistados.
2. Delegado de INTUR en Ocotal
3. Colaboradores que estén involucrados con planificación, supervisión y seguimiento a las MIPYMES de Ocotal (Técnicos de Campo).
4. Colaboradores con más de tres años de antigüedad del área operativa.

5. Capacitador de las MIPYMES apoyadas por INTUR
6. Propietarios/as de MIPYMES que trabajan con la Institución.

9.3.2. Tamaño de muestra Investigación cuantitativa:

Para comprobar la hipótesis de Investigación enfocada en el objetivo #3, se aplicó la formula estadística de cálculo población finita:

N= Población (89) MIPYMES.

E= 0.10 (10%)

Nivel de confianza: 0.90

Z 1- $\sigma/2$ = Z 0.975 = 1.96 (valor tabla)

$$n = \frac{89 (1.96)^2 \cdot (0.50) (0.50)}{88 (0.10)^2 + (1.96)^2 \cdot (0.50) (0.10)} = \frac{85.47}{1.07} = 39$$

n = 39 propietarios de MIPYMES del sector turismo atendidas por INTUR

El tipo de muestreo es probabilístico, porque todos los clientes tienen la misma probabilidad de ser seleccionados. El tipo de muestreo es aleatorio simple.

9.4. Métodos y técnicas de recopilación de datos

Algunos métodos de recolección de información incluyen encuestas, entrevistas, pruebas, evaluaciones fisiológicas, observaciones, revisión de registros existentes y muestras biológicas.

En esta investigación se aplican tres técnicas de recolección de datos. La investigación documental, definido como un procedimiento científico, sistemático de indagación, recolección, organización, análisis e interpretación de información o datos en torno a un determinado tema. También se define como la fuente externa, documentos, para apoyar el punto de vista o argumento

de un trabajo académico. El proceso de investigación documental a menudo implica parte o la totalidad de la conceptualización, el empleo y la evaluación de documentos (Fidias G., 2012).

La entrevista semi-estructurada, es un instrumento de investigación capaz de adaptarse a las diversas personalidades de cada sujeto, este tipo de entrevista facilita la recolección de datos (Tonon, 2012).

Y finalmente, se utilizó la técnica de la encuesta, que se aplica a una muestra de sujetos representativa de un colectivo más amplio, utilizando procedimientos estandarizados con el fin de obtener la información deseada (Garcia Ferrando, Ibañez, & Alvira, 1992).

9.5. Etapas de la investigación

Este contenido de la MIPYME trata de una guía que presentamos en cuatro pasos para el proceso de investigación que son:

Etapas 1: Investigación documental

En esta etapa se consultaron diferentes fuentes: bibliotecas, páginas web y repositorios universitarios. Se recolectó información para la elaboración del protocolo de investigación. Se identificó información documental sobre los conceptos de la fundamentación teórica del estudio, enfocadas en turismo, MIPYMES y competitividad.

También en las oficinas de INTUR en Ocotal, se obtuvo información documental sobre el objeto de estudio, sobre todo: informes, datos estadísticos, memorias de talleres y documentación sobre procedimientos para las certificaciones.

Etapas 2. Elaboración de instrumentos

Se elaboraron los instrumentos a utilizar para recolectar información necesaria que permite el cumplimiento de los objetivos planteados en este estudio. Se diseñaron tres diferentes entrevistas

semi-estructuradas para: Delegado de INTUR (Ver anexo No. 1), colaboradores de INTUR (Ver anexo No. 2), y a propietarios de las MIPYMES (Ver anexo No.3). Además, se diseñó una encuesta dirigida a los propietarios del sector turístico en Ocotal (Ver anexo No. 4).

Etapa 3: Trabajo de campo

Se visitó la institución de INTUR, delegación de Nueva Segovia, para aplicar entrevistas a los colaboradores y al delegado. La entrevista al Delegado se realizó mediante una conversación directa y a profundidad. También se realizó entrevista con colaboradores utilizando el teléfono, y otras de forma directa y personal. Se autorizó la grabación de todas las entrevistas.

En el trabajo de campo, se llegó a cada negocio para encuestar y entrevistar a los propietarios. La selección de los negocios a encuestar se realizó de forma aleatoria, hasta completar los 39 establecimientos, definidos en la muestra. Todas las entrevistas fueron grabadas.

Etapa 4: Análisis y elaboración de documento final

En la cuarta etapa se realizó el análisis de los resultados obtenidos de la aplicación de los instrumentos. En el caso de la investigación documental fue analizada y organizada en base a la temática definida desde los objetivos específicos. Las entrevistas fueron grabadas, transcritas y editadas, y se utilizaron para sustentar la información documental y el resultado de la encuesta.

Para el procesamiento de la encuesta se creó un archivo en SPSS en donde se digitaron todos los datos obtenidos, para posteriormente ser analizados mediante la creación de tablas y gráficos. También se aplicó la prueba de hipótesis.

El informe final se constituyó en base a la guía de modalidades de graduación, documento final de Seminario de Graduación, y que fue aprobada por la FAREM-Estelí, UNAN-Managua.

10. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

10.1. Organización del Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR Delegación Nueva Segovia) para la atención a las MIPYMES

El Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR), brinda una atención a las micro, pequeñas y medianas empresas del sector turístico, como a los emprendimientos turísticos que forman parte de la realidad del país. Brindando una oferta a los turistas dando un valor agregado a esta actividad económica, así mismo INTUR impulsa la mejora de la calidad de los servicios que ya existen a través de capacitaciones para fortalecer el talento humano con el que las Mi Pymes cuentan. Igualmente se cuenta con el acompañamiento y asistencia técnica que se les brinda con el objetivo es mejorar su capacidad competitiva.

Por ello cuentan con departamentos orientados a brindar una mejor atención durante todo el proceso.

10.1.1. Visión, misión y objetivos de INTUR

El Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR) como cualquier organización del estado contiene una visión, misión y objetivos que define que es, cual es el futuro hacia el que se dirige y cuáles son los objetivos que los motivan en pro de ese futuro.

Misión

Promover el Desarrollo Sostenible del sector turístico nicaragüense, fortaleciendo las potencialidades de Nicaragua como destino turístico, gestionando eficientemente y eficazmente políticas, estrategias, programas y proyectos, en complementariedad y responsabilidad compartida, a fin de contribuir a la reducción de la pobreza y el mejoramiento de la calidad de vida de las y los nicaragüenses. (INTUR, 2019)

Visión

El Instituto Nicaragüense de Turismo es una institución que trabaja con base en el Modelo Cristiano, Socialista y Solidario, integrada por servidores públicos altamente comprometidos con el Desarrollo Humano Sostenible, que promueve, articula y facilita eficazmente el desarrollo del sector turismo y contribuye decididamente al bienestar y la prosperidad de las familias nicaragüenses (INTUR, 2019)

Objetivos de INTUR delegación Nueva Segovia.

El "INTUR" tendrá por objeto principal, la dirección y aplicación de la política nacional en materia de turismo; en consecuencia le corresponde promover, desarrollar e incrementar el turismo en el país, de conformidad con la Ley y su Reglamento (Presidencia , 1998).

10.1.2. Estructura de INTUR delegación Nueva Segovia.

El Instituto maneja una estructura centralizada, la toma de decisiones se aloja e INTUR central y las demás delegaciones acatan las órdenes que ésta emite. La estructura se distingue por su estilo jerárquico. El INTUR está bien organizado ya que cuenta con una estructura organizativa a través de diversos niveles jerárquicos distribuidos de forma vertical y horizontal.

El INTUR consta de un Organigrama de representación visual ordenada de estructura organizacionales que componen la Institución Gubernamental, siguiendo los criterios establecidos por divisiones y por Direcciones y por políticas de RRHH, esta Organigrama posibilita identificar las cadenas de mando, cómo se agrupan las personas, bajo qué área o departamento, funciones y vinculaciones jerárquicas de la plantilla.

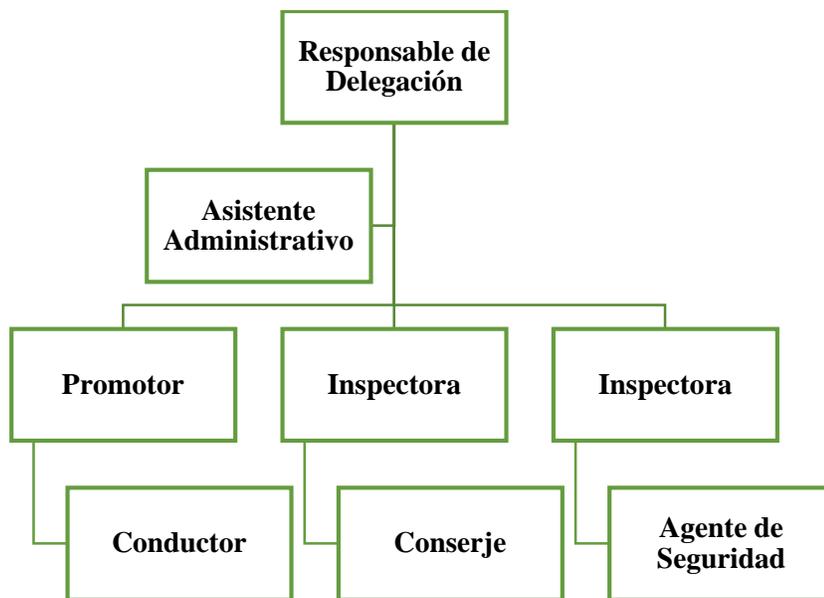
Por un lado, los puestos de trabajo y departamentos se dividen según las funciones que se respetan con responsabilidad cada uno de los cargos asignados a cada persona para que desempeñe su cargo de manera organizada, estructural y llevada a través de los diferentes niveles y cargos estructurales. También consta de divisiones del INTUR la cual la jerarquía se divide en líneas independientes

que cuentan con los derechos que consta de Consejo Directivo- Co-Direcciones con sus diferentes niveles estructurales.

Seguidamente consta de las diferentes Divisiones: División Administrativa Financiera -División de Tecnología de información y comunicaciones- División de Proyectos y Cooperación Externa – División de Planificación Turísticas -Seguidamente consta de Direcciones: Dirección de Promoción y Mercadeo- Dirección de Inversiones Turísticas- Dirección de Centros Turísticos e infraestructura- Dirección de Desarrollo Turístico y Dirección de Costa de Caribe cada una de estas divisiones y dirección constan de diferentes áreas y niveles de responsabilidad como Institución.

Este organigrama horizontal representa una cadena de mando, segmentación de departamento, la cual define y asocia tareas y responsabilidades a cada responsable de su área respectiva, permitiendo llevar a cabo el ámbito de control para la toma de decisiones de las diferentes áreas de trabajo. Este Organigrama consta en divisiones que agrupa a todos los especialistas en su departamento o plasma gráficamente de manera horizontal. Esta ordenado según las capacidades de cada empleado, facilitando la división de funciones, objetivos al elegir las tareas según las habilidades del empleado y la reducción de riesgo de duplicidad de funciones.

Propuesta de organigrama de INTUR, Delegación Nueva Segovia.



Fuente: Elaboración propia. Noviembre, 2022

El Organigrama del INTUR Ocotal es una estructura horizontal. Los principales cargos son:

- **Responsable de Delegación** su función es promover y posicionar el mercado nacional, regional e internacional de destino turístico, Monitorear y promover alianzas. Para cumplir las metas y los objetivos se formó las estructuras adecuada organizacional para acomodar las prioridades y necesidades acoplándose a la planeación con otras delegaciones, Delegar funciones a cada una de las áreas.
- **Asistente Administrativo:** la función es administrar los recursos financieros y humanos de la institución, obedecer y acatar las órdenes del Delegado Gestionar todas las llamadas, correos electrónicos, correspondencia y faxes, tanto entrantes como salientes, además de encargarse de la agenda general. Interactuar con clientes y atender consultas,

- **Promotor:** es una persona física, la cual se encarga de impulsar una actividad económica o un evento. Su objetivo es el de promocionar o difundir un proyecto, producto o servicio, y su presencia es muy necesaria para poder lograr un retorno,

- **Inspectora:** es ser un agente de supervisión, que controla, evalúa, asesora e informa a la administración y delación sobre el cumplimiento de la normativa y actuación del personal, conductor: es la persona que maneja el mecanismo de dirección o va a los mandos, realiza los viajes a los diferentes municipios del Departamento de Nueva Segovia.

- **Conserje:** es la que realiza la limpieza de la institución, mantiene limpio y aseado el lugar de trabajo, prepara el café y otras funciones delegadas por su jefe inmediato y agente de seguridad: custodia, cuida y resguarda la institución.

10.1.3. Funciones o tareas del equipo técnico de INTUR, delegación Nueva Segovia

Las actividades se dividen de acuerdo al puesto de trabajo que desempeñe cada uno de los integrantes del equipo de trabajo de la Delegación de INTUR en Nueva Segovia. Trabajan alrededor de 8 personas.

Las funciones principales del equipo técnico del organigrama del INTUR son las siguientes:

- Promover y posicionar a Nicaragua en el mercado nacional, regional e internacional como destino turístico atractivo y competitivo.
- Promover políticas de restitución de derecho de las y los nicaragüenses, a la recreación sana y el esparcimiento, con un enfoque que fortalezca el aprecio y orgullo nacional por nuestra historia, cultura, tradiciones, costumbres y valores de nuestra identidad única y original.
- Promover un turismo responsable, que contribuya a impedir el traslado de hábitos negativos, proliferación del uso de drogas, explotación sexual y el tráfico con nuestra pobreza.

- Promover la mejora de la calidad de los productos y la competitividad de los servicios, que ofertan las micro, pequeñas y medianas empresas turísticas, potenciando las riquezas naturales, culturales y sociales de los territorios.
- Formular y ejecutar políticas y estrategias que promuevan la ampliación y diversificación de la oferta turística, impulsando el desarrollo de Productos a través de Circuitos y Rutas Turísticas, en alianza con las instituciones nacionales, municipales y el sector empresarial; conformando y promoviendo el funcionamiento de los Gabinetes de Turismo del Poder Ciudadano.
- Promover Créditos para las Mi Pymes Turísticas, que faciliten el crecimiento y desarrollo de los emprendimientos empresariales, familiares, cooperativos y comunitarios.
- Fomentar las inversiones públicas y privadas, garantizando los espacios para su promoción, evaluación y seguimiento, en correspondencia a la Ley de Incentivos a la industria turística.
- Formular propuestas para mejorar el marco legislativo y normativo regulatorio, a fin de garantizar y estimular el desarrollo de las actividades empresariales en el sector turístico.
- Promover el fortalecimiento del Sistema de Seguridad Turística, apoyando la puesta en marcha de Planes Integrales de Seguridad Ciudadana y de Higiene y Salubridad, en los principales destinos turísticos del país, en coordinación con las instancias correspondientes.
- Fomentar políticas y programas para el Mejoramiento de las capacidades del talento humano vinculado al sector turismo.
- Garantizar el Sistema de Registro y Calidad para las empresas del sector turístico, de acuerdo con las leyes, normas y disposiciones correspondientes.

Mayor detalle de las funciones de cada puesto se obtuvo de entrevista con el Delegado del INTUR en una entrevista personal que nos brindó este Organigrama fue proporcionado por el Delegado.

Puesto: Responsable de delegación.

Funciones:

1. Dirige la administración centralizada que ordena INTUR central y la coordina con la administración propia de la Delegación.
2. Supervisa cada área de la delegación.

3. Coordinar los planes de turismo con los gobiernos municipales.
4. Dictar las resoluciones ejecutivas y administrativas de efectos generales o particulares.
5. Diseñar o impulsar programas para garantizar la calidad de los servicios turísticos.
6. Promover la elaboración de propaganda y publicidad en materia de turismo a nivel nacional e internacional.
7. Emitir opinión en aquellos casos en donde este prevista la concurrencia de inversión nacional o extranjera para la ejecución de proyectos de desarrollo turístico.
8. Resolver quejas o denuncias interpuestas por los usuarios de los servicios turísticos.

Puesto: Asistente Administrativo

Funciones:

1. Responder y pasar llamadas.
2. Planificar reuniones y escribir actas detalladas.
3. Escribir y distribuir Email, notas de correspondencia, cartas y formularios.
4. Asistir en la preparación de informes programados.
5. Desarrollar y mantener un sistema de archivos.
6. Actualizar y mantener los procedimientos y políticas de la Institución.
7. Manejar caja chica.
8. Preparar y conciliar los informes de gastos.
9. Archivar y actualizar los documentos de otorgación de licencias turísticas y Sellos.
10. Actuar de enlace para las MIPYMES al gestionar la Licencia turística y sellos.

Puesto: Promotor

Funciones:

1. Presupuestar actividades promocionales.
2. Coordinar con las demás instituciones y alcaldías municipales actividades promocionales.
3. Organizar a las MIPYMES para las ferias.

4. Coordinar el tema de permisos con instituciones como MINSA, Policía Nacional, Bomberos.
5. Levantamiento fotográfico y material audiovisual de los recursos.
6. Organizar la promoción en redes sociales.
7. Actualizar las páginas: Mapa Nicaragua.com, Visit Nicaragua, Visita Nicaragua e INTUR.
8. Monitoreo de noticias relevantes turísticas.
9. Actualizar contenido en Facebook, Twitter y Tik Tok.

Puesto: Inspector turístico

Funciones:

1. Elaborar cronograma de trabajo en base al listado de empresas turísticas nuevas, así como las registradas en el inventario de empresas ya establecidas en la industria turística y remitirlo a la instancia superior, para su revisión y aprobación.
2. Realizar inspección utilizando las herramientas de evaluación a las empresas turísticas, así como dar seguimiento a los planes de mejora en los horarios requeridos, de acuerdo a la naturaleza de las mismas, con el fin de verificar debilidades y asesorar sobre la calidad del servicio prestado.
3. Programar inspecciones interinstitucionales de las empresas turísticas, con el fin de verificar la calidad de servicio turístico prestado de cara al Plan verano y cuando se sea necesario.
4. Actualizar el inventario departamental y sistema de información turística (SIIT) con información de las empresas turísticas del Departamento de Nueva Segovia, de acuerdo a inspecciones realizadas, así como monitorear la actividad turística, con el fin de conocer el nivel de cumplimiento de los indicadores del SIGRUN y las estadísticas del departamento de Nueva Segovia.
5. Brindar asesoría a la instancia competente que requiera información sobre la actualización de las herramientas de clasificación y categorización, así como otros documentos técnicos de las empresas turísticas, con el fin de mejorar los procesos relacionados con la Delegación Departamental de Nueva Segovia.

6. Realizar convocatoria a los empresarios turísticos del Departamento de Nueva Segovia para las diferentes actividades (capacitaciones, mesas de trabajo, encuentros, congresos, talleres, reuniones ordinarias y extraordinarias) que desarrolla el instituto, con el fin de garantizar la participación de los mismos en los diferentes eventos.
7. Brindar charlas técnicas y sensibilizar a los empresarios de las empresas turísticas aun no legalizadas por el instituto, a fin de contribuir a su regulación.
8. Informar a la instancia superior de las demandas de capacitación de los empresarios turísticos durante las inspecciones de calidad, con el fin de contribuir a la mejora de la calidad del servicio que prestan las empresas turísticas del Departamento de Nueva Segovia.
9. Brindar asesoría a las instituciones gubernamentales en materia de turismo, con el fin de dar a conocer la regulación de las actividades turísticas.
10. Brindar apoyo en eventos de capacitaciones a los empresarios turísticos en temas de turismo, previa orientación de la instancia superior, con el fin de mejorar la calidad de los servicios turísticos en el país.
11. Brindar apoyo en las actividades de animación y promoción turística en el Departamento de Nueva Segovia, cuando sea necesario, previa orientación de la instancia superior, con el fin de contribuir al desarrollo de las actividades.
12. Brindar apoyo en el registro de las Empresas Turísticas que acuden a la Delegación, previa orientación de la instancia superior, con el fin de contribuir en la actualización anual del registro de empresas turísticas.
13. Realizar otras actividades que sean orientadas por la instancia superior en pro del desarrollo del Turismo en el Departamento de Nueva Segovia.

10.1.4. Acompañamiento y seguimiento de INTUR para la licencia y sellos turísticos

En pro de posicionar a Nicaragua en el mercado nacional, regional e internacional promoviendo el turismo responsable, la mejora de la calidad y competitividad de los servicios del sector turístico, INTUR brinda el servicio de acompañamiento y seguimiento a las MIPYMES que solicitan la Licencia Turística y sellos de Safe Travels y Moderniza.

El Sello Safe Travels: es el primer sello mundial de seguridad e higiene del mundo para viajes y turismo, diseñado específicamente para abordar COVID-19 y similares brotes. Este sello lo proporciona gratis el INTUR a cada negocio que se inscribe.

El Sello Moderniza: es un Sistema de Gestión que se obtuvo a través de una transferencia metodológica de la Secretaria de Turismo de México (SECTUR). También es otorgado de gratis al sector del MIPYME al inscribirse.

En la mayoría de los casos el servidor público del INTUR visita las MIPYMES, para realizar alianzas con otras instituciones que faciliten proyectar o saber cuándo un negocio empieza a operar, para prestar los servicios, al dueño del negocio se le explica por qué es importante la licencia turística, los sellos, cuales son los beneficios y ventajas competitivas que obtiene al constar con todos estos requisitos del proceso y al inscribirse como negocio en el INTUR.

En la primera visita se inspecciona el negocio para clasificarlo y determinar la categoría, se hace uso de la herramienta SIT (Sistema de Inteligencia Turística), este sistema convierte los datos en información así los destinos pueden anticiparse a las necesidades de los turistas ya que evalúa el retorno de las acciones de fomento de la actividad turística adaptando la oferta a las nuevas exigencias y necesidades.

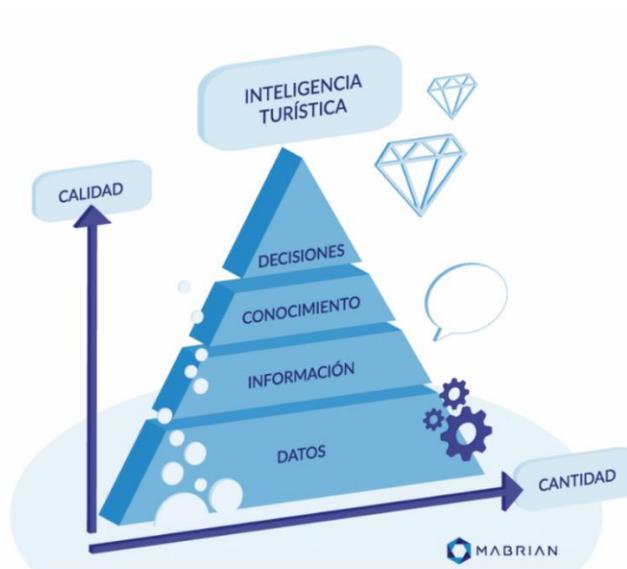
El SIT: está basado tecnológicamente en una plataforma big data en modo cloud, que estudia, incorpora y analiza distintas fuentes de información poniéndolas a disposición del sector turístico a través del internet para que puedan ser reconocidos a nivel local, nacional e internacional cada negocio.

Los aspectos que evalúan son las siguientes: El análisis exhaustivo de distintas fuentes de información, selecciona en función de las necesidades e idiosincrasia del territorio. Es un modelo de gestión de información turística basado en tecnología de “Business Intelligence” sobre “Big Data”, cuyo valor fundamental es la capacidad de generar automáticamente información de utilidad, válida y fiable, para ponerla al servicio de todos los actores de un destino turístico, generar

conocimiento y crear ventajas competitivas y nuevas oportunidades, generar información local, útil, a un coste menor.

Cuando el sistema ya proyecta la categoría y clasificación del negocio, el dueño debe presentarse a la delegación de su sector con todos los requisitos para realizar el proceso de la Licencia turística, se realiza la inscripción y basada en la información del SIT se le da a conocer el monto a pagar.

Figura 5: Big Data



Se le realiza una segunda visita para proporcionarle un plan de mejora y ponerlo al corriente con el plan de capacitaciones. El plan es cronograma de actividades realizadas a través del INTUR en coordinación con las MIPYMES durante cada año, para capacitar al personal a través de un sistema simplificado y unificado de modo que recopile, organice y analice los datos para transformar los datos en conocimiento. Tomar decisiones para mejorar la información de las MIPYMES, coordinar actividades, realizando alianzas y unificación de información diversificada.

10.1.6. MIPYMES atendidas por INTUR delegación Nueva Segovia

De acuerdo a la delegación de INTUR en Nueva Segovia, en la ciudad de Ocotal, en 2022 se atienden a un total de 39 negocios que están clasificadas de acuerdo a la Ley de promoción,

fomento y desarrollo de la MIPYME en: Restaurantes, Cafeterías, Centro Recreativo, Bares y Hoteles. Las 5 cafeterías y tienen de 1-5 trabajadores, 13 restaurantes entre 5-20 trabajadores, Bares 13 bares que cuentan entre 2-6 trabajadores, 7 hoteles que cuentan entre 5-15 trabajadores y 1 Centro Recreativo que tiene 10 trabajadores.

Tabla 6: Mi Pymes asistidas por INTUR Ocotol 2022

No.	Nombre del establecimiento	Actividad	Categoría	Municipio
1	AMPM	Cafetería	1 Taza 1 Taza	Ocotol
2	Asados Las Brasas	Restaurante	1 Tenedor 1 Tenedor	Ocotol
3	Ben moral	Hotel	2 Estrellas 2Estrellas	Ocotol
4	Bridghet	Bar	DD	Ocotol
5	Campestre Guadalupe	Bar	DD	Ocotol
6	Casa Vieja	Restaurante	1 Tenedor	Ocotol
7	Center Field Leiva	Bar	DD	Ocotol
8	Cinnamon	Restaurante	2 Tenedores	Ocotol
9	Coffe & Bar El Centro	Restaurante	1 Tenedor	Ocotol
10	Desarrollo Turístico Atlantic City	Bar	1 Copa	Ocotol
11	Drive INN	Bar	DD	Ocotol
12	El Divisadero	Cafetería	1 Taza	Ocotol
13	El Krique	Centro Recreativo	BB	Ocotol
14	EL Mirador	Hotel	2 Estrellas	Ocotol
15	El Oasis	Bar	DD	Ocotol
16	El Pozo	Bar	DD	Ocotol
17	Entre Amigos	Restante	1 Tenedor	Ocotol
18	Frontera	Hotel	3 Estrellas	Ocotol
19	Guapollon	Bar	DD	Ocotol
20	Hotel Ocotol	Hotel	1 Estrella	Ocotol
21	Julissa	Hostal-familiar	1 Estrella	Ocotol
22	Kilimanjaro	Restaurante	2 Tenedores	Ocotol
23	La Fortaleza	Restaurante	1 Tenedor	Ocotol
24	La Merienda	Restaurante	1 Tenedor	Ocotol
25	La Quinta	Bar	DD	Ocotol
26	La Quinta Bar	Bar	DD	Ocotol
27	La Quinta De Moncho	Bar	1 Copa	Ocotol
28	Las Sopas	Restaurante	1 Tenedor	Ocotol
29	Llamarada Del Bosque	Restaurante	2 Tenedor	Ocotol
30	Many Y Atty	Discoteca	1 Copa	Ocotol
31	Mar Y Tierra	Restaurante	1 Tenedor	Ocotol
32	Mary	Bar	DD	Ocotol

33	Parador Roxy	Cafetería	1 Taza	Ocotal
34	Pizza Italia	Restaurante	DD	Ocotal
35	Poll & Sandra Segovia	Bar	1 Copa	Ocotal
36	Posada Del Rey	Hostal-familiar	1 Estrella	Ocotal
37	Servicentro Ocotal	Cafetería	2 Tazas	
38	Sport Bar Grill	Restaurante	1 Tenedor	Ocotal
39	Totto	Cafetería	1 Taza	Ocotal

Fuente: Instituto Nicaragüense de Turismo Delegación de Nueva Segovia

10.1.5. Beneficios que brinda INTUR delegación Nueva Segovia.

Con el fin de mejorar la calidad de los servicios turísticos y hacer al sector más competitivo INTUR brinda beneficios que están disponibles para las 300 MIPYMES que asisten.

La licencia turística les permite a los empresarios proyectarse de manera local, nacional e internacional. Participar en programas de capacitación, centros de información de INTUR con material promocional y campañas de promoción turística de Nicaragua donde participa INTUR; recibir asesoramiento para la mejora de su calidad, reconocimiento de su categoría, esto permitirá al empresario ser más competitivo y tener mayor rentabilidad.

Beneficios del INTUR:

- Mejorar la calidad del producto turístico nicaragüense:
- Impulsar la competitividad del sector.
- Mayor satisfacción del cliente -> fidelidad.
- Atracción de nuevos clientes.
- Promoción nacional e internacional según parámetros de calidad previos.



- a) *Mejorar la calidad del producto turístico nicaragüense:* realizar una revisión de los procesos que se llevan a cabo para su fabricación. También de las herramientas empleadas en crearlo. Solo con eso se pueden encontrar pequeños fallos a mejorar que, una vez corregidos, harán que la calidad del producto sea mejor.

- b) *Impulsar la competitividad del sector:* es la información derivada de las operaciones del negocio, la colaboración y la economía digital, existe el potencial para que las organizaciones alcancen sus metas de crecimiento atendiendo distintas prioridades entre las que destacan: gestión del talento, transformación digital, ciberseguridad e innovación.

- c) *Mayor satisfacción del cliente -> fidelidad:* La fidelidad del cliente se refiere a la capacidad de una empresa establecer una relación duradera con los consumidores de sus productos y servicios, animándolos a volver a comprar. También conocida como customer loyalty o lealtad del cliente, es uno de los objetivos más cultivados por las organizaciones.

- d) *Atracción de nuevos clientes:* Captar clientes no es otra cosa que atraerlos hacia tu negocio, conquistándolos por medio de tus esfuerzos de ventas. Al saber esto, queda claro que la captación está vinculada a la búsqueda de personas que estén dispuestas a comprarte.

- e) *Promoción nacional e internacional según parámetros de calidad previos:* es el elemento técnico que enmarque los lineamientos mediante los cuales los funcionarios del Instituto Nicaragüense de Turismo, lleven a cabo en la evaluación de aquellas empresas dedicadas a la Actividad Turística, esta herramienta presenta una composición sencilla en donde se identifican como ejes de su funcionalidad cuatro aspectos básicos relacionados con la empresa: Infraestructura, Equipamiento, Objetivos Internos (Operación) y Servicio al Cliente.

10.1.6. Capacidad de recursos que posee INTUR, delegación de Nueva Segovia.

El instituto Nicaragüense de Turismo tiene como una de sus principales funciones promover créditos para las MIPYMES turísticas con el propósito de que este dinero adquirido se utilizado para realizar mejoras a su establecimiento por lo cual tiene una alianza con BANPRO el cual les

permite a las MIPYMES obtener créditos aun interés más bajo. Todas las empresas turísticas que deseen aplicar para obtener un crédito lo pueden hacer solo deben cumplir con el único requisito que les exige el banco que es poner como garantía los papeles de la propiedad en la que se encuentra su MIPYMES.

BANPRO y INTUR suscribieron un convenio, para incluir en la cartera de crédito hipotecario viviendas con sistema de paneles solares incluidos, para beneficiar a la familia nicaragüense y obtener un impacto positivo en la reducción de la huella de carbono en sus operaciones.

BANPRO en conjunto con las empresas que conforman INTUR, brindarán la oportunidad de adquirir una vivienda sostenible, con paneles solares y/o calentadores solares térmicos incluidos, lo que le ayudará a los clientes a reducir su facturación eléctrica. La entidad bancaria ofrece créditos hipotecarios con las mejores tasas de interés, amplios plazos de financiamiento, trámites ágiles, atención personalizada, puntos de atención cercanos, además de herramientas tecnológicas que le ayudará en sus gestiones bancarias en cualquier lugar del país.

INTUR está trabajando en conjunto con el BANPRO con un fidecomiso para facilitar y beneficiar con financiamiento en mejores condiciones de plazo e interés a protagonistas dueñas y dueños de establecimientos turísticos, para que estos fondos se inviertan en mejoras y ampliaciones de sus negocios. se está trabajando en el proyecto Ruta del Café, que comprende los 5 departamentos del norte: Estelí, Madriz, Nueva Segovia, Jinotega, Matagalpa. Así mismo, se están haciendo modificaciones en este fidecomiso para incrementar el monto del préstamo con el fin de brindar mayor cobertura a otros departamentos del país como Ocotal y beneficiar con financiamiento a protagonistas empresarias y empresarios de pequeños y medianos negocios turísticos de estos departamentos.

El fidecomiso el INTUR aporta el 40% que equivale aproximadamente a un millón cuatrocientos mil dólares y el 60% es asumido por el BANCO, para tener un bolsón de 3.6 millones de dólares de fondos líquidos disponible para líneas de crédito. Los fidecomisos ya han sido beneficiados 500 MIPYMES turísticas con préstamos mínimos de 8 mil dólares con un techo

máximo 30 mil dólares en promedio con tasas de interés de por debajo del 9 % a mediano plazo, de 5 años promedio.

Las MIPYME que reciben acompañamiento por parte de INTUR también son beneficiadas con incentivos turísticos de los cuales el gobierno asume el 70% del valor del incentivo (paneles solares, mejoras en la infraestructura hotelera, cocinas industriales entre otros) y la empresa debe asumir el 30% restante, todas la Mi Pymes son aptas para ser beneficiadas con estos incentivos siempre y cuando hayan cumplido con las mejoras recomendadas durante las inspecciones, asistido a las capacitaciones correspondientes y que estén dispuestas a asumir el 30% del costo.

Un Ejemplo concreto de la MIPYME en Ocotal, es la Ruta del Café se puede desarrollar el ecoturismo, turismo histórico, turismo científico, turismo arqueológico y cultural; así como turismo de aventura, la cual consiste en hacer un recorrido por la zona a través de los negocios.

10.2. Características de certificación otorgada por INTUR a las MIPYMES

La certificación que INTUR brinda, a las MIPYMES del sector turístico se caracteriza por dar un valor agregado a los servicios que ya existen impulsando la mejora de la calidad de sus servicios haciéndolos más atractivos para los potenciales clientes como lo son los turistas que visitan el país en busca de algo diferente.

Las certificaciones funcionan con el objetivo de proporcionar calidad y seguridad a quienes optan por los servicios de las MIPYMES que cuentan no solo con la licencia turística que INTUR brinda; de igual forma los que poseen ambos sellos como lo son moderniza y safe travels. Ya que estos dos sellos son sinónimo de calidad y seguridad y son reconocidos no solo a nivel nacional sino también a nivel internacional manifestando un mayor nivel de confianza por parte del turista extranjero al momento de escoger el país y la ciudad como destino turístico.

Para obtener los sellos las MIPYMES primeramente deben de optar por obtener la licencia turística y de ahí pueden hacer el debido proceso para las certificación de los sellos, ya que al contar no

solo con la licencia turística sino también con los sellos generan un nivel de confianza sobre los turistas extranjeros lo cual aumentaría el número de clientes que visitarían y usarían sus servicios, además de contar con la publicidad que se les brinda en la plataforma nacional de INTUR, al hacer esto mejoran su imagen.

10.2.1. Tipos de licencia turística y sellos internacionales otorgados por INTUR, Delegación de Nueva Segovia.

Licencia turística

La licencia turística es un documento que autoriza la realización de actividades turísticas, esto les permite a las MIPYMES trabajar de manera legal, también como parte del acompañamiento se les brindan capacitaciones, créditos, bonos entre otros beneficios, estos son de gran utilidad ya que estas capacitaciones abordan temas de atención al cliente, temas administrativos etc., esto les permite llevar un mejor manejo del establecimiento y brindar una mejor atención (INTUR, 1999).

Sello safe travels

El sello safe travels es el primer sello mundial de seguridad e higiene del mundo para viajes y turismo, diseñado específicamente para abordar COVID-19 y brotes similares. Este es un sello y no una certificación, y les permite a los turistas reconocer destinos y empresas en el mundo que implementan protocolos de seguridad e higiene alineados con los protocolos de “safe travels” de WTT, también están alineados a las directrices actuales de la Organización Mundial de la Salud (OMS) y de los Centros para el Control y la Prevención de Enfermedades (CDC) (INTUR, 2022).

Todas las empresas del sector turísticos, que tengan vigente su licencia de operación, como parte de los incentivos que proporciona el INTUR, podrán usar el sello de forma gratuita, siempre y cuando cumplan con los protocolos desarrollados por el INTUR que están alineados con los protocolos “safe travels”, y completen el correspondiente proceso de solicitud, aceptando los términos y condiciones (INTUR, 2022).

Sello MODERNIZA.

Es un sistema de gestión que fomenta el mejoramiento de la calidad, a través del involucramiento de los colaboradores de las empresas turísticas, en pro de incrementar sus índices de competitividad. Teniendo como base una forma moderna de dirigir y administrar una empresa turística; con el fin de satisfacer las expectativas de sus clientes (INTUR, 2010).

El programa de gestión de calidad tiene como principal objetivo brindar acompañamiento técnico a los empresarios turísticos a nivel nacional direccionando sus negocios hacia la modernización; mediante la adopción de sistemas de gestión y estándares de calidad y servicio de clase mundial; a fin de satisfacer las necesidades de sus clientes internos y externos, para lograr mayor competitividad en el sector (INTUR, 2010).

10.2.2. Proceso y requerimientos para la obtención de la licencia turística.

10.2.2.1. Procedimientos para obtención de la Licencia Turística.

Para el Instituto de Turismo de Nicaragua existe un procedimiento (INTUR, 1999) que se lleva a cabo para solicitar la licencia turística consta de cinco pasos que serán a continuación:

Paso 1. El empresario deberá dirigirse a INTUR a solicitar inspección para apertura su establecimiento o renovar su título o licencia.

Paso 2. Al empresario turístico se le atiende en el departamento de registro de INTUR central o delegación departamental del INTUR, se le entregan los requisitos según a la actividad a la que pertenezcan.

Paso 3. El departamento de registro o Delegación Departamental recibe datos generales de la Empresa Turística para programar visita de evaluación, en caso de que está sea nueva y renovación.

Planificación de visitas

- Transfiere información de la empresa turística al personal técnico de acuerdo a su ubicación.
- Se procede a realizar la visita a la Empresa Turística a inspeccionar.

Al instante de la inspección.

- Se realiza un recorrido en todas las áreas de la empresa.
- Análisis del estado actual de la empresa ¿Cumple o no cumple?
- Si cumple se le otorga la actividad, categoría y costo del título licencia. Si no se le otorga se le deja hoja de observación.

El inspector turístico al momento de realizar la inspección elabora plan de mejoras. Posterior a la inspección con fechas estipuladas se realiza verificación y seguimiento del estado mejorado de la empresa.

Paso 4. El asistente administrativo del Departamento de registro o Delegación Departamental recibe documentación, si está completa elabora orden de pago si el caso es renovación. Se le emite la orden de pago y posteriormente se hará la inspección. En caso de que la Empresa es nueva, está tiene que esperar a la realización de la inspección in Situ.

El empresario realiza pago del canon según su actividad y categoría en la caja del Departamento de Registro de INTUR. En las delegaciones departamentales se puede efectuar el pago en la misma delegación y en el Banco, acreditando en la cuenta de INTUR.

Paso 5. Si el empresario paga en el INTUR, se emite recibo oficial de caja y se entrega una copia. Si el empresario paga en el Banco retorna al INTUR, entrega el Boucher de pago y se le entrega una copia.

- En caso de las delegaciones de elabora expediente como empresario nuevo y se ingresa al Registro Nacional de Turismo.
- Si es renovación se actualiza el expediente con la documentación del año actual.
- Se elabora y entrega título licencia

10.2.2.2. Requisitos para la obtención de Licencia Turística.

Los requisitos que se deben cumplir para el trámite de licencias turísticas varían, dependiendo de la actividad económica a la que se dedica la empresa a continuación se mencionan:

Agencia de viajes.

Nuevo registro

- Formulario para la obtención del título de licencia
- Fotocopia razonada de escritura de constitución de la sociedad inscrita en Registro Mercantil
- Fotocopia de razonada de poder del representante legal de la empresa, si aplica
- Fotocopia razonada de escritura de la propiedad o contrato de arriendo
- Copia de cedula de identidad del propietario o del representante legal
- Pago de título licencia, según el sistema tarifario de INTUR.

Para renovar

- Formulario para obtención de Titulo Licencia
- Canon de pago por renovación de Titulo Licencia

Alimentos y bebidas

Para renovar

- Formulario para obtención de Titulo Licencia
- Copia de Resolución policial vigente o permiso de la Policía Nacional del año anterior
- Copia de Licencia Sanitaria vigente o constancia de tramite vigente
- Copia de inspección de Bomberos vigente
- Pago de título licencia, según el sistema tarifario de INTUR.

Nuevo registro

- Formulario para la obtención de Título Licencia
- Constancia de trámite de Licencia sanitaria, emitida por Minsa
- Certificación de inspección de bomberos
- Resolución administrativa emitida por la Policía Nacional, donde autoriza ubicación del establecimiento.
- Copia razonada de escritura de constitución de la sociedad, inscrita, si es persona jurídica
- Copia razonada de poder de representación inscrito en Registro Publico
- Copia razonada de escritura de la propiedad o contrato de arriendo
- Copia de cedula de identidad del propietario o representante legal
- Pago de título licencia, según el sistema tarifario de INTUR.

Alojamiento

Parea renovar

- Formulario para la obtención de Título Licencia
- Resolución policial vigente o permiso de policía nacional del año anterior, presentar copia si expenden bebidas alcohólicas
- Copia simple de inspección de bomberos vigente
- Pago de título licencia, según el sistema tarifario de INTUR.

Nuevo registro

- Formulario para la obtención de Título Licencia
- Copia razonada de escritura de constitución de la sociedad, inscrita, si es persona jurídica
- Copia razonada de poder de representación inscrito en el Registro Publico
- Copia razonada de escritura de la propiedad o contrato de arriendo
- Copia de cedula de identidad del propietario o representante legal
- Pago de título licencia, según el sistema tarifario de INTUR.

Arrendadoras de vehículos acuáticos

Para renovar

- Formulario obtención de Título Licencia
- Pago de título licencia, según el sistema tarifario de INTUR.

Nuevo registro

- Formulario obtención de Título Licencia
- Fotocopia razonada de escritura de constitución de la sociedad inscrita en Registro Mercantil, si aplica
- Fotocopia razonada del poder del representante legal, si aplica
- Fotocopia de la escritura de la propiedad o contrato de arriendo
- Copia de cedula de identidad del propietario o representante legal
- Un mínimo de un bote o nave y seis unidades para vehículos acuáticos livianos
- Pago de título licencia, según el sistema tarifario de INTUR.

Centros de ventas de artesanías y obras de arte

Para renovar

- Formulario obtención de Título Licencia
- Pago de título licencia, según el sistema tarifario de INTUR.

Nuevo registro

- Formulario de obtención de Título Licencia
- Fotocopia de cedula de identidad del propietario o representante legal, si aplica
- Fotocopia simple de contrato de arriendo del bien inmueble
- Perfil de la empresa donde exprese: el tipo de artesanía, origen de la artesanía, precios, segmento que atenderá, inversión inicial y servicios complementarios (cafetería, restaurante, bar galería)
- Pago de título licencia, según el sistema tarifario de INTUR.

Guía turístico local

Para renovar

- Formulario para la obtención de Título Licencia
- Certificado policial de buena conducta
- Dos fotografías tamaño carnet
- Pago de título licencia, según el sistema tarifario de INTUR.

Nuevo registro

- Certificado policial de buena conducta
- Dos fotografías tamaño carnet
- Certificado de aprobación del curso de formación profesional para guías turísticos(nacional) y certificado del curso básico de formación de guías turísticos(local)

Guía turístico nacional

Para renovar

- Formulario para la obtención de Título Licencia
- Copia de cedula de identidad o cedula de residencia condición 1
- Certificado policial de buena conducta
- Dos fotografías tamaño carnet
- Pago de título licencia, según el sistema tarifario de INTUR.

Nuevo registro

- Certificado policial de buena conducta
- Dos fotografías tamaño carnet
- Certificado de aprobación del curso de formación profesional para guías turísticos(nacional)

Operadora de viajes

Para renovar

- Formulario obtención de Título Licencia
- Canon de pago por renovación de Título Licencia

Nuevo registro

- Formulario obtención de Título Licencia
- Fotocopia razonada de escritura de constitución de la sociedad inscrita en Registro Mercantil, si aplica
- Fotocopia razonada del poder del representante legal, si aplica
- Fotocopia de escritura de la propiedad o contrato de arriendo
- Copia de cedula de identidad del propietario o representante legal
- Presentar inventario de vehículos con su correspondiente constancia de inspección mecánica MTI
- Copia de tarjeta de circulación de vehículos
- Pago de título licencia, según el sistema tarifario de INTUR.

Rent a Car

Para renovar

- Formulario obtención de Título Licencia
- Canon de pago por renovación de Título Licencia

Nuevo registro

- Formulario de obtención de Título Licencia
- Fotocopia razonada de escritura de constitución de la sociedad inscrita en Registro Mercantil, si aplica
- Fotocopia razonada del poder del representante legal, si aplica
- Fotocopia de escritura de la propiedad o contrato de arriendo

- Copia de cedula de identidad del propietario o representante legal
- Flota con un mínimo de ocho vehículos terrestres
- Pago de título licencia, según el sistema tarifario de INTUR.

Transporte Aéreo Nacional

Para renovar

- Formulario obtención de Título Licencia
- Pago de título licencia, según el sistema tarifario de INTUR.

Nuevo registro

- Formulario obtención de Título Licencia
- Fotocopia razonada de escritura de constitución de la sociedad inscrita en Registro Mercantil, si aplica
- Fotocopia razonada del poder del representante legal, si aplica
- Fotocopia de la escritura de la propiedad o contrato de arriendo
- Copia de cedula de identidad del propietario o representante legal
- Itinerarios de vuelo incluyendo sus rutas y tarifas
- Certificado de aeronavegabilidad estándar
- Certificado de matrícula extendida por Aeronáutica Civil
- Pago de título licencia, según el sistema tarifario de INTUR.

Transporte Turístico Acuático

Para renovar

- Formulario de obtención de Título Licencia
- Pago de título licencia, según el sistema tarifario de INTUR.

Nuevo registro

- Formulario obtención de Título Licencia
- Fotocopia razonada de escritura de constitución de la sociedad inscrita en Registro Mercantil, si aplica
- Fotocopia razonada del poder del representante legal, si aplica
- Fotocopia de escritura de la propiedad o contrato de arriendo
- Copia de cedula de identidad del propietario o representante legal
- Un mínimo de un bote o nave y seis unidades para vehículos acuáticos livianos.
- Pago de título licencia, según el sistema tarifario de INTUR.

Transporte turístico terrestre

Para renovar

- Inventario de vehículos con que iniciaran operaciones (anexar copia de tarjeta de circulación)
- Constancia de inspección del MTI
- Vehículos debidamente rotulados
- Pago de título licencia, según el sistema tarifario de INTUR.

Nuevo registro

- Formulario obtención de Título Licencia
- Fotocopia razonada de escritura de constitución de la sociedad inscrita en Registro Mercantil, si aplica
- Fotocopia razonada del poder del representante legal, si aplica
- Fotocopia de escritura de la propiedad o contrato de arriendo
- Copia de cedula de identidad del propietario o representante legal
- Inventario de vehículos con que iniciaran operaciones (anexar fotocopia de tarjeta de circulación)
- Constancia de inspección del MTI
- Vehículos debidamente rotulados

- Pago de título licencia, según el sistema tarifario de INTUR.

Turismo de aventura

Para renovar

- Formulario de obtención de Título Licencia
- Pago de título licencia, según el sistema tarifario de INTUR.

Nuevo registro

- Formulario de obtención de Título Licencia
- Fotocopia razonada de escritura de constitución de la sociedad inscrita en Registro Mercantil, si aplica
- Fotocopia razonada del poder del representante legal, si aplica
- Fotocopia de escritura de la propiedad o contrato de arriendo
- Copia de cedula de identidad del propietario o representante legal
- Aval ambiental o autorización ambiental extendido por Marena
- Reglamento interno de operación
- Manuales de seguridad y atención de emergencias para cada actividad que realicen
- Manual, programa y bitácora mensual de mantenimiento del equipo utilizado en cada actividad y de la infraestructura
- Póliza de responsabilidad civil
- Pago de título licencia, según el sistema tarifario de INTUR.

10.2.3. Proceso de certificación para la obtención de los sellos internacionales.

De acuerdo al INTUR (2022) el proceso de solicitud del sello “Safe Travels” incluye:

- Revise protocolos de bioseguridad según su actividad y asegúrese que los cumple.
- Lea los términos y condiciones antes de solicitar el uso del sello.
- Complete la guía de autoevaluación en su empresa.

- Llenar la declaración jurada que debe ser firmada por el representante.
- Tener licencia sanitaria emitida por el MINSA, vigente a nombre de la empresa solicitante, aplica para las empresas de las clasificaciones: alimentos y bebidas, entretenimientos y centros nocturnos.
- Tener “Titulo de Licencia” vigente emitida por INTUR.
- Completar el formulario, en el cual deberá adjuntar la documentación de los puntos anteriores y aceptar los términos y condiciones para el uso del sello.

Una vez enviado el formulario con la documentación solicitada, se realizará el análisis y verificación de su solicitud para el uso del sello. El INTUR le enviara un correo electrónico confirmando si está habilitado para el uso del sello.

Así mismo, el INTUR se reserva el derecho de realizar una inspección a las empresas para el fin de verificar el cumplimiento y aplicación de los protocolos de higiene y salud, en caso de no estar cumpliendo con los mismos, se podrá retirar el derecho del uso del sello.

Proceso de solicitud del sello “MODERNIZA”

- Estar inscrito en el INTUR
- Tener el deseo de aplicar el programa en su empresa
- Firmar carta de aceptación y compromiso
- Cumplir cada uno de los pasos y técnicas impartidas y terminar el programa de gestión de calidad a cabalidad

Durante la implementación del programa contara con la asesoría del personal de INTUR, así como visitas de verificación de implementación de las técnicas recibidas, una evaluación final en la que se verificara la implementación del programa dentro de la empresa para la obtención del distintivo.

10.2.4. Metodología de control y seguimiento a las MIPYMES por el INTUR

El Instituto Nicaragüense de Turismo implementa diferentes acciones de promoción para potenciar a las MIPYMES del sector turístico como son:

Las campañas de publicidad digital, las capacitaciones que se ofrecen para fortalecer el talento humano con el que cuentan las MIPYMES, las vistas, planes de mejora que van desde la imagen del negocio hasta su infraestructura, por ello.

El INTUR realiza inspecciones durante los primeros tres meses previos a haber obtenido la licencia para proponer planes de mejora a las MYPIMES y que estas los lleven a cabo. También se realizan inspecciones y se orientan planes de mejora en las temporadas altas como: semana santa, vacaciones de septiembre y diciembre en conjunto con la comisión institucional para verificar que se estén realizando las mejoras correspondientes y comprobar que la atención brindada sea la adecuada.

En Ocotal, el INTUR capacita a los diferentes negocios, brindando una diversificación de temas de desarrollo para interés de los negocios, estableciendo ruta turística y hotelera mediante la promoción de ferias con las MIPYMES a nivel local y nacional.

La Unión Europea e INTUR presentan proyectos de iniciativas locales para el fortalecimiento de desarrollo turístico rural sostenible en la Ruta del Café hospedando a los visitantes que viene a recorrer la Ruta lugar de partida Ocotal. A través de la Ruta del Café han organizado y adoptado lineamientos y estrategias de intervención locales orientadas al desarrollo de un turismo sostenible como factor de desarrollo económico local, y se han implementado actividades de consenso y estrecha coordinación entre instituciones públicas y privadas, con el fin compartido de potenciar el uso adecuado y sostenible de los recursos naturales y turísticos.

Uno de los ejemplos concretos del INTUR es Supervisar las empresas de servicios como de industria turística a que hace referencia el artículo 29 de esta ley. Velar por la conservación de los

lugares y potenciales turísticos, dándoles participación a las autoridades respectivas. Realizan construcción, ampliación y modernización de lugares de servicio turístico en aquellas zonas que así lo demanden y permitan de acuerdo a las condiciones ambientales propias de la zona ejemplo de esto es el KRIKE, María de los Rivas, Hotel Frontera, Benmoral y negocios de bares, restaurantes y otros. El INTUR difundí y publica todo lo relacionado con la industria turística, tanto en el extranjero como en el territorio nacional.

INTUR realiza inspecciones a las MIPYMES cuando se renuevan su licencia con el fin de evaluar el estado de las instalaciones y el desempeño del personal, verificando que estén aplicando las mejoras propuestas por el INTUR y que se estén poniendo en práctica los conocimientos adquiridos en las capacitaciones impartidas por INTUR.

En caso de que las mejoras se apliquen correctamente la empresa asciende de categoría, en caso contrario o en caso de que este baje de categoría el INTUR se le asigna al empresario un plan de mejora para que lo lleve a cabo.

Cabe destacar que el plan de mejora debe de ser aplicado en un tiempo determinado de igual manera se le brindan capacitaciones para que el servicio prestado sea de calidad, en estas capacitaciones se abordan temas administrativos, de atención al cliente, mercadotecnia, etc.

10.2.5. Valoración de la capacidad competitiva de las MIPYMES según INTUR.

La competitividad le permitirá a la empresa mantenerse en pie y alcanzar sus metas; ya que la competitividad es la capacidad de subsistencia de una empresa y es la base para un desarrollo y crecimiento. INTUR mide la capacidad competitiva de las MIPYMES haciendo énfasis en tres aspectos: 1) Capacidad directiva; 2) Capacidad innovadora y 3) capacidades del capital humano.

Capacidad Directiva.

Tiene que ver con las aptitudes de liderazgo y dirección de los dueños o administradores del negocio, así como los encargados de cada área. Hay empresas que son dirigidas por sus propios dueños y otras tienen asignados un Administrador. Se valora mucho como se organizan, como dividen las actividades, como es la relación con el personal, se analiza las debilidades y puntos a fortalecer ya que de esto depende la efectividad del funcionamiento del negocio.

INTUR da a conocer a todas las MIPYMES del sector el sello Moderniza, es un sello que se basa en una administración de calidad, no es obligatorio tenerlo, pero siempre invitan a las empresas a aplicar para obtenerlo.

Capacidad innovadora

Hay estrategias y maneras de organización que facilitan el desarrollo y crecimiento de los negocios, pero sin la capacidad innovadora las probabilidades de subsistir son reducidas, más en la actualidad que debemos estar en constante cambio.

Una de las más grandes debilidades que tienen las empresas del sector turismo es su cero interés por actualizarse muchas empresas tienen un modelo de negocio que es un modelo de hace 10 años o 5 años que hoy en día no funciona al menos no para crecer y posicionarse. Las empresas no quieren capacitarse, invertir e innovar en sus servicios, atención al cliente e infraestructura.

INTUR en las visitas y seguimientos que le hace a las MIPYMES analiza qué tan comprometidas están con capacitar a su personal, con llevar a cabo el plan de mejora y qué tan comprometidas están en actualizarse y adaptarse al tiempo cambiante que vivimos.

Capacidades del capital humano.

El talento humano lleva a cabo las actividades clave y la interacción directa con los clientes, determina gran parte del factor calidad. En este aspecto se analiza qué tan comprometida está la administración con capacitar el personal, y el compromiso del personal en querer capacitarse, que tan en serio se toman sus obligaciones y si están consientes del impacto que tiene su labor.

Se realizó entrevista personal al Delegado del INTUR donde especificaba que ellos han venido trabajando y realizando capacitaciones con las MIPYMES en Ocotal y le brindan seguimiento proporcionando financiamiento a estos negocios pero que actualmente la mayoría de los negocios no asisten a las capacitaciones como un 60% asiste y el otro 40% no asiste a las capacitaciones impartidas por el INTUR.

Anteriormente se les ha venido dando financiamiento a las MIPYMES, pero actualmente no cuentan con los suficientes fondos para cubrir todas las necesidades de los negocios con los que se relacionan.

Me interesó integrarme con INTUR por la publicidad que me brinda; aunque actualmente no asisto a sus capacitaciones de los temas que se relacionan con mi negocio como lo son las bebidas y comidas, ya que el horario de las capacitaciones se ha complicado con mi tiempo y no puedo asistir, me gustaría que las hicieran en horarios más flexibles (Fernanda Guadalupe Blandón Bellowín. Propietaria de Coffe & Bar El Punto. 18 de septiembre 2022)

10.3. Visión de los emprendedores sobre las acciones de promoción de INTUR para la mejora de la competitividad del sector turístico de Ocotal.

A continuación, se presentan los resultados obtenidos de la aplicación de las encuestas a diferentes MIPYMES del sector turístico durante el periodo de octubre a noviembre 2022, y analizar la visión de los propietarios de MIPYMES sobre las acciones de promoción que implementa el Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR-Las Segovias) se aplicaron 39 encuestas.

10.3.1. Datos generales del emprendedor de la PYME

El Tabla No.1. Refleja los resultados acerca de los emprendedores que sexo tienen, donde los predominantes con un 61.5% son de sexo femenino y el 38.50% corresponden a sexo masculino, esto demuestra que son las mujeres quienes administran los negocios del sector turístico en la ciudad de Ocotal.

Tabla No.1. Sexo de emprendedores
Universo: 39 encuestas

Sexo	Frecuencia	%
Femenino	24	61.5
Masculino	15	38.5
Total	39	100

Fuente: elaboración propia. 2022

La tabla No.2., muestra que un 61.60% cursaron la universidad, el 30.70% cursaron el Técnico, y 7.70% tienen secundaria. Estos datos demuestran que la mayoría tienen su educación universitaria les ha facilitado conocimiento para entrar al mercado laboral, e independizarse a una temprana edad la cual buscan el sustento propio o el de sus familias a través de las MIPYMES.

Tabla No.2. Nivel académico de emprendedores. Universo: 39 encuestas

Nivel académico	Frecuencia	%
Primaria	0	0
Secundaria	3	7.70
Técnico	12	30.7
Universitario	24	61.60
Total	39	100%

Fuente: elaboración propia. 2022

La Tabla No.3, se muestra que el estado civil de los emprendedores con mayor índice es 46.15% acompañados, y un 33.33% de casados, al hacer la sumatoria se afirma que el 79.48% de los emprendedores del sector turístico tienen una responsabilidad con una pareja, y que el matrimonio es parte fundamental en la vida, las personas comprometidas tienden a buscar la estabilidad para su familia, toman decisiones con mayor responsabilidad, y desarrollan la capacidad de comunicarse y trazan metas a corto plazo creando un impacto en el ámbito profesional.

Tabla No.3. Estado civil de emprendedores. Universo: 39 encuestas

Estado civil	Frecuencia	%
Soltero	5	12.8%
Casado	13	33.33%
Acompañado	18	46.15%
Divorciado	3	7.72%
Total	39	100%

Fuente: elaboración propia. 2022

Como se observa en la Tabla No.4. la cantidad de hijos que tienen entre las MIPYMES el 25% tienen de 1 a 2 hijos el 5% tienen hijos varones, el 26% tienen 3 a 4 hijos, el 29% de 5 a más hijos tienen, el 15 % no

Tabla No.4. Número de hijos de los emprendedores
Universo: 39 encuestas

Hijos/as	Hijas	%	Hijos	%
Ninguno	5	13%	1	2%
De 1 a 2	10	25%	2	5%
De 3 a 4	5	13%	5	13%
De 5 a más	4	10%	7	19%
Total	24	61%	15	39%

Fuente: elaboración propia. 2022

tienen hijos que equivale a 24 hijas tienen los emprendedores y 15 varones son de los emprendedores la cual indican que la mayoría de ellos son mujeres y son pocos los hombres.

10.3.2. Establecimiento de su MIPYME

En la tabla No.5 se observa los resultados de la pregunta sobre la actividad económica a la que se la dedicaba la empresa o MIPYME en Ocotal, las tres principales actividades son: alimentos y bebidas (43.6%), bares (23.1 %) y hospedaje (15.4%).

Tabla No.5. Actividad económica de la empresa
Universo: 39 encuestas.

Actividad económica	Frecuencia	%
Alimentos y Bebidas	17	43.6
Hospedería	6	15.4
Billar	1	2.6
Gasolinera y Tienda de Conveniencia	1	2.6
Bar	9	23.1
Tienda de conveniencia	2	5.1
Discoteca	1	2.6
Casino	1	2.6
Centro recreativo	1	2.6
Total	39	100.0

Fuente: Elaboración Propia. Noviembre, 2022

Tabla No.6. Tiempo de haber iniciado su empresa. Universo: 39 encuestas

Tiempo	Frecuencia	%
6 meses a 1 año	1	2.6
1 a 2 años	3	7.7
3 a 4 años	10	25.6
5 a 6 años	16	41.0
7 a más años	9	23.1
Total	39	100.0

Fuente: Elaboración Propia. Nov., 2022

En esta Tabla No. 6. Se refiere al tiempo de haber iniciado el negocio, el 41% tiene de 5 a 6 años, el 25.6% de 3 a 4 años y el 23% 7 años a mas, lo que refleja que la mayoría de los emprendedores tienen dominio de su actividad y están posicionados.

Actualmente tengo alrededor de 18 años de haber iniciado el negocio (EL KRIKE), la cual me ha permitido tener el desarrollo del municipio, generar 60 empleos en mi ciudad Ocotol, tener un local acto para que se divierta la gente sanamente logrando el desarrollo del lugar (Manuel Izaguirre Propietario del KRIKE. 30 de noviembre del 2022).

Las MIPYMES cuentan con Mediana, Pequeña y Micro-empresa que están clasificadas de diferentes maneras se adjunta cuadro de análisis. De Tabla No 7., de las 39 encuestas se determina que 19 están en el rango de mediana y son Hoteles, Restaurantes y 1 Centro Recreativo (Krike). En el rango de pequeña empresa 5 negocios que son cafeterías y 15 negocios son Micro-Empresas que son los bares en Ocotol.

**Tabla No. 7. Tipo de empresa.
Universo: 39 encuestas**

Tipo de empresa	Frecuencia	%
Mediana	19	13
Pequeña	5	49
Micro	15	38
Total	39	100.0

Fuente: Elaboración Propia. Nov., 2022

Tener un Hotel con todas las condiciones que presta los servicios a diversos clientes, a través de diversos servicios de alquiler del local, servicio de habitaciones, servicio de restaurante, tienda y otros servicios de Hotel. (Tania Marisela Escalante gerente del Hotel Frontera. 30 de noviembre del 2022)

El 46% de encuestados construyó su negocio con capital propio, es decir que poseen un patrimonio que surgió por la iniciativa de invertir en un negocio y tener sus propia MIPYME, permitiéndose operar son los recursos de una entidad financiera que apoyara a la MIPYME o negocio. Las fuentes

Tabla No.8. Tipo de capital con que inició su negocio. Universo: 39 encuestas

Tipo de capital	Frecuencia	%
Propio	18	46%
Préstamo	10	26%
Sociedad	5	13%
Todas las anteriores	6	15%
Total	39	100%

Fuente: elaboración propia. 2022

de financiación propias son fondos que no hay que devolverlos, constituyendo el pasivo no exigible de la empresa el 26% con préstamos empezó en diferentes entidades financieras por medio de la cual interactúan con el gobierno. El 13 % se construyó como sociedad con capital de otros socios y el 15% se construyó con todas las

anteriores la cual hubo alianza entre varios individuos para llevar a cabo la información de la

Empresa, complementando no solo los fondos, sino también conocimientos y aprendizajes en el oficio.

“Con el INTUR comenzamos a trabajar de la mano, cada día y formarnos como empresas. Elaboramos medidas para crecer las MIPYMES a través de las capacitaciones y nos logramos formar como empresa. Abrimos el negocio de cafetería a través del turismo ayudado por el INTUR (Roxana Propietario Cafetería Parador Roxi).

10.3.3. Participación de la MIPYME en INTUR

El 31% de los negocios tienen de 3 a 4 años de operar en el sector. Mientras que el 21% tiene de 7 a más en este rubro, a pesar de los problemas de CORONAVIRUS. Estos negocios se han apoyado en INTUR, han aprovechado la oportunidad de trabajar, generar ingresos, y crear fuentes de empleo.

Mi esposa siempre ha trabajado con las MIPYMES, y a comienzo de este año hemos presentado la dificultad del CORONAVIRUS, situaciones económicas y enfrentar la competencia, pero en ese tiempo hemos tenido el acompañamiento del INTUR, apoyándonos económicamente y capacitándonos para no desanimarnos en los negocios y continuar (Lucila. Restaurante la Esquinita).

Cabe mencionar que un 35% de negocios del sector turístico en Ocotol son recientes, tienen de menos de un año (15%) y de 1 a 2 años (20%) de trabajar como MIPYMES.

Tabla No.9. Tiempo de trabajar con INTUR. Universo: 39 encuestas

Tiempo	Frecuencia	%
Menos de 1 año	6	15%
1 a 2 años	8	20%
3 a 4 años	12	31%
5 a 6 años	5	13%
7 a mas	8	21%

Fuente: elaboración propia. 2022

Esto se pudo comprobar al momento de las encuestas ya que el 92.3% afirma que conocieron los programas de INTUR por medio de la visita de un servidor público de la Institución. Una empresa decidió no contestar la pregunta.

“Trabajamos coordinados a través de la comisión interinstitucional, las otras instituciones nos están notificando que empresas están en apertura, y así procedemos a visitarlas” (Delegado Denis Martínez. INTUR).

Según los datos reflejados en el Tabla. No. 10 con un 39% conoce el programa de INTUR por las redes sociales y el 23% por propaganda gráfica. Actualmente las redes sociales se convierten en el medio fundamental de información e influye en los usuarios para tomar decisiones en el establecimiento de alianzas en el sector.

“Este programa de INTUR es muy importante conocerlo para formar alianzas estratégicas con nuestro Negocio o MIPYMES, la cual puede realizar proyecciones de futuro, generar divisas a través de las ferias implementadas por ellos, mejora la capacidad para conseguir nuevos clientes locales, nacionales e internacionales. (Rosa Rodríguez – Hotel El Mirador)

Como conoció el programa	Frecuencia	%
Propaganda gráfica	9	23%
Amigos	5	13%
Parientes	6	15%
Redes sociales	15	39%
Compañero de trabajo	4	10%

Fuente: elaboración propia. 2022

Aunque la influencia de parientes (15%), amigos (13%) y compañeros de trabajo (10%) se ha reducido, sigue siendo importante para conocer de las oportunidades que tienen los programas de beneficio turístico.

Como se puede observar en el Tabla No.11. el 92.3% conoce el programa de INTUR a través de las visitas hechas por los miembros coordinadores o promotores del INTUR, la cual esta opción es para trabajar, progresar y desarrollar el Negocio con INTUR obteniendo grandes beneficios como las licencias internacionales, 2.6% a través de redes sociales y el 2.60 % a través de propaganda gráfica.

“Trabajar con el INTUR me permite como negocio captar nuevos clientes, a través del programa que nos presenta con las visitas permanentes por parte de los miembros que lo integran, obtener beneficios como darnos a conocer local, nacional e internacionalmente y formar alianza con instituciones que nos brindan beneficios de desarrollo para el negocio y lograr así incrementar los ingresos”. (Sr. Lenin Beltran – Propietario de Hotel Benmoral).

Tabla No.11. Razones para trabajar con INTUR. Universo: 39 encuestas

Razones para trabajar con INTUR	Frecuencia	%
Mejorar mi Negocio	9	23%
Mejorar mi Negocio y ser una empresa más competitiva	5	13%
Ser una empresa Competitiva y reconocida	6	15%
Legalidad	15	39%
Total	4	10%

Fuente: elaboración propia. 2022

Como se observa en la Tabla.11. el 39% cuenta con la legalidad del negocio permitiendo tener documentos legales que respalden el negocio, para una mejor operatividad y desarrollo humano, a través del INTUR, 23% la empresa la tienen competitiva y reconocida, permitiendo que a través del INTUR la conozcan local, nacional e internacionalmente, el 15% mejoran el negocio y es una empresa más competitiva la cual puede competir con otros negocios y lo dan a conocer con otras empresas y el 13% mejoran el negocio y es una empresa más competitiva.

“Trabajar con el INTUR me permite a mi negocio ser reconocido a nivel local, nacional e internacional, me ha permitido trabajar legalmente obteniendo documentos que permiten darlo a conocer a nivel nacional, ellos me permiten tener calidad, oferta competitiva con otras empresas y permite mejorar mi negocio teniendo una mejor presentación de los productos ofrecidos por los clientes (Sra. Marlene Propietaria de Llamarada del Bosque).

10.3.4. Certificación de la MIPYME en INTUR

Los resultados que reflejan en la Tabla.No.12 Los Negocios Certificados por el INTUR son del 100% como empresas turísticas generando así un impacto de desarrollo social y hotelero a nivel local, nacional e internacional, con un documento legal acreditado por INTUR.

Análisis dice que los negocios certificados como empresa turística en INTUR son 100% certificados.

Tabla No.12. ¿Esta su negocio certificado como empresa turística por INTUR?
Universo: 39 encuestas

Certificación	Frecuencia	%
Si	39	100
Total	39	100

Fuente: elaboración propia. 2022

En la tabla N° 13, las certificaciones de las MIPYME con el INTUR, tienen esta certificación de licencia turística el 61.5%, 23.10% tienen licencia turística y safe travel, el 15.40% cuentan con licencia turística, safe travel y moderniza esta es una legalidad con la que cuentan los negocios para participar dentro de las partes turísticas y hoteleras.

Tabla No.13. ¿Cuál es su certificación?
Universo: 39 encuestas

Licencia	Frecuencia	%
Licencia Turística	24	61.5
Licencia Turística, Sello Moderniza y Sello Safe Travels	6	15.4
Licencia Turística y Safe Travels	9	23.1
Total	39	100.0

Fuente: elaboración propia. 2022

El INTUR desarrolla actividades como ferias locales y nacionales para MIPYMES, e impulsa la inscripción de estos negocios obteniendo así ellos sellos de calidad como: a) Licencia Turística b) Sellos Safe Travels c) Sellos Moderniza (Delegado Denis Martínez. INTUR)

“Tener la licencia Turística y sellos moderniza y sellos Safe Travels ha sido de gran beneficio económico, social y de desarrollo para el negocio para atraer a los clientes potenciales clase A y nos ha dado a conocer los requisitos legales que como negocio tenemos que tenerlos para tener un desarrollo local y generar más fuentes de trabajo en la localidad a traer a clientes con gran potencial turístico por medio del INTUR (Propietario del Hotel El Mirador).

Estas encuestas confirman, que la mayoría de las MIPYMES tienen inscripción, trabajan de forma legal, pero también es cierto que apenas el 1% reúne totalmente los requisitos de inscripción orientados por el INTUR, y el 99% carece de dichos requisitos.

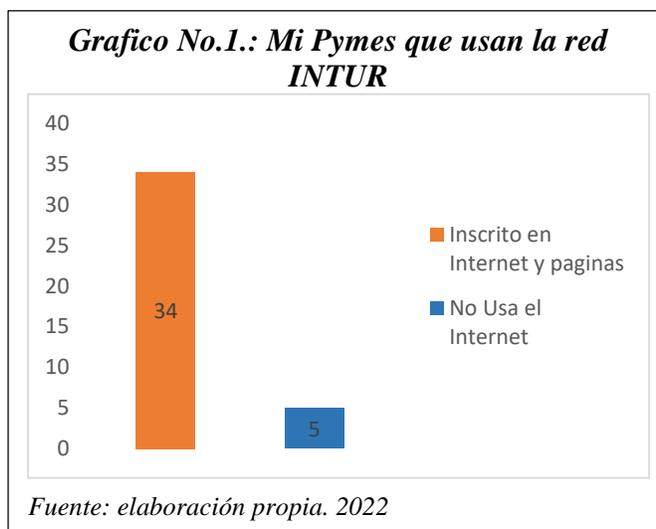
10.3.5. Seguimiento de INTUR para la competitividad de las MIPYMES

En este grafico se afirma que 34 negocios cuentan con páginas en el internet, todos los negocios están inscritos con el INTUR, equivalente porcentualmente a 87% tiene acceso al internet y se propagandista en el internet y 5 negocios le falta crear una página en la red que equivale porcentualmente a 13%.

Al consultar con los entrevistados cual es la valoración que le dan a las redes sociales es que estas son utilizadas para las MIPYMES para proyectarse a nivel Local, Nacional e internacional una forma de divulgación en las páginas web y a través del INTUR.

El delegado del INTUR dice que es una gran propuesta que ellos y el Gobierno de Nicaragua ofrece a los Ocotalianos para divulgar y propagandizar los diferentes servicios que ellos brindan a través de las MIPYMES.

Otros negocios opinaron que es de mucho provecho para diversificar los productos y servicios de las MIPYMES y ofrecer los negocios de estas empresas con ideas de realizar convenios y alianzas entre INTUR-MIPYMES y otras instituciones Locales y Nacionales.



Las pequeñas y medianas empresas tienen en las redes sociales y demás herramientas online, una gran oportunidad para hacer crecer sus negocios. *“De los medios de comunicación más tradicionales, como los periódicos, hemos tenido que pasar a las redes sociales para promocionar nuestro negocio de MIPYME” (Propietario del Hotel El Mirador).*

Los datos de esta encuesta arrojan que solamente un 30% (12 negocios) asisten periódicamente a las capacitaciones impartidas por el INTUR, y el 70% (27 MIPYMES) no asisten a las capacitaciones impartidas por el INTUR. Sobre este dato, los emprendedores afirman que no tienen tiempo, la mayoría trabaja y requieren que se realicen las capacitaciones en un horario accesible a las empresas. También se dan casos de emprendedores que asisten a la capacitación, pero el tema no tiene relación con el giro de su negocio y lo valoran como innecesario asistir a estas capacitaciones.

Tabla No.14. ¿Asiste a todas las capacitaciones del programa que son impartidas por INTUR?
Universo: 39 encuestas

Descripción	Frecuencia	%
Si	12	30
No	27	70
Total	39	100

Fuente: elaboración propia. 2022

“Es muy importante el seguimiento que nos brinda el INTUR, porque tenemos capacitaciones seguidas que nos orientan y nos brindan un beneficio de encontrarnos mejor preparados y mejor capacitados en el ámbito para cuando recibimos visitas de los clientes a nuestros negocios de diferentes localidades en las ferias que tenemos (Manuel Izaguirre-EL KRIKE).

En las entrevistas al delegado, colaboradores y propietarios todos indican que han venido trabajando de la mano con el INTUR, y aunque no han participado en todas las capacitaciones, han ido adquiriendo nuevos conocimientos para la atención los turistas nacionales e internacionales. Los propietarios de negocios o MIPYMES se consideran que INTUR ha facilitado las herramientas para tener negocios exitosos. Las MIPYMES expresan lo siguiente:

Las capacitaciones impartidas por el INTUR poseen temas importantes con contenido de desarrollo, la cual ellos encuentran con amplitud conocimiento para administrar mejor su negocio o MIPYME y permite dar a conocer el negocio a través de la página web en la publicidad y así atraer clientela local, nacional e internacional (Propietario del Hotel El Mirador).

Es importante atender al cliente potencialmente activo y responsable, por la competencia la cual es necesario ofrecer un valor agregado. Es importante mostrarle al cliente de la MIPYME calidad

y precio. Los clientes de las MIPYME son cada vez más exigentes, buscan una buena atención, un ambiente agradable, comodidad, un trato personalizado y un buen servicio rápido.

Cuando el cliente queda satisfecho con el servicio y atención, es muy probable que hable bien de uno y la experiencia que tiene con consumidores. Al recibir el cliente un buen servicio y atención, es muy probable que vuelva a adquirir nuestros productos o vuelva a visitar el negocio la cual ellos mismos no recomiendan como MIPYME. Hay que llamar al cliente para saber cómo quedó impresionado con el producto y enviar cartas o tarjetas de saludos.

La Tabla No.15. Indica que de 4 años a más tenemos un 84.60% de conservar la Licencia Turística que me ha llevado a la legalidad del negocio, tener prestigio y reconocimiento del negocio, de 3

Tabla No.15. Tiempo de tener la Licencia Turística. Universo: 39 encuestas

Tiempo	Frecuencia	%
2 años	3	7.7
3 años	2	5.1
4 años a más	33	84.6
menos de un año	1	2.6
Total	39	100.0

Fuente: elaboración propia. 2022

años llevo 5.10%, de conservar la licencia llevo 2 años que equivale al 7.7% y menos de un año 2.60%. Un propietario de negocio expresa: *“Tener la licencia turística nos permite traer gente del extranjero para que pasee por la localidad y nos visite conservando a si una mejor durabilidad del negocio”*.

En la Tabla No 16, el 97.40 % ha ascendido de categoría desde que pertenece y trabaja con el INTUR y el 2.60% no ha logrado inscribirse ni ha ascendido, estas categorías permiten al Negocio obtener lugares ganados, se encuentran mejor preparados y con los certificados que lo elevan a una categoría mayoritaria.

Tabla No.16. ¿Su empresa ha ascendido de categoría desde que pertenece a INTUR? Universo: 39 encuestas

Ascenso categoría	Frecuencia	%
si	38	97.4
no	1	2.6
Total	39	100.0

Fuente: elaboración propia. 2022

“Tengo la experiencia de ascender el negocio debido a que antes era un hotel, luego se convirtió en un lugar turístico y he ascendido de categoría antes estaba en la categoría C y actualmente tengo la categoría A que significa que estoy activo, trabajo de la mano con el INTUR”

formando alianzas para dar a conocer el negocio y crecer progresivamente hasta alcanzar los lugares deseados.

Todos los encuestados afirmaron que la licencia turística o sello le ha facilitado oportunidades para su negocio, han logrado ser reconocidos a nivel local, nacional e internacional por su divulgación en las páginas web y sitios oficiales de INTUR, y al participar en las ferias locales y nacionales (Tabla No.17).

Tabla No.17. Poseer licencia turística o sello le facilita oportunidades a su negocio. Universo: 39 encuestas

Tiempo	Frecuencia	%
si	39	100
no	0	0
Total	39	100.0

Fuente: elaboración propia. 2022

La Tabla No 18. El 59 % indico que tienen publicidad y asesoría especializada que equivale a 23 encuestados y el 38.50% dice que tienen una publicidad, asesoría especializada bioseguridad turística y facilidad para darse a conocer y el 2.60% indican que es un prestigio obtener la licencia turística.

Tabla No.18. Oportunidades al tener Licencia Turística o los Sellos. Universo: 39 encuestas

Oportunidad	Frecuencia	%
Publicidad y Asesoría especializada	23	59.0
Publicidad, Asesoría especializada, Bioseguridad Turística y Facilidad en tramites	15	38.5
prestigio	1	2.6

Fuente: elaboración propia. 2022

Tener la licencia turística implica una ganancia para nosotros porque logra publicidad y asesoría personalizada y especializada con facilidad de tener trámites y prestigio del negocio a nivel local, nacional e internacional.

INTUR anualmente planifica un plan de capacitación donde establecen los temas de las capacitaciones y la meta a cumplir con respecto a la cantidad que se debe capacitar, estos talleres los llevan a cabo junto a INATEC.

En la Tabla No 19, se preguntó a las MIPYMES si asistían a las capacitaciones, el 48.70 % asiste. Los propietarios de MIPYMES que son más asiduos en las capacitaciones del INTUR afirman que les ha permitido tener proyección de futuro, darse a conocer a nivel local, nacional e internacional, tienen los sellos y licencias turísticas que son válidos para ser reconocidos y así tener visitas del extranjero, han logrado transmitir una mejor cobertura en las redes digitales de una forma profesional y de conocimiento amplio en su rama.

Mientras tanto el 51.30% no asisten debido a que no tienen tiempo, no tienen quien les cuide el negocio y están fuera de horario (no están disponibles a ser hora). El Delegado Denis Martínez en la entrevista afirma: “A muchas MIPYMES no le gusta capacitarse”

Nosotros no tenemos tiempo de asistir a las capacitaciones debido a que no tenemos quien se haga cargo del negocio, no podemos cerrarlo porque tenemos clientes que nos compran y se nos hace difícil dejar solo el negocio.

Tabla No.19. Asiste a las capacitaciones que brinda INTUR. Universo: 39 encuestas

Asistencia	Frecuencia	%
si	19	48.7
no	20	51.3
Total	39	100.0

Fuente: elaboración propia. 2022

En entrevista realizada a los propietarios es que ellos no tienen disponibilidad de horario para asistir a las capacitaciones, que se le hace difícil porque no pueden ir a la hora que lo indica el INTUR, en otras palabras, no tienen tiempo y tendrían que cerrar el negocio.

Según la Tabla No. 20, indica el análisis de esta encuesta sobre la cantidad de capacitaciones impartidas por INTUR han participado como negocio nos indican que ningún negocio asiste con un 46.2%, que de 7 a más han participado el 20.50%, que de 1 a 2 capacitaciones asisten solamente el 7.7%, nos indica que han asistido de 5 a 6 y de 5.10% han asistido a capacitaciones de 3 a 4 capacitaciones impartidas por el INTUR.

Tabla No.20. . ¿En cuántas capacitaciones impartidas por INTUR a participado?
Universo: 39 encuestas

Capacitaciones	Frecuencia	%
1 a 2	8	20.5
3 a 4	2	5.1
5 a 6	3	7.7
7 a mas	8	20.5
Ninguna	18	46.2
Total	39	100

Fuente: elaboración propia. 2022

Asistir a las capacitaciones ha sido de gran prestigio y excelente desempeño para los que trabajamos con INTUR en coordinación con nosotros las MIPYMES permite el desarrollo, incremento de los negocios y prestigio de este (Manuel Izaguirre-EL KRIKE).

Asistir a las capacitaciones es algo voluntario, la delegación solo notifica cuando y donde se realizará y el tema abordar. La decisión de asistir es propia del empresario eso les da la oportunidad de elegir el tema en que quieran capacitarse.

En la Tabla No.21, se indica que los temas abordados en las capacitaciones son del 51.3% tienen capacitaciones de sistema, el 25.60% ha asistido a capacitaciones de administración, el 20.5% a temas impartidos por INTUR a las MIPYMES atención al cliente y el 2.60% ha asistido a manejo e higiene de alimentos. Son diferentes temas importantes que los que se les capacita a las MIPYMES.

El acompañamiento de las capacitaciones impartidas por el INTUR ha sido bueno porque nos capacita sobre las economías, como administrar el negocio, tenemos capacitaciones de cómo atender a los clientes y varios temas de interés para el desarrollo social, cultural y financiero del negocio.

Tabla No.21. Temas abordados en capacitaciones.
Universo: 39 encuestas

Asistencia	Frecuencia	%
Atención al cliente	8	20.5
Manejo higiénico de alimentos	1	2.6
Administración	10	25.6
Total	19	48.7
Sistema	20	51.3
Total	39	100.0

Fuente: elaboración propia. 2022

Participación de INTUR en el acompañamiento hacia las MIPYMES.

La tabla No 22. El acompañamiento de INTUR se basa en asesorías, capacitaciones y Ferias. Las 300 MIPYMES con Licencia turísticas tienen acceso a este acompañamiento, sin embargo, algunas MIPYMES no aplican para las ferias, quedando así solo con las asesorías y capacitaciones. Los resultados de la encuesta refleja que solo el 15.4% de las MIPYMES reciben el acompañamiento completo, el 84.60% cuenta con asesorías y capacitaciones que permiten el desarrollo del negocio, la prosperidad de este y conocerse a nivel local, nacional e internacional en buenos ámbitos de desarrollo y crecimiento del negocio ellos participan en ferias participativas, asesorías y capacitaciones.

**Tabla No.22. Tipo de apoyo de INTUR.
Universo: 39 encuestas**

Tipo de apoyo	Frecuencia	%
Asesorías y Capacitaciones	33	84.6
Asesorías, ferias y capacitaciones	6	15.4
Total	39	100.0

Fuente: elaboración propia. 2022

El acompañamiento impacta de forma positiva a las MIPYMES porque gracias a él y su esfuerzo obtienen beneficios que fortalecen su negocio y los posiciona en el mercado, volviéndose cada vez más competitivos y capaces de responder a la demanda extranjera y nacional. En la siguiente tabla se muestran los beneficios que las

MIPYMES han obtenido gracias al acompañamiento.

El análisis de la Tabla No 23, es que brindan un beneficio que ha tenido la empresa como el acompañamiento del INTUR, en la que dice que el 28.20% recibe capacitaciones y mejorar del negocio, el 56.4% recibe capacitaciones, mejorar del negocio participación en ferias, asesorías con especialistas y ser reconocidos, y lo que son artículos y enseres para el

Tabla No.23. Beneficio que su empresa ha obtenido del acompañamiento de INTUR. Universo: 39 encuestas

Beneficios de INTUR	Frecuencia	%
Capacitaciones y mejorar mi negocio	11	28.2
Capacitaciones, mejorar mi negocio, participa en ferias, asesorías con especialistas, ser reconocidos, artículos y enseres p/negocio (paneles solares, cocinas industriales y artículos para acondicionar habitaciones).	22	56.4
capacitaciones	4	10.3
Capacitaciones, mejorar mi negocio, participa en ferias, asesoría, reconocimiento e incentivo turístico	2	5.1
Total	39	100

Fuente: elaboración propia. 2022

negocio (paneles solares, cocinas industriales y artículos para acondicionar habitaciones) y 10.3% recibe acompañamiento de capacitaciones y el 5.10 % recibe capacitaciones, mejoran el negocio, participan en ferias, asesoría y logran así el reconocimiento e incentivo turístico.

Aunque el 10.3% contesto que el único beneficio que ha obtenido son las capacitaciones, el 100% está de acuerdo que su desempeño ha mejorado desde que reciben acompañamiento por parte de INTUR.

En la Tabla No 24. Indica que el 100% ha recibido acompañamiento y apoyo del INTUR, y con ello la seguridad de tener un negocio exitoso.

Tabla No.24. Ha mejorado el desempeño de su empresa con el acompañamiento de INTUR. Universo: 39 encuestas

Asistencia	Frecuencia	%
si	39	100
no	0	0
Total	39	100

Fuente: elaboración propia. 2022

Es muy importante resaltar el pensar de los empresarios con respecto a cómo se sienten con la promoción que INTUR les brinda, ya que muchos lo que buscan es reconocimiento Nacional e internacional.

Una de las acciones implementadas por INTUR para promocionar a las MIPYMES de forma Nacional son las Ferias, basado en las encuestas un 87.2% consideran que soy muy buenas y un 12.8% que son buenas, no hay una referencia negativa al respecto.

Este trabajo de asistencia permite un desarrollo de competitividad empleando modelos de capacitaciones que puedan apoyar la eficiencia, calidad y crecimiento económico de la empresa, con el desempeño y participación en los trabajos del INTUR con las MIPYMES.

Sin embargo, basado en los resultados de las entrevistas hay MIPYMES que se sienten excluidas porque no aplican para las ferias.

“Las ferias son muy buenas, pero mi negocio no aplica por ser una tienda de conveniencia, deberían de crear espacios para negocios como el mío” (Roxana Dueña de Parador Roxi. Fecha entrevista: 07 octubre 2022)

Tabla No.25. Calificación de eficacia de las ferias que organiza INTUR.
Universo: 39 encuestas

Calificación	Frecuencia	%
Muy Buena	34	87.2
Buena	5	12.8
Total	39	100.0

Fuente: elaboración propia. 2022

La tabla No 25, el 87.20% están en muy buena calificación de eficacia de las ferias que organiza el INTUR y el 12.80% indica que están en una buena calificación de eficacias el implementar las ferias.

INTUR cuenta con plataformas digitales fuera de las redes sociales donde también promocionan a las MIPYMES tales como Mapa Nicaragua.com, Visit Nicaragua, Visita Nicaragua e INTUR que es la página oficial de la Institución. En estas páginas se debe actualizar contenido mensualmente y todas las MIPYMES están en estas páginas, y eso se pudo comprobar con la encuesta.

En la tabla No 26. Indican que el 100% dice que está siendo promociona en la plataforma del INTUR por internet es un gran beneficio por que se conoce personas de diferentes localidades, personas nacionales e internacionales. Cada feria incrementa las divisas económicas del negocio y permite la estabilidad y generación de empleo.

Tabla No.26. Su empresa es promocionada en plataformas de INTUR. Universo: 39 encuestas

Promoción	Frecuencia	%
si	39	100
no	0	0
Total	39	100.0

Fuente: elaboración propia. 2022

La importancia que INTUR trabaje con la promoción de las MIPYMES es porque tienen una mejor competitividad, la cual se observa a través del crecimiento económico, por trabajar a largo plazo con ellos, la cual han logrado manejar los recursos, incrementar la producción de las empresas, mejorando la calidad de vida, para así generar mayores tasas de crecimiento y empleo sostenible para la ciudad de Ocotal.

Las redes Sociales es otro método de promoción implementado por INTUR y es donde hay más movimiento con respecto a las MIPYMES, ya que los empresarios crean sus propios perfiles y etiquetan a la página oficial de INTUR para promover sus servicios, actividades y promociones. Las redes sociales habilitadas son Facebook, Instagram y recientemente habilitaron Tik Tok, el

100% de las MIPYMES encuestadas ha tenido efectos positivos con la publicidad en redes sociales.

En el análisis se afirma que el 100% de encuestados ha tenido efectos positivos en la empresa con la publicidad que se le brinda en las redes sociales por el INTUR (Tabla No.27).

Tabla No.27. Efectos positivos a su empresa la publicidad en redes sociales de INTUR.
Universo: 39 encuestas

Efecto	Frecuencia	%
si	39	100
no	0	0
Total	39	100.0

Fuente: elaboración propia. 2022

Uno de los efectos predominantes es el reconocimiento, muchos negocios reciben clientes que afirman haberlo conocido por medio de post publicitario compartido por la página de INTUR en redes sociales.

Este factor es determinante en la competitividad para su relación con el proceso de crecimiento y desarrollo económico de las MIPYMES, la cual INTUR ha invertido capital, ha dividido el trabajo para brindar publicidad, ha incrementado el comercio, ha generado inversiones de capital, las políticas gubernamentales de subsidio a las MIPYMES en algunas tasas, que no pagan el servicio de publicidad de las redes sociales que brinda INTUR midiendo el nivel educativo, gato de capital humano, investigando a las MIPYMES para incrementar sus negocios económicamente, incentivando e innovando para su crecimiento.

Mi negocio ha tenido éxito porque desde que entre a trabajar con el INTUR tengo publicidad, que es brindada en las redes sociales, he conocido clientes de todas las nacionalidades y he conocido y tenido contacto con gente del extranjero para conocer el negocio (Roxana Dueña de Parador Roxi. Fecha entrevista: 07 octubre 2022).

Para los empresarios, otros efectos positivos de trabajar INTUR es que ha generado resultados positivos son los siguientes:

- Las MIPYMES han generado alrededor de 300 plazas de empleo en Ocotal.

- *Las MIPYMES en Ocotol a través del INTUR han sido de gran utilidad logrando así acceder a más capital de trabajo, realizando pagos de obligaciones, así como consolidar y readecuación de deudas.*
- *Al tener al apoyo de INTUR, BANPRO, otras instituciones y MIPYMES han logrado alianzas para la adaptación, solvencia y transformación de estas empresas logrando así la protección de los puestos de trabajo.*
- *Al contar con capacitaciones del INTUR las MIPYMES quedan consolidadas con conocimiento amplio para el desarrollo de sus negocios.*
- *El introducirse en las redes sociales a las MIPYMES logra así los campos publicitarios y que sean reconocidos a nivel Local, Nacional E internacional.*

10.3.6. Prueba de hipótesis

En la Tabla N° 28. Por medio de este estudio se determinó que el asesoramiento y servicio prestado

Tabla No.28. ¿Cómo es el asesoramiento y servicio del INTUR con las MIPYMES?

Universo: 39 encuestas

MIPYMES	Frecuencia	%
Asesoramiento y servicio prestados	32	82
No tienen asesoría	7	18
Total	39	100

Fuente: elaboración propia. 2022

por INTUR a los negocios influyen en la competitividad de las empresas generadas debido a que cumplen con un 82% de calidad, aceptación y demanda y el 18% indicaron que no cuentan con asesoramiento.

Este asesoramiento y servicio prestado por INTUR a las MIPYMES permiten la competitividad para presentar diversos productos a los clientes en cuanto a calidad, durabilidad, con una mejor presentación, higiene y limpieza de producto, brindando un mejor servicio, optando por canales de comercialización y sistemas de financiamiento a las MIPYMES.

Los propietarios consideran que la calidad y el servicio de las MIPYMES es el factor determinante que poseen con respecto a otros negocios del sector turístico, lo cual les permite tener una ventaja competitiva. Por ello, los empresarios de este sector trabajan en mantener la estabilidad de sus negocios, y es una prioridad mejorar sus productos y la atención al cliente.

De acuerdo a la Tabla No 29, los propietarios de las MIPYMES afirman que tiene calidad en los productos que ofrecen: el 74% está en término medio y el 26% en termino alto. La evidencia de la calidad son los 29 encuestados donde tienen un producto con una mejor presentación, cumplen con las especificaciones solicitadas por el cliente, y satisfacen a sus clientes. La calidad es aplicar principios y técnicas estadísticas en todas las fases de la producción dirigida a fabricar un producto específico más económico y de agrado para el mercado.

Tabla No.29. ¿Qué Mipymes ofrecen calidad del producto? Universo: 39 encuestas

Mi pymes	Frecuencia	%
Media	29	74
Alta	10	26
Total	39	100

Fuente: elaboración propia. 2022

“Las MIPYMES existen en nuestros productos, porque presentamos un producto en las ferias con higiene, es decir un producto limpio, de calidad, y presentamos una buena presentación.”

10.4. Propuesta de estrategias para el acompañamiento de INTUR a las MIPYMES

10.4.1. Análisis FODA sobre el proceso de acompañamiento de las MIPYMES por INTUR.

Para proponer estrategias de mejora es indispensable realizar un análisis de las principales Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, considerando toda la información antes detallada de INTUR y las MIPYMES.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> - Los procesos son estandarizados. - Los requisitos para optar a la licencia turística y sellos son fáciles de obtener a través del INTUR. - El proceso de inscripción es rápido, tarda 10 a 15 días, cuando tienen los documentos - Alianzas con otras instituciones del gobierno, como: alcaldías, BID-CANTUR, u otras instituciones del estado. - Los sellos transmiten confianza a los turistas nacionales y extranjeros porque cumplen con medidas sanitarias para tener una experiencia placentera y segura en esta nueva normalidad. - La capacitación permite tener mejor calidad y competitividad turística. - Beneficios de las ferias: plataforma de innovación, presentaciones personales de productos, retener y ampliar la base de los clientes, ofertas atractivas para exponer, y aumentar las exportaciones. - Facilidad de procesos legales a través del INTUR. - Asesoría especializada y gratuita por el INTUR. - Publicidad Nacional e Internacional a través del PNDH. - La estandarización de los procesos en: calidad, seguridad e higiene que proporcionan los sellos internacionales para brindar servicio de calidad turística al visitante como resultado se obtiene mejoría de la infraestructura, equipamiento y atención al cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> - Inyección de capital de las instituciones aliadas con INTUR. - Alianza con BANPRO para el crédito aMIPYMES. - INTUR en webinar con más de 120 empresarios canadienses para presentar el producto nacional. - Turismo de Nicaragua en feria de Nueva York. - Nicaragua no restringe ingresos de equipos fotográficos y de filmación para dar a conocer las MIPYMES a través del INTUR. - INTUR hace lanzamiento de 2da Edición de Feria de Verano con las MIPYMES.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> - Falta de recursos humanos en INTUR - No todas las MIPYMES concluyen el plan de mejora. - Nulo compromiso de las MIPYMES para subir de categoría internacional, aunque todos tengan categoría local. - Falta de fondos para publicidad. - La localización del negocio no permite afluencia de clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> - Estancamiento turístico, poca afluencia de visitante extranjeros. - Falta de capital debido al COVID-19 que ha afectado el financiamiento. - Localización del Negocio, el punto del negocio donde se encuentran ubicados no permite la afluencia de clientes.

10.4.2. Propuesta de acciones para mejorar el proceso de acompañamiento de las MIPYMES.

Estrategia 1. Campaña publicitaria para negocios de las MIPYMES

Objetivo: Diseñar una campaña publicitaria para la divulgación de la oferta de los negocios locales que INTUR acompaña no solo para el turismo extranjero sino para el Nacional.

Actividades:

1. Contratación de INTUR de un mercadólogo para diseñar la campaña de los negocios locales.
2. Definición del slogan y enfoque publicitario de la campaña
3. Diseño del material publicitario
4. Colocación del material publicitario en redes sociales de INTUR y de los negocios locales
5. Contratación de medios de comunicación locales: radio y TV para la divulgación de la campaña
6. Evaluación del impacto de la campaña mediante la demanda de negocios locales.

Estrategia 2. Incrementar las asesorías directas a las MIPYMES

Objetivo: Acompañar directamente a las MIPYMES, para brindar asesorías personalizadas a los negocios locales.

Actividades:

1. Tener a un promotor que brinde asesoría personalizada al negocio.
2. Capacitarlas directamente a las MIPYMES.
3. Verificar que el negocio se encuentre en perfectas condiciones para brindar una mejor atención al cliente.
4. Enseñarles estrategias de trabajo directo con el cliente para fortalecerlo y dirigirlo.
5. Realizar ferias y actividades para incrementar los ingresos.

Estrategia 3. Desarrollo de mercado

Objetivo: Las MIPYMES deben captar nuevos clientes en otros mercados a través de INTUR, atreviéndose a ir a nuevos horizontes.

Actividades:

1. Salir de la zona de confort de la localidad.
2. Mayor participación en las ferias departamentales con el objetivo de captación de clientes en nuevo lugar.
3. Adaptar el producto que se tiene en pro de nuevos clientes

Estrategia 4. Innovación de las MIPYMES

Objetivo: Incrementar la competitividad de las MIPYMES

Actividades:

1. Agregar un nuevo producto o servicio complementario al que ya se tiene.
2. Refrescar la imagen del negocio y de los productos para mantener al cliente interesado.

11. CONCLUSIONES

El INTUR tiene alrededor de 20 años de brindar acompañamiento a las MIPYMES, las atiende de manera personalizada y específica a cada empresa y empresarios. INTUR los capacita en diversos temas de interés para que ellos se especialicen en su rama y presten un mejor servicio al cliente de calidad. La propuesta que el INTUR ofrece a las MIPYMES son las ferias locales, nacionales e internacionales, las Alianzas con otras instituciones para ofertar los servicios y brindarles productos de mejor presentación y calidad.

El acompañamiento que brinda el instituto nicaragüense de Turismo (INTUR) delegación Nueva Segovia a las MIPYMES de la ciudad de Ocotal es de gran ayuda para solidificar el turismo de la zona y mejora incide en el desarrollo y crecimientos del sector, permitiendo que el empresario desarrolle nuevos proyectos y mejore la calidad de los servicios logrando así un mayor reconocimiento local, nacional e internacional.

Todas las empresas que han trabajado con el INTUR han recibido beneficios satisfactorios como incrementar los ingresos, manejo del efectivo correctamente y la legalidad del negocio para trabajar con desarrollo y autenticidad los recursos. La propuesta que el INTUR ofrece es la certificación del negocio y los sellos de calidad que ofertan las MIPYMES a todos los clientes.

La otorgación de los sellos ha posicionado a las MIPYMES que lo adquieren en un mercado internacional que les abre las puertas a oportunidades como reconocimiento, prestigio e inyección de capital por inversionistas extranjeros; llamando así la atención de los extranjeros a visitar el Norte de Nicaragua o la zona de Ocotal.

Las MIPYMES son un alto porcentaje de las empresas locales en Ocotal, dentro de la cual cubre gran parte de actividades económicas, estas nos indican que al momento de crear un negocio siempre se empieza estructurando una forma pequeña para así se desarrolle el paso de los años y llegan a forma parte de las MIPYMES.

Las mayorías de las MIPYMES se menciona que son familiares, tienen gran importancia en Ocotal, porque ellos crean sus propias empresas, que inyectan a la económica de Ocotal efectivo y fondos al trabajar durante largos años para convertirse en una gran empresa.

Al momento de realizar el financiamiento se reconoce rápidamente la necesidad que tiene la empresa de una organización, ya que no se pudieron realizar algunos pasos por la falta de información ya que solamente se lleva una contabilidad dentro de la empresa del pago de impuestos y los realiza una persona de forma empírica la cual ellos no conocen la capacidad de endeudamiento que tienen, también algunas están sobre endeudadas.

Se cumple la hipótesis debido a que INTUR brinda asesoría personalizada por las delegaciones de Nueva Segovia la cual influye en la competitividad de la MIPYMES del sector turístico de la ciudad de Ocotal.

12. RECOMENDACIONES

Se recomienda a INTUR:

- INTUR debe promover una política de fortalecimiento a su personal para evitar su deserción, motivarlos, y desarrollar su potencial como profesional del sector turístico.
- Las MIPYMES deben obtener el asesoramiento necesario por el INTUR para implementar sistemas contables y estrategias competitivas.
- El INTUR puede analizar y considerar las líneas de estrategias que se proponen en esta investigación para mejorar el asesoramiento y atención directa a las MIPYMES de la ciudad de Ocotal.
- El importante que el INTUR analice el posicionamiento del mercado de cada una de las MIPYMES que asesora, conociendo el rol que juegan los competidores, esto permitirá renovar las estrategias en el mercado de forma personalizada, para llegar a más consumidores en Ocotal.
- Es necesario que el INTUR le facilite a las MIPYMES las herramientas tecnológicas para aprovechar el flujo de información en un mundo globalizado, y les permita mayor flujo de turistas nacionales e internacionales.

A otras MIPYMES del sector turístico que no trabajan con INTUR

Se recomienda a otros MIPYMES, que aún no trabajan con INTUR, que se incorporen a trabajar en el programa de certificación nacional e internacional, dando un paso hacia adelante en pro de mejorar la calidad de sus servicios, y a la vez optar por beneficios a un largo plazo.

A la FAREM-Estelí, UNAN-Managua se recomienda:

Realizar estudios de diferentes temas para encontrar soluciones y respuestas a diversas dificultades en la obtención de datos de información, exponer dentro de las páginas web cada estudio realizado para que sirva como base de datos a los estudiantes y docentes.

13. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Gómez Maldonado, J. D., & Martínez Ortiz, B. M. (2017). *Repositorio de La Unam*, 1-85. Recuperado el Septiembre 2022, de <https://repositorio.unan.edu.ni/5177/1/18027.pdf>
- AMUNSE. Asociación de Municipios de Nueva Segovia. (2016). *Caracterización, logros y avances* (Vol. 012). (A. F. Nueva Segovia, Ed.) Ocotol, Nicaragua: Presanca II y presisan.
- Asamblea Nacional Republica de Nicaragua. (2008, Enero 24). Ley núm. 645 de Promoción, Fomento y Desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (Ley MIPYME). *Ley*, 28(28), 2.1. (L. G. Oficial, Ed.) Managua, Nicaragua: La Gaceta Diario Oficial. Recuperado el Noviembre 2022, de legislacion.asamblea.gob.ni
- Asamblea Nacional de la Republica de Nicaragua. (2004, Julio 02). Ley General De Turismo. *Ley N° 495(184)*, 1.5, 5146. (A. N. Republica, Ed.) Managua, Nicaragua: La Gaceta Diario Oficial. Recuperado el 06 09, 2022, de [http://legislacion.asamblea.gob.ni/Normaweb.nsf/\(\\$All\)/D06F3DE3AEDA5052062570A100583FDF?OpenDocument](http://legislacion.asamblea.gob.ni/Normaweb.nsf/($All)/D06F3DE3AEDA5052062570A100583FDF?OpenDocument)
- Brismat, N. M. (2014, julio-diciembre 2). Instituciones. Una mirada general a su historia conceptual. (U. d. Buenaventura, Ed.) *Guillermo de Ockham*, 12(2), 31-40. Recuperado el septiembre 23, 2022, de <https://www.redalyc.org/pdf/1053/105338606004.pdf>
- Cruz Ríos, M. J., & Hoyos Lopez, A. F. (2022). *titulada Diseño e implementación de un sistema contable para el control y registro de la MYPIME “nuevo amanecer” de la comunidad el Bramadero del municipio de Condega para el primer semestre del año 2019, publicada en Estelí- Nicaragua por Cruz Ríos y Hoy.* UNAN Managua FAREM Esteli, Ciencias economicas y administrativas. Esteli: Repositorio. Recuperado el Septiembre 23, 2022, de <https://repositorio.unan.edu.ni/13390/1/20019.pdf>
- Cuadra, S. (2006, mayo). Nicaragua, enfoque estrategicos de las PYMES en un mundo globalizado. (Sandra, Ed.) *Revista Encuentro, Año XXXVIII(74)*, 40-52. Recuperado el Julio 18, 2022, de Repositorio de la UCA: <http://repositorio.uca.edu.ni/>
- Cuetara Martinez, J. M. (2020). *Las instituciones publicas, una mirada al amazon del estado* (Vol. 1). (F. H. Derecho, Ed.) Madrid, España: Fundacion Hay Derecho. Recuperado el Septiembre 23, 2022, de <https://hayderecho.com/libro-instituciones-publicas>.
- De Blas Guerrero, A., Rubio Lara, M. J., Sanz, J. d., MelladoPrado, P., Sánchez-Roca Ruiz, M., Colino Cámara, C., & Sánchez González, S. (2010). *Teoría del Estado I. El Estado y sus Instituciones*. (Digitalmarzo2015 ed., Vol. 1). (U. N. UNED, Ed.) Madrid, Madrid, España: UNED. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=556095>
- De la Cuetara Martinez, J. M. (2020). *Las Instituciones Públicas. Una mirada al armazón del Estado*. (1ra ed.). Madrid, España: Fundación hay Derecho. Obtenido de <https://hayderecho.com/libro-instituciones-publicas>
- Diaz Garcia, C. C., Davila Herrera, I. A., Ortiz Gonzalez, F., & CruzGonzalez, a. (2018, Noviembre). *Estrategia competitiva para el Micro, Pequeña y la Mediana Empresa del sector papeleria en Piedras Negras, Coahuila*. Coahuila, México. Recuperado el Julio 10, 2022, de eumed.net: <https://www.eumed.net/actas/18/trans-organizaciones/25-estrategia-competitiva-para-el-micro-pequena-y-la-mediana-empresa.pdf>
- Diaz Zelaya, G. Y., Sanchez Avedaño, E. J., & Torres Jarquin, C. Y. (2016). *Competitividad en la comercialización de insumos electricos de CUBAS Electricas S.A con respecto a empresas distribuidoras ubicadas en la ciudad de Esteli en el año 2016*. UNAN-Managua FAREM-

- Esteli, Ciencias Economicas y Administrativas. Esteli: UNAN-Managua. FAREM-Esteli. Recuperado el Septiembre 23, 2022, de <https://biblio.unan.edu.ni/index.php/2016/10/10/repositorio-institucional/>
- Estrada Barcenas, R., Garcia Perez de Lema, D., & Sanchez Trejo, V. G. (2009, Abril-Junio). Factores determinantes del éxito competitivo en la PYME: Estudio Empírico en México. (U. d. Zulia, Ed.) *Revista Venezolana de Gerencia*, 14(46), 169-182. Recuperado el Julio 10, 2022, de http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-99842009000200002
- Fidias G., A. (2012). *El Proyecto de Investigación. Introducción a la metodología científica* (sexta ed., Vol. 6). Caracas, Venezuela: Editorial Episteme, C.A. Recuperado el Enero 8, 2023, de <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf-1.pdf>
- Flores Casco, H. P. (2016). *Incidencia de la fijación de precios de venta del producto en los niveles de competitividad de las MIPYMES productoras de Tabaco en el municipio de Esteli, ciclo productivo 2015*. UNAN Managua. FAREM Esteli, Ciencias Economicas y Administrativas. Esteli: UNAN Managua. FAREM Esteli. Recuperado el Septiembre 23, 2022, de <https://repositorio.unan.edu.ni/2885/1/17469.pdf>
- Flores Méndez, L. A., Cuadra López, S. J., & Ruiz Sotelo, N. J. (2017, julio 21). Impacto en el crecimiento económico de Nicaragua con la promoción y tecnificación de las MIPYMES. *Revista Universidad y Ciencia.*, vol.7(11), 5. Obtenido de <https://www.camjol.info/index.php/UYC/article/view/4444/4210>
- Garcia Ferrando, M., Ibañez, J., & Alvira, F. (1992). La encuesta. En M. G. Ferrando, *El analisis de la realidad social. Metodos y tecnicas de investigacion* (págs. 147-175). Madrid, España: Alianza. Obtenido de Metodo de comunicacion social.
- Huete Acuna, B. A., Rodriguez Gutierrez, I. A., & Ruiz Calero, D. J. (2015). *Propuestas de estrategias competitivas para el posicionamiento en el mercado de la zona norte de la empresa Oscar's Shoes del municipio de granada, durante el ano 2015*. FAREM-Esteli. UNAN-Managua, Departamento de Ciencias económicas y empresariales. Esteli: FAREM-Esteli. UNAN-Managua. Recuperado el Julio 15, 2022
- Hute Acuña, B. A., Rodriguez Gutierrez, I. A., & Ruiz Calero, D. J. (2016). *Propuestas de estrategias competitivas para el posicionamiento en el mercado de la zona norte de la empresa Oscar's Shoes del municipio de Granada, durante el año 2015*. UNAN-Managua, FAREM Esteli, Ciencias Economicas y Administrativas. Esteli: UNAN-Managua, FAREM-Esteli. Recuperado el Septiembre 23, 2022, de <https://repositorio.unan.edu.ni/1984/1/17337.pdf>
- INETER (Ed.). (2022, julio 23). Cabecera Departamental de Nueva Segovia. *Mapa de ocotal Nueva Segovia*. Ocotol, Nueva Segovia, Nicaragua: INETER - Instituto Nicaragüense de Estudio Territoriales. Recuperado el julio 2022, de <https://mapas.owje.com/img620/t-Mapa-de-Ocotol-Nueva-Segovia-Nicaragua-9064.jpg>
- Instituto Nicaraguense de Turismo. (2021-2022, julio 22). *Direccion de desarrollo turistico*. (INTUR, Editor) Recuperado el JULIO 22, 2022, de Direccion de desarrollo turistico: <https://www.intur.gob.ni/direccion-desarrollo-turistico/>
- INTUR. (1999, Septiembre 02). *Instituto Nicaraguense de Turismo*. (INTUR, Editor) Recuperado el Septirmbre 06, 2022, de Sitio oficial: <https://www.intur.gob.ni/>

- INTUR. (2010, Abril 05). *Instituto Nicaraguense de Turismo*. (INTUR, Ed.) Recuperado el Septiembre 07, 2022, de Sitio oficial: <https://www.intur.gob.ni/moderniza/#:~:text=Es%20un%20Sistema%20de%20Gesti%C3%B3n,incrementar%20sus%20%C3%ADndices%20de%20competitividad>.
- INTUR. (2019, 09 09). *Instituto Nicaraguense de Turismo*. . Obtenido de Pagina oficial INTUR, Nicaragua: <https://www.intur.gob.ni/mision-y-vision>
- INTUR. (2022, julio 30). *Instituto Nicaraguense de Turismo*, 1.5. (INTUR, Editor) Recuperado el julio 25, 2022, de sitio web oficial: <https://www.intur.gob.ni/>
- INTUR. (2022). *Sello Safe Travels*. Obtenido de INTUR Nicaragua : <https://www.intur.gob.ni/sello-safe-travels-2/amp/>
- Mairena Centeno, R. A., Martínez Altamirano, J. Y., Laguna Torrez, M. I., & Cruz Cruz, L. M. (2020). *Manejo conjunto de las finanzas personales con las Finanzas de las MIPYMES y su incidencia en los resultados financieros de las MIPYMES del barrio Milena Hernández de la ciudad de Estelí, primer semestre 2019*. UNAN-Managua. FAREM Esteli, Ciencias Economicas y Administrativas. Esteli: UNAN-Managua. FAREM-Esteli. Recuperado el Septiembre 23, 2022, de <https://repositorio.unan.edu.ni/13386/1/20017.pdf>
- Martínez, J. M. (2021). *Las Instituciones Públicas. Una mirada al armazón del Estado*. Madrid, España: Fundación hay Derecho. Obtenido de <https://hayderecho.com/libro-instituciones-publicas>
- MBA, A. Z. (2014). *Consultoría y Asesoría Empresarial*. Lima, Peru: Unión de la Universidad Peruana Unión.
- Medeiros, V., Gonçalves Godoi, L., & Camargos Teixeira, E. (2019, Diciembre). La competitividad y sus factores determinantes: un analisis sistemico para paises en desarrollo. *Revista de La CEPAL*(129), 8-23. Recuperado el Septiembre 22, 2022, de https://www.cepal.org/sites/default/files/publication/files/45005/RVE129_Medeiros.pdf
- Medeiros, V., Goncalves Godoi, L., & Camargos, T. E. (2019, Diciembre). La competitividad y sus factores determinantes. Un analisis sistémico para países en desarrollo. (R. d. CEPAL, Ed.) *Revista de la CEPAL*(129), 8-27. Obtenido de https://www.cepal.org/sites/default/files/publication/files/45005/RVE129_Medeiros.pdf
- Mendoza, J. M. (2010). *La Capacidad Competitiva* (Asesores del 2000 ed., Vol. 1er). Santa Fe, Bogota, Colombia. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/unanmanagua/68861>
- Monge Castro, E. (2010, Junio 1). Las estrategias competitivas y su importancia en la buena gestion de la empresa. (U. d. Rica, Ed.) *Revista de Ciencias Economicas*, 28(1), 247-276. Recuperado el julio 22, 2022, de <https://revistas.urc.ac.cr/index.php/economicas/article/view/7073>
- Nicaragua, A. N. (2004, Julio 02). *Normas Juridicas de Nicaragua*. (A. N. Republica, Editor) Recuperado el 06 09, 2022, de [http://legislacion.asamblea.gob.ni/Normaweb.nsf/\(\\$All\)/D06F3DE3AEDA5052062570A100583FDF?OpenDocument](http://legislacion.asamblea.gob.ni/Normaweb.nsf/($All)/D06F3DE3AEDA5052062570A100583FDF?OpenDocument)
- Olivas Cruz, H. M., Talavera Calero, A. D., & Villareyna, H. I. (2021). *licenciatura Evaluación de la rentabilidad a partir del diseño e implementación de un sistema contable en la MIPYME “Marisquería Estelí” ubicada en la ciudad de Estelí, durante el primer semestre del año 2020*. UNAM Managua FAREM Esteli, Ciencias economicas y administrivas. Esteli: Repositorio. Recuperado el Septiembre 23, 2022, de <https://repositorio.unan.edu.ni/16042/1/20222.pdf>

- Osejo Benavides, D. M., Lezcano Diaz, Y., & Gonzales Talavera, M. M. (2017). *Competitividad entre los negocios de flores que están legalmente constituidas en la ciudad de Estelí en el año 2017*. UNAN Managua FAREM Estelí, Ciencias económicas y administrativas. Estelí: Repositorio. Recuperado el Septiembre 23, 2022, de <https://repositorio.unan.edu.ni/8872/1/18833.pdf>
- Peralta Ubeda, K. M., Iglesias Santos, S. R., & Lainez Cruz, C. N. (2020). *Aplicación de la NIIF para Pymes sección 34 Actividades Especiales -Agricultura en el tratamiento contable de la producción de Frijol INTA Sequía en Finca La Ceiba Condega- Estelí durante el periodo del mes de abril - septiembre del año 2019*. UNAN Managua FAREM Estelí, Ciencias económicas y administrativas. Estelí: Repositorio. Recuperado el Septiembre 23, 2022, de <https://repositorio.unan.edu.ni/13381/1/20029.pdf>
- Periodico Milenio. (2016, julio 26). La Importancia de las instituciones. *Periodico Milenio*, pág. 1. Recuperado el Julio 22, 2022, de MILENIO: <https://www.google.com/amp/s/amp.milenio.com/opinion/varios-autores/derechos-humanos/la-importancia-de-las-instituciones>
- Porter, M. E. (2001). *Estrategia Competitiva* (Vigesima octava reimpresion 2001 ed.). Ciudad de Mexico, Mexico: Compañía Editorial Continental.
- Presidencia, R. (1998, agosto 11). *Normas jurídicas de Nicaragua*, 1.5. (R. Asamblea Nacional de la, Editor) Recuperado el Septiembre 02, 2022, de Normas Jurídicas de Nicaragua: [http://legislacion.asamblea.gob.ni/Normaweb.nsf/\(\\$All\)/4E1332F489E16A5E06257103005618E3#:~:text=%2D%20EI%20%22INTUR%22%20tendr%C3%A1%20por,la%20Le y%20y%20su%20Reglamento.](http://legislacion.asamblea.gob.ni/Normaweb.nsf/($All)/4E1332F489E16A5E06257103005618E3#:~:text=%2D%20EI%20%22INTUR%22%20tendr%C3%A1%20por,la%20Le y%20y%20su%20Reglamento.)
- Pueblos de Nicaragua. (2021, abril 22). *Pueblos de Nicaragua*. Obtenido de Ocotál: la sultana del norte: <https://pueblosdenicaragua.blogspot.com/2021/04/ocotal-la-sultana-del-norte.html>
- Real Academia Española. (2021). *Estrategia definicion*. Recuperado el Julio 1, 2022, de Diccionario de la lengua española: <https://dle.rae.es/estrategia>
- Regalado Hernández, R. (2012). *Las MIPYMES en Latinoamérica* (1ra ed.). B - EUMED. Obtenido de <https://elibro.net/es/lc/unanmanagua/titulos/51592>
- Saavedra, M., & Hernández C., Y. (2008, Julio-diciembre). Caracterización e Importancia de las MIPYMES en Latinoamérica: Un estudio comparativo. (FACES, Ed.) *Actualidad contable FACES*, vol.11(17), 122-134. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=25711784011>
- Secretaría de Turismo. (2017, febrero 1). *Secretaría de Turismo. México*. Recuperado el 2022, de Programa de calidad Moderniza: <https://www.gob.mx/sectur/acciones-y-programas/programa-de-calidad-moderniza>
- Significados.com. (2022, julio 20). *institucion/significados.com*. Obtenido de <https://www.significados.com/institucion/>
- Solano, E.-D. (2014, abril 14). *conexion esan*. (u. e. 2021, Editor) Obtenido de [conexion esan: https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/comunicacion_instituciones_publicas-balance-perspectivas](https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/comunicacion_instituciones_publicas-balance-perspectivas)
- Tonon, G. (2012). *Reflexiones Latinoamericanas sobre investigacion cualitativa* (Vol. 1). Manizales, Colombia: Revista latinoamericana de ciencias sociales niñez juventud. Obtenido de colombofrances.com.
- Urcuyo, R. (2012, Febrero 21). *Microfinanzas y pequeñas y Medianas Empresas en Nicaragua*. (B. C. Nicaragua, Ed.) Recuperado el Julio 18, 2022, de Banco central de Nicaragua:

- https://www.bcn.gob.ni/system/files_force/documentos/DT-21_Microfinanzas_y_pequenos_y_medianos_productores.pdf?download=1
- Urcuyo, Rodrigo. (2012, Febrero 21). *Banco Central de Nicaragua*. Recuperado el Diciembre 6, 2022, de Banco Central de Nicaragua: [file:///C:/Users/L/Downloads/DT-21_Microfinanzas_y_pequenos_y_medianos_productores%20\(3\).pdf](file:///C:/Users/L/Downloads/DT-21_Microfinanzas_y_pequenos_y_medianos_productores%20(3).pdf)
- Vander Kamp, R. (2006). *Pymes, competitividad y SDE en Nicaragua. Un resumen cuantitativo* (primera ed., Vol. 1). (Nitlapan, Ed.) Managua, Nicaragua: Nitlapan. Obtenido de Biblioteca Clacso: http://biblioteca.clacso.edu.ar/Nicaragua/iid-uca/20170417031446/pdf_292.pdf

14. ANEXOS

Anexo N° 1

GUIA DE ENTREVISTA SEMI ESTRUCTURADA A DELEGADO DE INTUR DELEGACIÓN N.S

Nombre del entrevistado:

Fecha de la entrevista:

ORGANIZACIÓN DE INTUR

1. ¿Cuáles son los tipos de MIPYMES que entran en el sector turístico en Ocotal?
2. ¿Cómo está organizado INTUR Las Segovias para la atención a las MIPYMES?
3. ¿Cuál es el procedimiento y criterios para que una MIPYME trabaje con INTUR Ocotal?
4. ¿Qué criterios toman en cuenta INTUR para la inscripción de una MIPYME?

CERTIFICACIÓN

1. ¿Cómo funciona el proceso de certificación de las MIPYMES en Ocotal?
2. ¿Cuáles **son los tipos de** certificaciones que INTUR brinda a las MIPYMES?
3. ¿Cuál es la estrategia de divulgación que se implementa para el impulso de la certificación de MIPYMES en Ocotal?
4. ¿Qué personas van a componer el equipo que llevará a cabo la certificación?
5. ¿Cómo se definen las metas de inspección de negocios para la certificación?
6. ¿Cuáles son los compromisos técnicos y económicos que asume INTUR con las MIPYMES certificadas?
7. ¿Cuáles son las ventajas competitivas que tiene la certificación para las MIPYMES del sector turístico en Ocotal?
8. ¿Cuáles son las debilidades y fortalezas del proceso de certificación implementado por INTUR con las MIPYMES?

MÉTODOS DE EVALUACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD DE LAS MIPYMES

1. ¿Cuáles son las estrategias que INTUR implementa para desarrollar la capacidad competitiva de la MIPYMES?
2. ¿Cómo asigna INTUR los recursos a las diversas MIPYMES que trabajan con la institución?
3. ¿Cuáles son los métodos de evaluación para medir el nivel de competitividad, de innovación y creatividad de las MIPYMES?
4. ¿De qué manera contribuye INTUR a mejorar la capacidad competitiva de las MIPYMES?

5. ¿Cuáles son las alianzas con las que cuenta INTUR para apoyar a las MIPYMES del sector turismo?
6. ¿Cuáles son las debilidades y fortalezas que tienen las MIPYMES en su capacidad competitiva?
7. ¿Cuáles serían las principales acciones que implementaría desde INTUR para fortalecer la capacidad competitiva de las MIPYMES?

ATENCIÓN Y SEGUIMIENTO A MIPYMES

1. ¿Cómo planifican INTUR las asesorías a las MIPYMES?
2. ¿En qué consisten las asesorías técnicas a MIPYMES?
3. ¿Cuáles son los temas abordados en las capacitaciones a las MIPYMES?
4. ¿De qué manera se realiza la atención y seguimiento a las MIPYMES certificadas?
5. ¿Cuáles han sido las limitaciones más significativas que han tenido al momento de dar acompañamiento a las MIPYMES?
6. ¿Cuáles son las debilidades y fortalezas del proceso de seguimiento a las MIPYMES implementado por INTUR con las MIPYMES?

Anexo N° 2

GUIA DE ENTREVISTA SEMI ESTRUCTURADA A COLABORADORES DE INTUR

Nombre:

Cargo:

Fecha de Entrevista:

ORGANIZACIÓN DE INTUR

1. ¿Cómo está organizado INTUR Las Segovias para la atención a las MIPYMES?
2. ¿Cuál es el procedimiento y criterios para que una MIPYME trabaje con INTUR Ocotal?
3. ¿Cuál es el procedimiento y criterios para que una MIPYME trabaje con INTUR Ocotal?
4. ¿Qué criterios toman en cuenta INTUR para la inscripción de una MIPYME?
5. ¿Cuáles son los beneficios que obtienen las MIPYMES que están con ustedes como institución?

Organización del proceso de certificación

1. ¿Cómo funciona el proceso de certificación de las MIPYMES en Ocotal?
2. ¿En qué consiste su trabajo como técnico para integrar a una MIPYME en el proceso de certificación?
3. ¿Cuáles son las metas de inspección de negocios para la certificación?
4. ¿Cuál es el procedimiento que se sigue para divulgar y motivar a propietarios de MIPYMES para integrar el proceso de certificación?
5. ¿Cuáles son los compromisos técnicos y económicos que asume INTUR durante el proceso de certificación y con las MIPYMES ya certificadas?
6. ¿Cuáles son los contratiempos que han encontrado durante el proceso de certificación?
7. ¿Cuáles son las ventajas competitivas que tiene la certificación para las MIPYMES del sector turístico en Ocotal?
8. ¿Cuáles son las debilidades y fortalezas del proceso de certificación implementado por INTUR con las MIPYMES?
9. ¿De qué manera INTUR podría mejorar el proceso de certificación a MIPYMES?

ACOMPAÑAMIENTO A MIPYMES

1. ¿Cuáles son las estrategias para dar acompañamiento a las MIPYMES?
2. ¿En qué consiste el acompañamiento que usted realiza a las MIPYMES de Ocotal?
3. ¿De qué manera se realiza la atención y seguimiento a las MIPYMES certificadas?
4. En base a su experiencia ¿Cuáles son las principales limitantes que tienen en INTUR para dar el acompañamiento a las MIPYMES?
5. ¿En qué consiste el plan de capacitación para el acompañamiento a las MIPYMES?
6. ¿Cuál es la metodología que se implementan en las capacitaciones?

7. ¿Cómo se les da seguimiento a las capacitaciones?
8. ¿Cuáles son las limitantes del proceso de acompañamiento a las MIPYMES?
9. ¿Cuáles son los aspectos de mayor éxito en el acompañamiento a las MIPYMES?
10. ¿De qué manera INTRU podría mejorar el proceso de acompañamiento?

MÉTODOS DE EVALUACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD DE LAS MIPYMES

1. ¿Cuáles son las estrategias que INTUR implementa para desarrollar la capacidad competitiva de la MIPYMES?
2. ¿Cuáles son los métodos de evaluación para medir el nivel de competitividad, de innovación y creatividad de las MIPYMES?
3. ¿De qué manera contribuye INTUR a mejorar la capacidad competitiva de las MIPYMES?
4. ¿Cuáles son las alianzas con las que cuenta INTUR para apoyar a las MIPYMES del sector turismo?
5. ¿Cuáles son las debilidades y fortalezas que tienen las MIPYMES en su capacidad competitiva?
6. ¿Cuáles serían las principales acciones que implementaría desde INTUR para fortalecer la capacidad competitiva de las MIPYMES?

Anexo N° 3

Guía de entrevista semiestructurada a propietarios/as a las MIPYMES

Nombre del propietario:

Tipo de negocio:

Fecha de la entrevista:

PARTICIPACION EN INTUR:

1. ¿Porque le interesó incorporar su empresa al INTUR?
2. ¿Cuál fue el procedimiento por el que tuvo que pasar su empresa para ser una de las empresas a las que le brinda acompañamiento INTUR?
3. ¿Cuánto dura este proceso?
4. ¿Cuáles han sido los beneficios que ha obtenido por pertenecer a INTUR?
5. ¿Por qué considera que sean importantes las actividades y acciones que realiza INTUR para promover el turismo?

CERTIFICACIÓN

1. ¿Cuáles son los requisitos que debió cumplir para poder obtener la certificación de INTUR?
2. ¿Qué beneficios ha obtenido con esta certificación?
3. ¿Cuáles fueron las principales limitantes que atravesó su empresa al optar por esta certificación?

ATENCION Y SEGUIMIENTO MIPYMES POR INTUR

1. ¿En qué consisten las vistas que realiza INTUR a su empresa?
2. ¿Con que frecuencia se realizan estas visitas?
3. ¿Con que objetivo visita INTUR a su empresa?

COMPETITIVIDAD.

1. ¿Qué acciones a propuesto INTUR para mejorar la competitividad de su empresa?
2. ¿Cuáles han sido los resultados obtenidos en su MIPYME al implementar las acciones desarrollados con INTUR?
3. ¿De qué manera le ha servido la certificación para mejorar su capacidad competitiva?

EVALUACION/PROPUESTA MIPYMES

1. ¿Cuáles son las principales ventajas que ha tenido al participar con INTUR?
2. ¿Cuáles son las principales limitantes que ha tenido al participar con INTUR?
3. ¿Qué acciones podría implementar INTUR para mejorar su trabajo con las MIPYMES?

Anexo N° 4

GUIA DE ENCUESTA A PROPIETARIOS/AS DE LAS MIPYMES

I. DATOS GENERALES DEL EMPRENDEDOR

1. **Sexo:** F__ M__
2. **Nivel académico:** Primaria__ Secundaria__ Técnico__ Universitario__
3. **Estado Civil:** Soltero__ Casado__ Acompañado__ Divorciado__
4. **Número de hijos:** _____ hombres _____ mujeres

II. ESTABLECIMIENTO DE SU MIPYME

5. Cuanto tiempo tiene de haber iniciado con su empresa:

De 1 a 6 meses: _____ De 6 meses a 1 año: _____ De 1 a 2 años: _____
De 3 a 4 años: _____ De 5 a 6 años: _____ De 7 a más años: _____

6. ¿A qué actividad económica se dedica su empresa?

Alimentos y bebidas: _____ Hospedería: _____ Agencias y operadoras de viaje: _____
Transporte turístico: _____ Rent a car: _____
Otros (anotar) _____

7. ¿Con que capital inicio su negocio?

Propio: _____ Préstamo: _____ Sociedad: _____ Todas las anteriores: _____

8. Según INTUR ¿Qué categoría o clasificación posee su empresa?: _____

III. PARTICIPACION EN INTUR

9. ¿Cuánto tiempo lleva trabajando con INTUR? Menos de 1 año: _____ 1 a 2 años__ 3 a 4 años__ 5 a 6 años__ 7 a más: _____

10. ¿Cómo conoció el programa del INTUR donde está integrado?

Amigos/as: _____ Parientes: _____ Compañero de trabajo: _____
Propaganda gráfica: _____ Redes sociales: _____
Otros (anotar): _____

11. ¿Cuáles son las razones para comenzar a trabajar con INTUR?

Acceso a crédito: _____ Mejorar mi negocio: _____
Ser una empresa más competitiva _____ Ofrecer un servicio de mejor calidad _____
Ser una empresa reconocida a nivel nacional _____
Otros (anotar): _____

12. ¿Su empresa ha sido beneficiada con alguno de los incentivos turísticos que brinda INTUR? Sí _____ No _____

13. ¿Considera que su empresa ha ascendido de categoría desde que pertenece a INTUR? Si _____ No _____

14. ¿En qué consiste el apoyo que recibe por parte del INTUR?

Asesorías _____ Capacitaciones _____ créditos _____ Ferias: _____
Otros (anotar): _____

15. ¿Asiste a las capacitaciones que brinda INTUR? Sí _____ No _____

16. ¿Qué temas abordan las capacitaciones impartidas por INTUR?

Administración de PYMES _____ Atención al cliente _____
Plan de negocio: _____ Mercadeo: _____
Manejo higiénico de alimentos _____ Diseño de productos: _____
Otros (anotar): _____

17. ¿En cuántas capacitaciones impartidas por INTUR a participado?

1 a 2 _____ 3 a 4 _____ 5 a 6 _____ 7 a más: _____ Ninguna: _____

18. ¿Ha tenidos efectos positivos en su empresa el asistir a las capacitaciones que brinda INTUR? Sí _____ No _____

19. ¿Ha solicitado algún crédito con el apoyo de INTUR? Sí _____ No _____

20. ¿INTUR le realiza inspecciones turísticas a su empresa? Sí _____ No _____

21. ¿Cada cuánto INTUR le realiza inspecciones turísticas a su empresa?

Mensual: _____ Semestral: _____ Anual: _____ Cada 2 años: _____

IV. CERTIFICACION

22. ¿Esta su negocio certificado como empresa turística por INTUR?
Sí____ No____

23. ¿Le ha sido otorgado algún certificado de calidad por parte de INTUR?
Sí____ No____ (No responder las preguntas)

24. En caso afirmativo ¿Cuál es su certificación?

Moderniza (Sello de calidad) ____ Safe Travels ____ Ambos: ____
Otros (anotar): _____

25. ¿Fue difícil obtener está certificación o sello de calidad?
Muy difícil: ____ Poco difícil: ____ Nada difícil: ____

26. ¿Tiempo de validez de la certificación o sello de calidad?
Indefinida ____ Tiempo definido: ____

27. ¿Cuánto tiempo lleva conservando esta certificación?
Menos de 1 año: ____ 1 año__ 2 años __ 3 años ____ 4 años a mas ____

28. ¿Considera que poseer esta certificación le ha facilitado oportunidades a su negocio?
Sí____ No____

29. ¿Qué tipo de oportunidades le ha dado la certificación?
Bioseguridad turística: ____ Aumento de clientes: ____ Prestigio: ____
Participación en eventos: ____ Asesoría especializada: ____ Créditos: ____
Publicidad: ____
Otros (anotar): _____

V.SEGUIMIENTO DE INTUR VS COMPETITIVIDAD

30. ¿Su empresa recibe acompañamiento directo del INTUR? Sí____ No____

31. ¿Cada cuánto tiempo llega a su negocio el técnico de INTUR?
Una vez por semana: ____ cada 15 días: ____ Mensual: ____ Nunca: ____

32. ¿Qué tipo de acompañamiento recibe del INTUR?

Asesoría: ____ Capacitación: ____ Visita a su negocio: ____
Otros (anotar): _____

33. ¿Considera que el desempeño de su empresa ha mejorado desde que recibe acompañamiento por parte de INTUR? Sí____ No____

34. ¿Cuál ha sido el beneficio que su empresa ha obtenido del acompañamiento de INTUR?

Acceso a crédito: _____ Participación en ferias: _____
Capacitaciones: _____ Asesorías con especialistas: _____
Mejorar mi negocio: _____ Mejorar mi producto: _____
Acceso materia prima de calidad: _____ Ser una empresa reconocida: _____
Otros (anotar): _____

35. ¿Considera que el asistir a las capacitaciones que brinda INTUR ha sido de utilidad para la mejora del desempeño del personal de su empresa?

Muy útil: _____ Poco útil _____ Nada útil: _____

36. ¿Cómo calificaría la eficacia de las ferias que organiza INTUR?

Muy Buena__ Buena__ Regular____ Mala__

37. Actualmente ¿Su empresa está siendo promocionada en las plataformas de INTUR?

Si__ No__

38. ¿Ha tenidos efectos positivos en su empresa la publicidad que se le brinda en las redes sociales de INTUR? Si__ No__

39. Los beneficios que obtiene de INTUR ¿Le ha permitido a su empresa ser más competitiva? Sí__ No__

40. Ante su competencia, ¿Cuáles son sus principales fortalezas para ser más competitiva?

Calidad del producto: _____ Instalaciones adecuadas: _____
Precios accesibles: _____ Buena atención al cliente: _____
Rapidez: _____ Bioseguridad: _____
Certificación: _____ Publicidad: _____
Otros (anotar): _____

41. ¿Sugerencias para mejorar la asesoría técnica del INTUR a las MIPYMES para ser más competitivas?

Mejor atención de técnicos: _____ Aumentar las capacitaciones: _____
Rápido acceso al crédito: _____ Mayores montos de crédito: _____
Apoyo en publicidad: _____ Aumento de las ferias: _____
Otros (anotar): _____

Anexo N° 5
Edificio Instituto Nicaragüense de Turismo Delegación Nueva Segovia

Ilustración 2: INTUR Delegación Nueva Segovia



Fuente: INTUR Delegación Nueva Segovia

Anexo N° 6

Ilustración 3: Buffet Comedor Lllamarada del Bosque, Ocotal Nueva Segovia



Fuente: Buffet Comedor Lllamarada del Bosque, Ocotal Nueva Segovia