



**UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
AUTÓNOMA DE  
NICARAGUA,  
MANAGUA**

UNAN - MANAGUA

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA**

**INFORME DE SEMINARIO DE GRADUACIÓN PARA OPTAR AL TÍTULO  
DE LICENCIATURA EN ECONOMÍA**

**TEMA:**

**ECONOMÍA SOLIDARIA**

**SUBTEMA:**

**EFFECTIVIDAD EMPRESARIAL DE LAS TOUR OPERADORAS DE LA  
CIUDAD DE GRANADA**

**ELABORADO POR:**

**Bra. Mendy Katiushka Cordero Morales.**

**Bra. María José Rodríguez Roa.**

**TUTOR: Msc. Orlando Antonio Zelaya Martínez**

**Managua, 07 de Febrero de 2018.**

# INDICE

<b>DEDICATORIA</b>	
<b>AGRADECIMIENTOS</b>	
<b>RESUMEN</b> .....	<b>1</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>3</b>
<b>JUSTIFICACIÓN</b> .....	<b>5</b>
<b>OBJETIVOS</b> .....	<b>7</b>
<b>CAPÍTULO I: IDENTIFICACIÓN DE LAS TOUR OPERADORAS DE LA CIUDAD DE GRANADA</b> .....	<b>8</b>
1.1 Políticas del desarrollo del turismo en el país .....	8
1.2 Potencial turístico de la ciudad de Granada.....	10
1.3 Agentes que intervienen en el proceso del desarrollo turístico de la ciudad de Granada .....	12
1.4 Caracterización e identificación de las tour operadoras de la ciudad de Granada .....	13
<b>CAPÍTULO II: EFECTIVIDAD EMPRESARIAL DE LAS TOUR OPERADORAS DE LA CIUDAD DE GRANADA</b> .....	<b>17</b>
2.1 Principales metas de las tour operadoras .....	17
2.2 Indicadores de eficiencia y productividad .....	18
2.3 Fortalecimiento de las capacidades de las tour operadoras.....	22
2.4 Factores de competitividad entre las tour operadoras.....	24
<b>CONCLUSIONES</b> .....	<b>26</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	<b>28</b>
<b>GLOSARIO</b> .....	<b>29</b>
<b>ANEXOS</b> .....	<b>31</b>

## RESUMEN

El presente trabajo fue realizado en base a las tours operadoras de la ciudad de Granada, inscritas al INTUR y creadas por nicaragüenses. El principal objetivo de estudio fue dar a conocer la efectividad empresarial que tiene este rubro de la economía y como ayudo al crecimiento económico del país. La metodología utilizada fue descriptiva, ya que gran parte de la información fue proporcionada por el INTUR y por los propios gerentes de las tours operadora, haciendo una descripción de los distintos atractivos que posee la ciudad de Granada.

Así como detallando las metas y la política turística como propósito establecer las directrices dentro de las que deben encararse las acciones tendientes a la promoción y desarrollo del turismo en los diferentes niveles de gobiernos de dichas directrices se traducen en un conjunto de normas y procedimiento específicos para el fomento y regulación del sector. La política turística constituye una combinación de fines que persiguen las actividades socioeconómicas del turismo.

La actividad económica que desarrolla el turismo en esta ciudad colonial ha hecho del sector tour operadoras una buena fuente generadora de divisas tanto para el municipio como para el país, así mismo se ha vuelto un sector generador de empleo. En Granada está ubicado el lago Cocibolca y un archipiélago de más de 300 isletas, que hacen de este sitio un gran atractivo. También posee una de las reservas naturales más importantes del país: el volcán Mombacho, donde los turistas pueden recorrer varios senderos y disfrutar de un clima fresco y de la riqueza natural.

Por su infraestructura y sus atractivos es el sitio ideal para realizar caminatas y admirar sus edificios e iglesias de estilo colonial. También se puede recorrer la ciudad en coches o carruajes. Calle La Calzada es otro de sus atractivos donde se ubican una serie de hoteles, bares y restaurantes.

La principal característica de las tour operadoras es que desarrollan productos basados en la facilitación y contemplación de los recursos y atractivos turísticos en la estadía del destino. A estos productos se les llama excursiones o tours. Integrando alrededor de estos todos los servicios relacionados en la visita como lo son traslados, alojamiento, alimentación, servicios complementarios, parques, etc. Muchos operadores tienen una amplia oferta de excursiones y tienen en sus propuestas actividades que van desde lo cultural, aventura, arqueológico, entre otros.

Cuando nos referimos a estos indicadores sabemos que eficiencia es la capacidad de lograr un efecto en cuestión con el mínimo de recursos posibles, por ende productividad es el indicador de eficiencia que relaciona la cantidad de recursos utilizados con la cantidad de producción obtenida. Para las tour operadoras, la productividad es un factor determinante en el crecimiento económico tanto personal como para la comunidad.

El INTUR promueve el fortalecimiento de servicios de las tour operadoras donde les permite identificar las necesidades de especialización de los guías en temas como vulcanología, avistamiento de aves, senderismo, idiomas, entre otros que abonen al fortalecimiento de los conocimientos para una atención especializada al turista.

Se espera que esta investigación permita, al lector tener mayor información sobre el tema de efectividad empresarial de las MYPIMES del sector turístico en particular las tour operadoras.

## INTRODUCCIÓN

El siguiente Informe de Graduación se refiere al tema de la efectividad empresarial, en Nicaragua se manifiestan distintas empresas emprendedoras del turismo, puesto que el país es rico en cultura y belleza natural. Por lo que se destaca el sector de tour operadoras; de las cuales se obtienen un grado de emprendedurismo y que han venido en aumento en los últimos años. Nuestro país está adquiriendo reconocimiento internacional debido a su belleza natural, seguridad, hospitalidad y calidad de vida.

Nicaragua posee una amplia gama de lugares que se pueden aprovechar como destinos turísticos, la belleza escénica de sus lagos, lagunas, ríos, montañas y playas. El turismo es una puerta que permite difundir nuestra cultura y sobre todo aporta un crecimiento económico a nuestro país.

La importancia de este informe radica en dar a conocer como las micro empresas turísticas alcanzan la eficiencia y productividad de sus servicios. En la ciudad de Granada existen muchas tour operadoras de las cual intervienen muchos agentes en el proceso del desarrollo turísticos de las mismas las cuales son: INTUR, Alcaldía de Granada, DGI, todos estos agentes mencionados hacen uso de sus normas y leyes antes una creación de tour operadoras para poder llevar una adecuada organización para los empresarios de dichas tour operadoras, dentro de esas normas y leyes están obtener sus licencia y constancia de dicho establecimiento.

El turismo es un elemento dinamizador que ha tomado una importante relevancia en las economías principalmente locales del país, siempre y cuando se implemente un enfoque en el uso de los recursos, la capacitación del capital humano y los diversos servicios turísticos, a partir de esto se pueden obtener resultados positivos para este sector

Actualmente Nicaragua está en un proceso de planificación estratégica por parte del estado a través del Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR). Esta tarea se ha iniciado desde la elaboración de Plan Nacional de Desarrollo Humano (PNDH). Orientando las políticas que se deben cumplir para fomentar el buen desarrollo turístico. De esta manera se pretende aumentar los ingresos generados por este rubro y minimizar la tasa de desempleo en nuestro país.

De aquí nace la necesidad de estudiar si estas tour operadoras han logrado mantener un equilibrio entre conseguir resultados y mantener la capacidad de seguir produciendo el servicio brindado este proceso es conocido como efectividad empresarial. Cuyo estudio estará determinado en tour operadoras creadas durante el periodo 2012-2016 por empresarios locales e inscritos al Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR).

Partiendo de las políticas desarrolladas por el GRUN, con respecto a desarrollar las capacidades de las micro, pequeñas y medianas empresas turísticas, familiares, comunitarias y cooperativas, potenciando la riqueza natural, en este caso del territorio de la ciudad de Granada, en este sentido tanto el INTUR como la Cámara Nicaragüense de Turismo (CANTUR) han buscado la manera de capacitar a los distintos prestadores de servicios turístico como lo fue el Programa de Bonos de Capacitación que se desarrolló dentro del proyecto BID-INTUR-CANTUR (2014-2017), que se desarrolló con el objetivo de poner en marcha un proceso de capacitación relevante y sistemática, en los oficios del sector turístico.

El Gobierno ha jugado un papel muy importante en el crecimiento de actividad económica, impulsando un proceso de planificación turística estratégica a través del Instituto Nicaragüense del Turismo (INTUR), planificación que se deriva del Plan Nacional de Desarrollo Humano (PNDH) y que está enfocada a que las municipalidades impulsen sus propios procesos de planificación turística para un mejor aprovechamiento de los recursos en la búsqueda de nuevas alternativas que mejoren la calidad de vida de los Nicaragüense.

## JUSTIFICACIÓN

La actual investigación se enfoca en estudiar la efectividad empresarial en el ámbito del sector del turismo de como se ha venido incrementando el desarrollo empresarial y en que ha ayudado a la sociedad en general y que labores ejercen las instituciones del gobierno en las distintas empresas. Así, el presente trabajo permitiría mostrar los cambios en el crecimiento económico y demostrar el beneficio económico todo este estudio es importante para demostrar la efectividad empresarial en el sector de pequeñas empresas emprendedoras de un mismo negocio.

Este informe es de tipo cualitativo, cuantitativo y descriptivo; ya que se estudió el comportamiento de una variable o grupo de elementos que describen las características y procesos a los que se someten las distintas empresas, en este caso las tour operadoras de la ciudad de Granada.

El tratamiento de la información se realizó de forma verbal y por correo electrónico donde hablamos con los distintos empresarios de tour operadoras nos brindaron información. También visitamos los distintos organismos como lo es el INTUR, donde nos ayudaron y dieron información acerca de las distintas tour operadoras registrada y legales en la ciudad de Granada. Al mismo tiempo visitamos tour operadoras para poder hacerles sus entrevistas.

Así como también se realizó visitas constantes para poder tener mayor información sobre los agentes que intervienen en este estudio, así como lo son la alcaldía, la DGI, el INTUR. Esto con el fin de saber cuáles son las tour operadoras que están registrada y sobre todo legales, ya que con nuestra investigación encontramos distintas tour operadoras que no cuentas con permiso para poder trabajar y sin embargo están ejerciendo sus labores ilegalmente.

Toda esta investigación ha sido útil para el conocimiento personal de cada una de nosotras ya que con estos medios que utilizamos para poder indagar el proceso de la efectividad empresarial ha sido más de forma de cómo se desempeñan y como se relacionan el sector privado como el sector público. En el marco de la Estrategia Nacional de desarrollo turístico, estimulando la inversión político-privada en el sector y mejorando la oferta turista, con especial atención a las empresas familiares, comunitarias y cooperativas, a la vez se fortalece la capacidad y liderazgo institucional del Instituto Nicaragüense del turismo (INTUR)

El aporte esperado en este informe, se basa en demostrar como las tour operadoras turísticas alcanzan la efectividad empresarial partiendo de los distintos lineamientos de políticas económicas que tiene el Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional con el fin de fortalecer al sector turístico y a las Mipymes desde el punto de vista económico, a través de financiamientos y al mismo tiempo mejorando las capacidades humanas a través de talleres, capacitaciones, etc.

La importancia de este estudio también radica en conocer como en nuestro país se está llevando a cabo una economía solidaria activa y positiva, beneficiando a mucho nicaragüenses que quieren salir adelante e ir saliendo poco a poco de la pobreza.

Se han venido creando programas que persiguen la mejora de la calidad y competitividad de las MIPYME turísticas, a través, del fomento de la cultura empresarial, de invertir en la formación del recurso humano de los prestadores de servicios turísticos, a través, de un incentivo de bonos con los cuales el empresario paga de forma parcial el costo de las capacitaciones, impartidas por instructores acreditados en el programa. El INTUR, ente rector y facilitador de la gestión del turismo, juega el rol de hacer converger la oferta de capacitación con la demanda de esta, así como el de avalar los contenidos de los recursos, garantizando que estos cumplan con los requerimientos de las temáticas impartidas.



## OBJETIVOS

### Objetivo General

- Analizar las medidas de política económica sectorial que intervienen en la efectividad empresarial de las tour operadoras de la ciudad de Granada.

### Objetivos Específicos

- Describir el potencial turístico de la ciudad de Granada como un atractivo para el funcionamiento de tour operadoras.
- Explicar principales metas de las tour operadoras de la ciudad de Granada con las cuales se esperan incrementar su beneficio económico.
- Analizar los indicadores de eficiencia y productividad para demostrar el cumplimiento de las medidas de políticas económicas.
- Analizar el beneficio económico que alcanzan las tour operadora de la ciudad de Granada para medir su nivel de efectividad empresarial.

## **CAPÍTULO I: IDENTIFICACIÓN DE LAS TOUR OPERADORAS DE LA CIUDAD DE GRANADA**

### **1.1 Políticas del desarrollo del turismo en el país**

Debe recordarse que las políticas son criterios generales de ejecución que orienta y auxilian para el logro de los objetivos, facilitando la implementación de las estrategias ya que son establecidas en función de estas.

La política turística tiene como propósito establecer las directrices dentro de las que deben encararse las acciones tendientes a la promoción y desarrollo del turismo en los diferentes niveles de gobiernos de dichas directrices se traducen en un conjunto de normas y procedimiento específicos para el fomento y regulación del sector. La política turística constituye una combinación de fines que persiguen las actividades socioeconómicas del turismo.

Las cuales hablaremos sobre la política de fomento al turismo y sobre cómo se destaca en el Plan Nacional de Desarrollo Humano (PNDH):

La actividad turística se destaca en el PNDH como parte integral de la estrategia productiva 2012-2016 y de la estrategia de crecimiento económico con aumento del empleo y reducción de la pobreza. Se tiene el propósito de posicionar el país como destino turístico impulsando la promoción y posicionamiento de la belleza escénica de su paisaje junto a la historia, idiosincrasia y cultura de sus gente y territorios, en el marco de la Estrategia Nacional de desarrollo turístico, estimulando la inversión político-privada en el sector y mejorando la oferta turista, con especial atención a las empresas familiares, comunitarias y cooperativas, a la vez se fortalece la capacidad y liderazgo institucional del Instituto Nicaragüense del turismo (INTUR).<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> PNDH 2012-2016 “política de fomento al turismo” (pag.126) Inciso 559

El turismo en los últimos años ha venido creciendo de forma sostenida y con mucha fuerza, colocándose como una de las principales actividades económicas generadoras de divisas y beneficio al país, lo que ha contribuido al mejoramiento de la calidad de vida de los y las nicaragüenses.<sup>2</sup>

Nicaragua se ha posicionado a nivel internacional como un destino turístico con una imagen positiva de país estable, seguro, bello, singular, con diversidades de belleza por descubrir y sobre todo con una población llena de tradiciones, cultura y costumbre propias, únicas, con valores de solidaridad, hospitalidad y amigabilidad. Esto ha dado como resultado la llegada de 4, 642,652 turista del 2007 al 2011, lo que significa un 51.0% de incremento con relación al anterior periodo de gobierno, lo que ha permitido tener un ingreso de divisas hasta por un monto de US\$ 1,554.00 millones, con un aporte 5.2% al PIB en el año 2011.<sup>3</sup>

Para el periodo 2012-2016 el Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional (GRUN) plantea continuar fortaleciendo la industria turística como uno de los ejes de crecimiento del país, creando condiciones para el aumento de la participación de la economía familiar, cooperativa y comunitaria en el sector y facilitando simultáneamente las inversiones del capital empresarial, a través del siguiente lineamiento<sup>4</sup>:

- a. Posicionar al país como destino turístico, para lo cual GRUN se propondrá fortalecer y ampliar a nuevos destinos, la estrategia nacional de promoción turística y de mercadeo.
- b. Desarrollo de las capacidades de las micro, pequeñas y medianas empresas turísticas, familiares, comunitarias y cooperativas, potenciando las riquezas naturales y culturales de los territorios.

---

<sup>2</sup> PNDH 2012-2016 “política de fomento al turismo” (pág. 126) Inciso 560

<sup>3</sup> PNDH 2012-2016 “política de fomento al turismo” (pág. 126) Inciso 561

<sup>4</sup> PNDH 2012-2016 “política de fomento al turismo” (pág. 127) Inciso 562

- c. Promover crédito para las MIPYMES turística, que faciliten el crecimiento y desarrollo de los emprendimientos familiares, comunitarios y cooperativos.
- d. Incrementar la oferta turística, desde una mejor infraestructura y más calidad de los servicios.
- e. Fomentar el turismo comunitario, ecológico y cultural, con un enfoque que fortalezca el aprecio y orgullo nacional por nuestra historia, identidad, cultura, tradiciones, costumbre y valores.
- f. Promover el turismo interno como una expresión del turismo social que permita el pleno derecho al disfrute de la sana recreación y esparcimiento de nuestro pueblo.
- g. Fomentar el aumento de las inversiones turísticas.

A partir de estos lineamientos podemos darnos cuenta del gran apoyo que el GRUN ha dado a través de políticas sectoriales para el desarrollo del turismo, dichas políticas crean beneficios tanto al sector público como privado.

En particular las tour operadoras de la ciudad de Granada con Gobiernos anteriores no habían podido elevar sus beneficios como lo han hecho hoy en día con las políticas que se han venido desarrollando, tanto económicas, como fiscales, y ya sean a través de la reducción o exoneración de impuestos con las que cuentan, o por medio del arduo trabajo que realiza el INTUR, capacitando todos los agentes que intervienen para el buen desarrollo del turismo.

## **1.2 Potencial turístico de la ciudad de Granada**

Considerada como el París de América Latina, la ciudad colonial Granada, se ha convertido en uno de los grandes atractivos turísticos del país y la región Centroamérica.

Según datos oficiales más recientes del Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR), en el año 2014 la ciudad recibió más de un millón de visitantes y el turismo constituye uno de sus principales motores económicos.



Figura #1 Catedral Nuestra Señora de la Asunción (Granada)

Orvin Doblón, ejecutivo de Servitours Travel, indicó que según los datos que se manejan en el sector, entre el 70 y 80 por ciento de los turistas que visitan Nicaragua, pasan por Granada ya que esta se ha convertido en una parada obligatoria. Asimismo, es una ciudad que encanta tanto por sus atractivos como por la seguridad, la limpieza y la oportunidad de caminar disfrutando de ella. Agregó que el turismo es uno de los principales rubros que genera Divisas a esta ciudad.

En Granada está ubicado el lago Cocibolca y un archipiélago de más de 300 isletas, que hacen de este sitio un gran atractivo. También posee una de las reservas naturales más importantes del país: el volcán Mombacho, donde los turistas pueden recorrer varios senderos y disfrutar de un clima fresco y de la riqueza natural.

Por su infraestructura y sus atractivos es el sitio ideal para realizar caminatas y admirar sus edificios e iglesias de estilo colonial. También se puede recorrer la ciudad en coches o carruajes. Calle La Calzada es otro de sus atractivos donde se ubican una serie de hoteles, bares y restaurantes.



Figura #2 Coche turístico de la Ciudad de Granada

Otros sitios de interés en esta ciudad son la Catedral, el Parque Colon, el Museo San Francisco, el muelle de Granada, el Palacio Episcopal, la Plaza de Independencia u el obelisco, entre otros. Granada es también un lugar que atrae inversiones. En los últimos años se han desarrollado proyectos de inversión, entre ellos de embarcaciones, así como para potenciar más las Isletas de Granada, el lago y el volcán Mombacho.

La belleza de la ciudad ha provocado que extranjeros se aniden en esa ciudad y la conviertan en su hogar a la vez que realizan importantes inversiones, tal es el caso de Lucas Carli, un italiano que fundó el Hotel La Pérgola y que ha desarrollado alrededor de seis negocios en esta ciudad. Pese a ser la ciudad más antigua de América Latina en tierra firme, y que por razones históricas y políticas ya no es la localidad comercial que fue, Granada sigue viva por el turismo.

Bosco Garay, presidente departamental de la Cámara Nicaragüense de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa Turística, Cantur, afirma que el turismo es el principal rubro en el desarrollo socioeconómico del municipio de Granada. Según el representante de Cantur hay casi 100 mipymes turísticas afiliados a esa organización en Granada, las cuales generan más de 3,000 empleos. “Granada es una ciudad con muchas riquezas naturales y está apostando también por un turismo rural sostenible, que permite un mayor desarrollo de las comunidades rurales”, Comento Garay.

### **1.3 Agentes que intervienen en el proceso del desarrollo turístico de la ciudad de Granada**

En la ciudad de Granada existen muchas tour operadoras de las cual intervienen muchos agentes en el proceso del desarrollo turísticos de las mismas las cuales son: INTUR, Alcaldía de Granada, DGI, todos estos agentes mencionados hacen uso de sus normas y leyes antes una creación de tour operadoras para poder llevar una adecuada organización para los empresarios de dichas tour operadoras, dentro de esas normas y leyes están obtener sus licencia y constancia de dicho establecimiento. (Ver anexos 1 y 2)



Figura #3 Alcaldía de la ciudad de Granada

En los últimos años nuevos negocios han abierto sus puertas en la ciudad de Granada, alentados por el notorio aumento de visitantes nacionales y extranjeros, lo que ha demostrado un fuerte crecimiento en las inversiones. La evolución en el municipio de Granada se ha venido dando gracias al apoyo que se ha brindado a las micro, pequeñas y medianas empresas, que se dedican a prestar servicios a los visitantes que llegan a Granada atraídos por la particular belleza de la ciudad, lo que permitió que en 2012 la actividad creciera un 10% en ofertas y en visitas según el presidente del INTUR<sup>5</sup>.

Otros agentes que intervienen en el desarrollo turístico son empresas que ofrecen servicios para alojamiento, restaurantes, bares, cafeterías, operadoras de viajes y centros de diversión nocturna al servicio de los turistas extranjeros y nacionales.

#### **1.4 Caracterización e identificación de las tour operadoras de la ciudad de Granada**

Aunque no hay una definición exacta sobre lo que es una tour operadora, podría decirse en forma amplia, que es un encargado de consolidar servicios, generalmente en el destino. Este proceso lleva a cabo la intermediación entre el mayorista que vende al cliente final, y el destino turístico con todos los servicios implicados en el proceso de visitación del turista.

La principal característica de las tour operadoras es que desarrollan productos basados en la facilitación y contemplación de los recursos y atractivos turísticos en la estadía del destino. A estos productos se les llama excursiones o tours. Integrando alrededor de estos todos los servicios relacionados en la visita como lo son traslados, alojamiento, alimentación, servicios complementarios, parques, etc. Muchos operadores tienen una amplia oferta de excursiones y tienen en sus propuestas actividades que van desde lo cultural, aventura, arqueológico, entre otros.

---

<sup>5</sup> INTUR Estadísticas del Turismo 2012-2016(pag.77)



En la ciudad de Granada se registran hasta Septiembre 2017, las siguientes tour operadoras:

1	Cast	Tour operadora	Granada
2	Erick Tour	Tour operadora	Granada
3	Nicaragua Dulce	Tour operadora	Granada
4	Tierra Tour	Tour operadora	Granada
5	Va pues Tour	Tour operadora	Granada
6	Nicaragua Descanso	Tour operadora	Granada
7	De Tour Viajes y Cultura	Tour operadora	Granada
8	Mombotour	Tour operadora	Granada
9	Servitur	Tour operadora	Granada
10	Nicanahuac tour	Tour operadora	Granada
11	Nicaragua Adventure	Tour operadora	Granada
12	Oro través	Tour operadora	Granada
13	Gem Tour	Tour operadora	Granada
14	Nicaragua Best Guides	Tour operadora	Granada
15	Fabio Través	Tour operadora	Granada
16	Welcome To Nicaragua través	Tour operadora	Granada
17	Buena	Tour operadora	Granada
18	La Hacienda Eco Turismo	Tour operadora	Granada
19	Look to Nicaragua Tour	Tour operadora	Granada
20	Aventura Tours	Tour operadora	Granada
21	Que Tuanis Tour	Tour operadora	Granada
22	Adventure Tours Granada	Tour operadora	Granada
23	Leo Tour	Tour operadora	Granada
24	Nicapa Travel	Tour operadora	Granada
25	Danny´s Tour	Tour operadora	Granada
26	Abdalah Tour	Tour operadora	Granada
27	Turpial Tours	Tour operadora	Granada
28	Pachamama Travel	Tour operadora	Granada

29	Let's Vámonos Tours	Tour operadora	Granada
30	Nicaragua Trips	Tour operadora	Granada
31	Terra Nicaragua	Tour operadora	Granada
32	Real Latin America	Tour operadora	Granada
33	Magnific Nicaragua	Tour operadora	Granada
34	Vive Travel	Tour operadora	Granada
35	F. Mendoza Tours and Travel	Tour operadora	Granada
36	Tripnic	Tour operadora	Granada
37	Volcamar community tours	Tour operadora	Granada
38	Viva Nicaragua Tour Company	Tour operadora	Granada
39	Ondevoy Travel	Tour operadora	Granada
40	Nicaragua Nahual Tours	Tour operadora	Granada
41	Nicaragua in & out	Tour operadora	Granada

Fuente: INTUR. Inventario de tour operadoras a Septiembre. 2017

De estas tour operadoras se estudiarán únicamente 4:

1	Erick Tour	Tour operadora	Granada
2	Que Tuanis Tour	Tour operadora	Granada
3	Leo Tour	Tour operadora	Granada
4	Abdalah Tour	Tour operadora	Granada

Ya que estas tour operadoras son las que cumplen con los requisitos de estudio, de las cuales la mencionaremos a continuación:

- Creadas en periodo 2012-2016.
- Propietarios de nacionalidades Nicaragüenses y originarias de la ciudad de Granada.
- Inscritos al INTUR.
- Consideradas parte de MIPYMES.

Las demás tour operadoras son de fundadores extranjeros o nacionales con fusión extranjera. Que no forman partes de la MIPYMES ya que son grandes empresas y con amplios capitales y muchas de ellas son sucursales de empresas de Managua o de otros departamentos. De igual manera algunas de ellas han cerrado operaciones en los últimos meses y no han sido reportadas en INTUR.

Teniendo en cuenta la identificación de las tour operadoras de la ciudad de Granada; así como sus políticas sectoriales y su función que ejerce en el sector del turismo, también haber investigado el potencial turístico de la ciudad de Granada como los agentes que intervienen en el proceso del desarrollo turístico de la ciudad de Granada teniendo en claro todo esto procederemos a analizar e interpretar la efectividad empresarial de las tour operadoras de las ciudad de Granada.

## **CAPÍTULO II: EFECTIVIDAD EMPRESARIAL DE LAS TOUR OPERADORAS DE LA CIUDAD DE GRANADA**

En este momento, ya teniendo identificadas las tour operadoras y conociendo más del gran desarrollo turístico que ha venido creciendo en la ciudad de Granada, demostraremos la efectividad empresarial de éste rubro, partiendo de las concepciones de los gerentes, dueños y propietarios de las microempresas turísticas.

### **2.1 Principales metas de las tour operadoras**

El turismo es una actividad económica que aún está en proceso de desarrollo en nuestra bella Nicaragua. Esto ha hecho que las tour operadoras de la ciudad de Granada se motiven por adquirir nuevas metas empresariales, económicas y personales.

Según las entrevistas realizadas a los dueños de las tour operadoras descubrimos que dentro de sus metas están:

- ✓ Atraer más turistas: las tour operadoras esperan aumentar el número de turistas que eligen sus servicios. Es decir si en 2016 lograron atender más de 2000 paquetes turísticos; esperan que para 2017 terminar con más de 3000 paquetes vendidos.
- ✓ Incrementar las ventas: Al tener como meta principal incrementar el número de clientes, así mismo aumentar sus ganancias pretender aumentar en 20% sus utilidades año con año, Los dueños de las tour operadoras pretenden romper las fronteras de mercado y así poder incrementar sus ventas, ya que al hacer sus paquetes turísticos más atractivos y confiables podrán adquirir más y nuevos clientes, lo que ayudara a aumentar sus ganancias.

- ✓ Adquirir mejor capacitación: En la actualidad los empresarios de tour operadoras pretenden visitar otros países para poder capacitarse mejor, conocer de esta manera las necesidades del turista al visitar nuestro país y así poder brindar un mejor servicio. Algunos empresarios dicen no sentirse conformes con las capacitaciones brindadas por instituciones nacionales, en este caso por el Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR) y prefieren invertir en viajar a otros destinos para adquirir conocimientos.

Como es el caso del dueño de “LEO TOUR COMUNITARIO” quien tiene como meta conquistar el mercado asiático para conocer cómo se debe dar la atención a este tipo de turistas.

- ✓ Disminuir sus costos de producción: para el 2017 los empresarios de tour operadoras pretende reducir sus costos de producción en un 10% mínimo, sin reducir la calidad de sus servicios. Contando con nuevos acreedores.
- ✓ Ser Competitivos: Una de las metas que tienen las tour operadoras es convertirse en una competencia fuerte al ser comparado con grandes negocios que ofrecen el mismo servicio. Estando consientes que esto se adquiere a lo largo de los años, con dedicación y esfuerzo.

Granada es la ciudad que más turistas recibe a lo largo del año en nuestro país y esto hace que los dueños de tour operadoras, confiando en sus capacidades se sientan capaces de poder llegar a sus metas, ya sean a corto o largo plazo.

## **2.2 Indicadores de eficiencia y productividad**

En el análisis realizado de las tour operadoras de la ciudad de Granada nos encontramos con una serie de indicadores que le permiten analizar la eficiencia y productividad que generan en un determinado período.

Al mismo tiempo nos encontramos con el concepto de **BENEFICIO ECONOMICO**, que no es más que la diferencia entre los costos que se incurren durante la producción del servicio y el ingreso que se obtiene por su venta. Este concepto es sinónimo del ya conocido “Utilidad”.

Para encontrar el beneficio económico total que obtienen las tour operadoras turísticas de la ciudad de Granada, analizamos los indicadores que inciden en ello, como lo son:

- Ingresos por ventas
- Costos de producción
- Efectividad y productividad
- Rentabilidad sobre la venta
- Índice de retorno a la inversión

### **INGRESOS POR VENTAS**

Los ingresos por ventas son los procedentes de la venta de servicio que brindan las tour operadoras, según el precio acordado entre ellos y el cliente final, en decir el turista.

En este caso, las tour operadoras lo obtienen de la siguiente forma:

Paquete más vendido: Comercial

- Transporte.
- Tour por la isleta.
- Bebida de cortesía.

Precio del paquete: \$20.

### **COSTO POR PRODUCCION.**

Los costó de producción no son más que los egresos que realizan las tour operadoras para poder ofertar los paquetes turísticos

Las tour operadoras incluyen dentro de sus costos de producción:

- Combustible
- Pago de guía
- Costo de bebida

Costo por paquete: \$8.

#### Detalle Mensual

Ventas de paquetes	Costo	Costo de producción total(V*C)	Precio por paquete	Ingreso total(V*P)
* 52 paquetes ( temporada alta )	\$8	\$ 416	\$ 20	\$ 1,040
20 paquetes (temporada baja)	\$8	\$ 160	\$ 20	\$ 400

\* Referencia utilizada para realizar la formulación de la eficiencia y productividad.

Nota: Cabe mencionar que tanto los precios de costo como de ingreso son datos aproximados, brindados por los mismo dueños de las tour operadoras ya que se reservaron los valores reales.

De aquí partimos para encontrar y analizar los siguientes indicadores

### **EFICIENCIA Y PRODUCTIVIDAD**

Cuando nos referimos a estos indicadores sabemos que eficiencia es la capacidad de lograr un efecto en cuestión con el mínimo de recursos posibles, por ende productividad es el indicador de eficiencia que relaciona la cantidad de recursos utilizados con la cantidad de producción obtenida.

Para las tour operadoras, la productividad es un factor determinante en el crecimiento económico tanto personal como para la comunidad.

## **PRODUCTIVIDAD/BENEFICIO ECONOMICO:**

BENEFICIO = INGRESOS POR VENTAS – COSTO DE PRODUCCIÓN

$$\mathbf{B = I - CP}$$

### **ECUACIÓN 1**

$$\mathbf{B = \$ 1040 - \$416 = \$624 \text{ (Beneficio por mes)}}$$

$$6.24\% \text{ (Eficiencia por mes)}$$

### **Por lo tanto:**

$$\mathbf{\$ 624 \text{ (Beneficio mensual)} * 12 \text{ meses} = \$7,488.00 \text{ (Beneficio Anual)}}$$

$$74.88\% \text{ (Eficiencia Anual)}$$

$$\mathbf{\$1,040 \text{ (Venta mensual)} * 12 \text{ meses} = \$12,480.00 \text{ (Ventas Anuales)}}$$

A partir de estos datos encontrados podemos analizar también los siguientes indicadores:

### **RENTABILIDAD SOBRE LA VENTA**

Este índice mide la rentabilidad de las tour operadoras con respecto a las ventas que generan.

### **ECUACIÓN 2**

$$\text{Rentabilidad sobre la Venta} = (\text{Beneficio} / \text{Ventas}) \times 100$$

$$(\$7,488.00 / \$12,480.00) \times 100$$

$$(0.60) \times 100$$

$$\mathbf{\text{Rentabilidad sobre la Venta} = 60\%}$$



Resultados: Las tour operadoras obtienen una rentabilidad sobre la venta del 60%, es decir, la empresa tiene una rentabilidad del 60% con respecto a las ventas. O, en otras palabras, las utilidades representan el 60% del total de las ventas.

Las empresas viven de los que producen, no de lo que ahorran, esto ayuda a optimizar los ingresos.

### **ÍNDICE DE RETORNO SOBRE LA INVERSIÓN (ROI)**

Este índice mide la rentabilidad de la empresa con respecto a su inversión. Donde la inversión realizada por los dueños de tour operadoras, según las entrevistas realizada (entrevista 2), se acercan a los \$15,000.00 como capital inicial.

#### **ECUACIÓN 3**

La fórmula de ROI es:

$$\text{ROI} = (\text{Utilidad Neta} / \text{Inversión}) \times 100$$

$$\text{ROI} = (\$7,488.00 / \$15,000.00) \times 100$$

$$\text{ROI} = (0.4992) \times 100$$

<b>ROI = 49.92 %</b>
----------------------

Resultados: Ya que éste índice es positivo, podemos decir que las empresas son rentables, pues está utilizando eficientemente el capital invertido en ella en la generación de utilidades. Mientras mayor sea este índice más rentable es considerada la empresa pues genera más utilidades con menos inversión.

### **2.3 Fortalecimiento de las capacidades de las tour operadoras**

El INTUR promueve el fortalecimiento de servicios de las tour operadoras donde les permite identificar las necesidades de especialización de los guías en temas como vulcanología, avistamiento de aves, senderismo, idiomas, entre otros que abonen al fortalecimiento de los conocimientos para una atención especializada al turista.

Así como también existen otros tipos de encuentros donde se lleva a cabo temas con el fin de fortalecer este sector turístico. De las cuales las distintas tour operadoras participan de estos encuentros o talleres para fortalecerse más en sus servicios a los turistas.



Figura #4 Conferencia a tour operadores (Anasha Campbell – Ministra de INTUR)

Partiendo de las políticas desarrolladas por el GRUN, con respecto a desarrollar las capacidades de las micro, pequeñas y medianas empresas turísticas, familiares, comunitarias y cooperativas, potenciando la riqueza natural, en este caso del territorio de la ciudad de Granada, en este sentido tanto el INTUR como la Cámara Nicaragüense de Turismo (CANTUR) han buscado la manera de capacitar a los distintos prestadores de servicios turístico como lo fue el Programa de Bonos de Capacitación que se desarrolló dentro del proyecto BID-INTUR-CANTUR (2014-2017), que se desarrolló con el objetivo de poner en marcha un proceso de capacitación relevante y sistemática, en los oficios del sector turístico.

Este programa persigue la mejora de la calidad y competitividad de las MIPYME turísticas, a través, del fomento de la cultura empresarial, de invertir en la formación del recurso humano de los prestadores de servicios turísticos, a través, de un incentivo de bonos con los cuales el empresario paga de forma parcial el costo de las capacitaciones, impartidas por instructores acreditados en el programa. El INTUR, ente rector y facilitador de la gestión del turismo, juega el rol de hacer converger la oferta de capacitación con la demanda de esta, así como el de avalar los contenidos de los recursos, garantizando que estos cumplan con los requerimientos de las temáticas impartidas.

## 2.4 Factores de competitividad entre las tour operadoras

Las amenazas competitivas en la industria turística nicaragüense han ido aumentando notablemente en los últimos años. Como factores de competitividad que se dan entre las tours operadoras de la ciudad de Granada mencionamos:

- ❖ Precio: Este un factor de competitividad de mucha importancia ya que de esto también depende el interés de los turista, porque al buscar paquetes de viaje este es un factor muy importantes en sus consulta ya q buscan un buen paquete aun buen precio.
- ❖ Marketing y publicidad: En este sentido no todas las tour operadoras cuentan con las estrategias de publicidad para atraer al cliente potencial. Muchas carecen de material como carteles, brochures y mantas publicitarias de llamativos colores que atraigan la atención de los turistas. Así como algunas no cuentas con redes sociales. Ya que necesitan invertir para la creación de la paginas web. Pero otra tour operadora cuentas con sus redes sociales y ayudan a facilitar un mejor servicio.
- ❖ Atención al cliente: Una de las debilidades de las tour operadoras es la falta de capacitación al personal que atiende a los clientes, falta de profesionalismo y delicadeza para atraer a los turistas.
- ❖ Recursos: Actualmente este es el factor que hace más competencia entre las tour operadoras, ya que casi todas ofrecen los mismos productos sin variación de precios. Ejemplo de esto se da en el alquiler de bicicletas que más de una lo ofrece. También sería que unas cuentan con transporte propio y esto ayuda a tener un servicio más confiable y seguro.

- ❖ Tecnología: Este factor se incluye todo tecnología que pueda brindar la tour operadora ya que no muchas cuentan con tecnología como para realizar pago por medios de tarjetas de crédito. Entre otras cosas.

En el último periodo el GRUN ha posicionado al país en arena internacional como lo destaca **National Geographic** (NatGeo) como uno de los diez destinos que se recomiendan a los turistas de todo el mundo. El sitio NatGeo publicó un reportaje titulado “10 lugares que merecen más viajeros” en el que resaltan las bellezas naturales y la seguridad que ofrece nuestro país.

Hace poco el país fue incluido como unos de los 17 mejores lugares para pasar una luna de miel en el 2017, por la edición estadounidense de la revista de moda y belleza **Harpers Bazaar**.

También el país se ubicó en el puesto número seis de los mejores destinos del año 2017, según la revista especializada en destino, **Rough Guides**, de circulación en Reino Unido

De aquí se demuestra que se ponen en práctica las políticas sectoriales como sería la de posicionar al país como un destino turísticos, fortaleciendo y ampliando los nuevos destino. Y así mismo el de incrementar la oferta turística desde una mejor infraestructura y más calidad de los servicios.

Haciendo énfasis en todos estos factores de competitividad de las tour operadora con llevan a tener una mejor vista del panorama en la se encuentran y tener una clara idea de cómo mejorar sus servicio y calidad empresarial.

## CONCLUSIONES

El potencial turístico de la ciudad de Granada aún sigue en crecimiento, logrando una efectividad empresarial positiva, mejorando día a día sus servicios y así logran aumentar sus beneficios económicos.

El apoyo que brinda el actual Gobierno a las MIPYME turísticas ayuda al crecimiento de este sector y al mismo tiempo al desarrollo de la ciudad como destino turístico, posicionando al país como uno de los mejores lugares para hacer turismo, en este sentido también aumenta en la creación de divisas, disminución del desempleo y de la pobreza

En apoyo al desarrollo del Turismo Sostenible el INTUR creo el Plan Nacional de Desarrollo Turístico Sostenible con visión del PNDH, dicho documento es una estrategia importante debido a sus distintos lineamientos que tienen por finalidad mejorar el sistema turístico actual para diversificar e innovar el producto que el país ofrece todo esto a través de la gestión y coordinación de los distintos sectores económicos del país.

El GRUN ha creado distintos lineamientos de políticas sectoriales en pro de ayudar al sector turismo, cuyas políticas se basan en mejorar las capacidades de las Mipymes turísticas a través de financiamientos y capacitaciones, brindadas por las Instituciones competentes, como lo es el INTUR.

Así también llegamos a analizar las diferente metas propuesta por sus dueños analizando que ellos lo que más quisiera es incrementar sus ventas de paquetes de tour así como también tener un mayor capacitación con relación a como tener un mejor servicios de calidad. Donde observamos que no todas las tour operadoras de la ciudad de Granada son capacitadas ya que algunas prefieren ser independiente y ser ellas misma capacitarse fuera del país.

De lo cual se realizó un análisis de una serie de indicadores que permitieron el análisis de la eficiencia y productividad. De aquí la necesidad de conocer como las tour operadoras alcanzan la efectividad empresarial, ayudadas por las políticas existentes, De igual manera analizamos el beneficio económico que obtienen las tour operadoras de la ciudad de Granada, teniendo un porcentaje de beneficio económico del 60% logrando una productividad, eficiencia y efectividad positiva en periodos anuales.

Demostrando de ésta manera que las tour operadoras de la ciudad de Granada son capaces de producir los servicios brindados, adquirir ganancias y tener la capacidad de seguir produciendo, es decir si obtienen efectividad empresarial.

Un análisis a los factores de competitividad entre las tour operadoras se mencionaron distintas como los son el marketing en ellas se tiene muchos tipos de estrategias como la publicidad para atraer al cliente, también en las redes social usan paginas para promocionarse así como otro factor fue medios de transporte, todos los factores estudiado esto ayuda a comprender las amenazas de competitividad entre las tour operadoras.

Todos estos aspectos ayuda a tener un conocimiento más claro que como la tour operadoras de la ciudad de Granada pueden mejorar cada día para brindar un servicio de calidad de lo cual las mipymes turísticas, en este caso el sector de las tour operadoras, se han beneficiado en gran manera de la economía social con la que ha venido trabajando el GRUN, ayudando inclusive a los agentes del sector privado que intervienen en la gestión turística, como lo son, hoteles, restaurantes, etc.

## BIBLIOGRAFÍA

- ❖ Sáenz Mejía, C. (2003). Eficacia Productiva de las MIPYMES. Tesis de Licenciatura no publicada, Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua.
- ❖ Herrera Talavera, R. J. (2003). MIPYMES y entorno competitivo empresarial. Tesis de Licenciatura no publicada, Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua.
- ❖ Olivares, L. & Mónica, V. (2024-2015). Factores limitantes en el desarrollo empresarial de la Tour Operadora Wayman Tours Vacations”. Tesis de Licenciatura no publicada, Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua.

### Documento de gobierno

- ❖ Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional (2012): “**Plan Nacional de Desarrollo Turístico Sostenible de Nicaragua (2012-2016)**”. Políticas de Fomento.
- ❖ Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional (2016): “**Instituto Nicaragüense de Turismo (2012-2016)**”. Boletín de Estadísticas del Turismo.

### Enlaces de interés

- ✓ Rivas, L (2017, Febrero) El 19 Digital.  
Recuperado el 16 de Febrero del 2017 <http://el19digital.com/>
- ✓ Chávez, U (2016, Agosto) El Pueblo Presidente.  
Recuperado el 13 de Agosto del 2016 <http://www.elpueblopresidente.com/>
- ✓ Gutiérrez, L (2016, Abril) Diario La Prensa.  
Recuperado el 28 de Abril del 2016 <http://www.laprensa.com.ni/>

## GLOSARIO

En el desarrollo de éste informe nos encontramos con distintos conceptos que nos ligan íntimamente a nuestro tema, como son:

**Efectividad Empresarial:** En términos generales, efectividad significa conseguir un objetivo propuesto. Según Stephen Covey, la verdadera empresarial se obtiene en la medida que vamos logrando el equilibrio entre conseguir nuestros resultados y mantener la capacidad de seguir produciéndolos. (Blog de WordPress.com, 2011, abril18).

**Desarrollo económico local:** “Es un proceso reactivador de la economía y dinamizador de la actividad local, que mediante el aprovechamiento eficiente de los recursos endógenos (internos) existentes en una determinada zona, es capaz de estimular su crecimiento, crear empleo y mejorar la calidad de vida de la comunidad local” (Albuquerque, 1996).

**Oferta Turística:** Corresponde a los elementos internos del diagnóstico y se estructura en tres pilares íntimamente entre sí, conformado por los recursos turísticos, servicios turísticos e infraestructura y equipamiento turístico. (Guía de planificación turística municipal, 2003)

**Demanda Turística:** Según Matheison y Wall (1982) la demanda turística es “El número total de las personas que viajan o desean viajar, para disfrutar de facilidades turísticas y de servicios en lugares distintos al lugar de trabajo y de residencia habitual”

**Estrategia Empresarial:** “Estrategia es el conjunto de metas y de las principales políticas para alcanzar dichas metas, establecidas de manera de que definan en que negocios esta o debiese estar la empresa” (Kenneth Andrews, 2000)



**Rentabilidad económica:** La gran enciclopedia de economía nos dice que la rentabilidad económica expresada normalmente en tanto por ciento, mide la capacidad generadora de renta de los activos de la empresa o capitales invertidos y es independiente de la estructura financiera o composición del pasivo. Es el ratio o indicador que mejor expresa la eficiencia económica de la empresa.

**Eficiencia productiva:** Economista de la Universidad de Nova de Lisboa (paulo Núñez) dice que; En economía el término eficiencia (o eficiencia económica) significa que los recursos están a ser usados de la mejor manera posible para satisfacer las necesidades de la población. En otras palabras la existencia de eficiencia es sinónimo de ausencia de desperdicio.

**Riesgo empresarial:** Enciclopedia libre (Oscar Guzmán) El enemigo de todo inversor es el “riesgo”, elemento de inestabilidad en las inversiones, que no son más que apuestas de futuro en entornos con mayor o menor incertidumbre. Todo empresario asume riesgos dentro de su campo para poder ser más competitivo y satisfacer las necesidades del consumidor

# ANEXOS

ANEXO 1

 Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional  
*22. Pueblo, Pasadante!*

 **Nicaragua**  
*Unica... Original!*

 **2011**  
**UNIDAD**  
POR EL BIEN COMÚN

**Instituto Nicaragüense de Turismo**  
**INTUR**

En uso de sus facultades otorga la presente

**Licencia** N° \_\_\_\_\_  
Expira \_\_\_\_\_

A: \_\_\_\_\_

Dirección: \_\_\_\_\_

Por el cumplimiento en el Control de Calidad por Servicios y Productos Turísticos.

Dado en la ciudad de \_\_\_\_\_ Nicaragua a los \_\_\_\_\_ días del mes de \_\_\_\_\_ del año \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
Firma Autorizada  
**INTUR**



**COLOCAR EN LUGAR VISIBLE**

**ANEXO 2**

**ALCALDIA DE MANAGUA**  
**DIRECCIÓN GENERAL DE RECAUDACIÓN**  
**CONSTANCIA DE MATRICULA**  
**COLOCAR EN LUGAR VISIBLE**

  
**ALCALDIA DE MANAGUA**  
**PARA SERVIRTE MEJOR**  
**000005**

**REGIMEN:** \_\_\_\_\_ **AÑO:** \_\_\_\_\_  
**LA DIRECCION GENERAL DE RECAUDACION, HACE CONSTAR QUE EL CONTRIBUYENTE:**

**ESTA MATRICULADO CON No. RUC:** \_\_\_\_\_ **C.TA. FISCAL:** \_\_\_\_\_

**DIRECCION:** \_\_\_\_\_

**DIST. No.:** \_\_\_\_\_ **ACTIVIDAD ECONOMICA:** \_\_\_\_\_

**R.O.C. No.:** \_\_\_\_\_ **FECHA:** \_\_\_\_\_ **F. EMISION CONSTANCIA:** \_\_\_\_\_

**FIRMA Y SELLO**

  
**O y M-RE.03**

**MUESTRA**

FORMULARIO CONSTANCIA DE MATRICULA DE LA D.G.R. N° 001/2007

FORMULARIO CONSTANCIA DE MATRICULA DE LA D.G.R. N° 001/2007 - FAX: 22583000 - TEL: 22583041



Gobierno de Reconciliación  
y Unidad Nacional  
*El Pueblo, Presidente!*

**Nicaragua**  
*Única... Original!*

**OBTENCIÓN DEL TÍTULO LICENCIA PARA EMPRESAS DE OPERADORA DE VIAJES.**

**REQUISITOS**

- 1- FORMULARIO (Base legal Ley N° 495, arto 34 numeral 3 del reglamento).
- 2-Escritura de constitución de la sociedad (el objeto social deberá estar relacionado a la actividad que solicita) debidamente inscrita en el RM 1Copia autenticada. Base legal arto No 17 inciso d, l, f del Reglamento de Empresas y Actividades Turísticas .
- 3- Poder del representante legal de la empresa (persona natural o jurídica, si aplica) Copia simple. (Base legal arto No 17 inciso j del Reglamento de Empresas y Actividades Turísticas).
- 4- Fotocopia de Escritura de propiedad o contrato de arriendo (si el plazo es mayor a 5 años), según el caso. (Base legal arto 16 Numeral H de Empresas y Actividades Turísticas para persona Natural).
- 5- Registro Único de Contribuyente (RUC) - copia simple. (Base legal arto No 17 Reglamento de Empresas y Actividades Turísticas Inciso g).
- 6- Cédula de Identidad (del propietario o del representante legal) - copia simple. (Base legal arto No 17 Reglamento de Empresas y Actividades Turísticas Inciso k).
- 7- Presentar inventario de vehículos con su correspondiente constancia de inspección mecánica del MTI. Si presta servicios con sus propios vehículos.
- 8- Copia de la tarjeta de Circulación de vehículos

**Nota:**

Notificar por escrito al Departamento de Registro y Calidad Turística, el Cambio de domicilio, cambio de Propietario o Gerente y Cierre de Operaciones y Renovar anualmente su Licencia de INTUR en los primeros tres meses del año. (Base legal Arto 60 inciso b, ley 495 y Arto 51 del Reglamento de la ley 495 y arto 13 del Reglamento de Operadoras de Viajes).

## ENTREVISTA 1

Nombre de la empresa: LEO TOURS (COMUNITARIOS)

Nombre de empresario/dueño: Leopoldo José castillo Carcache.

Profesión del empresario: Lic. Administración de empresa

Dirección: Catedral de nuestra señora de la asunción calle la calzada 1 ½ al este.

Teléfonos: 84227905/89375368.

Correo electrónico: leotoursgranada@gmail.com

1. ¿Cuál cree usted que fue su motivación para emprender este negocio?

Ayudar a las comunidades en nuestro país para llevarle trabajo y progreso a las comunidades de Granada.

2. ¿Qué edad tenía cuando decidió emprender?

Tenía 21 años.

3. ¿Esta empresa fue su primera idea?

Si

4. ¿La empresa paso por un análisis de riesgo?

Si fue más un análisis que realice de forma superficial ya que emprendí mi negocio de forma que si lograba mi objetivo de incrementar mis paquetes de tour tendría un análisis sobre mi riesgo en las operaciones del negocio.

5. ¿Con que capital inicio la empresa? ¿Fue de socio o prestamos?

El capital fue cero pesos ya que mi idea fue tomada por mí mismo en agarrar un bote de remo y llevar turista a la isla de mi mama y de esos viajes fue innovando mi negocio con cada dinero de los tour fui incrementando mi servicio.

6. ¿Tuvo acompañamiento de alguna organización?

No .solo mi persona

7. ¿Qué obstáculo ha tenido que superar siendo empresario?

Aprender el idioma ingles documentar sobre los destinos estar actualizándome en los productos o paquete que ofrecemos estos han sido uno de mis mayores obstáculo.

8. ¿Qué tipo de innovaciones ha utilizado para hacer más atractivo su negocio?

El marketing, renta de bicicleta y moto.

9. ¿Que ha sido lo más satisfactorio de ser empresario?

Que he dado empleo a las comunidades. Por ejemplo le he dado trabajo a mi madre ella tiene una isleta y ella ofrece pescado a los turista.

10. ¿Ha sido apoyado por su familia en la creación de su empresa?

Si claro

11. ¿Cómo han sido los niveles de rentabilidad de la empresa?

Por ejemplo en temporada alta hay niveles de rentabilidad excelente y en temporada baja se mantiene el negocio con poca fluidez de ingresos.

12. ¿Quién ha sido su mayor influencia familiar?

Mi madre

13. ¿Siempre quiso ser empresario? ¿O las circunstancias lo llevaron a serlo?

Claro. La necesidades de mi comunidad ya que soy originario de una isleta de Granada.

## ENTREVISTA 2

Nombre de la empresa: ABDALAH TOURS

Nombre de empresario/dueño: Faisal Abdalah

Profesión del empresario: Lic. Administración.

Dirección: Granada, cruz de catedral 120 mt. Al este

Teléfonos: 87222070/25528672

Correo electrónico: info@adbalahtours.com

1. ¿Cuál cree usted que fue su motivación para emprender este negocio?

A través de otro negocio (ABDALAH TRAVEL) son renta de micro buses, de este negocio se tomó la iniciativa de crear esta tour operadora.

2. ¿Qué edad tenía cuando decidió emprender?

Bueno lo que lleva la tour operadora es año y medio de estas funcionando la oficina.

3. ¿Esta empresa fue su primera idea?

No ya como me lo había mencionado ya tenía creado una empresa de alquiler de micro buses de ahí se dio la idea trabajar en conjunto con los viajes o paquete de tours.

4. ¿La empresa paso por un análisis de riesgo?

No la crearon por conocimiento ya que su primo ya trabajada en nahual tours.

5. ¿Con que capital inicio la empresa? ¿Fue de socio o prestamos?

Particularmente se inició con \$15000 ya que contábamos con transporte vehicular.

6. ¿Tuvo acompañamiento de alguna organización?

No

7. ¿Qué obstáculo ha tenido que superar siendo empresario?

La competencia desleal que existe en Granada como tours operadoras piratas se le podría llamar ya que estas no cuentan con certificado o en otras palabras no pagan impuesto.



8. ¿Qué tipo de innovaciones ha utilizado para hacer más atractivo su negocio?

Rótulos, brochures, El inglés.

9. ¿Que ha sido lo más satisfactorio de ser empresario?

El dinero en primer lugar, los clientes que se vallan con satisfactorio servicio de nuestra tour operadora

10. ¿Ha sido apoyado por su familia en la creación de su empresa?

Si hay apoyo ya que se componen de primos hermanos

11. ¿Cómo han sido los niveles de rentabilidad de la empresa?

Baja y alta seis meses de buena rentabilidad y seis meses baja influencia de dinero.

12. ¿Quién ha sido su mayor influencia familiar?

Hugo Ulises Abdalah (primo).

13. ¿Siempre quiso ser empresario? ¿O las circunstancias lo llevaron a serlo?

Claro que si en eso siempre estamos para seguir creciendo

### ENTREVISTA 3

Nombre de la empresa: Erick tours

Nombre de empresario/dueño: Geraldina carolina Novoa.

Profesión del empresario: Lic. Administrador de empresa.

Dirección: Parque central 3C.Lago en C. la calzada

Teléfonos: 84840326/89745575.

Correo electrónico: [erick1@yahoo.com](mailto:erick1@yahoo.com) / [erick1@gmail.com](mailto:erick1@gmail.com)

1. ¿Cuál cree usted que fue su motivación para emprender este negocio?

Primeramente mi familia me impulso a realizar este negocio ya que somos persona de negocio familiar.

2. ¿Qué edad tenía cuando decidió emprender?

Tenía aproximadamente 34 años

3. ¿Esta empresa fue su primera idea?

Pues realmente no ya que contamos con otros tipo de negocio como ventas de batidos y otros.

4. ¿La empresa paso por un análisis de riesgo?

Pues realmente ya q en esta ciudad de Granada las tours es un potencial alto, pero se logró un análisis sobre los riesgo.

5. ¿Con que capital inicio la empresa? ¿Fue de socio o prestamos?

Estos datos no se manejan pero un aproximado de \$ 10,000 ya q se tuvo q invertir en marketing para ser más atractivos nuestra tours operadora.

6. ¿Tuvo acompañamiento de alguna organización?

No, prácticamente su capital familiar.

7. ¿Qué obstáculo ha tenido que superar siendo empresario?

La competencia.

8. ¿Qué tipo de innovaciones ha utilizado para hacer más atractivo su negocio?

Renta de bici esa es una y como establecer a la par de mi de negocio venta de batido esto llama atención de turista ya que ellos le gusta mucho los batidos y así llamamos más la atracción a nuestro negocio.

9. ¿Que ha sido lo más satisfactorio de ser empresario?

Crecer junto a la familia económicamente y prosperar en las adversidades nos hacen aprender de nuestro desempeño.

10. ¿Ha sido apoyado por su familia en la creación de su empresa?

Por supuesto que sí.

11. ¿Cómo han sido los niveles de rentabilidad de la empresa?

En los últimos año ha sido bueno ya q implementamos y mejoramos nuestro servicios turísticos.

12. ¿Quién ha sido su mayor influencia familiar?

Mis hijo ya que con la ayuda de él se creó este negocio.

13. ¿Siempre quiso ser empresario? ¿O las circunstancias lo llevaron a serlo?

Si, ese era nuestra meta ser emprendedor de nuestros de negocios.

**TABLA 1**

**Tour operadoras inscritas al INTUR en la ciudad de Granada (2012-2017).**

ESTABLECIMIENTO	ACTIVIDAD	MUNICIPIO	DIRECCION	TELEFONO 1	E-MAIL	WEB - SITE
1 Cast	26 Touroperadora	Granada	Calle la Catedral 1/c al Lago	25528518	nicaragua@castr.com	no
2 Erick Tour	26 Touroperadora	Granada	de catedral 2 1/2c al Lago	89745675	ericktour1@yahoo.com	no
3 Nicaragua Dulce	26 Touroperadora	Granada	Marina Cocobola - Bahía de Asese	25528827	nicaraguadulce@gmail.com	www.nicaraguadulce-ecotourism.com
4 Tierra Tour	26 Touroperadora	Granada	Catedral 2 c. al Lago, Calle la Calzada	2552 8723	tierratoursales@gmail.com	www.tierratour.com
5 Vapores Tour	26 Touroperadora	Granada	Costado sur Iglesia Catedral	2552-4835	info@vapores.com	www.vapores.com
Nicaragua Descanso	26 Touroperadora	Granada	Isla el Roble del Puerto Asese 2 Km. Al Sureste	22641299	nicadescaans@hotmail.com	www.nicadescaans.com
De Tour Viajes y Cultura	26 Touroperadora	Granada	Costado Norte del Convento San Francisco	2552 0155	mailig@detour-nicaragua.com	www.detour-nicaragua.com
8 Mombotour	26 Touroperadora	Granada	Empalme Guanacaste 4km. Al este - Hacienda el progreso	87283133	mombotour@cafelasfiores.com	www.cafelasfiores.com
9 Servitour	26 Touroperadora	Granada	Costado Oeste del Parque Central, Contiguo Hotel Alhambra	25522955	servicosturisticos@hotmail.com	no
10 Nicanahuac tour	26 Touroperadora	Granada	Catedral 3/c a lago 20 mtr. Al Norte	no	ismabent3@yahoo.com	www.nicanahuacour.com.ni
11 Nicaragua Adventure	26 Touroperadora	Granada	Calle la Libertad Bac 2 c al Oeste	2552-8461	info@nica-adventures.com	www.nica-adventures.com
12 Oro Travel	26 Touroperadora	Granada	Calle Corrales N° 205	2552 4568	information@orotravel.com	www.orotravel.com
13 Gem Tour	26 Touroperadora	Granada	Super mercado la colonia 2/c al sur 1/2c al lago	25527849	edgaperex@gemtours.net	www.gemtour.net
14 Nicaragua Best Guides	26 Touroperadora	Granada	esquina sur este del Parque Central 1/2c. Al este	2552-2827	info@nicaraguasbestguides.com	no
15 Favio Travel	26 Touroperadora	Granada	Policia 12 c al Norte	88605362	favoexpreso@yahoo.com	no
16 Welcome To Maragua travel	26 Touroperadora	Granada	de Enfil 75 vras. Al este Calle la Libertad	78630300	info@welcometonicaragua.net	www.welcometonicaragua.net
17 Buena	26 Touroperadora	Granada	Galeria la Calzada - Modulo N° 1	82864267	buenatour@gmail.com	www.buenatour.com
18 La Hacienda Eco Tourism	26 Touroperadora	Granada	del Intena 25 km. Al Norte	86346534	lahaciendanicaragua@gmail.com	no
19 Look to Nicaragua Tour	26 Touroperadora	Granada	del Bac 1/2c al Oeste		looktonicaragua@gmail.com	no
20 Aventura Tours	26 Touroperadora	Granada	Puerto Asese, marina cocobola	22224208	info@aventuratur.com	www.aventuratur.com
21 Que Tuisis Tour	26 Touroperadora	Granada	Calle Vega del Parque Central 1/2c al sur	25522778	info@quetuisistours.com	www.quetuisistour.com
22 Adventure Tours Granada	26 Touroperadora	Granada	Casa de la Mujer 50 mtrs. al Lago Calle la Calzada	76289899	adventurtours_38@yahoo.com	no
23 Leo Tour	26 Touroperadora	Granada	parque central 1/c 25 vrs al lago	84227905	leotoursgranada@gmail.com	no
24 Nicapa Travel	26 Touroperadora	Granada	catedral 1 1/2c al lago	25523992	info@nicapatravel.com	www.nicapatravel.com
25 Denny's Tour	26 Touroperadora	Granada	Catedral 20 metros al sur	89813622	dannystours@gmail.com	no
26 Abdaleh Tour	26 Touroperadora	Granada	De la Cruz de Catedral 120 mts al lago	25528672	info@abdalehtours.com	no
27 Turpial Tours	26 Touroperadora	Granada	de la Mar Dulce 1/2c al norte 25 vrs al Oeste	25523788	jobsevilasolozano@yahoo.com	no
28 Pachamama Travel	26 Touroperadora	Granada	de Catedral 3c al lago, calle la Calzada	89980053	info@pachamamatravel.com	www.pachamamatravel.com
29 Let's Vámonos Tours	26 Touroperadora	Granada	Costado sur Iglesia Catedral	25528682	heny@letsvamonostour.com	www.letsvamonostours.com
30 Nicaragua Trips	26 Touroperadora	Granada	frente a la piedra bocona calle la libertad	88064378	victoribaur0@gmail.com	www.nicaragua/trips.com
31 Terra Nicaragua	26 Touroperadora	Granada	Calle la silla, de kochen 1c al Oeste	81096876	gerencia@terra.nicaragua.com	www.voyage-nicaragua.com
32 Real Latin America	26 Touroperadora	Granada	km42 1/2 c granada-masaya 200mtrs al este. Capulin #1	81049099	dominic@reallatinamerica.com	www.reallatinamerica.com
33 Magnific Nicaragua	26 Touroperadora	Granada	Del Sliasi 2 cuadras al Oeste	84388722	info@magnificnicaragua.com	www.magnificnicaragua.com
34 Vive Travels	26 Touroperadora	Granada	Contiguo a la DGI	25525848	fconteras@viveravels.com	www.viveiravels.com
35 F. Mendoza Tours and Travel	26 Touroperadora	Granada	Del BAC 10vrs al Oeste, calle la Libertad	25528313	trasporte@mendoza@gmail.com	no
36 Triptic	26 Touroperadora	Granada	Calle el cisne del Roadhouse media cuadra al sur.	82525823	tripticnights@gmail.com	no
37 Volcamar community tours	26 Touroperadora	Granada	Policia Nacional 3c al este	25613052	yessoim16@gmail.com	no
38 Viva Nicaragua Tour Company	26 Touroperadora	Granada	De Claro 1c al lago	86972037	bravarrow73@gmail.com	no
39 Ordevooy Travel	26 Touroperadora	Granada	Costado norte del parque sandino	88829081	leonelcruzmatamor@gmail.com	no
40 Nicaragua Manual Tours	26 Touroperadora	Granada	Calle el consulado, Parque central 2 1/2 Oeste	89552602	info@nahuatours.com	http://www.nahuatours.com
41 Nicaragua in & out	26 Touroperadora	Granada	Km 42 c-masaya	89267679	maynorquan@hotmail.com	no