

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE NICARAGUA.
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS.
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.
UNAN-RUCFA**



TEMA GENERAL: ADMINISTRACIÓN

SUB TEMA: TURISMO COMO ACTIVIDAD EMPRESARIAL

(Seminario de graduación para optar al título de Licenciado en Administración de Empresas)

AUTORES:

BR. WALTER JOSÉ RUIZ GARCÍA

BR. LUIS CARLOS MONTOYA

TUTORA:

MSC. ANA MARÍA SÁNCHEZ MORRAZ

MANAGUA-NICARAGUA, NOVIEMBRE 2014

INDICE

Dedicatoria.....	i
Agradecimiento.....	ii
Valoración del docente.....	iii
Resumen.....	iiii
INTRODUCCION	1
OBJETIVOS	4
CAPÍTULO 1. GENERALIDADES DE LA ADMINISTRACIÓN Y TURISMO.....	5
1.1 Generalidades de la administración.....	5
1.1.1 <i>Concepto</i>	5
1.1.2 <i>Proceso administrativo</i>	8
1.2 La administración en un entorno global	16
1.2.1 <i>Entorno económico</i>	17
1.2.2 <i>Entorno cultural</i>	18
1.2.3 <i>Entorno legal y político</i>	18
1.3 Generalidades del turismo	19
1.3.1 <i>Concepto</i>	19
1.3.3 <i>Clasificación del turismo</i>	20
CAPÍTULO 2. GENERALIDADES DE LA EMPRESA	22
2.1 Concepto	22
2.2 Importancia de las empresas.....	24
2.3 Funciones básicas de la empresa	25
2.5 Empresa turística.....	29
2.5.1 <i>Concepto</i>	29
2.5.2 <i>Tipos de empresas turísticas</i>	30
2.5.3 <i>Características de la empresa turística</i>	31
CAPÍTULO 3 .TURISMO COMO ACTIVIDAD EMPRESARIAL	34
3.1 Aspectos generales	34

3.1.1 Concepto.....	34
3.2 Actividad turística.....	38
3.2.1 Turismo como actividad económica	40
3.2.2 Turismo como actividad social	43
3.2.3 Turismo como actividad comercial	49
3.2.4 Función socioeconómica del turismo	50
CAPÍTULO 4. LA ADMINISTRACIÓN EN EL TURISMO COMO ACTIVIDAD EMPRESARIAL.....	53
4.1 La empresa turística como sistema.	53
4.1.1 Subsistemas.....	57
4.1.2 Complejidad y evolución de los sistemas de organización.....	59
4.2 La administración como sistema.....	61
4.2.1 .Política empresarial.....	62
4.3 Actividades funcionales de la empresa turística	66
4.3.1 Actividades funcionales preparatorias.....	66
4.3.1 Actividades funcionales de ejecución.....	67
4.4 Planificación turística	69
4.4.1 Planificación estratégica del turismo	71
4.5 Control de gestión del Turismo como actividad Empresarial	73
4.5.1 Control de gestión a nivel estratégico	74
4.5.2 Control de gestión a nivel direccional.....	75
4.5.3 Control de gestión a nivel operacional	76
Conclusiones.....	78
Bibliografía	80

DEDICATORIA

Dedico este seminario, especialmente a:

A nuestro bendito padre celestial, que me ha permitido tener vida y sabiduría, me dado la fuerza, el aliento para realizar con éxito este seminario y culminar uno de mis grandes sueños.

A mi Madre Catalina García Carranza y a mi padre, Marden Ruiz Silva, por ser la fuente de apoyo, de inspiración y que me han educado y guiado por el camino recto, apoyándome constante a pesar de las dificultades que se presentan en la vida.

A mis hermanos, compañeros de clase, familiares y personas que estuvieron a mi alrededor apoyándome con sus conocimientos.

Walter José Ruiz García

Dedico este seminario, principalmente a:

A Dios padre celestial, que me ha dado fuerzas, conocimientos y sabiduría por haber culminado con éxito este seminario y haberme permitido culminar unos de mis grandes y anhelados propósitos.

A mi madre Rosa Idalia Alvarado y a mi padre, Elmer Antonio Montoya, por ser grandes fuentes de apoyo e inspiración, que me han enseñado y guiado por el buen camino. Ayudándome en todas las situaciones y momentos de la vida.

A mis seres queridos, compañeros de clase y familiares que me motivaron a alcanzar mis objetivos y metas a lo largo de todo el camino y carrera de la vida.

Luis Carlos Montoya Alvarado

Agradecimientos

Agradezco a Dios Padre Celestial primeramente que me haído la vida, las fuerzas y el aliento para superar todas aquellas barreras y dificultades en mi camino, por todas las bendiciones que ha derramado sobre mí, y permitir concluir con éxito mis estudios.

A mi madre Catalina García Carranza y a mi Padre José Marden Ruiz Silva por estar apoyándome constantemente y apoyarme incondicionalmente en todo el camino hacia el cumplimiento de este sueño.

A mi tutora Msc. Ana María Sánchez Morraz que sirvió de guía y apoyo para la realización de este seminario de graduación.

A mi compañero de seminario Luis Carlos Montoya, así como mis compañeros de clases, maestros, familiares que de una u otra manera influyeron en la realización de este seminario.

Walter José Ruiz García

Agradezco principalmente a Dios por darme la vida, sabiduría, conocimientos y fuerza para superar todos los obstáculos impuestos en el transcurso de la carrera.

A mi madre, Rosa Idalia Alvarado por entregarme todo su apoyo y ayuda en cada parte y meta de mi existir.

A todos mis amigos y compañeros de clase, y principalmente a mi colega de seminario Walter José Ruiz García, puesto que la unión hace la fuerza, logramos culminar y vencer todos los obstáculos puestos en la carrera, fortaleciendo nuestra amistad en los buenos y malos momentos durante el transcurso de la carrera.

A todos los maestros por brindarnos sus conocimientos y tiempo, especialmente a quien fue mi tutora de seminario de graduación, a todas aquellas personas que contribuyeron a la culminación de este seminario y carrera.

Luis Carlos Montoya Alvarado

RESUMEN

Este documento tiene como finalidad dar a conocer el turismo como una actividad empresarial, un tema poco conocido y abordado por pocos autores. El término de turismo como actividad empresarial refleja la complejidad de la industria turística en el mundo empresarial, en un sector altamente globalizado. Es un tema de gran contribución y riqueza para el desarrollo de la actividad turística dirigido a todo aquel individuo que quiera instruirse en el tema. La administración del turismo como actividad empresarial es la gestión administrativa de las empresas turísticas, la cual produce una gran ventaja competitiva que conlleva beneficios que contribuyen al crecimiento y desarrollo económico del país. El documento consta de cuatro capítulos, que examina la descripción de la administración y el turismo, así mismo las generalidades de la empresa y la administración de la actividad turística. Se debe establecer que en Nicaragua existe un gran potencial para promover e invertir en turismo, por lo que las empresas turísticas tienen que aprovechar estas oportunidades para su posicionamiento en un mercado turístico altamente competitivo.

INTRODUCCION

Turismo como actividad empresarial es un tema nuevo y novedoso, que se puede explicar haciendo una relación entre lo que es una empresa y el concepto de turismo. Este informe trata de evaluar y determinar el turismo como una actividad empresarial.

La presente investigación documental trata acerca de estudiar el ámbito del turismo como una actividad empresarial, el cual parte de determinar un concepto generalizado de este término poco conocido e investigado a nivel científico.

Su importancia radica en conocer el grado de magnitud de este tema en un mundo turístico altamente competitivo, a través de una constante búsqueda de información relacionada al tema que nos permita identificar el concepto del turismo como actividad empresarial.

Hay que destacar que el informe contiene primeramente las generalidades de la administración y el turismo, por lo que de suma importancia aplicar la administración en todas las organizaciones en este caso para las empresas turísticas, el grado de importancia que tiene el turismo para el desarrollo del país. Se describe los aspectos generales de cada uno, concepto, clasificación e impacto en el sistema económico para los países.

Así mismo se desarrollará los aspectos generales de la empresa, conceptos, importancia y clasificación de las empresas, específicamente se abordara las empresas turísticas, los tipos y sus características, todo esto como referencia para la introducción al tema específico del turismo como actividad empresarial.

Este informe tiene como propósito hacer énfasis al nuevo término en el turismo. El turismo como actividad empresarial, el cual implica desarrollar el enfoque del turismo como una actividad empresarial, describiendo funciones económicas que genera el turismo para las empresas que ofrecen servicios de actividades turísticas que permiten obtener beneficios para el desarrollo turístico y económico del país.

Eventualmente describir en sí al turismo como una actividad empresarial desde el punto de vista como una industria turística ligado al factor humano vivencial.

Consecuentemente se busca determinar el ámbito de la administración como una ciencia en el turismo como actividad empresarial. Destacar la importancia de la administración de la industria turística, asimismo resaltar como se planifica el turismo, como se organiza las funciones, como se dirige las empresas turísticas y como se controlas las actividades operativas del turismo.

Finalmente se desarrolla toda una teoría completa y soportada del turismo ligada como una actividad empresarial y como este se puede considerar un sistema para el completo estudio de la empresa turística.

JUSTIFICACION

El propósito de la investigación documental es aplicar los conocimientos administrativos en el turismo como una actividad empresarial, debido a que es un tema novedoso y poco conocido en el cual el sector turismo ha tenido un alto crecimiento en donde a la misma vez crecen de la misma manera las empresas turísticas. Por tanto se hace necesario elaborar un documento con teorías de calidad científica y metodológica que sea veraz y objetiva para su correcto entendimiento. Se pretende que el trabajo sea de gran utilidad para la comunidad universitaria así como la sociedad en general. Este documento tiene la finalidad de visualizar la forma de llevar a cabo, la administración del turismo como una actividad meramente empresarial es decir las gestiones administrativas de las empresas turísticas, la cual es ejercida en la actualidad de manera práctica y permita suministrar los principales elementos para llevar a cabo una dirección eficiente en las empresas turísticas que se dediquen a ofertar servicios y productos para el desarrollo del turismo. Se pretende que nuestros conocimientos de administración de empresas en este documento ayuden al correcto aprendizaje en la implementación de técnicas y herramientas adecuadas para el desarrollo de la actividad turísticas.

OBJETIVOS

Objetivo general:

Analizar el desarrollo de la Administración en el turismo como actividad empresarial.

Objetivos específicos:

1. Exponer las generalidades de la Administración y el turismo en el ámbito empresarial.
2. Detallar los aspectos generales de la empresa.
3. Describir el pensamiento del turismo como actividad empresarial.
4. Determinar la aplicación de la Administración en el turismo como actividad empresaria

CAPITULO UNO: GENERALIDADES DE LA ADMINISTRACION Y TURISMO

CAPÍTULO UNO: GENERALIDADES DE LA ADMINISTRACIÓN Y TURISMO

En este capítulo se muestra la importancia que tiene la administración en el ámbito organizacional, la manera de alcanzar las metas y objetivos a través de la acción conjunta de todos, se explicará la relevancia del proceso administrativo aplicado a las organizaciones, así como la importancia que deban tener organizaciones hacia una perspectiva ideológica de la administración en un entorno global.

De forma consecuente se abordará la importancia que tiene el turismo para las empresas turísticas, el grado de importancia que tiene el turismo para el desarrollo del país. Y por último explicar el impacto económico, social y cultural que se genera a través del turismo.

1.1 Generalidades de la administración

El término de administración ha venido evolucionando, en la actualidad Cada día se adaptan más elementos a la administración, es un proceso de ajustes constante a lo nuevo y complejo, por lo que, las organizaciones deben prepararse, para enfrentar los diversos desafíos que surgen en un mundo totalmente competitivo.

1.1.1 Concepto

La administración busca la manera en que las empresas trabajen eficientemente en su entorno organizacional. La administración contribuye a Implementar normas, políticas, controles, procedimientos y métodos que puedan ser ejecutados por las personas que la conforman con el objetivo de conseguir y logras metas establecidas.

Sin la administración, las empresas jamás tendrían condiciones que le permitieran existir y crecer. Es decir se debe de contar un personal altamente especializado de acuerdo a las exigencias de cada departamento de trabajo para que exista un buen funcionamiento, al igual que una mejor productividad para la organización, por parte de las personas que la conforman.

De acuerdo a Koontz y Weihrich (2004):

“La administración es el proceso de diseñar y mantener un entorno en el que, trabajando en grupos, los individuos cumplan eficientemente los objetivos específicos” (p.6)

Se describe a la administración como un proceso sistemático porque todos los administradores además de prescindir de sus conocimientos, experiencias, y aptitudes realizan ciertas actividades y funciones interrelacionadas con el objetivo de lograr las metas esperadas.

La administración es una actividad que se aplica a todo tipo de organizaciones, en todos los niveles de la empresa persiguiendo el mejor desempeño y productividad de los equipos de trabajo a lo interno de la organización.

La administración permite que las empresas apliquen estrategias que contribuyan al mejor desempeño y productividad de los equipos de trabajo de cada una de las unidades o departamentos que conforman la organización. Es decir la administración se encarga de diseñar todo un plan de trabajo eficiente y eficaz que se logre mantener. De tal forma que los administradores logren que las personas trabajen en conjunto para que alcancen las metas y objetivos esperados, dependiendo de la capacidad que tengan los administradores para ejercer la función administrativa.

Se describe a la administración como un proceso sistemático porque todos los administradores además de prescindir de sus conocimientos, experiencias, y aptitudes realizan ciertas actividades y funciones interrelacionadas con el objetivo de lograr las metas esperadas.

De acuerdo a Koontz y Weihrich (2004):

“La administración es una de las actividades humanas más importantes desde que los seres humanos comenzaron a formar grupos para cumplir propósitos que no podían alcanzar de manera individual, la administración ha sido esencial para garantizar la coordinación de los esfuerzos individuales. A medida que la sociedad empezó a defender crecientemente del esfuerzo grupal y que muchos grupos organizaron tendieron a crecer, la tarea de los administradores se volvió más importante” (p.6).

La administración permite planear actividades, coordinar las tareas, controlar las operaciones. Más cuando las personas trabajan en conjunto, permite abrir el camino al logro de los objetivos establecidos. En otras palabras los administradores obtienen resultados mediante la cooperación de sus subordinados. Toda organización necesita administrarse con el fin de alcanzar los objetivos con la mayor eficiencia, acciones y recursos, para ser competitiva. La cooperación y coordinación de las personas con el fin de alcanzar objetivos se vuelve organizada y formal; la clave del éxito de esa asociación es la administración.

La administración en las empresas ayuda a conseguir y lograr metas a través de las personas que la conforman, es decir en ellas el personal debe de tener bien definidas todas las funciones y responsabilidades así como también los papeles que juegan los gerentes de la organización. Estos deben de apoyar y ayudar a otros miembros de la organización a fijar y lograr un sinnúmero de objetivos y metas.

Según Robbins y Coulter (2010):

“La administración es a lo que se dedican los gerentes, la administración involucra la coordinación de las actividades de otros, de tal forma que estas se lleven a cabo de forma eficiente y eficaz. Además, la administración implica garantizar que la gente responsable de realizar actividades laborales las realice de forma eficiente y eficaz” (p.6).

A nivel empresarial la administración la utilizan mayormente los gerentes como lo describen Robbins, sin embargo cabe destacar que la administración se debe de realizar en las partes funcionales de la empresa para evitar desviaciones en las metas. Los gerentes son los principales responsables de mantener la mecánica administrativa en óptimas condiciones. Deben de fomentar que las actividades y los empleados trabajen con eficiencia y eficacia y así lograr el cumplimiento de los objetivos.

Las organizaciones necesitan de ser administradas por personas que están organizadas en todos los niveles jerárquicos que se ocupen de las diferentes tareas y actividades. Cada subordinado debe cumplir con todas las funciones asignadas para el cumplimiento de los objetivos. De la administración empleada por los gerentes depende la supervivencia y éxito de las empresas.

Las empresas deben modificar su línea de acción, renovarse, adaptarse, transformarse, y ajustarse con rapidez, enfocarse en el futuro y pensar globalmente solo así se pueden conducir a una situación mejor, para que puedan lograr los fines esperados. Por lo tanto se constituye a la administración como una disciplina orientadora del comportamiento profesional para todos los que interactúan con la administración. La teoría administrativa es una forma de apoyo para que los administradores tengan éxito en cualquier organización. Los administradores definen estrategias, diagnostican situaciones, evalúan recursos, planean sus situaciones, resuelven problemas y generan innovación y competitividad.

1.1.2 Proceso administrativo

En la actualidad el proceso administrativo se manifiesta como la tarea de interpretar los objetivos de la organización y transformarlos en acciones organizacionales por medio de la planeación, organización, dirección y control de los esfuerzos realizados en todas las áreas y niveles de la organización, utilizando los recursos de esta con el fin de alcanzar los objetivos esperados y garantizar el buen desempeño y productividad en la empresa.

Según Stoner y Wankel (1987):

“El proceso administrativo se divide en cuatro funciones las cuales son: la planeación, organización, dirección y control. Administrar los esfuerzos de los miembros de la organización y de aplicar los demás recursos de ella para alcanzar las metas establecidas” (p.4).

Todas las actividades orientas al proceso productivo de bienes y servicios son planeadas, organizadas, dirigidas y controladas por organizaciones constituidas por personas así como también por recursos no humanos es decir por recursos materiales, financieros y tecnológicos.

La administración se ha vuelto el centro de la actividad humana. El mundo moderno se caracteriza por tener organizaciones en las cuales el trabajo en equipos es la base fundamental de la sociedad.

La administración está compuesta por cuatro elementos importantes como los son: la planeación, la dirección, la organización y el control. Estas fases son muy importantes ya que toda organización debe de establecer objetivos a largo plazo, estrategias, objetivos a corto plazo, metas, procedimientos para establecer las actividades, recursos, funciones, políticas y controles que permitan llegar a cumplir las metas establecidas.

Las empresas requieren de personas que puedan establecer objetivos y planear lo que debe realizarse para lograr esos objetivos. Las empresas necesitan personas que puedan organizar y encargarse de las cosas para que los objetivos se cumplan. Requieren de personas que puedan dirigir y motivar a otros a que trabajen por los objetivos, aquellos que puedan impulsar sus planes y colaborar siempre y cuando sea necesario. Y también necesitan personas que puedan evaluar si los objetivos se lograron de forma eficaz y eficiente y que puedan cambiar algunas condiciones cuando sea necesario.

De acuerdo a Koontz y weihrich (2004):

“El enfoque más amplio y útil para discutir la tarea de los gerentes es utilizar las funciones gerenciales de planear, organizar, dirigir y controlar como un marco para organizar el conocimiento gerencial” (p.28).

Es tarea y responsabilidad de los gerentes transformar los insumos (recursos) en resultados de manera eficiente y eficaz. El proceso de transformación se observa desde distintos ámbitos en la organización, es decir en las distintas áreas o departamentos que conforman la organización. Así se puede enfocar en las diferentes funciones y actividades de la empresa como finanzas, marketing, producción y recursos humanos. Consecuentemente cada uno de los gerentes de las diversas unidades de la organización, visualizan al proceso administrativo desde diferentes perspectivas, pero todos con el mismo enfoque de alcanzar y lograr los objetivos organizacionales. Relativamente ejercer un buen desempeño y garantizar la productividad de la empresa.

1. *Planeación*

Todos los administradores deben emplear la función de la planeación, ya que esta ayuda a determinar los cursos concretos de acción para lograr los objetivos. Es importante ya que es la primera función del proceso administrativo donde se deben establecer la misión y objetivos de la empresa. De esta etapa dependen las demás, por lo tanto la misión, visión y objetivos, deben ser mensurables, congruentes, concretos y comprensibles. Es decir que puedan ser alcanzados por la organización, Para esto se analizará el concepto de planeación.

De acuerdo a Koontz y Weihrich (2004):

“La planeación implica seleccionar misiones y objetivos por parte de los administradores, así como las acciones necesarias para cumplirlas, y requiere por lo tanto a la toma de decisiones; esto es, de la elección de cursos de acción futuros a partir de diversas alternativas” (p.31).

La planeación es la primera función del proceso administrativo y la más importante porque de esta función depende el éxito o fracaso de la organización. La planeación se encarga de formular planes y desarrollar actividades adecuadas al fin que persigue la empresa. La planeación es importante en una organización ya que es donde se determina la misión, visión y objetivos de la empresa.

La planeación permite la selección de misiones y objetivos así como de las acciones para cumplirlas es decir, esto implica la toma de decisiones en esta etapa se determinan cuáles son los objetivos de la organización a largo plazo, las estrategias para lograr los objetivos y cuan altas deben de ser las metas individuales y grupales. La planeación es importante porque es la actividad de trazar las líneas generales de lo que debe hacerse y fijar los métodos de hacerlo, con el fin de alcanzar los objetivos de la empresa.

Según Koontz y Weihrich (2008):

“La planeación incluye seleccionar proyectos y objetivos, y decidir sobre las acciones necesarias para lograrlos; requiere toma de decisiones, es decir, elegir una acción entre varias alternativas. Así, los planes proporcionan un enfoque racional para alcanzar objetivos preseleccionados” (p.106).

La planeación es la primera función que una organización debe de ejercer, es el proceso más importante y primordial de una empresa. La planeación es la brújula que indica hacia dónde se debe dirigir la empresa. Es decir la planeación contiene un conjunto de proyectos y programas como: misión, visión, objetivos y estrategias, en fin son los propósitos que se quieren lograr en el futuro, a medida que se tomen buenas decisiones y se logren utilizar estrategias administrativas para proyectarse en un futuro exitoso.

No existe un plan organizacional verdadero hasta que se tome una decisión. Es decir antes de tomar una decisión, todo lo que existe es un estudio de planeación, un análisis o una propuesta. Es por ello que los planes deben de ir acorde a los propósitos y objetivos generales. En otras palabras elegir proyectos de acción futuros, acciones detalladas a seguir por la organización.

2. Organización

La organización es la segunda función administrativa la cual consiste, como la palabra lo dice organizar el establecimiento de la estructura formal de autoridad, así como también la asignación optima de los recursos con los que cuenta la empresa con el fin de conseguir el objetivo buscado.

Por medio de la organización, los administradores pueden establecer una estructura adecuada para que las personas puedan desempeñarse de manera productiva dentro de la organización. Además garantiza la asignación y coordinación de los recursos con los que cuenta la empresa para cumplir con las metas. De acuerdo a la eficiencia de las operaciones y productividad por parte personas, depende de la capacidad y habilidades de los administradores.

De acuerdo a Koontz y Weihrich (2004):

“La organización es parte de la administración que supone el establecimiento de una estructura intencionada de los papeles que los individuos deberán desempeñar en una empresa, la estructura es intencionada en el sentido de que debe garantizar la asignación de todas las tareas necesarias para el cumplimiento de las metas, asignación que debe hacerse a las persona mejor capacitadas para realizar esas tareas. El propósito de una estructura organizacional es contribuir a la creación de un entorno favorable para el desempeño humano” (p.31).

La organización es una de las funciones administrativas que vela por la coordinación entre todas las áreas de la empresa para así crear un ambiente organizacional óptimo para el buen funcionamiento de las actividades.

Los administradores deben coordinar bien todos los recursos materiales, financieros y humanos de la organización, la eficiencia y eficacia del desempeño organizacional depende los conocimientos, experiencia, actitudes, aptitudes y capacidad de los administradores, en cuanto a la asignación de todos los recursos para lograr las metas.

La organización es el establecimiento de la estructura que desempeñan los individuos dentro de la organización por medio de este proceso se determina cuanta

centralización debe de existir en la empresa, como deben diseñarse los puesto, saber quién está para ocupar un puesto y cuando una organización debe instrumentar una nueva estructura.

De acuerdo a a Koontz y Wehrich (2008):

“Organizar, entonces, es esa parte de la administración que incluye el establecimiento de una estructura intencional de roles para que las personas desempeñen en una organización” (p.30).

Las personas que trabajan en grupo en una organización tienen propósitos y objetivos definidos, lo cual se denomina como roles, estos roles son estructurados por el gerente de la empresa para asegurarse que todas las actividades y tareas asignadas sean desarrolladas de manera eficiente y que contribuyan de manera específica al esfuerzo del grupo. El propósito de una estructura organizacional es ayudar a crear un ambiente para el desarrollo humano en la que exista una mejor comunicación consecuentemente un equipo altamente competitivo. Es decir es una herramienta o técnica administrativa en donde se asignan las tareas a realizar. Los roles también se deben de diseñar en cuanto a las habilidades y motivaciones de las personas disponibles.

3. Dirección

La dirección es la tercera función administrativa esta consiste en regular las normas y políticas de la empresa, dirigir actividades. Por medio de la dirección se regula el comportamiento de las personas en cuanto a las actividades y tareas que ejercen. Es la actividad continua de tomar decisiones y traducirlas en órdenes e instrucciones específicas y generales, así mismo asumir el liderazgo de la empresa.

De acuerdo a Stoner y Freeman (1996):

“Dirigir implica mandar, influir y motivar a los empleados para que realicen tareas esenciales, las relaciones y el tiempo son fundamentales para las actividades de dirección” (p.13).

La dirección es el proceso por medio del cual se mide el desempeño, dinámica y trabajo en equipo del personal de la organización. Las personas miran al administrador como un líder, es decir los administradores dirigen y buscan la manera adecuada para que sus subordinados cumplan con las metas establecidas.

Por medio de la dirección los administradores dirigen e influyen a sus subordinados para que estos trabajen de manera idónea y efectúen las tareas y actividades esencialmente.

Esta función requiere que los administradores influyan en los individuos para que se puedan cumplir las metas organizacionales y grupales. Por medio de esta etapa se determina, como se maneja a un grupo de trabajadores que parecen tener una motivación baja, cual es estilo de liderazgo más eficaz para una situación dada, como perjudicara un cambio específico a la productividad de los trabajadores, así como también saber cuándo es adecuado estimular el conflicto.

Según a Koontz y Weihrich (2008):

“Dirigir es influenciar a las personas para que contribuyan a las metas organizacionales y de grupo; también tiene que ver predominantemente con el aspecto interpersonal de administrar” (p.31).

Dirigir implica liderazgo, motivación, capacidad, conocimientos y comunicación, es decir la persona (gerente) que influye sobre las demás, debe poseer elementos esenciales para que las personas lo visualicen como un líder y tiendan a seguirlo.

El liderazgo implica capacidad de seguimiento a los problemas que se originan en la unidad de la organización con el objeto de brindar soluciones alternas. El gerente debe de influir en los grupos de trabajo a motivarlos e incentivarlos para que se pueda lograr los objetivos y metas organizacionales.

4. El control

En las empresas el término de control es tomado como la parte final del proceso administrativo, en el cual se evalúa los procesos y operaciones de la empresa. El control es la función administrativa responsable de verificar los resultados obtenidos

con las normas establecidas y que todo ocurra de acuerdo a las políticas, procedimientos, reglas y órdenes dadas. Así como también adopta medidas correctivas en el desempeño individual y organizacional para que las metas puedan cumplirse.

Según Stoner y Freeman (1996), el control entraña los siguientes elementos:

- a. Establecer estándares de desempeño
- b. Medir los resultados presentes
- c. Comparar estos resultados con las normas establecidas
- d. Tomar medidas correctivas cuando se detectan desviaciones (p.13).

El control mide el desempeño tanto individual como organizacional así como también aplica medidas correctivas a las desviaciones que presenta la empresa, para que los objetivos a nivel organizacional puedan cumplirse.

El control es la medición y corrección del desempeño tanto individual como organizacional con el objetivo que se puedan lograr los planes, por medio de este proceso se identifica, Cuales son las actividades en la organización que deben ser controladas, como se deben controlar las actividades, cuando es significativa una desviación en el desempeño y también saber cuándo la organización está desempeñándose de manera efectiva.

Se determina que el control es el proceso mensurable porque mide los resultados reales respecto a los objetivos previamente establecidos. Y también es un proceso correctivo porque determinar si existen desviaciones, así como para tomar aquellas medidas que se necesiten para garantizar que todos los recursos de la empresa se usen de la manera más eficaz y eficiente posible para alcanzar los objetivos de la misma. De manera que los administradores se aseguren que la organización siga la dirección correcta encaminada a sus metas.

De acuerdo a Koontz y Wehrich (2008):

“Controlar es medir y corregir el desempeño individual y organizacional para asegurar que los sucesos se conformen a los planes. Incluye medir el desempeño contra metas y planes, mostrar donde existen desviaciones de los estándares y ayudar a corregir desviaciones” (p.31).

Las actividades de control se deben realizar consecuentemente mediante las actividades y funciones realizadas por los grupos de trabajo. Se deben medir los resultados reales contra las normas previamente establecidas para determinar si los planes se están cumpliendo. Comprobar si existen desviaciones, así como para tomar aquellas medidas que se necesiten para garantizar que todos los recursos de la empresa se usen de la manera más eficaz y eficiente posible para alcanzar los objetivos de la misma.

1.2 La administración en un entorno global

Los administradores deben enfocarse en el futuro de modo que puedan preparar sus empresas para enfrentar a los retos y desafíos que surgen, sean nuevas tecnologías, nuevas condiciones sociales y culturales, nuevos productos y servicios. Así mismo deben de pensar globalmente para que las empresas alcancen el éxito.

Según Robbins y Coulter (2010):

“La globalización es algo que la mayoría de las empresas quieren hacer. Un estudio de las compañías de mano factura descubrió que las empresas que operan en distintos países tiene el doble de crecimiento en ventas y una rentabilidad mucho más altas que las empresas estrictamente locales. De modo que Una de las características del entorno globalizado actual es el comercio global, los países y las empresas han realizado comercio entre ellos durante siglos y continúan hasta nuestros días. El comercio global actual está formado por dos fuerzas: las alianzas comerciales regionales y los tratados comerciales negociados a través de la organización mundial del comercio” (p. 109).

La mayoría de las organizaciones buscan como adaptar un enfoque global, lo cual una parte trascendental de la globalización ha sido los avances tecnológicos, las alianzas entre las naciones y los tratados comerciales que han proporcionado gran aporte para las empresas. Esto ha contribuido en gran parte para que las empresas puedan exportar sus productos a otros países con el objetivo de definir una mejor administración en situaciones que implican el cruce de fronteras nacionales. Por otra parte el uso de la moderna tecnología de comunicaciones, permiten contar con un vínculo más estrecho entre su matriz y las operaciones en otros países.

La globalización pretende abrir el comercio y derribar las barreras geográficas que separan a los países. Es decir que las empresas miren al mundo entero como un mercado, sin embargo estas deben de adaptarse a las necesidades nacionales e incluso locales.

1.2.1 Entorno económico

Las dificultades que presentan las variables económicas y que los administradores necesitan comprender son los tipos de cambio, tasas de inflación y diversas políticas de impuestos. La inflación significa que los precios de los productos y servicios están aumentando, es decir la inflación se puede presentar ya sea porque la materia prima de los productos estén escasos o porque la demanda de los productos es relativamente alta, lo cual esto afectaría las tasas de intereses, el tipo de cambio, el costo de vida y en general la confianza en el sistema político y económico de un país.

Según Robbins y Coulter (2010), plantean que:

“Las variables económicas necesitan que los administradores comprendan los tipos de cambio, tasas de inflación y diversas políticas de impuestos” (p.16).

Como se había planteado anteriormente los administradores de empresas deben comprender y entender el entorno económico por lo que es de gran importancia ya que pueden ocasionar un cambio en los procesos productivos de la organización así

como en las normas y políticas monetarias de la organización. Las variables económicas implican que las organizaciones puedan tomar buenas decisiones en cuanto a los cambios que la economía pueda efectuar. Es muy importante que los gerentes deben de darle seguimiento a las tendencias y factores de la inflación para que puedan prever posibles cambios en las políticas monetarias de un país y tomar buenas decisiones.

1.2.2 Entorno cultural

Las organizaciones adoptan formas de trabajos, valores, políticas, principios que deben desempeñar los individuos dentro de la organización. Lo cual define la forma de comportamiento de las personas. Es decir se transforma en una cultura, forma de actuar de los individuos a lo interno de la empresa. De modo que las empresas puedan cumplir con sus objetivos establecidos.

Según Robbins y Coulter (2010):

“La cultura organizacional es el conjunto de valores y actitudes que comparten los individuos de una organización, el cual define su comportamiento y creencias sobre lo que es importante” (p.81).

La cultura organizacional tiene influencia sobre la práctica gerencial es decir la economía de libre mercado es aquella en la cual los recursos pertenecen y son controlados principalmente por el sector privado y la economía planeada es aquella en la cual las decisiones económicas se planean mediante un gobierno central.

1.2.3 Entorno legal y político

Las organizaciones también existen dentro de un contexto legal y político. Las condiciones legales comprenden una extensa gama de leyes, regulaciones y requisitos gubernamentales a todos los niveles. El medio ambiente político abarca las presiones que ejercen diversos grupos interesados y sus representantes.

Según Brown y Moberg (1990):

“Las organizaciones más afectadas por las influencias políticas son aquellas que: uno actúan de forma irresponsable, y dos son socialmente visibles” (p.69).

Son las empresas grandes y visibles las que suelen preocuparse por la imagen que tienen entre los legisladores y el público. El cabildeo, la publicidad y la participación en los programas de acción de la comunidad son algunos de los métodos que utilizan estas organizaciones para mantener y reforzar su viabilidad política.

1.3 Generalidades del turismo

En el presente capítulo se describirá las generalidades del turismo. El turismo es un tema muy amplio incluye describir un concepto, características, tipos de turismo, ejemplificar cada uno de las clasificaciones para el desarrollo del tema.

1.3.1 *Concepto*

En la actualidad el turismo es un muy complejo conceptualizarlo, ya que se deriva de muchas actividades, como el viajar a sitios turísticos, recrearse en lugares muy visitados por los extranjeros, todas estas actividades que se pueden considerar como turismo, por lo cual analizaremos el concepto de turismo.

Según la organización mundial del turismo (citado en Mochón, 2004):

“Es la actividad realizada por las personas al desplazarse por diferentes motivos fuera de su lugar habitual de residencia por un periodo superior a 24 horas e inferior a un año” (p. 56).

El turismo es la actividad realizada por las personas al viajar o desplazarse de un lugar a otro es decir por viajar por diferentes motivos fuera de su lugar habitual de residencia por un tiempo o periodo siempre y cuando sea superior a 24 horas e

inferior a un año. Dentro de esta definición se incluye el turismo realizado dentro del país de residencia así como el turismo que supone un desplazamiento fuera del propio país de residencia.

El turismo es el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en sitios diferentes de su medio tradicional, por un periodo de tiempo consecutivo con el fin de entretenerse o recrearse, o bien ya sea por motivos de negocio o trabajo u otros razones

Se destaca el turismo como la actividad o viaje que realizan las personas de un lugar a otro sitio ya sea por diferentes motivos algunos de estos se destacan por diversión, recreación o bien por fines de negocios

El turismo es el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancia en lugares diferentes al de su entorno habitual por un periodo de tiempo determinado.

1.3.3 Clasificación del turismo

El turismo se puede clasificar en muchas formas, en dependencia de la actividad, que se ejecute, el turismo se visualiza en diversas modalidades que van en dependencia de los gustos y preferencias de los turistas para saciar el ocio o interés q estos tienen para satisfacer sus necesidades. En Nicaragua el principal organismo del turismo es el INTUR, por lo cual se verá su clasificación.

El Instituto nicaragüense de turismo (2008), clasifica al turismo de las siguientes modalidades de turismo:

- a. Agroturismo: es un segmento de turismo relacionado al servicio de alojamiento y hospedaje en estancias, en granjas entre otros, el turista participa en las diferentes actividades agrícolas.
- b. Turismo cultural: son las actividades realizadas y basadas con los recursos culturales locales utilizando recursos artísticos, históricos culinarios,

tradicionales costumbres, para orientar al turista a la preservación y fomento de los recursos culturales.

- c. Turismo deportivo: Se basa en la práctica de actividades deportivas que permite ubicar al turista en espacios naturales o culturales.
- d. Turismo alternativo: Es aquel que permite realizar viajes que tienen como finalidad las actividades recreativas en contacto con la naturaleza y las expresiones culturales.
- e. Turismo de naturaleza y aventura: es una modalidad del turismo alternativo, en la cual el turista se desplaza hacia sitios donde se realizan actividades recreativas y deportivas relacionadas con los desafíos impuestos por la naturaleza.
- f. Ecoturismo: Es la modalidad turística del turismo alternativo ambientalmente responsable con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales (paisaje, flora, fauna, silvestres).
- g. Turismo Rural: Es el segmento del turismo alternativo que brinda la oportunidad al turismo de convivir en las zonas rurales, sensibilizando al respecto y valor de la identidad cultural de las comunidades y los pueblos.
- h. Turismo de Negocios: Se realiza por motivos laborales y profesionales. Se realiza individual o en grupo. El individual comprende a los viajes de negocios por su actividad se desplazan de una ciudad o país a otro. Mientras el grupal comprende lo que conocemos como los congresos, convenciones e incentivos y las exposiciones (pp.17-18).

Existen varios tipos de turismo pero los principales son los señalados por el Instituto Nicaragüense de Turismo en los cuales actúan diversas actividades que lo turistas pueden ejercer libremente gozando de los desafíos que existen en la naturaleza, lo cual permite que los turistas llenen el ocio o intereses que le permiten conocer más a fondo el turismo así como las riquezas que se pueden visualizar.

Por ejemplo el agroturismo se refiere a las actividades propias del campo, por ejemplo las siembras de hortalizas, legumbres, etc. El turismo deportivo es meramente a los deportes como futbol. Voleibol, entre otros.

CAPITULO DOS: GENERALIDADES DE LA EMPRESA

CAPÍTULO DOS: GENERALIDADES DE LA EMPRESA

En este capítulo se abordará las generalidades de la empresa, el concepto para varios actores, la importancia que las empresas tienen en la economía, asimismo como se clasifican, se describirá a las empresas turísticas y cada uno de sus aspectos generales.

2.1 Concepto

En la actualidad el desarrollo de empresas ha venido creciendo constantemente, cada día se crea empresas de todos los estilos, muchas empresas con diferentes giro de negocios. Cada día el mercado cambia y se desarrollan nuevos productos nuevos servicios. Para determinar el concepto de empresa se analizara desde varios enfoques:

Según Mochón (2004), planteo a la empresa:

“Como la unidad de producción básica, contrata trabajo y compra o alquila algunos factores con el fin de elaborar y vender bienes y servicios” (p.16).

La empresa se puede entender como una reunión o recolección de factores de producción que tiene como fin que esta unión cree productos y servicios para la sociedad. Cabe destacar que para la creación de los bienes y servicios se deben de utilizar una serie de factores los cuales en su mayoría son comprados y alquilados, en este caso la materia prima, la mano de obra, maquinaria y equipos, entre otros. Por ejemplo: los bancos son empresas financieras, tenemos al BAC, BDF, estos ofrecen servicios financieros a las personas, otra empresa tenemos E. Chamorro que produce jabones, desinfectantes, aceites, un sin número de bienes que se pone a disposición de las personas.

En un mundo altamente globalizado las empresas tienen que adaptarse constantemente al cambio para poder sobrevivir. Cada día nacen empresas y a cambio de eso muchas desaparecen. Las empresas deben estar en contacto actualización para poder conocer a sus competidores, y así crear estrategias que la puedan mantener establecidas en el mercado. Por ejemplo vemos a empresas que no sean adaptado al cambio y han desaparecido, como por ejemplo la empresas que ofrecieron máquinas de escribir, estos no se adaptaron a la entrada de la computadoras y desaparecieron del mercado.

Según Sena (1985), plantea que:

“La empresa es una unidad económica compuesta por una o varias personas, con un organismo productivo que suministra u ofrece bienes y servicios para el mercadeo. Decimos que es una unidad económica porque todos los elementos que la conforman, están totalmente integrados para la producción de beneficios y alcanzar así los fines que se proponen los dueños” (p.83).

Las empresas son entes económicos que tienen como fin fabricar productos y servicios que se pondrán en venta en un mercado, estos productos o servicios se elaboran para satisfacer las necesidades de las personas, para esto interceden hay que destacar que entran una serie de recursos, entre ellos están: los recursos humanos que son las personas; recursos materiales que son las instalaciones, las maquinarias, equipo, todos los bienes tangibles que intervienen en el proceso de producción; recursos financieros que representa el capital o dinero que se gastara para invertir en nuevos recursos materiales; y los recursos administrativos que involucra muchas técnicas, métodos, como lo son los procesos administrativos planear, organizar, dirigir y controlar las empresas. Por ejemplo tenemos empresas como la compañía cervecera de Nicaragua que produce las cervezas reconocidas toña y victoria. Además de la ron plata. Esta empresa utiliza todos los factores de producción, tiene recursos humanos, instalaciones, fábricas, materia prima, técnicas de producción, una variedad de factores que intervienen en la elaboración del licor.

Chiavenato (2006), plantea que:

“La empresa es una organización destinada a la producción o comercialización de bienes y servicios. Su objetivo es el lucro, existen cuatro categorías de empresa según el tipo de producción: agrícolas, industriales, comerciales y financieras, cada una de las cuales tienen su propio modo de funcionamiento” (p. 64).

Las empresas tienen como fin crear y comercializar productos y servicios, su objetivo es el de generar ganancias, obtener utilidades para los socios, y seguir creciendo en el mercado. Además el autor recalca una clasificación según producción, agrícolas se refiere a las empresas que giran en torno a la agricultura, por ejemplo están las empresas como Profisa, Sagsa disagro, Escasan, entre otras; industriales a las empresas fabricantes de productos, por ejemplo los laboratorios Ceguel, Centrolac, Parmalat, etc.; comerciales que son las que venden el producto o servicios como lo son Movistar, Claro, Pollo Tip-Top, etc.; y por último las financieras que son en este caso los bancos, por ejemplo el Banco de América central, Banco Procredit, Bancentro, etc.

2.2 Importancia de las empresas

Las empresas son muy importantes para la economía del país, las empresas juegan un papel fundamental en las estructuras económicas de los países, representan el eje de comercio de las transacciones, sin las empresas no existiría el comercio, no habría como fomentar los empleos.

Según Robbins y Coulter (2010):

En la empresa se materializan la capacidad intelectual, la responsabilidad y la organización, condiciones o factores indispensables para la producción.

- a. Favorece el progreso humano “como finalidad principal” al permitir dentro de ella la autorrealización de sus integrantes.
- b. Favorece directamente el avance económico de un país.

- c. Armoniza los numerosos y divergentes intereses de sus miembros: accionistas, directivos, empleados, trabajadores y consumidores. Además la empresa “promueve” el crecimiento o desarrollo, ya que la inversión es “oferta” y es “demanda”, porque por ejemplo: crear una empresa implica la compra de terreno, maquinaria, equipo, patentes, materias primas, etc., pero también es oferta por que genera producción y esta a su vez, promueve el empleo y progreso general (p.117).

Por lo antes descrito, la importancia de la empresa es muy relevante para la economía del país ya que se concentra en la capacidad mental y productiva para fabricar los bienes y servicios. Deben de haber creatividad para innovar y crear nuevos servicios y productos. Se debe de evaluar y analizar nuestra capacidad intelectual productiva para el desarrollo y crecimiento de la empresa. Asimismo el auto realización de nuestras vidas, que se refiere a la realización de la vida, casarse, tener propio hogar con el apoyo del trabajo en la empresa. Todo esto conglomerado contribuya al progreso individual, organizacional de la empresa. Las empresas son el motor de la economía de los países. La importancia radica en que en ellas se mueve el comercio, se vende, se compra, se desarrolla y fortalece la economía en los mercados altamente competitivos.

2.3 Funciones básicas de la empresa

Las empresas tienen funciones específicas que tienen que cumplir, cada estructura de la organización debe de conocer sus funciones, y como puede con sus operaciones contribuir al cumplimiento de los objetivos. Las empresas poseen funciones básicas a cumplir.

Según Fayol (citado en Chiavenato, 2004), la empresa presenta seis operaciones o funciones:

- a. Funciones técnicas, relacionadas a la producción de bienes y servicios.

- b. Funciones comerciales, relacionadas con la compra, venta e intercambio.
- c. Funciones financieras, relacionadas con la búsqueda y la administración de los capitales.
- d. Funciones de seguridad, relacionadas con la protección y preservación de los bienes y de las personas.
- e. Funciones contables, relacionadas con el inventario, registros, balances, costos y estadísticas.
- f. Funciones administrativas, relacionadas con la integración de la cúpula de las otras funciones. Las funciones administrativas coordinan y sincronizan las demás funciones de la empresa, y se ubica siempre por encima de ellas (p.64).

Las funciones de las empresas son operaciones a cumplir, la mayoría de las empresas deben de estar conscientes para que fueron creadas y cuáles son las funciones a ejercer, el autor detalla estas seis funciones, pero la más importante es la función administrativa que es la que refleja las otras cinco, cada función la debe de realizar las empresas para poder cumplir sus objetivos. Las funciones se establecen con el objetivo de que las metas establecidas lleven un curso de acción encaminados al éxito. Cada función representa una actividad a cumplir, una operación que se debe de ejercer por parte de la empresa, por eso se dicen que son básicas y toda empresa debe de realizar estas funciones por lo más pequeñas que sean. Todas la empresas así también turísticas en el país debe de ejercer estas funciones.

2.4 Clasificación de las empresas

Las empresas en la actualidad se pueden clasificar de muchas maneras, se pueden clasificar en diversas tipologías, de acuerdo a muchos factores, a muchos elementos que la conforman, por lo tanto se verán desde varios enfoques, es por eso se resalta las más importantes los enfoques de dos actores.

Según Mochón (2004) las empresas se clasifican en:

- a. Industriales: son empresas de transformación. Adquieren materias primas para transformarlas en productos preparados para el consumo: extractivas, siderometalúrgicas, etc.
- b. Comerciales: compran mercaderías para luego venderlas (sin transformar) a un precio elevado, con el fin de obtener un beneficio: grandes almacenes, minoristas. Realizan funciones tales como acerca el producto al consumidor, almacenaje, división del producto.
- c. De servicios: son aquellas que no producen ni venden bienes materiales, sino que ofrecen al consumidor el disfrute directo de una actividad. Dentro de ellas se encuentran las empresas turísticas (p.16).

Las empresas se clasifican según Mochón en tres tipos, en este caso las industriales que se refieren a las empresas que fabrican el producto, por ejemplo tenemos a la Pepsi, la Coca Cola, etc. Por otro lado tenemos a las comerciales que son las que no fabrican el producto sino que solo se encargan de comercializarlos al consumidor final, entre ellas están los supermercados la Unión, la Colonia, El Pali, etc. y por ultimo tenemos a las de servicios que son como su nombre los indica de servicios que son vía directa comprador-consumidor, por ejemplo los hospitales, las empresas de telefonía celular, entre otras.

Para efectos de análisis y del trabajo se estudiara empresas turísticas que tenemos que analizar y evaluar su concepto, características que las diferencian de los otros tipos de empresas.

Según la gran enciclopedia de economía (2009), plantea que:

Las empresas o unidades económicas de producción pueden ser clasificadas atendiendo a diferentes criterios. Según sea su tamaño, las empresas pueden ser pequeñas, medianas o grandes. Según la naturaleza de la actividad productiva, hay tantos tipos de empresas como sectores o ramas de la actividad económica, con el

grado de desagregación que se quiera. En función de la titularidad del capital social, las empresas pueden ser clasificadas en tres grandes grupos: Empresas privadas, cuyo capital es propiedad de particulares (accionistas y socios en general). Empresas públicas, cuyo capital es propiedad del Estado y de los poderes público en general. Empresas sociales o cooperativas, cuyo capital es propiedad de los trabajadores. Desde la óptica fenomenológica, a la empresa mercantil o empresa de negocios podemos definirla como un conjunto de actividades llevadas a cabo (emprendidas) por el empresario para la producción y el intercambio (distribución) de bienes y servicios, con el objeto de obtener un beneficio máximo o cuando menos satisfactorio (suficiente) (p. 29).

Las clasificaciones de la empresa varían desde muchos enfoques, por ejemplo la clasificación más fácil es por el patrimonio, están pueden ser públicas o privadas o mejor dicho según el capital de origen, por ejemplo las empresas del estado son empresas públicas, los ministerios como el ministerio agropecuario y forestal, ministerio de hacienda y crédito público, ministerio de fomento industria y comercio, etc. En las privadas tenemos por ejemplo a los supermercados, los bancos, la telefonía celular que son de capital privados que en su mayor parte de accionistas de la empresa.

Por otro lado tenemos por su tamaño, estas se clasifican en grandes, medianas y pequeñas empresas, en dependencia de varios factores como: número de empleados, cantidad de activos. Un ejemplo de estos tres tipos tenemos, la empresa grande es la empresa Movistar, una mediana es la ferretería Lugo, una pequeña es la funeraria la católica.

Asimismo la clasificación según su actividad en financieras, comerciales, industriales. Entre ellas están los bancos, los laboratorios, las gasolineras, los centros comerciales, etc. Todas las empresas tienen sus respectivas calificaciones, y estará de acuerdo ya sea por su capital, por su giro de negocio, por su tamaño, por su actividad económica, por su capacidad, por una serie de factores que la conforman y hacen que la empresa se pueda clasificar en muchas divisiones.

2.5 Empresa turística

En la actualidad el turismo crece y así también las empresas turísticas, el desarrollo potencial del turismo en el país viene a fortalecer la creación de nuevas empresa que ofrezcan los servicios relacionados al turismo y puedan explotar los recursos potenciales turísticos del país. Para estudiar a fondo la empresa turística se determinara el concepto, importancia y características que posee estas empresas en turismo nicaragüense.

2.5.1 Concepto

El concepto de empresa turística está enfocado al turismo como una actividad meramente comercial y que persigue un fin de lucro, por lo cual se evaluara el concepto de un actor, en este caso.

Según Ramírez (1994):

“La empresa turística es la organización debidamente integrada y estructurada por recursos materiales, económicos y humanos cuya finalidad es ofertar y proveer de los servicio del ocio, a la sociedad o parte de ella, a cambio del pago por los mismos” (p. 69).

El autor destaca que el concepto de la empresa turística es semejante al término de empresa en sí, la única diferencia es que es dedicada plenamente al turismo, trabaja con todos los recursos que se requieren en las empresas, asimismo estas empresas beneficia al desarrollo del potencial turístico del país promoviendo los destinos turísticos de la región. En Nicaragua están naciendo muchas empresas turísticas que buscan ofrecer servicios a los extranjeros como tours, viajes a sitios turísticos, hoteles, restaurantes, escuela de inglés, etc.

2.5.2 Tipos de empresas turísticas

Las empresas turísticas tienen clasificaciones y esto va en dependencia tanto del giro de negocio como las actividades turísticas a las cuales se enfocan, en este caso se destacara el más relevante para objeto de estudio.

Según Mochón (2004), plantea que:

Existe una variedad de servicios que integra el turismo, la naturaleza de las empresas turísticas es muy amplia, si bien algo en común es atender las necesidades del turista, los principales tipos de empresas turísticas son las siguientes:

- a. Empresas relacionadas con el transporte de viajeros.
- b. Empresas que ofrecen alojamientos.
- c. Empresas creadoras y comercializadoras de bienes y servicios turísticos.
- d. Empresas relacionadas con la restauración.
- e. Empresa que provee actividades recreativas, eventos, visitas a lugares de interés turísticos.
- f. Empresa especialistas en ofertar servicios periféricos o complementarios (pp.17-18).

Las empresas turísticas están creciendo y su especialidades en el turismo se está volviendo cada vez más específicas, cada empresa se dedica a una actividad en sí, y por eso Mochón lo explica en su clasificación.

Cada clasificación corresponde a un tipo de actividad, por ejemplo tenemos las empresas relacionada con el transporte de viajeros, este se basa en ofrecer el servicio de transporte a los turistas extranjeros, a través de viajes hacia destino turísticos, en si busca ofrecer comodidad de viajar hacia sus destinos por parte de los extranjeros. Ejemplos de empresas turísticas encontramos a la Empresa portuaria Nacional y empresa de viajes Munditur.

Empresas que ofrecen alojamiento como los hoteles, moteles, hospedajes, ejemplo de ellos tenemos el hotel Pelican Eyes en San Juan del sur, hotel Norome Resort en Laguna de apoyo. Empresas comercializadoras de servicios y productos como los restaurantes, por ejemplo restaurante la Cueva del tigre en el mirador de Catarina. Empresas que ofertan servicios complementarios como centros nocturnos, por ejemplo Heaven o Weekend Beach Club en Inturismo Granada. Empresas de servicios en lugares recreativos, por ejemplo tenemos Hertilandia, servicio de yates en las payas de San Juan de Sur. Existen muchas empresas turísticas en Nicaragua que buscan aprovechar los sitios turísticos del país, así como el crecimiento de la entrada de extranjeros al país.

2.5.3 Características de la empresa turística

Todas las empresas tienen rasgos que las distinguen de los demás, cada una tiene su campo de aplicación, por lo tanto la empresa turística posee rasgos que los distingue de las demás. En el turismo nicaragüense se ha proliferado una variedad de empresas que se dedican a promover el potencial del turismo en el país. Para esto se detallaran las características generales.

2.5.3.1 Características generales

Las características de las empresas turísticas son rasgos y afinidades que la hacen distintivas de las demás, por lo cual veremos las más sobresalientes y como lo plantea un actor.

Según Ramírez (1994), las generales son la más frecuentes en las empresas, están pueden ser:

- a. Estructura bastante rígida que obedece a la propia rigidez de la oferta turística.
- b. Unidad económica generadora de riqueza.
- c. Objetivo de servicio y lucro.

- d. Organización social y humana.
- e. Estructura formal a la que se le aplique las técnicas de gestión.
- f. Poca diversificación de operaciones y tareas.
- g. Ubicación lejos del mercado turístico.
- h. Demanda flexible y elástica.
- i. Mercado nacional e internacional.
- j. Demanda intermitente, no continua.
- k. Mercado de masa.
- l. Financiamiento propio, o por créditos públicos o privados.
- m. Personal calificado (p.88).

Las características de la empresa turística engloba un sinnúmero de rasgos que las hace diferente a las demás, entre las más destacada para su análisis es que estas tiene estructura rígida es decir que hay solidez en su organización debido a la solidez de la oferta turística, es decir la fuerte y alta oferta de destinos turísticos potenciales.

Cabe destacar que hay características similares a las otras, entre estas están que objetivo de lucro, buscan obtener ganancias, generadora de riqueza, buscan generar Márgenes de ganancia que aumenta el precio de las acciones. Se aplica las técnicas de gestión como en la mayoría de las empresas.

Hay pocas actividades y tareas para los empleados por que no es una empresa productora de bienes, sino de servicios en el cual el canal directo es de vendedor-consumidor. Por otra parte estas empresa no se localizan cercanas a los destino altamente turísticos, sino que su disponibilidad depende del servicio que se requiera (tours, viajes, etc.)

La demanda es inelástica es decir que cambia constantemente y dependerá exclusivamente del precio que se establezca para los servicios. Además dice que la demanda es intermitente es decir que si un destino turístico pierde su potencial la demanda de ese lugar disminuye y se vuelve nula provocando que no se puede continuar operando en este sitio.

El personal para estas empresas debe de estar calificado en su mayoría debe de hablar más de un idioma, preferible el inglés como idioma básico y universal, además conocimiento del potencial de cada destino turístico al que se dirige.

Cada característica describe como es la empresa turística como se trabaja, y como esta debe de adaptarse al mercado turístico en el que se encuentra. Aprovechando las oportunidades que esta ofrece para crecer como empresas.

Según Sena (1985), plantea:

Por ejemplo los hoteles deben de tener:

- a. Con capacidad de alojamiento reducido o extenso y con tendencia a la expansión.
- b. Rigidez excesiva en la oferta del servicio.
- c. Personal altamente especializado.
- d. Alto grado de seguridad y mantenimiento
- e. Gestión empresarial bastante compleja.
- f. Actividad comercial fluctuante debido al ciclo estacional (p.123).

Las empresas turísticas en la actualidad deben de tener todos los recursos y factores que permitan desarrollar un servicio o producto de calidad que satisfaga las necesidades y deseos de los extranjeros, para que así la empresa sea más competitiva y pueda promover constantemente el turismo en el país.

Los hoteles deben de contener todas las características propias de las empresas turísticas, en los hoteles, es más específico porque tienen que tener capacidad para alojar la demanda de turistas que llegan, además un alta oferta de servicios, como piscina, comidas, bares. Un innúmero de servicio que permitan al turista establecerse en el hotel cómodamente y que tenga satisfacción a utilizar los servicios.

Los hoteles deben de tener personal capacitado para cada una de las funciones, por ejemplo en la cocina chef que elaboren comidas exquisitas, así también postres. Además una gestión eficaz y eficiente para la buena administración del hotel.

CAPITULO TRES: TURISMO COMO ACTIVIDAD EMPRESARIAL

CAPÍTULO TRES: TURISMO COMO ACTIVIDAD EMPRESARIAL

En el presente capítulo se muestra la importancia que tiene el turismo para las empresas que ofrecen el servicio turístico, más aun en una nueva era de proliferación del turismo como una actividad empresarial que se considera como una alternativa fuente generadora de divisas y como una fuente generadora de empleos. Se abordara los beneficios que contribuye el turismo en el país. Se muestra también el papel fundamental que juega el turismo como flujo económico, así como cada una de las actividades que se generan producto del turismo como actividad turística, actividad social, cultural, comercial. Al igual que la captación de divisas y el presupuesto económico social.

3.1 Aspectos generales

En los últimos años, el turismo se ha transformado en una de las industrias de gran relevancia en todo el mundo, aun en los países subdesarrollados el turismo se ha podido aprovechar por las organizaciones servidoras de este rubro. De la dimensión económica del turismo se origina el turismo como actividad empresarial.

3.1.1 *Concepto*

Para conocer e identificar el concepto de turismo como actividad empresarial, desde el ángulo de la producción de servicios, se debe de definir lo que es una empresa, así como el turismo. La relación entre ellos establecerá un concepto del término del turismo como actividad empresarial.

La Organización internacional del trabajo (citado en Ramírez, 2009), plantea que:

“La Empresa es toda organización de propiedad pública o privada cuyo objetivo primordial es fabricar mercancías o proveer servicios a la colectividad, o a una parte de ella, mediante el pago de los mismos” (p.9-10).

La empresa desde la perspectiva organizacional es la unidad económica donde se combinan diferentes tipos de recursos como humanos, materiales, técnicos, financieros y tecnológicos que en conjunto tienden realizar un fin. El objetivo de realizar un bien o servicio para satisfacer las necesidades de la sociedad.

La empresa es todo esfuerzo de organizar las actividades y funciones dentro de la organización utilizando de manera eficaz y eficiente los recursos con los que cuenta de manera de conseguir los objetivos establecidos. Lo cual genera a obtener utilidades a través de su participación en el mercado de bienes y servicios.

Enfocándose desde el punto de vista de operación de servicio turístico. Cuando se habla de organización para proveer los servicios a la colectividad, de hecho se está considerando a las empresas de servicio en este caso se refiere a las empresas turísticas que conforman la estructura de ofertas de servicios turísticos dirigidos hacia la actividad de las personas.

El servicio turístico que se les otorga a los turistas es el resultado de la operación de una serie de funciones y actividades ejecutadas por personas y otros recursos con los que cuenta la empresa. Consecuentemente para que exista este tipo de operación debe de haber una necesidad humana de integración con su entorno. Es decir un impulso motivador por parte de las personas a realizar este tipo de actividad.

Según el Instituto nicaragüense de turismo (2011):

“El turismo comprende las acciones que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año y mayor a un día, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos” (p.3).

Se denomina al turismo como el conjunto de actividades que realizan las personas (turistas) durante la permanencia en otras localidades, regiones o países. Muchos de los factores por lo que las personas asisten a otros sitios, puede ser por razones o motivos de negocios, o bien ya sea por visitar a sus familiares o amigos o por disfrutar del tiempo libre, distraerse, recrearse. O por otras intenciones tales como asistencias a congresos, ferias, razones religiosas, salud, educación, etc. O bien puede ser por conocer las tendencias culturales, sociales y ambientales de otros lugares que no sea el país donde estos residan.

Otra manera de concebir al turismo, es toda persona que viaja a un destino principal o un país que este quiere dirigirse, distinto al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo inferior a un año, por cualquier circunstancia o finalidad principal ya sea este ocio, negocios o bien motivos personales, estos viajes realizados por los visitantes se consideran viajes turísticos. El turismo hace referencia a la actividad de los visitantes. Por consiguiente no se considera como turismo a la acción de ejercer una actividad remunerada en el país o lugar visitados. Es decir no se considera como turismo, las personas que se dirigen a otros países para ejercer una actividad de trabajo. Estos viajes realizados por los visitantes se consideran viajes turísticos. El turismo hace referencia a la actividad de los visitantes.

Organización Mundial del Turismo (citado en Bazán y Jaume, 2008) define que:

“El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de personas a sitios distintos de sus usuales lugares de residencia, siendo el placer la motivación principal” (p.10).

Las personas que visitan otros países diferentes al de su residencia tienden a concebirlo y percibirlo como una cultural totalmente diferente al de su país de origen lo cual llame la atención de las personas, como se mencionó anteriormente las personas no se limitan a conocer a realizar búsquedas de sitios turísticos que sean iguales al que se aplica en su país. Es decir los turistas motivan sus expectativas al conocer otros tipos de fenómenos sociales, culturales y económicos que puedan llenar el interés motivacional.

Según Ramírez (2009):

“El turismo es una actividad esencial de las vidas de las naciones por sus consecuencias directas para los sectores sociales, culturales, educativos y económicos de las sociedades nacionales y para sus relaciones internacionales” (p.12).

Se toma como base de referencia a la actividad turística para poder describir al turismo como actividad empresarial por lo que este primero busca la manera de la realización plena del ser humano, la originalidad y afianzamiento de las culturas y de los pueblos, contribuir cada vez más a la educación así como la liberación del hombre respetando su identidad y dignidad.

En otras palabras la actividad turística va de la mano con el factor humano en el marco vivencial del individuo. La autorrealización de la actividad turística se presenta como la meta final del desarrollo humano, y en ella se orientan una serie de actividades y realizaciones, necesidades y motivaciones, esfuerzo y satisfacciones, que comprenden el aprendizaje, la creación del trabajo y la ejecución de tareas, la creatividad humana, las emociones vivenciales y el bienestar socioeconómico. Todo esto contribuye a que la calidad de vida del individuo y de los pueblos se enmarque en el concepto de la seguridad, salud, recreación, bienestar económico, conocimiento, aprovechamiento y goce de la infraestructura natural que proporciona el universo. El descubrimiento de la riqueza y recursos naturales que ofrece el universo hace que exista un impulso motivador que liga al ser humano a integrarse y conocer su entorno. Todo esto modela al individuo, le amplía horizontes y lo lleva a realizaciones humanas de mayores dimensiones.

El turismo responde a las motivaciones e intereses propios del ser humano; el conocimiento del espacio a través del turismo supone un cambio de actividades, una satisfacción del conocimiento de nuevas regiones y países, un enriquecimiento cultural, un incremento en las relaciones humanas y una ruptura de la actividad rutinaria.

El turismo como actividad empresarial es el enriquecimiento de la actividad turística a través del desarrollo de la empresa turística, la cual se puede analizar a través de sus resultados proyectivos, generadores de muchas actividades, que permiten ver al turismo desde distintos enfoques, ya sea como una actividad económica, como una actividad social y comercial, los cuales debidamente relacionados, amplían el campo de acción y la importancia de la actividad turística como una actividad turística.

3.2 Actividad turística

La actividad turística está entrando en una nueva era de evolución del turismo, en la actualidad existe un auge turístico que contribuye al país en general en cuanto a los ingresos que esta genera. No puede existir ninguna justificación importante para negar al turismo la estructura organizacional y el indispensable carácter de portavoz para su futuro desarrollo, claramente se está aceptando la existencia de una actividad humana inherente a las necesidades del individuo, de recreación, complementación y descanso, que evoluciona en forma progresiva.

De acuerdo a Ramírez (2009):

“La actividad turística es la de proporcionar la infraestructura, los medios y las facilidades para el cumplimiento de dicho cometido, buscando de esta manera satisfacer al individuo, crear nuevas expectativas de conocimientos e interés, mejorar la calidad de vida, propiciar la integración de los pueblos, y, como fines secundarios, crear una estructura socioeconómica sólida, contribuyendo así al desarrollo económico y cultural de los pueblos” (p.12).

El turismo es una industria por lo que se trata de un conjunto de actividades que tienen por objetivo la explotación de las riquezas turísticas, así como la transformación de los recursos humanos, de capital y materias primas, tanto en servicios como en productos (turísticos).

El turismo puede ser considerado como un conjunto de subsistemas donde ciertos insumos como recursos humanos, recursos naturales, etc. pueden transformarse en productos y servicios turísticos.

La actividad turística como actividad empresarial debe de contar con establecimiento de la estructura de ofertas de servicios turísticos, medios y facilidades para el cumplimiento de las acciones. Con el objetivo satisfacer las motivaciones de los turistas. Es decir poner en contacto directo a los turistas con el medio natural, que este satisfaga el ocio y goce personal, como efecto secundario buscar una cultura socio económica sólida que permita contribuir al desarrollo económico del país.

Cuando se habla de actividad turística, lo primero que se piensa es en gente que acude a contemplar lugares de interés, visita a amigos y familiares, de vacaciones o divertirse. Pueden dedicar su tiempo de descanso a disfrutar del entorno. Por lo tanto las empresas turísticas deben de garantizar a los visitantes las condiciones óptimas que logren satisfacer los intereses de los individuos. Es decir que la actividad turística logre satisfacer a los individuos, en cuanto a la consecución de sus motivaciones. La actividad turística se basa en los recursos naturales, los cuales deben ser seguros y atractivos, de preferencias y con una extraordinaria belleza natural y ser de interés para los visitantes.

Las empresas turísticas deben aprovechar las oportunidades que ofrece el turismo para llenar de plena satisfacción las necesidades e intereses de los turistas, estas actividades deben ir encaminadas a ofrecer al turista la posibilidad de ocupar su tiempo libre de ocio y vacacional, con una serie de productos y servicios en los que el propio turista sea agente activo o pasivo de la propia actividad turística a desarrollar. Ahora bien para satisfacer dicha necesidad se necesita generar una actividad la cual se denomina actividad turística, esta es ejercida por los prestadores de servicios que se encargan de realizar las operaciones y acciones con el objetivo de utilizar todos los recursos tanto materiales como artificiales puesto a disposición de los turistas.

Según Hernández (2004):

“El turismo es una industria realmente importante para el desarrollo socioeconómico y cultural de un país, dada la diversidad de las actividades favorables que traen bonanzas económicas; es un instrumento generador de divisas, al ser una actividad que canaliza una inversión para producir una expansión económica general; crea asimismo un mercado de empleo diversificado con una inversión relativamente baja en comparación con otros sectores de la economía” (p.86).

La economía nos enseña cómo se produce la riqueza, esto es, como generar y adquirir lo necesario para la supervivencia y la recreación, facilitando así la satisfacción del ser humano. La actividad económica genera empleos, es decir contribuye a disminuir la tasa de desempleo contribuyendo al progreso del desarrollo del país. La actividad económica ofrece obras de infraestructura, de desarrollo de establecimientos gastronómicos y hoteleros, crecimiento del transporte aéreo, terrestre o marítimo por otro lado para que exista una buena aceptación por parte de los turistas debe de haber una buena atención por parte de las empresas turísticas que puedan prestarle a esta actividad, creando de esta manera más posibilidades para que los visitantes disfruten de las diversas actividades que ofrece el turismo.

3.2.1 Turismo como actividad económica

El mundo del turismo es hoy, una realidad en la que influyen numerosos aspectos. Desde la riqueza del patrimonio cultural de los países con mayor demanda turística, hasta las condiciones climáticas o gastronómicas que actúan como atractivo para los visitantes. Pero este sector no tendría la importancia y el interés que hoy suscita entre las empresas y los gobiernos de numerosos países si no fuera un factor fundamental para la economía.

Según Acerenza (2006), afirma que:

“El turismo es una de las actividades económicas, situándose por delante de industrias que tradicionalmente han dominado con su tamaño la economía mundial. Por lo que tiene gran impacto y contribuye de manera significativa al desarrollo y crecimiento del país” (p.12).

El turismo desde la óptica de la economía es una actividad que repercute una serie de ventajas y beneficios para los países que aprovechan los recursos que ofrece el universo por lo que garantiza al país, efectos positivos en la balanza de pagos generados por el servicio turístico que se brindan a los visitantes del país.

El turismo como actividad económica permite el mejoramiento de la balanza de pagos por medio de la captación de divisas resultado del desarrollo del servicio turístico de los países que ofrecen esta actividad. Así como también se obtiene un incremento del producto interno mediante el gasto de los turistas.

La economía obtenida por medio de la actividad turística genera la redistribución del ingreso por medio del desarrollo del turismo nacional e internacional, por conducto de acciones tendientes a la dispersión de este tipo de turismo hacia distintos puntos dentro del territorio nacional.

Por consiguiente se logra el impulso de zonas o regiones de menor desarrollo relativo a través del traslado de recursos económicos en el territorio nacional como consecuencia de la capacidad para la redistribución del ingreso, la generación de empleos productivos en la región y los efectos multiplicadores resultantes del gasto de los turistas en la misma.

Por lo que es de suma importancia que esta actividad deba procurar satisfacer las necesidades e intereses de los visitantes con el objetivo de que esta pueda lograr la permanencia del turista o hacer que regresen a volver a visitar al país. Cabe destacar que el turismo además de ser una actividad industrial económica, también tiene implicaciones en el desarrollo social, cultural y político de los países.

Según Ramírez (2009):

Para nuestro estudio del turismo como actividad económica es necesario tener en cuenta la siguiente clasificación:

- a. Sector primario: comprende las actividades agropecuarias, extractivas y de exploración petrolera. Las organizaciones y actividades de dicho sector, se dedican principalmente a la producción de bienes.
- b. Sector secundario: comprende las actividades manufactureras, como la industria textil, la automotriz, y también las actividades relacionadas con la artesanía, cerámica y cuero. Las organizaciones y actividades de dicho sector se dedican a la transformación de bienes.
- c. Sector terciario: comprende las actividades de servicios, como comercio, banca, transporte, turismo. Las organizaciones y actividades de dicho sector se dedican a la distribución de bienes y servicios.
- d. Sector cuaternario: comprende las actividades relacionadas con el conocimiento y la información, como la educación, la investigación y el desarrollo, la consultoría administrativa, la información, etc. Las organizaciones y actividades de dicho sector se orientan hacia la producción, acopio y distribución del conocimiento y la información (p.14).

La actividad económica es una variable que de tal modo busca la manera de generar utilidades a través de la producción de bienes y servicios por parte de las organizaciones. Es indispensable conocer las tendencias de desarrollo de los cuatro sectores, analizarlas y compararlas, ya que las actividades de cada uno de ellos nos permiten conocer los posibles requerimientos y la administración por emplear.

Como se puede observar en los distintos medios de comunicación como periódicos, o televisión, que la economía de un país está constituida por distintas actividades. Se puede mencionar algunas como: agropecuarias, automotriz, artesanía, transporte, conocimiento e información entre otros. Sin embargo algunas de estas actividades están estrechamente interrelacionadas. Es decir muchas de estas actividades están conectadas entre sí para generar una actividad turística, a

través de lo que se denomina cadena de valor integradas por lo que para brindar servicios turísticos se necesita de productos de alimentación para ofrecerles a los clientes y satisfacer las necesidades, así como del transporte para trasladar a los visitantes de un sitio a un lugar de destino turístico y productos nacionales atractivos para los visitantes entre otros que se consideran importantes lo cual en conjunto son actividades económicas que generan ingresos para la economía y desarrollo del país.

Se inicia en el mercado de factores productivos; esto es, el capital y las políticas de orden económico que genera las empresas. El sector productivo turístico en donde se procesa el producto turístico a través de las empresas turísticas, producto formado por bienes de consumo y bienes de inversión.

El desarrollo del turismo genera toda una serie de efectos sobre el medio ambiente dentro del cual se disuelve. Efectos que han sido, precisamente, los que dieron origen al interés de la economía nacional, como sobre la sociedad y su cultura, o sobre el medio ambiente natural sobre el cual se lleva a cabo tal actividad.

3.2.2 Turismo como actividad social

El turismo como actividad social se ha expandido en diversos lugares dentro de estos se encuentran los sectores más vulnerables, es decir se trata de sociedades con altos índices de desocupación por lo que una buena parte de su futuro comienza a depender del éxito del turismo.

Según Ramírez (2009):

El turismo como actividad social, persigue una serie de actividades complejas:

- a. Actividad motivacional.
- b. Actividad política gubernamental.
- c. Actividad capacitadora.
- d. Actividad laboral.
- e. Actividad cultural (p.18).

El turismo como actividad social contribuye a despertar el interés en los grupos e individuos de una zona, por el conocimiento de nuevos horizontes. Es decir encontrar una salida a la alta tasa de desempleo y que de origen a una estructura comercial cuyo funcionamiento dependa de la actividad turística.

Es una actividad política gubernamental porque se basa en las promociones y estímulos para visitar otras regiones o a ser visitada por ciudadanos de otros países. Además es una actividad capacitadora por lo que conforma en su estructura organizativa en la formación de recursos humanos idóneos para el puesto de ejecución para operar en el sistema turístico. Así también es una actividad laboral al contribuir a reducir la tasa de desempleo, permitiendo un mayor incremento de los puestos de trabajo en el ámbito de actividades diversas del turismo.

La actividad social enriquece los conocimientos del personal trabajador de una empresa turística por lo que se debe de propiciar el conocimiento, la presentación y el desarrollo de los aspectos culturales del nación a los turistas que visiten un país determina cualquiera que sea, por lo es necesario de la preparación del personal.

3.2.2.1 Turismo como fuente generadora de empleo

El turismo como fuente generadora de empleo contribuye a dos grandes efectos al empleo que se genera en el propio sector y el empleo que se deriva de las empresas proveedoras de la industria turística. El empleo turístico en una industria es el número de puestos de trabajos generados o atribuibles al consumo de los visitantes de los bienes y servicios producidos por esa industria.

Según Acerenza (1991):

“Normalmente los empleos generados por el turismo tienen su origen en el gasto del visitante y, por tanto, los mismos se generan no solo por el propio “sector” turístico y en los sectores proveedores de este, sino que este gasto da origen, también, a empleos adicionales que se derivan de los efectos multiplicadores, lo que da origen a empleos, además, en actividades conexas, fundamentalmente en

aquellas relacionadas con la construcción de la infraestructura y el desarrollo de las facilidades turísticas tales como la construcción de hoteles, centro de amenidades, comercio, etc.” (p.106).

El turismo es una actividad que funciona como una fuente generadora de ingresos que contribuye al crecimiento y desarrollo del país, resultados obtenidos a través del establecimiento como una actividad generadora de empleos. Es decir se refiere a los empleos directos e indirectos. Son directos cuando se generan en el propio sector, y son indirectos cuando son originados por las empresas proveedoras de la industria turística y en las actividades conexas.

El turismo no sólo genera crecimiento, empleo y efectos multiplicadores en las actividades directamente vinculadas al mismo (hoteles y restaurantes, agencias de viajes), sino también en una gran cantidad de otras actividades indirectamente relacionadas (transporte, comercio, industria, construcción, servicios financieros, entre otras). Esto se debe a la buena implementación del turismo. Más que satisfacer la demanda de un bien o servicio en particular, satisface la demanda completa de bienes y servicios de los viajeros mientras estos se encuentran fuera de sus lugares usuales de residencia.

3.2.2.2 Efectos socioculturales

Los estudios tendientes a analizar los efectos del turismo sobre los valores socioculturales tienen su origen más recientemente y, aunque no es posible generalizar, debe de decirse que los estudios realizados hasta el momento demuestran que efectivamente el desarrollo de esta actividad puede dar origen a cambios significativos en la estructura social, así como en los patrones culturales de la comunidad receptora.

Según Rocher (citado en Medina, 2011), define que:

“El turismo es un conjunto de transformaciones de una sociedad a lo largo del tiempo” (s.p).

El Turismo ha creado movimientos sociales tales como el conservacionismo que sobrepasa la vida de una sola generación, la ecología, las vacaciones, las manifestaciones culturales y la globalización que de manera directa incide en la dimensión sociocultural de los residentes locales.

Según (2011), define:

“Existen dos dimensiones en la esencia del ser humano que produce la actividad turística, las cuales son; sus entornos familiares y su entorno social” (s.p).

El turismo tiene un impacto en la situación del individuo y su conglomerado familiar. Las vacaciones o feriados pueden generar una serie de efectos positivos o negativos en el comportamiento de los individuos o grupos, de allí que apuestan los gobiernos a la factibilidad de acceder a puentes o sitios vacacionales con el fin de que los familiares o el individuo compartan tiempo y encuentre actividades de relajamiento. Puesto que el turismo forme parte de ese eje integrador en la formación espiritual y que no sea visto tan solo como un lujo sino más bien como una necesidad básica, y que deban ser satisfechas en la medida de la realización personal mejorando las relaciones interpersonales.

Dentro de los efectos que se manifiestan sobre las personas que en la práctica, se denomina turista, se encuentran: mejoramiento de la calidad de vida, descanso y esparcimiento, conocer otros tipos de sociedades, enriquecimiento del nivel de conocimiento del individuo, crear hábitos de consumo, higiene mental entre otros.

La actividad turística no tiene tan solo incidencia individual o familiar como se mencionaba en el párrafo anterior, también tiene gran incidencia en los conglomerados sociales que están expuestos a ella. Es decir, que no solo tienen beneficios las personas que la practican sino también aquellos que la receptan siendo también parte de ese eslabón de influencia de este fenómeno.

Dentro de los efectos culturales del turismo sobre la sociedad, se encuentran: generación de empleos, mejoramiento en la calidad de vida de los grupos o

familia que rodea el entorno, reduce los efectos negativos como la delincuencia y robos, impacto ambiental entre otros.

3.2.2.3 Efecto de desarrollo de los polos turísticos

Toda empresa turística se localiza en sitios donde hay concurrencia de personas que puedan visitar estos centros turísticos. Mas sin embargo se originan un sinnúmero de aspectos positivos como negativos que contribuir o afectar a las actividades turísticas.

Según Ramírez (2009):

Todo proyecto incide en la zona de localización, influencia que tiene a su vez dos facetas: la positiva y la negativa.

- a. La positiva: de desarrollo económico, social, cultural, y de adelanto de la población.
- b. La negativa: incremento del costo de vida, cambio en la actitud poblacional al adoptar en forma negativa estereotipos ajenos a su modo de ser (p.20).

Los proyectos turísticos, como cualquier otro proyecto, se puede analizar desde dos puntos de vistas.

Lado positivo: que contribuye a la preservación de los valores históricos-culturales del país además que varían la estructura poblacional en cuanto a incremento, también permite la conservación de grandes zonas naturales y recuperación de otras como los parques nacionales, por lo que permite diversificar y dar lugar a nuevas actividades, como incrementar el comercio local y aumentar, mejorar la estructura rural y el alojamiento del país. Así como también contribuye la introducción al pueblo y las zonas de influencia en el marco de civilización tecnológica, lo que genera un alto nivel educativo e intelectual. Por ende se forma un foco de alto poder económico, por tanto proporciona mayores oportunidades de trabajo e independencia especialmente para las mujeres de las zonas

Lado negativo: La vida moderna y los problemas económicos que se acontecen en el país incrementan la prostitución y la delincuencia así como también generan resentimientos de la población por la presencia de niveles socioeconómicos demasiados elevados con respecto al nivel social local. Al igual que perturban el ritmo normal de vida, en el caso de grandes ciudades, en ciertos casos ocasionan deterioro al ambiente al destruir zonas naturales vírgenes, e incrementan la contaminación tanto del aire como la denominada contaminación visual lo que se refiere a la disminución del paisaje natural a la vista, esto generalmente es debido a la malas políticas y pésimos planes.

Así mismo provoca el desplazamiento migratorio de las personas, facilita el abandono del campo para dedicarse a actividades que contraen como consecuencia pobreza y dependencia permanente.

3.2.2.4 Costo beneficio-social

A causa de los multiplicadores de turismo (que dan por sentado un muy extenso uso de recursos, ignorando los costos de oportunidad), se exageran al final los beneficios de éste. Los ingresos obtenidos por el turismo será compensados (se verían desplazados) hacia los otros posibles ingresos, que pudieran ser obtenidos de la alternativa de usar dichos recursos. El tanteo del análisis costo-beneficio social, por tanto, se recomienda por sí mismo, como el más apropiado. Es de particular importancia, por lo que el cálculo de la justificación social del desarrollo turístico proviene del simple hecho de que el provecho en particular proviene de sí mismo.

Según Ramírez (2009):

Las principales decisiones por tomar en cuenta, tratándose del análisis del costo-beneficio, son:

- a. La función bienestar deberá ser maximizada.
- b. Elección de una apropiada tasa de retorno (ya que los proyectos difieren en el tiempo, en el perfil de costos y beneficios).

c. Calcular contablemente los recursos y los precios ocultos (p.22).

La función de bienestar se refiere a las condiciones que deben hacer diferencias entre los turistas nacionales y extranjeros, el incremento de ingreso por parte de los extranjeros en la economía, normalmente no forma parte de la función bienestar que el gobierno trata de maximizar.

La tasa de retorno se refiere a la elección de tasas preferenciales de tiempo social y tasa de costo de oportunidad expresadas en términos sociales.

El ajuste en los costos del mercado, corrige las distorsiones significativas en tal sentido, que reflejan la verdadera necesidad y los vacíos de la economía. Los ajustes se hacen facturando los pagos y salarios antes de considerar los costos ocultos, ya que los extranjeros han utilizado en todo momento los requisitos de los sectores del turismo y los costos ocultos de los pagos y salarios se refieren, por tanto, sólo a los recursos nacional.

La tasa del costo oculto es el reflejo del efecto del empleo generado por el personal joven que emigra a los centros del turismo a trabajar, y el sector agrícola que contiene el consumo del trabajador, ambos en la producción y, por otro lado, por el compromiso del consumidor.

3.2.3 Turismo como actividad comercial

Toda actividad comercial responde a la interacción de dos sectores complementarios: uno sector comercial y otro mercado; los cuales intercambian productos o servicios. Para el tratamiento del turismo como actividad comercial que opera o hace frente a un mercado o demanda respectivamente, conviene analizar en forma aislada el sector comercial.

Según Ramírez (2009):

Como actividad comercial se comprende:

- a. Oferta
- b. Adquisición
- c. Producción
- d. Distribución
- e. Demanda e inversión (p.26).

Cuando se refiere a la actividad comercial se dirige a los bienes y servicios que una empresa ofrece para su comercialización por lo que es necesario la adquisición de la materia prima por parte de los proveedores para transformar los insumos en productos o servicios terminados. En consecuencia es de gran relevancia contar con los canales de distribución, a lo que se refiere la distribución. Es decir la actividad de entrega o de colocación en el punto de venta, para el intercambio con el consumidor. Para que esta actividad se realice debe existir una demanda de adquisición de los productos para su uso final. Por lo que inicialmente se debe de contar con una inversión o financiamiento.

3.2.4 Función socioeconómica del turismo

El turismo es un fenómeno socio técnico, nacido de la necesidad del individuo de conocimiento y solo a través de lugares, regiones y sistemas de vida nuevos, diferentes y desconocidos. Dicha necesidad da lugar su vez a una actividad de tipo económico, que a medida que la dinámica del progreso aumenta, corre paralela a ella, constituyendo una función de carácter integrador y determinante de lo que llamamos turismo.

De acuerdo a Ramírez (2009):

“Como fenómeno social es el conjunto de actividades que permiten al individuo interrelacionarse con el entorno universal, aprovechando el tiempo libre para

incrementar sus capacidades de conocimiento, cultura, y satisfacer sus necesidades de recreación y descanso” (p.29).

Se puede denominar al fenómeno económico, como el conjunto de actividades generadoras de empleo, de ingresos y divisas, creadoras de una corriente de oferta y demanda de diversos servicios por parte de los turistas interesados, todo lo cual se traduce en un marco económico de referencia, que obedece a las leyes y principios económicos de toda actividad productiva y de servicios, al igual que los demás sectores industriales de un país.

3.2.4.1 Captaciones de divisas

El turismo aporta divisas (a la balanza de pagos) provenientes del turismo externo y del ahorro de divisas como resultado de un aumento del turismo interno. Sin embargo debe de existir una comparación entre los ingresos y egresos del ámbito turístico entre las entradas de divisas así como la salida de divisas que se genera en el ámbito turístico.

Según Ramírez (2011), plantea que:

En función de las repercusiones en la balanza de pagos, la corriente turística puede ser:

- a. Activa: cuando el desplazamiento turístico provoca entrada de divisas al país (turismo externo)
- b. Pasiva: la que origina la salida de divisas por la salida de los nacionales al extranjero; para evitar este fenómeno, las políticas de un país serán las de mejorar el turismo interno para los propios nacionales, como mejores atenciones y precios a su alcance (p.29).

La actividad turística ofrece un sinnúmero de benéficos tanto económicos como sociales que contribuyen al desarrollo económico del país debido a una aceptación

por parte de los turistas que asisten a los diversos sitios turísticos. Activa se refiere a que esta constante y por ejemplo la entrada de turistas son mayor. Pasiva es lo contrario es la salida de los nacionales a otros países, para conocer nuevos destinos turísticos.

3.2.4.2 Efectos sobre el ingreso nacional

Desde el punto de vista de los ingresos, el turismo, al igual que otras actividades económicas, genera una renta para el estado, la cual tiene su origen en los impuestos directos e indirectos a los que está sujeto todo el complejo de empresas y personas involucradas en la actividad, incluso el propio turista.

Según Acerenza (1999):

Los impuestos que dan origen a esta renta son de naturaleza muy diversa entre ellos tenemos:

- a. Impuesto prediales (contribución inmobiliaria)
- b. Impuestos municipales (alcantarillado, recolección de basura)
- c. Tasas por derecho al uso de los servicios públicos por parte de las empresas del sector (luz, teléfono, agua, gas, etc.)
- d. Impuestos sobre los ingresos salariales del personal empleado en el sector.
- e. Impuesto sobre la renta de las personas físicas empleado en el sector.
- f. Impuesto a las utilidades de las empresas turísticas.
- g. Impuesto a las importaciones de bienes y servicios para el consumo por el turista.
- h. Impuesto sobre el valor agregado (IVA) en los bienes y servicios para el consumo por el turista.
- i. Derecho no inmigratorio y/o adquisición de tarjetas de turistas.
- j. Impuesto para promoción turística aplicable a las tarifas hoteleras.(s.p)

Los gastos de los turistas generan salarios y otros ingresos en los factores de producción (reacción en cadena= restaurantes – alimentos – agricultura, etcétera).El

valor del producto interno bruto generado por el turismo se establece por las etapas sucesivas en las que el gasto de los visitantes pasa a generar ingreso interno.

Dentro de este se encuentran: El Ingreso de divisas que se refiere a la producción total vendida a los visitantes. Importaciones, excluidos a pagos a factores de producción nacional en el extranjero y las importaciones, incluidos pagos a factores de producción en el extranjero. Cada forma de impuesto refleja un área o negocio específico, un sector que debe aportar al presupuesto de la república.

CAPITULO CUATRO: LA ADMINISTRACION EN EL TURISMO COMO ACTIVIDAD
EMPRESARIAL

CAPÍTULO 4. LA ADMINISTRACIÓN EN EL TURISMO COMO ACTIVIDAD EMPRESARIAL

En el presente capítulo se abordara el campo de desarrollo de la administración en el turismo como actividad empresarial.se determinara la administración del turismo como sistema, asimismo las actividades funcionales de la empresa turística, el control de gestión en el turismo. Cabe destacar que el turismo como actividad empresarial es el desarrollo de la administración en la empresa turística.

4.1 La empresa turística como sistema.

En el desarrollo del tema se abordara la empresa turística como sistema, la relación que existe entre empresa y sistema, para esto se evaluara el término de sistema y empresa para poder afirmar que la empresa turística es un sistema.

Según Ramírez (2009) plantea:

“Sistema es el conjunto de elementos interrelacionados y relacionados con el ambiente externo o entorno, si se considera la empresa como un conjunto de elementos, y esto se encuentra en relación directa e indirecta con el entorno, entonces la empresa es un sistema” (p. 41).

Definida anteriormente el concepto de sistema y empresa se puede notar la alta correlación que entre ellos existe, son semejantes cada uno tiene propias características, sin embargo hay conectividad porque su campo de desarrollo es en entorno externo, tanto la empresa como el sistema tiene relación ya sea directa e indirectamente con el entorno en este caso hablamos del mercado, la competencia, los precios, los proveedores, esto para la empresa y para el sistema se refiere al mismo ambiente, el entorno en que se rodea, la empresa es un sistema.

El enfoque de Parra y Calero (2014) afirma:

“La empresa es un sistema abierto, ya que actúa en un determinado medio ambiente o entorno con el intercambio sus inputs y outputs, y que, por lo tanto, le influye y sobre el que influye” (p.36).

Todas las empresas, así como la empresa turística actúa en un determinado medio ambiente o mejor dicho en un entorno que pose tanto salidas como entradas, así lo refiere el autor que establece que estas salidas y entradas influye en la empresa ya sea beneficiosamente o como un peligro a la empresa. El medio entorno al que se refiere es el externo y el interno.

El medio interno se refiere al entorno dentro de la empresa que permite identificar las debilidades y fortalezas de la empresa, asimismo el enfoque externo que tiene que ver con el entorno económico, tecnológico, ambiental, el social y político que influye en la empresa. Por ejemplo el entorno tecnológico se debe de considerar el más importante, la tecnología cambia constantemente y la empresa que no se adapte a los cambios tecnológicos tendrá problemas y se convertirá en una empresa débilmente competitiva, por lo tanto podemos decir que exista un alto grado de importancia en la tecnología en las actividades empresariales, y más aún en la empresa turística, en el cual el turismo representa un rubro a explotar.

Ramírez (2006) afirma:

“El fenómeno turístico considerado como sistema integra elementos materiales humanos, técnicos y económicos, los cuales presentan una estructura bien definida a la que se llama sistema turístico” (p.42).

Desde el punto de vista turístico vemos a la empresa turística también es un sistema ya que es conformado por recursos materiales, humanos, técnicos y económicos, cada uno de estos conforman e intervienen en el proceso de desarrollo de productos y bienes para el sistema turístico. Por otra parte se habla de un conjunto de elementos que se involucran con el entorno del turismo, hablamos de la entrada de turista al país por ejemplo. De los productos y servicios que para el turista se ofrece, el mercado en el que se compite. En la empresa

turística vemos muchos factores en el entorno que afecta y beneficia a la organización, las variables políticas, legales, culturales que son factores externos, así los internos que son la organización, el personal, la publicidad, entre otros, por lo tanto se afirma que la empresa turística es un sistema turístico.

Según Ramírez (2009), plantea que:

“Toda organización humana de nombre empresa, es un sistema en el que se distingue una estructura organizativa, una estructura funcional y una estructura de tipo funcional. La estructura es aquello que mantiene conjugado lo fundamental de un sistema, es su factor de estabilidad. Por tanto todo sistema es atacado por datos externos o variables de entrada, y la acción sobre estos corresponde a las variables de salida” (p. 46).

Toda empresa posee una estructura organizativa, cada personal sabe que funciones tiene que realizar en la empresa, cada quien sabe el puesto que tiene en la empresa, en este caso recae la definición de sistema. Cada sistema tiene una estructura, la estructura permite la estabilidad tanto de una empresa como de un sistema, es por eso la similitud que en ellos hay. Por otra parte los sistemas y empresa son atacados por el conjunto de variable externos llamados también de salida es decir una serie de factores tales como el precio, la competencia que busca afectar en por este lado a la empresa considerado como sistema.

En términos turísticos la empresa turística es golpeada por varios factores que afecta a la empresa, en este caso vemos por ejemplo los fenómenos de la naturaleza, la competencia, variables que afecta el auge y establecimiento de empresas turísticas. Además vemos la entrada de turista otra variable que afecta a la empresa si esta experimenta un aumento, representa una oportunidad a aprovechar, La empresa turística debe de velar por estos factores, algunos controlables otros no controlables para que puedan conocer las oportunidades a aprovechar y las amenazas que puedan atacar, o esquivar, en dependencia del grado de afectación.

De acuerdo a McIntosh,Goeldner y Brent (2000), plantea que:

“Lo que se necesita realmente para estudiar el turismo es un enfoque de sistemas. Un sistema es un conjunto de grupos interrelacionados, coordinados para formar un todo significado y organizado para lograr un conjunto de objetivos” (p. 37).

Cada uno de los citados aduce que el mejor enfoque para estudiar al turismo es considerarlo un sistema, es decir un conjunto de elementos que se relacionen entre si y que lleven a cabo el cumplimiento de objetivos previamente establecidos. Se debe de examinar en si el ambiente externo e interno, por ejemplo el ambiente competitivo, su mercado, los resultados permitirán examinar el crecimiento del sistema turístico del país. El turismo como una actividad empresarial se debe considerar como sistema.

Ramírez (2006) plantea que:

“El turismo como sistema económico-social contribuye significativamente al desarrollo de los pueblos en los campos social, económico, cultural y político. Para ello se realiza un análisis del turismo desde los puntos de vista científico y sistémico” (p. 38).

Desde el punto de vista empresarial, el turismo es un sistema económico y social porque es un factor de desarrollo para las personas, en el ámbito social contribuye al mejor requerimiento de conocimientos de la sociedad en relación al turismo, contribuye en lo cultural a conocer nuestras creencias, mitos, lugares históricos, ayuda a conocer nuestros recursos turísticos, contribuye en lo económico porque es una industria en crecimiento, en el cual tiene su parte en el PIB del país, y por último en lo político porque nacen nuevas leyes que protejan el medio ambiente , a las reservas naturales. El turismo como empresa es un sistema que funciona con todos los recursos que necesita una organización y que se relacionan para la elaboración de bienes y servicios que se ofrecerán en el mercado turístico.

4.1.1 Subsistemas

En el sistema empresarial cada sistema se divide en subsistemas que se encuentran internamente en el mismo, para efectos del contenido se verá desde el punto de vista empresarial turístico.

Ramírez (2009), afirma que:

“Hay una serie de subsistema que inciden en el funcionamiento de la empresa” (p.43).

En el sector turístico las empresas también tienen subsistemas que trabajan a la par de cada sistema empresarial. Pero para este punto veremos cómo incide en el funcionamiento, hay que tener algo presente si un subsistema falla afecta a todo el sistema, en término de la empresa turística si una parte de la empresa funciona mal o incumple con sus funciones este afecta el rendimiento y desarrollo de la misma. La empresa turística tiene que estar en constante vigilancia de sus subsistemas para que estos trabajen eficazmente para el cumplimiento de los objetivos.

Según Parra y Calero (2014) plantea que:

Las empresas pueden ser agrupadas para su estudio y análisis en los siguientes sistemas o subsistemas:

- a. El sistema técnico: elementos relacionados con las operaciones de transformación de valor en términos reales y monetarios.
- b. El sistema de dirección: aspectos relacionados con la administración y organización de la actividad económica.
- c. El sistema humano: factores sociales relacionados con el comportamiento, motivaciones, relaciones, etc. De los recursos humanos de la empresa.

- d. El sistema cultural: valores, creencias, normas que influyen en la organización y facilitan su cohesión e integración.
- e. El sistema político: aspectos de poder o fuerzas que influyen en los resultados de la organización. (p.35)

Todas las empresas poseen subsistemas que permiten su buen funcionamiento, cada sistema funciona de tal manera que sus actividades permitan que otro sistema funcione. Por ejemplo el sistema técnico abarca las actividades de producción que permite a las empresas el desarrollo de sus productos y servicios. Asimismo la colocación de este producto o servicio en el mercado para su respectiva venta y recolección del margen de utilidad que esta genera, es decir la transformación de la ganancia por las actividades de producción de la empresa.

En la empresa turística se ofrecen el servicio como tours, servicio de transporte, paquetes de viajes. Dependiendo del giro del negocio. Todas buscan obtener un margen de ganancia. El sistema técnico es el responsable de que la empresa ofrezca bienes y servicios para obtener un beneficio monetario.

El sistema de dirección debe de coordinar la administración de la empresa turística tiene que relacionarse con el control de gestión de la empresa turística, que métodos, técnicas, conocimientos que se utilizan para su funcionamiento.

El sistema humano encierra el comportamiento, la motivación, las relaciones personales, el trabajo en grupo. Es decir la parte más importante de la empresa como lo son los trabajadores, representa el elemento que funciona como a base para la ejecución d las actividades. El sistema cultural representa los valores de la empresa, las creencias, el ambiente cultural de las personas en la empresa.

Para el fundamentar más en el tema veremos el término del turismo como fenómeno turístico.

Según Ramírez (2009) lo plantea:

“Como un fenómeno social cuyo origen es el viaje y estadía temporal de personas no residentes, lo cual da lugar a una interrelación humana más extensa y dinámica entre los pueblos” (p.43).

Este punto de vista no permite conocer el turismo como un fenómeno que beneficia a la sociedad, y que busca la interrelación entre las personas de todos los lugares, es difícil comprender la complejidad del turismo como concepto, es por eso que este fenómeno se debe de tomar en función de las actividades y resultados que buscamos. Se busca entender, desarrollar muchos aspectos y para eso necesitamos de otras ciencias para auxiliarnos, de ahí surge que la actividad turística se debe de dividir en subsistemas, es decir que surge de otras disciplinas que tiene que apoyar a la industria del turismo. El turismo en Nicaragua se encuentra en un momento realmente muy bueno y por ello diferentes empresas relacionadas con el turismo se están consolidando y creando desde hace algunos meses. Esto permite a Nicaragua ser un país más competitivo dentro del sector turístico y permite ofrecer a los futuros visitantes las mejores condiciones para que puedan disfrutar de actividades variadas, buenos alojamientos, entre otros muchos atractivos que los turistas suelen tener en cuenta antes de viajar a un determinado país, en este caso a Nicaragua para disfrutar de unas vacaciones agradables y placenteras.

4.1.2 Complejidad y evolución de los sistemas de organización.

La constante evolución de los sistemas tanto empresariales como turísticos ha hecho que los sistemas de organización sean más complejos. Para el análisis de esta situación se analizara lo complejo de los sistemas y el grado de evolución que esta experimenta.

Según Ramírez (2009) plantea que:

“La evolución de los sistemas se deben, por una parte, a los avances culturales, y por otra, a los avances científicos, económicos y en particular tecnológicos” (p. 46).

A nivel turístico los sistemas han evolucionado debido a los constantes avances principalmente tecnológicos y científicos, cada día existen más tecnología que para la industria turística son novedosos, y que incorporarlas son cada vez más costosas. El turismo tiene que estar a la par de la tecnología, los avances culturales tienden a cambiar de acuerdo a la cultura y época en que se encuentra, por ejemplo: la moda es cambiante, la cultura se proyecta a otro país. Países incorporan nuevas culturas a su sociedad. Cabe recalcar que el turismo es parte de la cultura de los pueblos, se busca proyectar sitios altamente turísticos, y las empresas en principal las turísticas deben de aprovechar estas oportunidades.

Las empresas turísticas tienen que incorporarse al mercado del turismo y adaptarse al entorno en el que se encuentra. Las empresas turísticas que se adapta tiene la libertad de mantenerse en el mercado, entre estas empresas tenemos los hoteles, los restaurantes, las agencias de viajes, agencia de tours hacia varios distintos destinos turísticos, entre tantas que se han adaptado y se mantienen establecidas en el mercado. El aumento de las empresas que se dedican al turismo permite a Nicaragua tener una mejor imagen en el exterior y esto puede propiciar que los turistas tengan más en cuenta a Nicaragua a la hora de viajar a Centroamérica. Por otro lado tener nuevas empresas turísticas permite crear una mayor cantidad de puestos de trabajos directos e indirectos y esto es algo realmente muy positivo para los ciudadanos y para la economía del país.

Según Ramírez (2009) plantea:

“La empresa turística primeramente paternalista requiere de estructuras muy simples y por consiguiente sistemas organizativos adaptados a ella, también muy simples y de tipo preferentemente lineal” (p. 46).

Las empresas del turismo deben de poseer estructuras simples y lineales, es decir que sean sencillas y que estén en la misma línea de mando, es decir que no haya poderes altos, no hallan personas que estén con una línea de autoridad alta. Que no haya gerentes ni dirección ejecutiva que manden en la empresa y que formen una escala de poder, por lo tanto deben de haber cargos similares en todos los departamentos y sencillos se refiere a que no haiga muchos cargos en la empresa que la estructura organizativa sea simple. Por ejemplo en los restaurantes posee una estructura simple, se conforman por el gerente del restaurante, un contador, los cocineros, los meseros, estos conforman una estructura simple y lineales, es decir que hay muchas líneas de mando. Por tal razón afirmamos que las empresas turísticas deben de tener estructuras organizativas simples.

4.2 La administración como sistema

La administración es parte importante en todas las empresas, ya sean empresas turísticas o de otros tipos, la administración es arte y una ciencia, arte por que se busca la creatividad, ciencia por que usa métodos de trabajo, técnicas.

Pero la administración como sistema es como lo define Ramírez (2009):

“Un conjunto de funciones interrelacionadas para dirigir una organización” (p. 56).

La administración es la parte ejecutiva de la empresa, es decir que se utiliza procesos y métodos de trabajo. El análisis del proceso administrativo organiza un conjunto de funciones y actividades que se realizan de acuerdo al sistema administrativo de cada empresa, allí radica que el término administración se utiliza como sistema. Como sistema porque sencillamente la administración es un sistema, es decir un conjunto de sistemas que intervienen en el proceso administrativo de una empresa. En el caso de las empresas turísticas en Nicaragua, vemos que la administración como sistema se utiliza en la mayoría de

las empresas, estas buscan adaptarse al ambiente competitivo que está creciendo. Utilizan cada proceso administrativo que permitan dirigir, organizar, controlar la empresa turística.

McIntosh, Goeldner y Brent (2000), plantean que:

“El enfoque administrativo está orientado a la firma, se centra en las actividades necesarias para dirigir una empresa turística, como lo son la planeación, investigación, fijación de precios, publicidad, control y demás” (p.33).

La administración en la empresa turística radica en hacer las cosas bien, buscar como explotar las fortalezas de la empresa, invertir en nuevos servicios, ofrecer servicios especializados. La administración busca cumplir los objetivos de lucro que persiguen todas las empresas turísticas, busca fomentar el turismo, darle continuidad al crecimiento del turismo en el país, que en la actualidad esta posee muchos recursos y lugares turísticos que se deben de explotar para el mayor crecimiento de la industria turística del país.

4.2.1 .Política empresarial

Todas las empresas deben crear políticas que permitan a las organizaciones fundamentar y servir de soporte y ayuda a los objetivos programados y que sirvan de apoyo al cumplimiento de los mismos, por tal razón hay que analizar el termino de política, pero para poder concretar un concepto se debe de considerar el termino fines.

Ramírez (2009), define a los fines como:

“Las metas por alcanzar y son la razón propia de la empresa, orientando en esta dirección las actividades de la organización” (P. 87).

Los fines son metas que la empresa quiere a cumplir, estas deben de estar anticipadamente establecidas, por ejemplo el fin de toda empresa es obtener ganancia, obtener dividendos para su socios, otras buscan la satisfacción del

cliente con su producto, segmentar el mercado, entre otras, por lo cual las empresas busca el cumplimiento de los fines para el logro de los objetivos.

Cabe destacar que estos fines se cumplen cuando hay una relación directa de todos los factores de producción o de los recursos con los que cuenta la empresa, como los son los recursos materiales, los recursos financieros, los recursos humanos que podemos considerar la más importante, sin embargo todos tienen una grado de relevancia en la operaciones de la empresa. Por tal razón se apartara el concepto de objetivo para definirlo y relacionarlo con los fines. Para seguir el estudio de las políticas empresariales se debe de definir objetivo, resaltaremos el concepto.

Molina y Rodríguez (2009) que plantea que:

“No obstante, es lógico suponer que los fines, expresados en cifras o no, deben de ser complementarias y coherentes, puestos que de otra manera las estrategias y la utilización de ciertos instrumentos de desarrollo no llevaran al éxito no permitirán evaluarlo” (p. 62).

Los fines deben de ser complementarios y coherentes por que deben de expresar algo claro, algo que se pueda alcanzar, que se pueda medir preferiblemente, busca lograr la meta trazada. Todo esto con el fin de que lo que se planea sea claro y preciso y permita que la aplicación de estrategias sea exitosa, asimismo los elementos de producción encaminen al éxito de la organización. Los fines se pueden establecer en cifras o no, eso estar en dependencia del tipo de empresa turística en que se trabaje.

Ramírez (2009), afirma que:

“Dada la amplitud con que los fines empresariales se presentan, la realidad impone el establecimiento de etapas para su consecución gradual, estableciendo unos fines intermedios que se denominan objetivos” (p. 88).

Con los antes señalado se puede afirmar que el fin empresarial se descompone en objetivos que surge de la necesidad del cumplimiento de los fines, es decir que de los fines de una empresa se formulan los objetivos, por ejemplo tenemos el fin

de lucro, el objetivo sería fabricar un producto o bien que satisfaga a las personas, o bien ofrecer precios accesible para los clientes, el cumplimiento de este objetivo conllevara a ganar más mercado y así obtener mayores ganancias. Cabe destacar que para el cumplimiento de estos objetivos se necesita de la total interrelación entre todos los recursos de las empresas, entre ellos, hemos mencionado a las personas, que son el recurso humano, y quizás el que tiene el mayor grado de importancia. Así como los recursos materiales, financieros y tecnológicos de la empresa.

Según Molina y Rodríguez (2009):

“Los objetivos y metas de cada sector deben ser resultados de las demanda de las sociedades nacionales” (p.63).

El establecimiento de objetivos y meta deben de ser el resulta de una demanda predeterminada del mercado. Los objetivos se crean a partir de lo que la empresa tiene y busca llegar a ser en un futuro. Por ejemplo la mayoría de las empresas turísticas buscan crecer y posicionarse en el mercado, logrando así una mayor participación del mercado, aprovechando el alto crecimiento del mercado turístico.

Definidos el término de fines y objetivo y su previa relación conocemos el concepto de política empresarial.

Ramírez (2009), lo define como:

“El ordenamiento y la valoración de los fines, de acuerdo con los criterios que constituyen al final, la filosofía de acción de la empresa” (p.89).

El termino política empresarial se determina de la ordenación y valoración de los fines y objetivos las políticas en la empresa se crean para impulsar a la empresa a un curso de acción previamente establecido que los encamine a cumplir los objetivos y en si a los fines de la organización.

Existen una variedad de políticas en la empresa turísticas por ejemplo esta las políticas financieras, de rentabilidad, expansión, entre otras. Para ejemplificar veremos la siguiente: La Política de Calidad Turística de posada la Abuela está

orientada a conseguir la satisfacción de los clientes y la de las personas que forman la empresa. El alcance de esta Política es la elaboración y servicio de comidas y bebidas a sus clientes. Estableciendo unas metas y objetivos que tienen como referencia la Política de Calidad Turística, mejorar de manera continua la calidad de los servicios y la eficacia del Sistema de Gestión de Calidad Turística.

Mejorar continuamente la rapidez y puntualidad de nuestro servicio, obteniendo el mayor rendimiento de la capacidad, experiencia y formación que ostentan nuestros trabajadores.

4.2.1.1 Política turística

Para términos del estudio se desarrolla a nivel general el término de política, que corresponde a la empresa turística, es decir el turismo como actividad empresarial.

Acerenza (2006), lo define como:

“El conjunto de decisiones en materia turística que, integradas armónicamente en el contexto de la política nacional de desarrollo(sostenible), orientan a la conducción del sector y norman las acciones por seguir, los cuales se traducen en planes y programas de desarrollo sectorial” (p. 15).

De acuerdo a esta definición, la política turística tiene como propósito establecer las líneas, las directrices en las cuales deben de ejecutarse las acciones que promuevan la promoción y desarrollo del turismo en los diferentes niveles del gobierno. En Nicaragua podemos analizar por ejemplo las políticas turísticas que establecen en el gobierno: La Política y Estrategias de Turismo Rural Sostenible (TRS), de Nicaragua, responde a la necesidad de promover el desarrollo de actividades turísticas sostenibles en los territorios rurales. Estos esfuerzos requieren de la planificación participativa de diferentes actores, públicos y privados, en conjunto. Con organizaciones no gubernamentales y cooperación internacional; los cuales en su conjunto puedan incidir en desarrollo integral de los

territorios, incorporando este sistema como alternativa de actividad económica el desarrollo del Turismo Rural Sostenible.

4.3 Actividades funcionales de la empresa turística

Las empresas tienen que cumplir con muchas actividades funcionales esenciales en toda organización, según el giro o actividad del negocio, estas actividades son operaciones importantes cubre el proceso desde la idea hasta la elaboración y entrega del producto y que permite establecerse en el mercado. Cada una de estas funciones se subdividen en otras actividades funcionales, como lo son: actividades funcionales preparatorias y actividades funcionales de ejecución.

4.3.1 Actividades funcionales preparatorias

En la empresa turística las actividades preparatorias como la define Ramírez (2009):

“Son actividades que se caracterizan por ser netamente intelectuales, aunque con ciertos apoyos físicos. Entre ellos incluyen las ideas- como punto de partida-, el estudio, el diseño y perfeccionamiento” (p.204).

Las actividades funcionales preparatorias se definen con anterioridad, es decir que se formulan anticipadamente ya que son preparatorias, es decir que se piensa desde antes y son meramente intelectuales, es decir que se piensan desde antes, con cierta ayuda de las demás personas. Para seguir analizando cómo surge estas actividades, nos dicen que nace de una idea se refiere a las ideas que pueden adquirirse de dos maneras, “ pueden ser genética o adquirida”. Genética se refiere a que nace y obedecer a nuestra creatividad e imaginación y adquirida se origina de la observación y conocimientos de otros productos, por ejemplo surgen las ideas de crear nuevos productos, sustituir los productos, diversificar los servicios en el ámbito turístico o iniciar nuevos servicios, en el caso de la empresa

turística notamos que las ideas se van innovando constantemente debido al creciente potencial turístico que existe en el país y en las cuales hay que aprovechar las oportunidades que se presentan.

El desarrollo de estas actividades después de la idea surge el estudio que tiene que ver con la determinación de la viabilidad de la idea.

El estudio permite según Ramírez (2009) conocer si la “Idea es económica, social y técnicamente conveniente” (p. 206).

Con el objetivo de conocer si es conveniente, si llena los requisitos para su elaboración, requisitos económicos, sociales que puedan generar en ella expectativas de éxito para así poder diseñarla.

En el diseño según Ramírez se prepara “Las especificaciones del producto o servicio que se quiere crear con suficiente exactitud” (p.206).

En el estudio de la idea al ser aceptado y aprobado en la organización, se debe de elaborar todas las características que estudio determinó, el tamaño, la forma, el peso, la calidad, la incorporación de todos los insumos, etc.

Por último se ejecuta el perfeccionamiento que consiste según Ramírez (2009) “En el resultado de una doble retroalimentación: del plan piloto, una vez puesto en marcha, y del funcionamiento del proyecto definitivo” (p.206).

Este último paso consiste en el perfeccionamiento es decir, que tiene que ver con la calidad del producto, que el producto nacido de la idea lleve todas las especificaciones dadas, para que al final se lleve a cabo y puesto en ejecución el proyecto formulado.

4.3.1 Actividades funcionales de ejecución.

Las actividades funcionales de ejecución se refieren en si a la ejecución, es decir puesta en proceso de cada uno de las operaciones que requieren de un proceso específico.

Según Ramírez (2009) quien argumenta que las funciones “se debe caracterizan por su papel netamente físico con apoyo intelectual” (p.206).

Estas son plenamente físicas y que necesitan la ayuda de pensar e inteligencia de las personas. Además estas actividades están divididas en cuatro funciones.

Según Ramírez (2009) determina las cuatro funciones en: “Aprovisamiento, producción, comercialización y distribución” (p. 207).

Cada una de estas etapas está plenamente conectada, desde la última hasta la primera tiene relación, ya que si se estanca alguna, fallan las demás y la funcionalidad de estas se deteriora provocando fallas en los procesos y operaciones de la empresa. Por lo cual veremos cada uno de estos, el aprovisamiento se refiere a la recolección de todos los bienes físicos, materiales, técnicos y humanos requerida para la ejecución de la actividad o proyecto final. Además el aprisionamiento se refiere a las compras de materiales, almacenaje, logística, aspectos de adquisición de materias primas, entre otras cosa.

La siguiente etapa nos referimos a lo que es la producción, en esta etapa se determina el giro de negocio, se utiliza todos los bienes que se adquirieron en el aprovisionamiento, en esta etapa se da la transformación, se da la inspección, control y mantenimiento. En el turismo vemos que la producción son las actividades como: transporte turístico, alimentos bebidas, alojamiento, recreación y promoción.

La tercera etapa se encuentra la comercialización que es la puesta de estos servicios o bienes a disposición del cliente, en el caso de turismo vemos el contacto directo hacia el consumidor final, en este caso se puede decir los turistas. Por último la distribución son los canales que intervienen, en el caso de turismo, los canales son: la agencia de viajes, los operadores, las instalaciones turísticas que ponen los bienes y servicios en el mercado turística.

Por ejemplo: En hotelería y empresas que brinden servicios de alojamiento las actividades son la recepción, reservaciones, el área de servicio al cliente que vela

por los alimentos y bebidas. Por ejemplo tenemos al hotel Hilton Princess, el hotel intercontinental Metrocentro, el hotel Barceló Montelimar Beach.

En agencias de viajes tienen las funciones a cargo de brindar información, cerrar ventas, reservaciones y contacto para la preparación del viaje hacia el sitio turístico, en el cual tiene que haber un contacto directo en las líneas aéreas y empresas de transportación que sirven de proveedor del servicio de transporte. Por ejemplo Agencias de viajes Atlántida y Munditur.

4.4 Planificación turística

En el turismo una parte importante e inicial para las empresas de este rubro es la planificación, el proyectar lo que se va ser en un futuro para promover el turismo, las actividades que promoverá el sitio turístico del país. Para comenzar se hablara de la planificación del turismo.

Se tiene que definir primeramente que es planificación estratégica, según Acerenza (2006) lo define como:

“El proceso destinado a determinar los objetivos generales de desarrollo, las políticas y estrategias que guiaran los a aspectos relativos a las inversiones, el uso y el ordenamiento de los recursos utilizables con este fin” (p.71).

La planificación tiene que ver con la programación de los objetivos, las metas, las actividades y todo lo relacionado a la realización de operaciones que permite a la empresa tener éxito. La planeación requiere de tiempo, se debe de hacer una elaboración de actividades que se ejecutaran y como estas se deben de efectuar con eficiencia. La planificación requiere de análisis tanto del pasado como del presente que se vive, nos orienta al futuro, por tal razón es la función más compleja en el proceso administrativo ya que de ella depende el éxito o fracaso de la empresa.

Molina y Rodríguez (2009) define:

- a. Planificar en su sentido más amplio, implica la identificación de una serie de variables con el objeto de adoptar un curso de acción que basado en análisis científicos, permite alcanzar los objetivos y metas que se han expresado con anterioridad.
- b. Planificar es proveer el curso de los acontecimientos. Es un proceso continuo de toma de decisiones coherente con los objetivos propuestos.
- c. Es un proceso sistemático y flexible cuyo único fin consiste en garantizar el logro de los objetivos que, sin este proceso, difícilmente podrían ser alcanzados. (p.52).

La planificación es la primera fase del proceso administrativo, su importancia radica en que esta funciona como una guía de acción, un camino a seguir, un proceso de toma de decisiones del rumbo que debe tomar la empresa. La planificación permite el establecimiento de los objetivos que se quiere alcanzar, las metas a alcanzar, las actividades que se deben de programar para el logro continuo de los objetivos empresariales.

El principal elaborador de la planificación turística en Nicaragua es el Instituto Nicaragüense del Turismo, institución que elabora el plan estratégico para la promoción exhaustiva del turismo en Nicaragua. El INTUR promueve todos los destinos turísticos, por ejemplo tenemos: la isla de ometepe, Somoto, el puerto Salvador Allende, etc. Además promueve las actividades de fiestas patronales en Managua, la ciudad colonial la gran sultana Granada, san jerónimo en Masaya. Esta institución se encarga de la continua promoción del turismo en todos los departamentos del país altamente turísticos.

La planificación estratégica es el proceso por el cual se formula las políticas, los objetivos y las estrategias que se utilizaran en las empresas a largo plazo, la planeación estará en base de los recursos con que cuenta la organización, es decir que las estrategias se deben de adaptar a los recursos con que cuenta la empresa.

4.4.1 Planificación estratégica del turismo

La planeación estratégica del turismo es un aspecto muy importante porque permite desarrollar los objetivos y estrategias que se requiere para proyectar un destino turístico.

Como lo describe Acerenza (2006) se refiere al “proceso aplicable para la elaboración del plan estratégico general, debe decirse durante mucho tiempo” (p.74).

La planeación estratégica del turismo es la elaboración del plan estratégico. El plan estratégico consiste en la programación de los objetivos, las políticas, acciones que servirán de base para el establecimiento de estrategia que permita aportar al desarrollo del turismo en el país. Hay que destacar algo importante este plan funcionara si hay una profunda implicación de la sociedad y de las empresa para que este plan funcione eficientemente.

En muchos empresa turísticas no se utiliza el plan estratégico, ya sea por falta de tiempo o ignorancia, o porque es muy costosa o porque su estructura de organización simple no lo permite. La aplicación de administración estratégica en las empresas permite conocer la empresa sus variables externos e internos, permite diseñar estrategias que aumenten la participación del mercado en las empresas. El plan disminuye las probabilidades de fracaso de la empresa.

Existen los factores idóneos para planificar una industria turística, en el cual intervienen las decisiones de los altos gerentes para la creación del plan estratégico.

Parra y Calero (2014), menciona cuatro factores:

- a. Misión: es el propósito de la empresa turística, formular la misión de una organización equivale a enunciar su principal razón de existir.

- b. Objetivos: especifican las condiciones futuras que un directivo turístico espera lograr. Son fines generalmente cuantificables y con un horizonte temporal determinado.
- c. Estrategias: se trata de un proyecto cuya finalidad es el garantizar la consecución de la misión y objetivos de la empresa.
- d. Políticas: son orientaciones generales a la acción. Son pautas de decisiones, constituyendo unos principios generales para la actuación de los administradores. Expresan el sistema de valores, la filosofía de la directiva y la cultura de la organización, asegurando la consistencia de los comportamientos directivos, su cohesión y una mínima uniformidad dentro de un sistema organizativo. (pp.93-94).

Par la elaboración de todo plan estratégico tiene que conformarse todo estos elementos descritos anteriormente, la importancia de cada uno de ellos radica en que se necesita de cada uno de estos para crear un buen plan, que permita a la empresa realizar operaciones con eficiencia y calidad para la toma de decisiones que permita a la empresa cumplir con sus obligaciones cabe recalcar que las empresas turísticas no realizan planeación estratégica ya sea por requiere de un alto capital o por que ignora el termino de estrategia. El aplicar una planificación estratégica no quiere decir que la empresa sea exitosa sino que ayuda a que la empresa conozca los recursos con los que cuenta, el personal a cargo asimismo los recursos financieros, las fortalezas y debilidades que permitan disminuir el fracaso de la empresa.

El Instituto de Nicaragüense del turismo presentó en un hotel de Managua el Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible de Nicaragua 2010-2020, que servirá de guía para desarrollar el Turismo en el país por los próximos diez años, como un Proyecto de nación, consensuados con todos los involucrados en el sector turismo. Este Plan Nacional de Desarrollo Turístico fue trabajado y consensuado con las cámaras y gabinetes de turismo, empresarios nicaragüenses de cara a identificar los principales potenciales que tiene Nicaragua y el desarrollo que han alcanzado los principales destinos como Granada, San Juan del Sur y

León. En el plan se desarrollará una estrategia de marketing cuyo objetivo será posicionar a Nicaragua a nivel internacional, dado que el diagnóstico determina que Nicaragua es un país poco conocido a nivel internacional, este plan y esta estrategia nos da las pautas de cuáles deben ser las próximas acciones y todas las acciones que debemos desarrollar en el turismo.

4.5 Control de gestión del Turismo como actividad Empresarial

En las empresas siempre debe de haber un control de gestión que permita a las empresas administrar el curso de las actividades, como se están llevados a cabo, encontrar desviaciones, y permitir corregirse. Cabe destacar que se describirá el concepto de gestión del turismo y el grado de importancia que esta requiere en el turismo como actividad empresarial.

Según Acerenza (2000) plantea:

“La gestión del turismo es la acción y efecto de administrar el sector, por, lo tanto, el control de la gestión del turismo constituye un aspecto relevante en todo lo referente a la conducción de la actividad turística hacia el logro de sus objetivos” (p.145).

En las empresas turísticas la gestión es parte de la administración y busca que todas las actividades que se realizan se llevan a cabo y que encaminen al éxito de la empresas, por ejemplo se debe de controlar el ingresos de la empresa en concepto de ventas, se debe de controlar los inventarios, se debe de analizar la contabilidad de la empresas, para conocer las utilidades y cómo podemos responder antes las deudas y obligaciones a corto plazo. En el caso de la empresa turística, por ejemplo tenemos al hotel, posada la Abuela en la laguna de apoyo, este hotel debe de controlar la calidad de loa productos, sus ingresos diarios, la entrada de visitantes al hotel, mantener limpios sus apartamento, analizar la atención que ofrecen los empleados a sus clientes, una serie de actividades que

deben de controlarse para mejorar el servicio y ofrecer productos de calidad a los extranjeros.

Debe de haber un control de gestión que permite a la administración tener un conocimiento permanente de los resultados que se logran por medio de las acciones emprendidas y, mediante estos, evaluar y eventualmente adoptar las medidas correctivas que se estime convenientes para encaminar mejor las acciones que lleva a cabo.

Evaluar la gestión desarrollada por la administración en la conducción de la actividad turística es una tarea que debe de abarcarse en las distintas fases de dirección, de la empresa turística, por tanto hay que establecerse la diferencia entre tres niveles del control de gestión: control de gestión a nivel estratégico, a nivel direccional y operacional.

4.5.1 Control de gestión a nivel estratégico

Las empresas turísticas que aplican la planificación turística, deben de resguardar este tipo de gestión, en la elaboración de la misión, visión, objetivos, planes operativos, así como la aplicación de estrategias para ganar mercado, deben de contar con la aplicación de este tipo de control de gestión.

Según Acerenza (2000) plantea:

“El control de gestión a nivel estratégico tiene como finalidad evaluar las decisiones adoptadas por la administración en lo relativo al desarrollo de la actividad turística a largo plazo. En otras palabras, se relaciona directamente con los objetivos generales planteados para el desarrollo del sector y por ende, con las decisiones resultantes del proceso de planificación estratégica del turismo” (p.146).

Este control es basado en controlar lo antes planificado como lo son las actividades programadas, los proyectos aprobados y en ejecución, busca evaluar

las decisiones de la parte administrativa al largo plazo, es decir si se están cumpliendo los objetivos y metas establecidas para el desarrollo del turismo.

Por ejemplo en el caso del puerto Salvador Allende, este está siendo remodelado, el Instituto Nicaragüense de turismo es el principal encargado del control de gestión a nivel estratégico, se aplica porque trata de verificar el avance de la obra, y la entrada de visitantes que se tenía pronosticado, así como los ingresos de nuevas empresas al puerto, asimismo el ingreso por ventas de cada una de las empresas que la conforman. El control de gestión a nivel estratégico está directamente relacionado con las decisiones resultantes del proceso de planificación estratégica del turismo.

4.5.2 Control de gestión a nivel direccional

En lo que se refiere al control en el nivel de dirección es parte de la dirección porque trata de resguardar la organización y orden que deben de llevar las personas encargadas de ejercitar las funciones asignadas.

Según Ramírez (2000) plantea que el control de gestión a nivel direccional:

“Tiene por objeto verificar los logros que va alcanzando progresivamente la administración en la conducción del sector hacia los objetivos finales, durante el periodo de vigencia del plan nacional de turismo, mediante la ejecución de los distintos programas de acción en el campo operativo” (p.147).

La dirección busca establecer un orden para verificar que los logros de las operaciones tengan un camino directo al cumplimiento de los objetivos, la dirección establece la armonía de las funciones, es decir que se debe de estar claro de las actividades que se deben de hacer. Este nivel el turismo en Nicaragua tiene que explotarse porque hay mucho potencial turístico, es ahí donde las empresas deben aprovechar el desarrollo del turismo para introducirse y establecerse en el mercado.

Ramírez (2000) plantea:

“El control de gestión a nivel direccional se refiere al campo operativo y, por consiguiente, a verificar los resultados obtenidos con la ejecución de las acciones llevadas a cabo en los campos del marketing y la promoción turística, el fomento y desarrollo, y desde luego, con el control y evaluación de los aspectos financieros relacionados con dichas acciones” (p.183).

En la empresa turística este control se refleja en el control del marketing, es decir como es el producto, como es la promoción, la plaza o si el precio es el requerido por los turísticas, el marketing se controla conociendo el aumento que han tenido las ventas, si el cliente está satisfecho con el precio con el producto. Se debe de evaluar el grado de importancia e incidencia del marketing en la empresa dedicada al turismo. Por ejemplo se puede evaluar las mezcla de marketing que hace el hotel Barceló Montelimar beach en san Juan del sur es muy importante ya que la publicidad es muy efectiva, el lugar donde se encuentra es altamente visitada por turísticas, aunque los precios son altos se determina que el servicio es de calidad.

El control de gestión a nivel direccional tiene como finalidad controlar y evaluar las marchas de las actividades emprendidas por el organismo nacional del turismo en este caso en país tenemos al Instituto Nicaragüense del turismo (INTUR).

4.5.3 Control de gestión a nivel operacional

Este control como su terminología lo indica es basado en la operaciones concretas que se realizan en el turismo.

Según Ramírez (2000) plantea:

“El control operacional tiene como finalidad evaluar los resultados individuales logrados en la ejecución de las acciones específicas que conforman los distintos programas operativos” (p.147).

Por lo antes mencionado vemos que el control operacional consiste en evaluar los resultados que se obtienen de las operaciones de los planes operativos elaborados en la planificación turística, el control operacional determina la efectividad del cumplimiento de los programas desarrollados. Asimismo se establece la productividad de las actividades y que importantes han sido para la explotación del turismo en el país.

El principal organismo en Nicaragua que promueve el turismo es el INTUR. Este ente del estado es el principal encargado en vigilar y utilizar estos tipos de controles para el seguimiento del plan del turismo en el país que contiene un programa de actividades, de proyectos para que se ejecuten y poder explotar los sitios turísticos. Entre los principales sitios turísticos del país se encuentran el puerto Salvador Allende, la Isla de Ometepe, reserva natural Bosawas, la costa atlántica, San Juan del Sur, la ciudad colonial de Granada que es altamente turística. Cada uno de estos sitios debe darse a conocer con el fin de promover el turismo, asimismo que las empresas sean el actor principal en el turismo como actividad empresarial.

El ente regulador del turismo en Nicaragua es el Instituto Nicaragüense del Turismo que promueve el desarrollo sostenible del sector turismo como un sector prioritario en la economía de Nicaragua, equilibrando los aspectos humanos, ambientales, económicos, sociales y culturales del país, aumentando el flujo de turistas e incrementando la competitividad de las empresas, con especial énfasis en las pequeñas y medianas empresas turísticas, para contribuir con la reducción de la pobreza y el mejoramiento de la calidad de vida de los Nicaragüenses. Además es una institución del gobierno de Nicaragua, estable, autónoma y transparente que trabaja con visión de nación; con credibilidad y un alto nivel de competitividad; integrada por personal altamente calificado, que promueve, articula

y facilita eficazmente el desarrollo del sector turismo en Nicaragua, a través del trabajo coordinado con los diferentes actores que lo integran.

Conclusiones

El campo de la administración el turismo como actividad empresarial es la aplicación de los conocimientos administrativos para gestionar una empresa turística.

El turismo como actividad empresarial es el arte y ciencia de administrar la empresa turística. El medio en el cual se enfoca al turismo como una actividad empresarial. En este caso hablamos de la empresa turística. En el cual se utiliza todo el medio administrativo para su funcionamiento y estabilidad.

La administración es una herramienta fundamental que debe ser utilizada adecuadamente para el logro de los objetivos organizacionales. Por medio de una coordinación de funciones, tareas y actividades que en conjunto con las unidades permiten a las empresas trabajar eficaz y eficientemente.

El turismo es una actividad que contribuye al medio ambiente, y que se debe de aprovechar las riquezas turísticas que posee y potencializar el desarrollo del turismo, por lo que es una alternativa generadora de divisas que contribuye al desarrollo económico de los países.

En un mundo altamente globalizado las empresas tienen que adaptarse constantemente al cambio para poder sobrevivir. Y estar acorde a las nuevas tendencias que permitan mantenerla competitiva en el mercado.

La empresa turística representa el principal promotor del desarrollo del turismo del país, no tiene necesidad de una estructura compleja, sino de tener todos los recursos y factores que permitan desarrollar un servicio o producto de calidad que

satisfaga las necesidades y deseos de los turistas, para que así la empresa sea más competitiva y pueda promover constantemente el turismo en el país.

El turismo como actividad empresarial se estudia como un sistema ya que se relaciona tanto como el ambiente externo como el interno. La administración del turismo como actividad empresarial es el desarrollo de las funciones básicas de administración a la empresa turística que permite el cumplimiento de los objetivos.

Bibliografía

- Acerenza, Miguel Ángel. (2000). *Administración del turismo: planificación y dirección*. (2ª.Ed). México: Trillas
- Acerenza, Miguel Ángel. (2006). *Conceptualización, origen y evolución del turismo*. México: Trillas.
- Acerenza, Miguel Ángel. (2006). *Política turística y planificación del turismo*. México: Trillas.
- Brown Warren B.; Moberg Dennis J. (1990). *Teoría de la organización y la administración: enfoque integral*. México: Limusa.
- Chiavenato, Idalberto. (2004). *Introducción a la teoría general de la administración*. (7ª.Ed). México: Mc Graw Hill.
- Hernández Martin Raúl. (2004). *Análisis y tendencia del turismo*. México: Mc Graw Hill
- Koontz Harold; Weinrich Heinz (2004). *Administración: una perspectiva global*. (12.a Ed). Colombia: Mc Graw Hill.
- McInstuch, Robert; Goledner, Charles; Ritchie, J.R. (2000). *Turismo, planeación, administración y perspectivas*. (2ª. Ed.). México: Limusa.
- Mochón, Morcillo. Francisco. (2004). *Economía y turismo*. Madrid: Mc Graw Hill.
- Molina, E. Sergio. (2005). *Turismo: metodología para su planificación*. México: Trillas.
- Molina, E. Sergio; Rodríguez A. Sergio (2009). *Planificación integral para el turismo: enfoque para Latinoamérica*. (2.a.Ed.) México: Trillas.

La gran enciclopedia de economía. (2009). Recuperado el 12 de septiembre del 2014 de <http://www.economia48.com/spa/d/empresa/empresa.htm>

Parra, López Eduardo; Calero García Francisco (2006). *Gestión y dirección de empresas turísticas.* Madrid: Mc Graw Hill.

Ramírez, Cavassa Cesar. (2009). *Gestión administrativa para empresas turísticas.* (3ª.Ed.). México: Trillas.

Ramírez, Cavassa Cesar. (2006). *Visión integral de turismo; fenómeno dinámico universal.* México: Trillas.

Ramírez, Cavassa Cesar. (2003). *Gestión administrativa para empresas turísticas.* (2ª.Ed.). México: Trillas.

Ramírez, Cavassa Cesar. (1994). *Modernización y administración de empresas turísticas.* México: Trillas.

Robbins, Stephen P.; Coulter Mary. (2010). *Administración.* (10ª.Ed). México: Pearson.

SENA. (1985). *La empresa y los principios administrativos.* Recuperado el 25 de septiembre del 2014 de <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ciencias/sena/administracion/la-empresa-y-los-pricipios-administrativos/empresa2.htm>

Stoner, R. James; Freeman, R. Edward. (1996). *Administración.* (6ª Ed). Pearson: México.

Stoner, R. James; Wankel Charles. (1989). *Administración.* (5ª.Ed). México: Prentice-Hall hispanoamericana

SENA. (1985). *La empresa y los principios administrativos.* Recuperado el 25 de septiembre del 2014 de <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ciencias/sena/administracion/la-empresa-y-los-pricipios-administrativos/empresa2.htm>

<http://www.eumed.net/rev/turydes/09/jam.htm>