

UNIVERSIDAD DE CIENCIAS COMERCIALES

UCC SEDE MANAGUA



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

Plan de empresa: centro de capacitación para turismo accesible “todos podemos hacer turismo” CENTRAC

Elaborado por:

Msc. Nelson Manzanares

Tutor:

Msc. Carlos Antonio Leal Saballos

Managua. Diciembre 2023

Índice de Contenido

1. RESUMEN.....	5
2. INTRODUCCION.....	7
3. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN	10
ANTECEDENTES Y CONTEXTO DEL PROBLEMA	10
OBJETIVO GENERAL	24
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	24
DESCRIPCION DEL PROBLEMA Y PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN	25
JUSTIFICACIÓN	26
LIMITACIONES	27
Variables	28
Hipótesis.....	28
Marco Contextual.....	29
4. MARCO TEORICO	46
ESTADO DEL ARTE	46
Teorías y conceptualizaciones asumidas	47
5. Diseño Metodológico	55
Tipo de investigación.....	55
Población y selección de la muestra	55
Técnicas e instrumentos de recolección de datos utilizados	55
Confiabilidad y validez de los instrumentos.....	55
Procedimientos para el procesamiento y análisis de datos	56
Análisis de datos y Resultados.....	57
6. Conclusiones	148
7. Recomendaciones	149
8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	150
9. Anexos.....	153

Índice Figuras

Figura 1.....	12
Figura 2.....	16
Figura 3.....	35
Figura 4.....	39
Figura 5.....	68
Figura 6.....	140

Índice Tablas

Tabla 1.....	14
Tabla 2.....	19
Tabla 3.....	39
Tabla 4.....	44
Tabla 5.....	46
Tabla 6.....	63
Tabla 7.....	66
Tabla 8.....	68
Tabla 9.....	71
Tabla 10.....	146

1. RESUMEN

El Centro de Capacitación Turismo para Todos (CCTT) pretende impartir una formación a los centros y establecimientos turísticos General y también tocar temas a los que estén preparados a atender personas con discapacidad.

Las personas con capacidades diferentes constituyen un colectivo relevante de la población Mundial, tiene tendencia a crecer por el proceso que se registra en algunas regiones y la incidencia de las enfermedades o por accidente. La Organización Mundial de la Salud estimó (2015) en unos mil millones el número de personas con discapacidad, un 15% de la población total. Este informe refleja que año con año el aumento del desplazamiento de personas especiales va en aumento.

El centro planea capacitar en general, pero también tocar temas de discapacidad para un segmento emergente de la demanda turística. Hay un amplio consenso en que es una demanda que se caracteriza por ser: creciente, multicitiente ya que cada persona discapacitada suele viajar acompañada, potenciadora de la imagen del destino, no estacional especialmente en el turismo de playa, y capaz de generar ingresos por encima de la media del turismo convencional.

Es por ello la buena voluntad de contribuir a la mejora de las condiciones de vida de las personas con capacidades diferentes y también del público en General, a través de la creación de un centro de capacitación turismo para todos Desde la percepción y experiencia profesional, se considera que existe una gran carencia en capacitar y sensibilizar a los empresarios del sector turístico a nivel nacional, en las actividades que impliquen el desplazamiento de personas con discapacidad física y mental. Dentro del desarrollo turístico a nivel nacional, se ha constatado que el sector al cual nos referimos, básicamente, no existe. Por ello, unimos esfuerzos, experiencias y conocimientos para involucrar profesionales especialistas en esta temática, tan importante para la economía de Nicaragua

La principal característica del Centro de Capacitación Turismo para Todos es brindar servicios de formación para resolver los problemas de atención, movilidad y accesibilidad en los medios y servicios turísticos y la capacitación en temas regulares. Este centro se desarrollará a través de un plan de capacitación con las empresas y los diferentes organismos que velan por el proceso de las personas con capacidades diferentes. Los servicios brindados por el CCTT serán de alto nivel, interviniendo otros actores que se comprometan con la misión del mismo (ingenieros, arquitectos, letrados, profesionales de la actividad turística, etc.) a través de instrumentos tales como cursos de formación, elaboración y distribución de manuales de buenas prácticas, dinámicas de aprendizaje, etc. Así mismo, a largo plazo, la creación e innovación de una certificación que permita reconocer a los diversos establecimientos capacitados para recibir y atender este segmento de la demanda, y que, a su vez, dicha certificación, proyecte la imagen de hospitalidad de Nicaragua como marca país a nivel nacional e internacional.

Este Informe, fruto del Acuerdo, se ha elaborado desde una óptica de oferta. Tiene en cuenta las necesidades de mercado que genera la demanda del turismo para todos y la sostenibilidad de la producción de bienes y servicios que se crean para hacer posible la accesibilidad. El CCTT, velará además por la aplicabilidad de las leyes que rigen al país en pro y beneficio de las personas con capacidades diferentes sin dejar de capacitar para el turista regular, a través de la capacitación con temas de importancia, enseñando y explicando acerca de las normas que están dirigidas a la buena atención, seguridad y accesibilidad de quienes lo requieren.

2. INTRODUCCION

El objetivo del presente trabajo es elaborar un plan de capacitación para empresas y determinar la viabilidad técnica y económica para el posicionamiento de un centro de capacitación de turismo accesible a todos incluyendo temas enfocados en personas con discapacidad.

El turismo es en la actualidad un elemento incorporado a la forma de vida de una parte importante de la sociedad. Tiene un peso notable en la economía de muchos países y es uno de los primeros capítulos del comercio internacional. Además, cumple una creciente función en la comunicación y conocimiento entre las personas. Por su naturaleza y efectos es una actividad que debe estar al alcance de todos los ciudadanos.

La aplicación universal del principio de igualdad de oportunidades ha llevado a que tanto las directrices y resoluciones emanadas de las instituciones internacionales, como las normas positivas de los países, aseguren que el turismo es un derecho de todos los ciudadanos y garanticen la supresión de las barreras que permitan el ejercicio de esos derechos.

El turismo para todos es una demanda social generalizada desde los poderes públicos y las empresas de alguna manera vinculadas a la prestación de servicios turísticos. Las personas con discapacidades o con necesidades especiales son ciudadanos de pleno derecho en los estados, un segmento de demanda turística progresivamente relevante para los empresarios del sector y un factor de diversificación de destinos y productos en las estrategias de desarrollo turístico.

La visión del turismo planteada en este proyecto promueve la puesta en marcha de un proceso de capacitación entre las distintas partes interesadas del sector para que las personas con necesidades especiales de accesibilidad puedan disfrutar, con

autonomía y dignidad, de los productos, servicios y medios turísticos pensados para todas las personas.

El crecimiento exponencial del sector turístico a lo largo de las últimas décadas ofrece oportunidades ilimitadas en los ámbitos del desarrollo socioeconómico y la creación de empleo, pero plantea también retos significativos. Junto con la preocupación por la sostenibilidad económica y ambiental, debemos recordar constantemente que no todos los segmentos de la sociedad pueden disfrutar aún por igual de los atractivos, instalaciones y servicios turísticos.

Por tanto se hace necesario realizar un plan de empresa de un centro de capacitación en turismo accesible para todas las personas, además de voluntad, que es crucial, es preciso también acumular conocimientos y forjar asociaciones sólidas entre los responsables públicos, el sector privado y las organizaciones de personas con capacidades diferentes que permitan desarrollar habilidades que pueden satisfacer la demanda de los servicios prestados en las diversas áreas de las empresas del sector turístico, hotelero y hostelero y de sus actividades afines.

El alcance de este documento incluye la determinación en capacitar y sensibilizar a los empresarios del sector turístico, en las actividades que impliquen el desplazamiento de personas con discapacidad física, mental y otros. Dentro del desarrollo turístico a nivel nacional, se demuestra que dicha formación, básicamente, no existe. Por ello, se unen esfuerzos, experiencias y conocimientos para involucrar a los profesionales en esta temática, tan importante para la economía de Nicaragua como también para la creación de un modelo de innovación como es un centro de capacitación en donde se puede realizar actividades y explicar con hechos las necesidades del sector desde el punto de vista de innovar y crear diversos sistemas que permitan a las personas con capacidades diferentes tener un lugar o un espacio donde ellos puedan sentirse satisfechos del servicio que se les brinde en las distintas áreas como: hoteles, restaurantes y centro turísticos tanto en las zonas rurales como urbanas.

En cuanto a las limitaciones previstas para la elaboración del plan, son nulas en vista que se ha creado una red de informadores que permitirán suministrar documentación de gran importancia y que se nutrirá de información para acreditar sus conocimientos y su correspondiente actualización.

3. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

ANTECEDENTES Y CONTEXTO DEL PROBLEMA

Nicaragua ha experimentado un crecimiento económico sostenido como resultado del manejo disciplinado de sus políticas fiscales, financieras, monetarias y cambiarias.

La legislación y procedimientos administrativos relacionados a negocios han contribuido a un fuerte ingreso de inversión extranjera en los últimos años. Más aún, el excelente desempeño económico de Nicaragua ha sido reconocido por el Fondo Monetario Internacional (FMI) a través de una serie de revisiones durante los últimos años.

En la más reciente revisión en marzo de 2015, el FMI destacó que "El desempeño económico reciente de Nicaragua ha sido favorable"; además se enfatizó que "El manejo prudente de las políticas macroeconómicas se convertirán en perspectivas favorables a corto y mediano plazo".

Generalidad del macro entorno económico:

En 2015, la economía nicaragüense mostró un desempeño económico positivo, caracterizado por el crecimiento de la actividad económica y el empleo, estabilidad de precios, sostenibilidad fiscal y sanidad del sistema financiero. Lo anterior se desarrolló en un contexto de bajos precios internacionales del petróleo, que conllevó al buen desempeño de la actividad económica en su conjunto, mientras que la tendencia a la baja en los precios de materias primas, afectó la dinámica del sector exportador nacional.

La actividad económica creció un 4.9% en 2015, impulsada por la demanda interna, tanto formación bruta de capital como consumo. Las respuestas por el enfoque de la producción provinieron principalmente de las actividades servicios y comercio, construcción y agrícola, los que determinaron la evolución de la economía nicaragüense. Así, los mayores aportes al crecimiento económico provinieron de servicios y comercio con 2.7 puntos porcentuales, seguido de la actividad de construcción con 1.3 puntos porcentuales, y las actividades de agricultura, pecuario y silvicultura con 0.6 puntos porcentuales.

Consistente con el desempeño del producto interno bruto (PIB), el salario y el empleo continuaron mostrando una evolución positiva y sostenida. Así, de acuerdo con los datos del instituto nicaragüense de seguridad social (INSS), el salario nominal promedio de sus afiliados creció 6.3% (2.2% en términos reales), asociado a los ajustes salariales otorgados durante el año, en particular a los trabajadores de los sectores de educación y salud.

En cuanto a la afiliación al INSS, esta estuvo en línea con la dinámica económica, registrando un promedio de 773.409 personas, lo que representó un crecimiento del empleo formal de 8.9%, el más alto de los últimos siete años. Los sectores que más afiliados captaron en promedio fueron comercio, hoteles y restaurantes y el sector financiero.

La economía mundial se distinguió por un desempeño moderado de las economías desarrolladas, entre las que sobresale Estados Unidos, y una ralentización de las economías emergentes y en desarrollo, destacando la desaceleración de la economía China y la recesión de Brasil y Rusia. De esta forma, según el FMI, el producto mundial creció 3.1% en 2015.

En este contexto internacional, los objetivos de la política comercial de Nicaragua durante 2015 estuvieron enfocados en el crecimiento y diversificación de la oferta exportable nacional con mayor valor agregado; facilitación del comercio; acceso a mercados mediante las negociaciones de nuevos acuerdos comerciales; y el aprovechamiento de los Tratados de Libre Comercio (TLC) vigentes. Cabe destacar que se iniciaron las negociaciones para la firma de un TLC entre Centroamérica y Corea del Sur y el proceso de preparación para establecer negociaciones bilaterales con Perú. Además, se avanzó en el proceso de adhesión a la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI) y, en el marco de la Integración Económica Centroamericana, se aprobaron iniciativas para la facilitación del comercio.

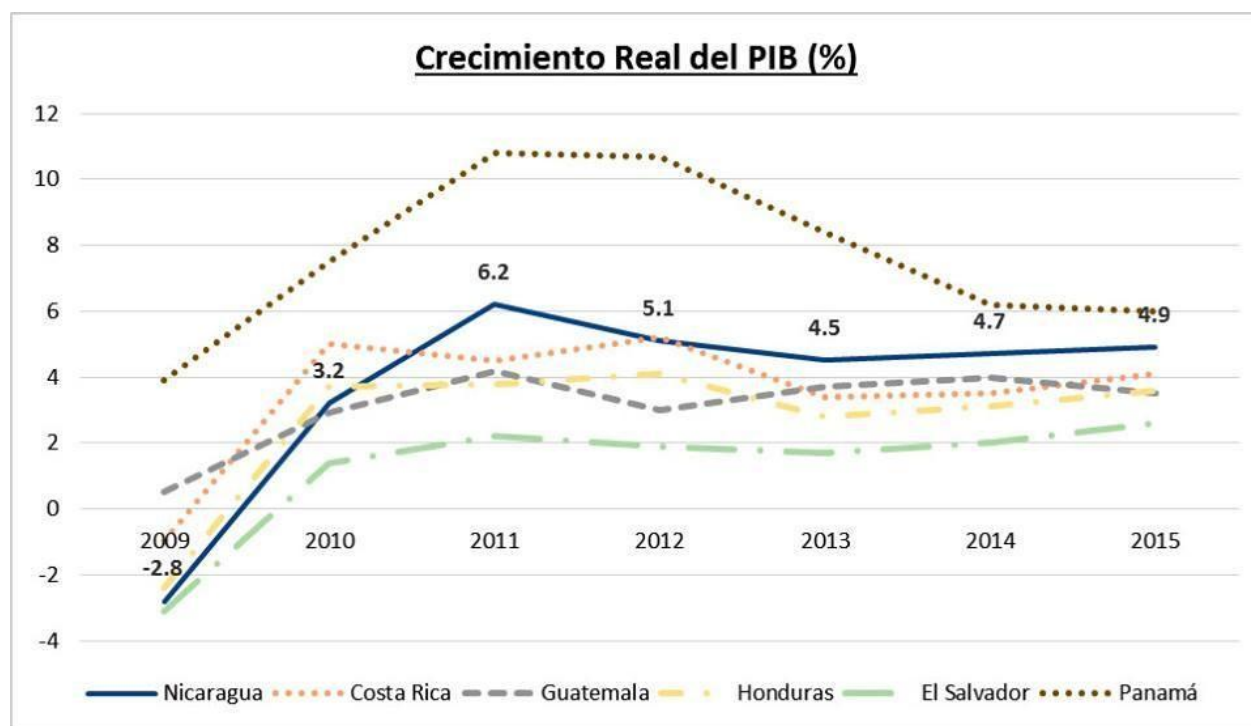
Producto interno bruto:

La actividad económica supuso un crecimiento que fue impulsado por la demanda interna, explicado principalmente por el aumento en la formación bruta de capital (FBK) y del consumo. Por el lado de la oferta, se destacaron principalmente las actividades servicios y comercio, construcción y agrícola. Lo anterior se desarrolló en un contexto de estabilidad macroeconómica y bajos precios internacionales del petróleo y materias primas que conllevaron al buen desempeño de la actividad económica en su conjunto.

Por parte del Ministerio de Transporte e Infraestructura (MTI), sobresalieron obras de ingeniería civil como la rehabilitación y construcción de carreteras, puentes y caminos en zonas urbanas y rurales. A su vez, el Ministerio de Salud (MINSA) mostró un notorio crecimiento en proyectos de construcción y rehabilitación de hospitales y puestos de salud. La empresa nacional de transmisión eléctrica (ENATREL) continuó con la expansión de proyectos de energía eléctrica a nivel nacional. Finalmente, en la Alcaldía de Managua (ALMA) se destacaron obras de mejoramiento vial, rehabilitación de parques y paradas de buses, obras de drenaje, mejoramiento de andenes y aceras y el desarrollo de establecimientos de explotación turística.

Durante los cinco últimos años, Nicaragua ha sido el segundo país de Centro América que ha tenido el mayor crecimiento del PIB, después de Panamá.

Figura 1: PIB



Fuente: ProNicaragua, sección económica.

Exportaciones Totales de Mercancías y Servicios a Nivel Nacional:

Los objetivos de la política comercial durante 2015 continuaron enfocados en el crecimiento y diversificación de la oferta exportable nacional con mayor valor agregado, facilitación del comercio, acceso a mercados mediante las negociaciones de nuevos acuerdos comerciales y el aprovechamiento de los TLC vigentes. Asimismo, otro de los objetivos priorizados de la política comercial fue el abastecimiento de bienes de consumo básicos para la población a precios razonables.

Durante el año se destacaron acciones de comercio relacionadas con el crecimiento y diversificación de la oferta exportable {Informe “Acciones de Política Comercial 2015 preliminar”, Ministerio de Fomento, Industria y Comercio (MIFIC)}.

Zona franca:

El valor total de exportación del régimen de zona franca fue de 2,475,3 millones de dólares, equivalente a una contracción de 1.4%. La caída en valor se derivó principalmente de menores ventas de productos pesqueros y textiles, este último como resultado del vencimiento de preferencias arancelarias en la industria textil nacional. Este resultado fue contrarrestado parcialmente por el dinamismo en las exportaciones de tabaco, calzado y Arneses.

Tabla 1: Indicadores Macroeconómicos

Conceptos	2011	2012	2013	2014	2015
Cuenta corriente (<i>% del PIB</i>)	(12.1)	(10.5)	(10.9)	(7.7)	(8.2)
Exportaciones de mercancías fob	2,251.	2,671.8	2,436.2	2,632.7	2,421.7
Exportaciones de bienes de zona	2,108.	2,144.5	2,342.5	2,510.2	2,475.2
Importaciones de mercancías fob	4,863.	5,420.9	5,225.4	5,452.9	5,434.2
Importaciones de bienes de zona	1,491.	1,357.0	1,462.4	1,492.9	1,641.3
Ingresos de inversión extranjera	936.3	1,243.5	1,354.8	1,449.6	1,221.7
Remesas familiares	911.6	1,014.2	1,077.7	1,135.8	1,193.4

Fuente: Informe anual BCN 2015

En lo que respecta a los destinos de las exportaciones de zona franca, Estados Unidos y México continuaron siendo los principales mercados, con una captación de 70.7% y 17.9%, respectivamente. El resto de estas exportaciones se dirigió hacia Honduras, España, Taiwán, República Dominicana y Canadá, principalmente.

Exportaciones:

El valor de las exportaciones totalizó 2,421.7 millones de dólares en 2015, el cual fue determinado por menores volúmenes exportados y menores precios contratados. Ambos efectos derivaron en una contracción del 8% en el valor total exportado. Este resultado fue parcialmente compensado por el mayor valor exportado en los productos pesqueros.

Las exportaciones de productos agropecuarios totalizaron 730,9 millones de dólares, registrando una contracción en valor de 4.1%. Entre los productos agropecuarios, las ventas de café mostraron una contracción de 0.8%, alcanzando 392,3 millones de dólares, inducidas por una reducción en el volumen exportado (192,5 miles de quintales menos), a pesar del mayor precio promedio contratado (7.5%). Cabe mencionar que las ventas de café son las más importantes del sector agropecuario en términos de valor, las cuales representaron 53.7% del valor total exportado de los productos agropecuarios.

En las exportaciones de servicios destacaron los flujos provenientes de servicios de manufactura e ingresos por turismo; mientras que en las importaciones de servicio sobresalieron pagos de transporte y fletes y egresos asociados al gasto de nicaragüenses en el exterior. El desempeño del sector manufactura fue explicado por menores ventas en la mayoría de los productos, especialmente azúcar (-26.3%) como consecuencia de condiciones climáticas adversas. Este resultado fue parcialmente

compensado por las exportaciones de lácteos, que crecieron 11.2%. Asimismo, las exportaciones de manufactura y minería registraron contracciones en los valores exportados, provocadas por la baja en los precios contratados y por los menores volúmenes transados en la mayoría de sus productos, principalmente azúcar y oro. Los cinco principales productos de exportación en términos del valor (millones de dólares) representaron 63.4% del valor total exportado:

Respecto a los mercados por continente, el primer lugar lo ocupó América, donde se exportó el 83.1% del valor total exportado. En particular, las exportaciones hacia Centroamérica representaron 23.4% del valor total exportado, al captar 566,9 millones de dólares y crecer 4.4%. Los principales productos exportados hacia la región fueron carne, queso, frijol y ganado.

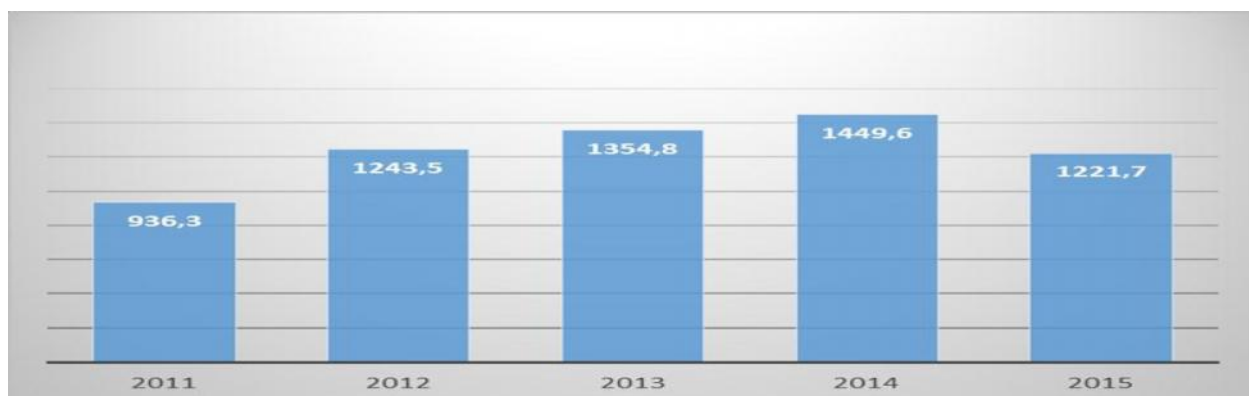
Las exportaciones hacia los países europeos representaron 10.2% del valor total exportado, mientras que la Unión Europea captó 9.7% de las exportaciones totales; los principales países son descritos en el gráfico 6. El valor de las exportaciones hacia la Unión Europea alcanzó 234,5 millones de dólares, superior en 18,4 millones de dólares (8.5%) respecto a lo exportado en 2014. Los principales productos exportados fueron café, maní, camarón, langosta y azúcar.

Finalmente, las exportaciones hacia los países asiáticos totalizaron 119,9 millones de dólares, las cuales representaron 5% del valor total exportado. Las exportaciones se destinaron principalmente hacia Taiwán (US\$ 61.0 millones), China (US\$ 19.3 millones) y Japón (US\$ 16.1 millones).

Ingresos de Inversión Extranjera Directa (IED):

El Banco Central de Nicaragua (BCN), publicó en su Informe Anual, los principales indicadores económicos, donde señalan que Nicaragua cerró el 2015 con 1,221.7 millones de dólares en IED.

Imagen 2: Evolución del IED



Fuente: Informe anual BCN 2015, elaboración propia

Estos resultados reflejan la existencia de un clima de estabilidad y seguridad, respaldado por un marco legal para las inversiones jurídicas. Nicaragua ha logrado una mayor diversificación de los destinos de inversión

Inflación acumulada:

La inflación acumulada a diciembre 2015 se ubicó en 3.10%, siendo el resultado más bajo de los últimos seis años y el segundo más bajo desde 1976.

Este nivel de inflación fue principalmente consecuencia de los bajos precios internacionales, tanto del petróleo y sus derivados, como de alimentos, los cuales se trasladaron posteriormente, por encadenamiento, hacia el resto de precios de la economía.

A nivel doméstico, tres factores contribuyeron a la estabilidad de precios de este año: Primero, el esquema cambiario de devaluaciones preanunciadas de 5% anual continuó manteniendo las expectativas inflacionarias ancladas, especialmente en los precios de bienes y servicios de menor volatilidad incluidos en la canasta del índice de precios al consumidor (IPC).

No obstante, esto se vio compensado por una buena producción de alimentos en la región del Caribe y las zonas húmedas de la región central, donde las lluvias fueron normales.

Finalmente, el tercer factor fue la continuidad de la política de subsidios del gobierno hacia ciertos servicios públicos (agua, energía eléctrica y pasaje interurbano), acompañada de la política de estabilización de precios en los granos básicos, las cuales ayudaron a mitigar las presiones inflacionarias.

La inflación es una variable económica importante para conocer la salud de la economía de un país. De esta forma, un ambiente macroeconómico estable, caracterizado por una inflación baja y controlada, incentiva la inversión y la colocación eficiente de recursos en la economía, permitiendo un crecimiento económico sostenido. En conclusión, la baja cifra de la inflación durante 2015 se debió principalmente a la caída de los bienes más volátiles que conforman la canasta del IPC. Este comportamiento respondió en parte a la disminución de los precios de los hidrocarburos y de los productos alimenticios a nivel

internacional, así como a la apreciación del dólar en los mercados de divisas externos. Finalmente, el comportamiento de las precipitaciones, la política de subsidios y la devaluación cambiaria, contribuyeron a mantener la estabilidad de los precios domésticos.

Reservas Internacionales Brutas

Las RIB continuaron fortaleciéndose durante 2015, alcanzando niveles históricos; este comportamiento ascendente de las reservas estuvo en línea con el desempeño de la actividad económica nicaragüense, la coordinación entre la política monetaria y fiscal, y el dinamismo observado en el sistema financiero del país.

Al cierre del año, las RIB totalizaron 2,492,3 millones de dólares, lo que representó un incremento de 216,1 millones de dólares respecto al cierre de 2014. Esta acumulación de reservas permitió mantener una adecuada cobertura para hacer frente a los compromisos de corto plazo del país.

Los principales flujos de divisas que contribuyeron al aumento de las reservas fueron desembolsos de préstamos y donaciones externas a favor del Gobierno (US\$ 389,9 millones) e ingresos netos de intereses sobre los depósitos e inversiones en el exterior (US\$ 13,4 millones). Lo anterior fue parcialmente contrarrestado por el pago de servicio de la deuda pública externa y los retiros netos que realizaron los bancos comerciales y el Gobierno.

Economía y empleo:

En 2015, tras no haberse logrado el consenso tripartito, entre trabajadores, empresarios y gobierno, el Ministerio del Trabajo (MITRAB), a través del Acuerdo Ministerial ALTB-

01-02-2015 “Sobre la aplicación de los salarios mínimos aprobados por el Ministerio del Trabajo”, fijó nuevamente el ajuste al salario mínimo para las diferentes actividades económicas. El ajuste se basó en el análisis de indicadores económicos y en las posibilidades de financiamiento presupuestario, consistente con la evolución económica real.

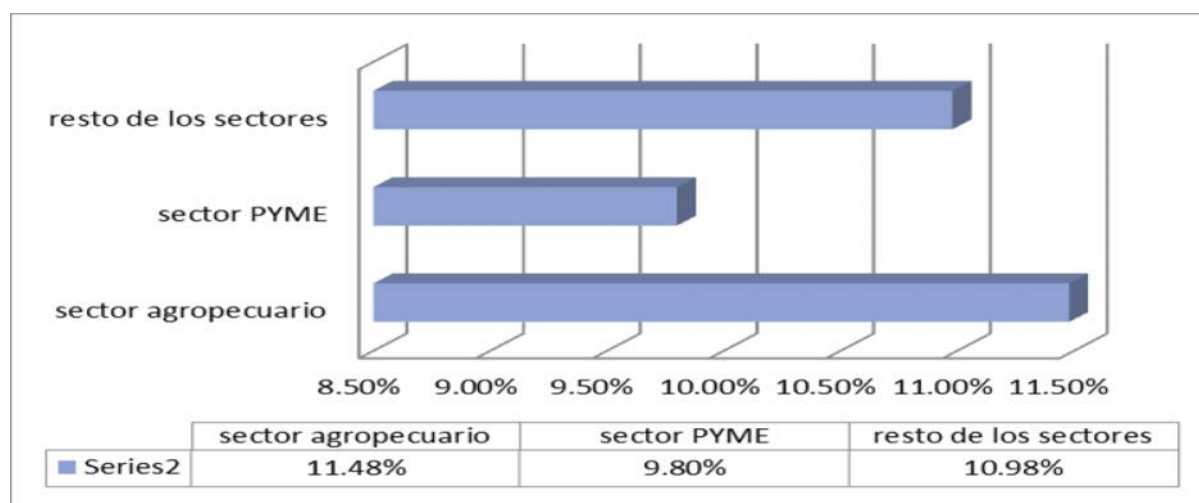
Tabla 2: Salario Mínimo 2015

Salario mínimo oficial-mensual <i>(córdobas)</i>				
	mar-14	sep-14	mar-15	sep-15
Agropecuario	2,705.11	2,850.78	3,014.41	3,187.43
Pesca	4,142.53	4,355.24	4,594.34	4,846.57
Minas y canteras	4,892.89	5,144.13	5,426.54	5,724.46
Industria manufacturera	3,663.25	3,851.35	4,062.79	4,285.84
Industria zona franca	4,004.63	4,004.63	4,325.01	4,325.01
Electricidad, gas y agua	4,997.08	5,253.68	5,542.11	5,846.37
Construcción	6,096.93	6,410.00	6,761.91	7,133.14
Comercio, hoteles y restaurantes	4,997.08	5,253.68	5,542.11	5,846.37
Transporte y comunicaciones	4,997.08	5,253.68	5,542.11	5,846.37
Financiero	6,096.93	6,410.00	6,761.91	7,133.14
Servicios comunales, sociales y pers.	3,819.31	4,015.43	4,235.88	4,468.43
Gobierno Central y Municipal	3,397.46	3,571.91	3,768.01	3,974.87
Fuente: MITRAB.				

Así, el MITRAB estableció incrementos al salario mínimo como lo muestra la tabla 2. Dichos incrementos se aplicaron por partes iguales en cada semestre del año, según lo establecido en la Ley 625 “Ley de Salario Mínimo”, y fueron aplicados en los meses de marzo y septiembre de 2015.

El ajuste al salario mínimo para los trabajadores de zona franca, se efectuó con base en lo acordado en la Comisión Tripartita de Zonas Francas, para el período 2014-2017. Este incremento fue de 8% anual, vigente a partir del primero de enero de 2015.

Imagen 3: Incrementos al Salario Mínimo



Fuente: MITRAB

El incremento del salario mínimo en el sector construcción se aplicó solamente para la clasificación de ayudante. Por su parte, las categorías especializadas de oficiales de construcción (carpinteros, albañiles y armadores) se rigen por un acuerdo negociado entre empleadores y representantes de los trabajadores. Para 2015, el incremento salarial establecido en el acuerdo ministerial ALTB-02-09-2015 “Sobre los nuevos salarios en el sector construcción”, fue de 7%, vigente a partir del 30 de septiembre.

Asimismo, en el sector público, con el objetivo de seguir avanzado en la corrección de rezagos salariales, se destinó un incremento salarial de 9% para trabajadores educación, 8% para salud, y 5% para el resto de servidores públicos. Finalmente, con el objetivo de proteger el poder adquisitivo de las familias nicaragüenses, se continuó con la política de estabilización de precios, subsidio al consumo de la energía eléctrica, y al transporte colectivo, entre otros.

El sector que más afiliados capturó fue comercio, hoteles y restaurantes, que aumentó en 20,531 afiliados, como resultado de la apertura y expansión de instalaciones comerciales, y del buen desempeño del sector turístico y hotelero. Asimismo, el grupo de sector financiero registró un crecimiento promedio de 8,797 afiliados, debido principalmente al desempeño del componente actividades inmobiliarias, empresariales y alquiler.

Salario

En 2015, el salario nominal promedio según los registros de afiliación al INSS, creció 6.3%, como resultado de la dinámica favorable de la actividad económica y los ajustes salariales otorgados durante el año. Asimismo, el salario nominal promedio de los trabajadores del Gobierno Central (GC) aumentó 7% lo cual estuvo asociado, principalmente, al incremento salarial a los trabajadores del sector educación y salud.

A nivel sectorial, el salario real de los afiliados al INSS mostró un comportamiento disímil entre sectores. La mayoría de los sectores experimentaron incrementos en el poder adquisitivo de los salarios, a excepción de la minería, comercio, hoteles y restaurantes. Las actividades que alcanzaron mayor incremento en el salario real.

Economía:

El Presidente del Consejo Superior de la Empresa Privada (COSEP), José Adán Aguerrí sostuvo: “Hemos visto que, en Nicaragua, contrario a lo que está sucediendo en la región Latinoamericana, ha aumentado el ahorro y la inversión; y esto nos permite ver estos buenos indicadores de crecimiento han hecho los organismos económicos internacionales”. A modo de sinopsis, presentamos la tabla 3 con indicadores significantes de la economía nicaragüense y su evolución estos tres últimos años.

OBJETIVO GENERAL

-) Elaborar un plan de empresa para determinar la viabilidad técnica y económica para el posicionamiento de un centro de capacitación de turismo accesible.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

-) Desarrollar un diagnóstico sectorial acorde a las necesidades del mercado del Turismo.
-) Determinar la segmentación de los mercados a fin de poder promover los diversos cursos que serían del interés para el desarrollo de un turismo accesible.
-) Proponer un plan de capacitación acorde a las necesidades del mercado

DESCRIPCION DEL PROBLEMA Y PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

El turismo es en la actualidad un elemento incorporado a la forma de vida de una parte importante de la sociedad. Tiene un peso notable en la economía de muchos países y es uno de los primeros capítulos del comercio internacional. Además, cumple una creciente función en la comunicación y conocimiento entre las personas. Por su naturaleza y efectos es una actividad que debe estar al alcance de todos los ciudadanos. La aplicación universal del principio de igualdad de oportunidades ha llevado a que tanto las directrices y resoluciones emanadas de las instituciones internacionales, como las normas positivas de los países, aseguren que el turismo es un derecho de todos los ciudadanos y garanticen la supresión de las barreras que permitan el ejercicio de esos derechos.

El turismo para todos es una demanda social generalizada desde los poderes públicos y las empresas de alguna manera vinculadas a la prestación de servicios turísticos. Las personas con discapacidades o con necesidades especiales son ciudadanos de pleno derecho en los estados, un segmento de demanda turística progresivamente relevante para los empresarios del sector y un factor de diversificación de destinos y productos en las estrategias de desarrollo turístico.

¿Es viable el Centro de Capacitación para Turismo Accesible “Todos podemos hacer turismo” CENTRAC?

JUSTIFICACIÓN

Los centros de capacitación forman parte de un proceso permanente de adquisición de competencias profesionales orientado a un mejor desempeño de la persona en el trabajo, mejorando la empleabilidad, la construcción de la ciudadanía y el desarrollo personal y social.

Este es un proceso articulado entre sus diversos ámbitos, tipos, niveles, modalidades y formas de gestión (pública y privada). Es de carácter polivalente y flexible, basado en una estrategia de demanda y adaptable a los dinámicos cambios socioeconómicos y tecnológicos, pero así mismo, dicha estrategia debe ser creativa en sus actividades.

Las capacitaciones se conciben como un sistema articulado entre los distintos actores sociales involucrados, donde el estado tiene un rol promotor, normativo, regulador y concertador. El rol del estado sostiene la importancia del desarrollo gradual de un mercado regulado de servicios de formación profesional y capacitación laboral.

Se necesita, por tanto, establecer gradualmente estrategias integradoras (articuladoras) en lo que respecta a las políticas de empleo y de formación profesional; así como a los sectores de educación y de trabajo. En este orden de ideas, se establece, de manera concertada, competencias y roles definidos para los diversos sectores.

Finalmente, se considera que la capacitación profesional, la innovación y el desarrollo tecnológico, deben ser analizados en forma integrada, a través de redes de

trabajo. Con la finalidad de sistematizar la información sobre prospectiva tecnológica sectorial y requerimientos de formación.

LIMITACIONES

Las limitaciones previstas para la elaboración del plan, son nulas en vista que se ha creado una red de informadores que permitirán suministrar documentación de gran importancia y que se nutrirá de información para acreditar sus conocimientos y su correspondiente actualización.

La Formación Profesional en Nicaragua ha sufrido transformaciones muy profundas en toda su existencia. La capacitación es determinante para poder enrumbar las líneas estratégicas institucionales al cumplimiento de las metas proyectadas. El argumento es simple, pero determinante, dado que personal mejor entrenado se traduce en personal más efectivo, eficiente y enfocado en cumplir con los estándares de atención al cliente y gestión en todos los niveles.

Haciendo un análisis generalizado a nivel nacional más del 99.99% de los centros de capacitación se enfocan a un perfil administrativo financiero y a un recurso de brindar cursos exclusivos en la atención al cliente, liderazgo e inteligencia emocional.

El crecimiento de la Formación Profesional en Nicaragua se fortaleció con la creación del Instituto Nacional de Aprendizaje (INA), mediante Decreto del año 1967. Éste se constituyó como un organismo adscrito al Ministerio del Trabajo.

Posteriormente, se fundaron los siguientes centros de aprendizaje: Instituto Tecnológico de Granada (INTECNA) – 1969

Instituto Técnico La Salle de León –

1970

Centro Juvenil Don Bosco de Managua –

1970

Instituto Técnico Cristóbal Colón de Bluefields –

1972

A pesar de la creación del INA y los demás centros de educación técnica, la formación profesional en el país carecía de suficiente cobertura, tomando en cuenta las necesidades nacionales y la incipiente industrialización agropecuaria.

La Educación Técnica en ese entonces era dirigida por el Ministerio de Educación, con el objetivo de crear fuerza de trabajo necesaria para los sectores productivos y de servicio del país.

Variables

Diagnóstico sectorial

Segmentación de los mercados

Plan de capacitación

Hipótesis

Centro de Capacitación para Turismo Accesible “Todos podemos hacer turismo”
CENTRAC es viable

Marco Contextual

Factores Políticos

Estabilidad política en Nicaragua:

Nicaragua sin duda alguna para muchos empresarios extranjeros, es el país de Centroamérica que brinda las mejores oportunidades para invertir en muchas áreas y particularmente en el turismo: el inversionista norteamericano Michael Kent Cobb, presidente fundador del grupo Gran Pacífica Resort, afirmó que su grupo empresarial está trabajando fuertemente en presentar la Nueva Nicaragua en el mercado turístico internacional, sobre todo la Nicaragua que tiene la mejor seguridad ciudadana, la de mucha estabilidad social, la que promueve leyes para proteger al inversionista.

En el informe del Banco Mundial, consta que la estabilidad macroeconómica de Nicaragua ha permitido que el Gobierno adapte sus decisiones, desde unas de corto plazo para sortear la crisis, a estrategias pioneras de más largo plazo para combatir la pobreza, especialmente en las zonas rurales. El respaldo de la Asociación Internacional de Fomento (AIF), el fondo del Banco Mundial para los países más pobres, ha sido clave para que este cambio sea una realidad.

El reporte sobre la economía de Nicaragua presentado por una misión técnica del FMI, que visitó al país en octubre de 2015, ratificó que la política económica mantiene la estabilidad del tipo de cambio y de una baja presión inflacionaria.

El analista económico internacional Peter Tase, elaboró un amplio reportaje sobre el dinamismo y el potencial económico de Nicaragua, los avances en la lucha contra el

hambre y la pobreza, la política de alianzas del Gobierno Sandinista con empresarios y trabajadores, y el compromiso por continuar manteniendo la paz, seguridad y prosperidad para todas y todos los nicaragüenses.

Según el resumen Standard & Poor's (s.f.) asigna calificaciones soberanas de 'B+' y 'B' a Nicaragua; la perspectiva es estable:

La República de Nicaragua tiene un bajo ingreso per cápita, una limitada flexibilidad en su política monetaria y está sujeta a shocks externos. Nicaragua también cuenta con bajos niveles de deuda y de servicio de deuda del gobierno general y con un sistema político estable. Asignamos nuestras calificaciones soberanas de largo y corto plazo en moneda local y extranjera de 'B+' y 'B', respectivamente, a Nicaragua. La perspectiva es estable, lo que refleja nuestra expectativa de que Nicaragua mantenga un perfil de deuda favorable debido a déficits fiscales moderados, un buen acceso a fuentes de financiamiento oficial, y un sólido crecimiento del PIB por encima del 4%.

Quizás lo más importante ha sido la redistribución de las riquezas del país, que llega a todos, incluso a los más empobrecidos, mediante programas sociales, entre ellos Crisol, para producción de alimentos agropecuarios; Techo, donación de láminas de zinc y clavos; Operación Milagro, atención oftalmológica, con intervenciones quirúrgicas; Bono productivo alimentario, ayuda a familias de zonas rurales, y Amor para los más chiquitos, que contempla la visita a y familiares para ofrecer información y capacitación sobre educación en edades tempranas. Además, se realizan otras acciones solidarias en programas como Todos con voz, visita médica a personas discapacitadas y entrega medios como sillas de rueda, muletas, colchonetas y medicamentos; así como entrega de casas a personas muy pobres que tuvieron necesidad de evacuar porque perdieron las suyas durante inundaciones y ciclones. También hay que tener presente la

reparación en 2015, de 1,200 centros de enseñanza para empezar este curso con escuelas dignas.

Las autoridades nicaragüenses apoyan el crecimiento económico de la pequeña y mediana empresa, así como el desarrollo de cooperativas, con el objetivo de aumentar la producción de bienes de alto consumo y lograr la soberanía alimentaria, lo cual se hace cada vez más necesario ante el alza de productos de gran demanda, como es el arroz

La presidente del Consejo Nacional de las Cooperativas, Merling Presa, afirmó recientemente que en el país hay más de 6,200 cooperativas, con una cifra mayor a los 250,000 miembros, mientras que, en el 2007, cuando asumió el comandante Daniel la presidencia, solo quedaban unas 1,700 y unos 100,000 asociados, debido a la política neoliberal de gobiernos anteriores.

El crecimiento de la pequeña y mediana empresa, el record logrado en los últimos dos años de inversiones directas, con un alcance en 2015 de casi mil millones de dólares, (previéndose una cifra superior para este año), conllevan que el desempleo disminuyó considerablemente y se espera esa misma tendencia en el 2016, con un salto en el nivel de vida de la población y la disminución notable a simple vista de la pobreza en la nación, fundamentalmente la extrema pobreza.

Cifras publicadas en el informe anual del BCN, señalan que entre el 2007 hasta la fecha se han creado 700,000 puestos de trabajo, incluido los generados por la ejecución de programas sociales como Usura Cero y Hambre Cero, pero que con el despegue económico que tiene Nicaragua, la cifra de nuevos empleos podrá

aumentar mucho más, incluso ya se preparan jóvenes en escuelas para el turismo, así como en centros docentes de oficios y de técnico medio.

El buen hacer del gobierno en una macroeconomía y las favorables perspectivas socio- económicas se convierten en la muralla más difícil para los partidos de oposición, porque a todos nos gusta tener mejor vida, con buenos ingresos y las perspectivas seguras, tanto para cada ciudadano como para la familia, desde los más chicos hasta los ancianos, con educación y asistencia médica gratuitos, así como la posibilidad de trabajar y crear su propia empresa.

Estabilidad social:

El criterio de éxito de la parte social en Nicaragua, es el crecimiento económico con generación de trabajo y superación de la pobreza, la desigualdad, así como la eliminación del hambre. Se busca crear condiciones que faciliten la plena realización de las y los nicaragüenses en un país soberano e independiente, en unión con los hermanos centroamericanos, caribeños y latinoamericanos. Esto es un proceso de cambio progresivo en la calidad de vida del ser humano. Dicho proceso deberá ser sostenible, utilizando a los recursos naturales con sabiduría y protegiendo el medio ambiente, para garantizar el bienestar de las generaciones futuras y la vida en la tierra.

Desde 2007 hasta la fecha, Nicaragua redujo significativamente la pobreza y la desigualdad entre los nicaragüenses, gracias a una mejor distribución del ingreso y el consumo, como respuesta a la aplicación de políticas gubernamentales redistributivas con resultados positivos, una recuperación económica con crecimiento y estabilidad, aun en medio de la crisis financiera y económica mundial, gracias a un clima de confianza, que ha llevado a mayores niveles de cohesión

social y alianzas nacionales que dan estabilidad para el desarrollo productivo y el aumento de las inversiones, entre otros factores.

El gran desafío continúa siendo la reducción de la pobreza general y la extrema en la zona rural, donde la pobreza es más profunda y severa. La pobreza extrema rural supera aproximadamente en 5 veces a la pobreza extrema urbana y la pobreza general rural duplica la pobreza general urbana.

Se han dado grandes avances en este sentido, gracias a la aplicación de políticas y programas focalizados en el campo. A nivel de consumo, mientras la pobreza general del área rural se redujo en un 7%, la urbana se redujo en un 4%. En tanto, la extrema pobreza rural disminuyó en 3.9% y la pobreza extrema urbana en 1.1%. Medida por ingresos, la reducción en la proporción de personas que sobreviven con menos de 1,25 dólares al día fue de 2.3% y 9.8% para área urbana y rural respectivamente y para los que viven con 2.0 dólares diarios la reducción fueron de 6.1% y 15.7% para área urbana y rural, respectivamente

Programas sociales a nivel nacional:

Los programas sociales del Gobierno han tenido un impacto en la reducción de la pobreza extrema y pobreza en general en Nicaragua, según los resultados de la encuesta de hogares registrada por la Fundación Internacional para el Desafío Económico Global (FIDEG), cuya ubicación de la encuesta está reflejada en el gráfico12.

Figura 3: Encuesta FIDEG



Fuente: Informe FIDEG

Dentro de las conclusiones de la encuesta, se subraya que hay una tendencia hacia la reducción de la pobreza y el incremento del bienestar de los nicaragüenses en todos los sectores económicos.

Según el FIDEG, esta reducción se debe al aumento del trabajo en el campo, lo que implica mayores ingresos en las familias de este sector, el envío de remesas, y el

impacto de los programas sociales que el Gobierno impulsa para la restitución de derechos.

Un 85% de los hogares respondieron que su mejoría se debe al aumento del ingreso familiar, otro 28.4% respondió que están en mejores condiciones por ser protagonistas de los programas sociales del Gobierno Sandinista y otro 29.7% por recibir remesas familiares.

Otro dato reflejado es que un 89.2% de estos hogares respondieron que mejoraron notablemente el acceso de los alimentos, otro 55.4% aseguró haber tenido acceso a un empleo, mientras un 52.7% dijo que mejoró la calidad de su vivienda.

La tasa de actividad sigue superando el 62.6%, fuerza laboral que trabaja fundamentalmente en el sector agropecuario, seguido por la rama comercio, restaurantes y hoteles, en tercer lugar se ocupan en el sector comunitario, social y personal y por último gran eslabón el sector manufacturero.

La tasa de desempleo en Nicaragua de acuerdo a este estudio es el 3% a nivel nacional. En el área urbana es de 4.1%, superior en más de dos puntos porcentuales a la del área rural, la cual ha experimentado un crecimiento muy agradable.

El economista Alejandro Martínez Cuenca, presidente del FIDEG aclaró que si bien en la encuesta, las familias validan los programas sociales y económicos del Gobierno Sandinista, no se determina cuáles de estos programas ha tenido mayor o menor

impacto en la calidad de vida de las familias. También indicó que el principal desafío para seguir teniendo cifras positivas en la reducción de pobreza, es tener sostenimiento de los indicadores reflejados por el estudio, sobre todo cuando se pronostican la caída internacional de los precios de algunos productos que Nicaragua exporta. Subrayó que se hace necesario brindar más respaldo al sector agropecuario y seguir fortaleciendo los programas económicos y sociales del gobierno sandinista. “Si el acolchonamiento (apoyo a diferentes sectores económicos) más los programas de educación toman fuerza, podemos hacer que estas tendencias sean sostenibles (...) hay que continuar afianzando, creo que se están dando buenos pasos, hay una reducción de la pobreza extrema indudable”, dijo Martínez Cuenca.

La encuesta reseña que una de las prioridades para seguir reduciendo la pobreza extrema y pobreza general, es brindar mayor acceso a la educación y promover la educación primaria como base del sistema, aspectos en lo que trabaja el gobierno sandinista con la campaña de sexto grado y otros niveles educativos.

Nicaragua continúa avanzando en los procesos de restitución de derechos, y las familias, en unidad, se están apropiando de los espacios políticos, sociales y económicos que se han abierto en el país, asimilando que la unidad es la clave del éxito.

Seguridad ciudadana:

La consolidación del modelo de alianza entre los sectores público y privado, conjuntamente con los trabajadores propicia los resultados satisfactorios que en

materia de seguridad ciudadana, económica y jurídica presenta el país, evaluó el Comisionado General Francisco Díaz, Subdirector de la Policía Nacional.

Estos factores resultan de vital importancia para la captación de inversiones en el país , añadió el funcionario y puso como ejemplo la reciente inauguración de la planta de lácteos de la empresa mexicana LALA, la cual invirtió inicialmente cincuenta millones de dólares. Al respecto señaló también que dicha situación fue reflejada en el Informe

Global de Competitividad 2014-2015, del Foro Económico Mundial.

En él, Nicaragua se ubica como la nación con el indicador más bajo de la continente posición compartida con Canadá en lo referido a los índices de delincuencia y robo. Esta ubicación representa una garantía de estabilidad para las inversiones extranjeras en el país, de acuerdo con los datos recogidos en el documento.

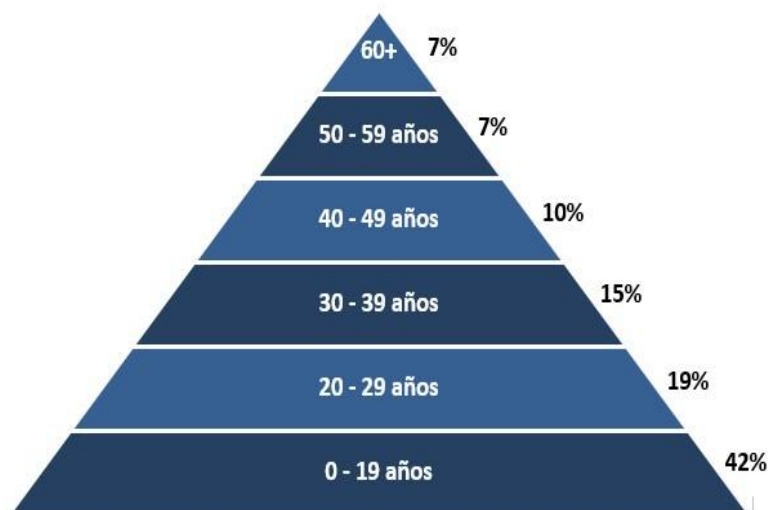
“Nuestro país sigue siendo uno de los países más seguros de Latinoamérica, de Centroamérica, por lo tanto, esta seguridad atrae al inversionista nacional y extranjero a invertir en tranquilidad, paz y mucha seguridad”, destacó el Comisionado. En este sentido la institución policial nicaragüense continúa apoyando el modelo de alianza, a partir del trabajo intencionado para mantener en los mínimos niveles las incidencias delictivas que influyan negativamente en la erradicación de la pobreza en el país.

FACTORES DEMOGRÁFICOS

Población:

De acuerdo al Instituto Nacional de Información de Desarrollo (INIDE), la población de Nicaragua desde el 2015 es de más de 6,17 millones de personas, 51% de género femenino y 49% de género masculino, cuya distribución se refleja en el gráfico 14 y en las tablas 4 y 5.

Figura 4: Distribución Poblacional Por Grupos De Edades desde el 2015



Fuente: Instituto Nacional de Información de Desarrollo (INIDE)

Tabla 3: Desglose Poblacional Por Departamento desde 2015

Departamento	Población	% del Total
Managua	1,480,270	24.00%
Matagalpa	547,5	8.88%
RAAN	476,298	7.72%
Jinotega	438,412	7.11%

Chinandega	419,753	6.81%
León	399,879	6.48%
RAAS	380,121	6.16%
Masaya	361,914	5.87%
Nueva Segovia	249,376	4.04%
Estelí	223,356	3.62%
Granada	201,993	3.28%
Chontales	191,127	3.10%
Carazo	186,438	3.02%
Rivas	172,289	2.79%
Boaco	160,711	2.61%
Madriz	158,705	2.57%
Río San Juan	119,095	1.93%
Total	6,167,237	100.00%

Fuente: Instituto Nacional de Información de Desarrollo (INIDE).

FACTORES CULTURALES

El idioma oficial de Nicaragua es el español, aunque en la Región Autónoma del Atlántico Norte (RAAN) y en la Región Autónoma del Atlántico Sur (RAAS), se habla inglés y diferentes lenguas aborígenes como Misquito, Sumo, Rama, Mayagna, Garífuna, etc.

La Constitución Política de Nicaragua garantiza la libertad de religión, prevaleciendo la religión cristiana. Existe un fuerte apego a las diferentes tradiciones religiosas a nivel local y nacional.

El sistema educativo en Nicaragua proporciona atención primaria, secundaria y superior, mediante educación gratuita en escuelas y colegios públicos y la educación privada con precios que varían en dependencia del colegio.

La idiosincrasia del nicaragüense:

El habla del nicaragüense y su idiosincrasia han sido objeto de estudio de muchos intelectuales como Pablo Antonio Cuadra con su libro *El Nicaragüense*, acaso la obra más estudiada por psicólogos y sociólogos. Aunque se pueden ofrecer diferentes miradas e interpretaciones de nuestra naturaleza (como las que se han vertido sobre el Güegüense). “Difícilmente el ciudadano de estos días aceptaría sentirse destinado irremediable y “providencialmente” a la burla y la flojera. Además, que la obscenidad y el uso de epítetos o apodos no son rasgos atribuibles a un solo pueblo. No se debe confundir el reconocimiento del valor de estas obras

(geniales por revelar los mitos y costumbres de un tipo histórico de ciudadanía) con la exaltación de la burla y el oportunismo”. Jorge A. Huete-Pérez, autor de este fragmento, es doctor en Biología Molecular y Director del Centro de Biología Molecular de la Universidad Centroamericana (UCA).

Nicaragua fue uno de los primeros Estados latinoamericanos en reconocer constitucionalmente diversidad étnica, lingüística y cultural y la igualdad en derechos de las comunidades indígenas y étnicas (entre ellas, las afro-descendientes) en 1987 y en aprobar un cuerpo normativo que reconoce su derecho a definir su forma de gobierno (Estatuto de Autonomía), usar y promover su lengua (Ley de uso oficial de las lenguas de las comunidades de la Costa Atlántica), recibir educación en su lenguas (Ley General de Educación), rescatar el saber milenario de la medicina tradicional (Ley General de Salud), participar en la vida política de la nación (Ley Electoral), usar y administrar sus recursos naturales (Ley General del Medio Ambiente), el derecho a la propiedad comunal (Ley de Régimen de Propiedad Comunal).

Las regiones del Caribe, donde tiene arraigo gran parte de la población negra, es la más olvidada. “La sociedad nicaragüense aún enfrenta el reto de reconocer el legado africano, celebrar su diversidad lingüística, cultural y religiosa y superar las barreras de discriminación, olvido, postergación y racismo hacia nuestros hermanos y hermanas. Debemos construir una Nicaragua inclusiva para todos y todas”. Gabriel Rivera Rocha- Abogado, Consultor en Derechos Humanos

El ensayo a cargo del Dr. Emilio Álvarez Montalván, define al nicaragüense de la forma siguiente: Facilidad verbal para comunicarse y viva imaginación. El nicaragüense goza de atributos positivos en su carácter, que forman su personalidad básica, lo que a su vez es consecuencia de una mente colectiva. Por

ejemplo, a la facilidad para comunicarse verbalmente del nicaragüense, a su viva imagen, fantasiosa y mitómana. Esos rasgos convierten al nicaragüense en poeta, orador, vendedor, negociador, improvisador, cuentista. De todos ellos, el más frecuentado es el de "poeta" cultivado por todas las clases sociales y a cualquier edad.

Voluntario al trabajo rudo:

Como contrapartida, el nicaragüense acepta el trabajo rudo y sin complejo; dispensa hospitalidad, generosidad, solidaridad familiar, trato sencillo interpersonal y notoria capacidad para ajustarse a situaciones difíciles. Ese rasgo está vinculado con el espíritu aventurero del nicaragüense, capaz de asimilarse en cualquier parte del mundo frente a difíciles situaciones de depravación, huyendo de las limitaciones de su país.

Trato sencillo y amistoso:

El propósito de mantener una comunicación fácil con las personas que expresamos con la sencillez del lenguaje; asimismo exageramos los ademanes, el tono de la voz y expresión facial, para impresionar. Es una actitud con la que buscamos una aceración fácil que origine confianza.

Si hacemos referencia aquí al lenguaje del nicaragüense, no es con el propósito de analizarlo gramaticalmente, señalando los errores de dicción, o entonación, que cometemos. Lo que enfatizamos en este caso es la dimensión exclusivamente sociológica que tiene el lenguaje, como base fundamental del trato sencillo que practicamos.

Las discapacidades en Nicaragua:

La discapacidad ha alcanzado una mayor visibilidad y cobertura durante las últimas décadas en Nicaragua, tanto desde las instituciones gubernamentales, como por parte de la sociedad. Paralelamente, la presencia de movimientos asociativos importancia e influencia, lo cual se ha traducido en un mayor espacio de participación para las personas importantes logros en la promoción de sus derechos. Asimismo, el enfoque adoptado hacia esta problemática desde las instituciones, y la percepción que la sociedad en general tiene de las personas con discapacidad, está progresivamente cambiando, pasando de ser consideradas como víctimas y objeto de la caridad, a ser gradualmente reconocidas como ciudadanos con derechos, que participan y contribuyen a la sociedad (M-F Stang: La información sobre las personas con discapacidades en el marco jurídico y las políticas de los países latinoamericanos, perspectivas que cambian, prácticas que persisten).

Tabla 4: Asociaciones De Discapacitados Presentes En Nicaragua

siglas	denominación
ADIFIM	Asociación de Discapacitados Físicos y Motores
CONARE	Consejo Nacional de Rehabilitación
FECONO RI	Federación de Asociaciones de Personas con Discapacidad

FEMUCA DI	Federación de Mujeres con Capacidades Diferentes
OEI	Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia
OMS	Organización Mundial de la Salud
ONU	Organización de Naciones Unidas
PCD	Personas con Discapacidad
PEPD	Procuraduría especial para las personas con discapacidad

Fuente: FEMUCADI, Información sobre la acción

Para concluir, verificamos que en nuestro país el turismo accesible apenas es un enunciado, pero existen varias razones para esta problemática, una es la falta de conocimiento y sensibilidad hacia esta demanda, escasos criterios de accesibilidad en elementos arquitectónicos y urbanísticos, por otro lado la inexistencia de profesionales preparados para la atención a clientes con discapacidad.

En materia de discapacidades el mundo ha dado pasos importantes en la elaboración de instrumentos que recogen los Derechos de las personas con discapacidad. Muchos han sido declaraciones con carácter no vinculante, pero han logrado direccionar las políticas de acción que los Estados y la sociedad civil han realizado en el ámbito de las discapacidades, entre estos el más importante las Normas Uniformes.

El papel que han jugado los organismos internacionales de las Naciones Unidas ha sido determinante para extender el cumplimiento y respeto de los Derechos Humanos en discapacidades, así: la Organización Internacional del Trabajo (OIT), la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), la Organización Mundial de la Salud (OMS) y la Organización Mundial del Turismo (OMT), han apoyado el desarrollo de instrumentos vinculantes; entre los más relevantes: Convenciones de la OIT para trabajo de personas con discapacidad, Convención de la Organización de los Estados Americanos (OEA) en contra de la discriminación, etc.

Es importante entonces abrimos a la normalización del turismo, con enfoque de integración a la luz de los derechos humanos y de los avances en las nuevas tendencias para la atención y la recreación de las personas con discapacidad y estar conscientes de que las personas con capacidades restringidas puedan integrarse libremente, como cualquier otra persona en Nicaragua, concibiendo un entorno turístico amigable, al diseñar espacios y modificar la infraestructura y estructura de los establecimientos de hospedaje, restaurantes, zonas de interés turístico, áreas de recreación, servicios de transporte aéreo, marítimo y terrestre; así como incorporar la señalización y simbología correspondientes.

4. MARCO TEORICO

ESTADO DEL ARTE

Tabla 7: Estado del arte De La Formación Técnica En Nicaragua

año	establecimiento creado	característica de aprendizaje	promotor
1901	la escuela de Teneduría de Libros	Formación Profesional de contaduría	La primera referencia
1903	"San Juan de Dios",	Carpintería, zapatería y sastrería (con extensión de la escuela en Jinotega en 1912)	Presidente Zelaya
1911	Escuela Normal de Señoritas	Maestra de Educación, Bachillera en Ciencias y Letras, Contadora de Comercio, Mecanógrafa, Estenógrafa, Telegrafista y Telefonista, clases especiales, teóricas y prácticas de pintura, música, costura, manufactura de sombreros para señoras, flores artificiales, bordado y encajes, procedimientos de aplicación de las bellas artes a las labores decorativas, tocado e higiene del cabello, arte de cocinar, prácticas de economía doméstica, como lavado, planchado, etc., farmacia doméstica y enfermería.	
1914	Colegio de Señoritas de Managua	"tareas de la mujer", ofrecía cursos prácticos de adornos, música, dibujo y pintura; labores de aguja, costura y modas; mecanografía y taquigrafía; inglés y francés; artes culinarias, lavado y planchado. La segunda sección, ofrecía cursos de comercio (primero y segundo año, según los programas oficiales), y la tercera sección, formación para maestros elementales y de kindergarten.	
1917	Todas las escuelas de la República, en los colegios de señoritas subvencionados por el Estado y en el cuarto y quinto grado de las escuelas graduadas de mujeres.	Enseñanza de agricultura obligatoria con aplicación práctica	Secretario de Estado
1919	Escuela de Comercio	Conocimientos científicos y prácticos en la carrera mercantil para desempeñarse en los ramos de hacienda, aduana, tribunal de cuentas, estadística y ferrocarril o cualquier trabajo de contabilidad en instituciones bancarias, de comercio y oficina fiscales	
1919	carrera de contador técnico	Permitir que la mujer tuviera oportunidades para estudiar y ejercer profesiones iguales a los hombres, así como el estudio de carrera como obstetricia, estenografía y mecanografía. Sin embargo, el mayor campo de la mujer, siguió siendo el magisterio.	
1923	Instituto Nacional de Occidente	Se aprobó el plan de estudio y el reglamento de la Escuela de Contabilidad,	
1928	Colegio Venerable Juan Bosco	Enseñanza religiosa y de agricultura, ofrecían ocupaciones que permitieran trabajar en forma calificada, tales como ebanistería, sastrería, zapatería, herrería, tipografía, telegrafía, etc., ésta fue considerada como "La Escuela de Artes y Oficios", única en su género en Nicaragua	los padres salesianos
1932	Escuela Nacional de Artes y Oficios	Calificar mano de obra en las áreas técnicas	decreto presidencial
1948	Escuela Nacional de Comercio	Carreras de bachillerato en secretariado comercial y contador privado para jóvenes de escasos recursos económicos	
1951	Instituto Técnico Vocacional	Electricidad, Soldadura, Metal Laminado, plomería, ebanistería, Mecánica Automotriz y Mecánica de Torno.	convenio de Asistencia Técnica y Ayuda Económica, suscrito por los gobiernos de Estados Unidos y Nicaragua
1955	Educación Primaria, Secundaria y Escuela Normal	Asignaturas de carpintería, fontanería, electricidad y cerámica, para los alumnos de quinto y sexto grado de primaria y el primer año de secundaria y normal. Y para las alumnas de esos mismos grados, las asignaturas de cocina, costura y tejidos.	
1971	Educación continua	Bachillerato Técnico en Telecomunicaciones, en las que se establecía que podían cursar esta carrera los estudiantes que habían aprobado el Ciclo Básico.	

Fuente: Informe Anexo INATEC.

Teorías y conceptualizaciones asumidas

En los institutos se formaban técnicos medios y técnicos básicos, principalmente en especialidades del sector agrícola (liceos agrícolas); algunos, en especialidades del sector comercio (Escuela Nacional de Comercio) y del industrial (Instituto Técnico Vocacional), que graduaba a técnicos básicos en refrigeración, electricidad, fontanería, carpintería, soldadura, etcétera. En el sector industrial como en el agrícola, la capacitación fue mínima.

En 1979, año del triunfo de la Revolución Popular Sandinista, se crea la Ley del Sistema Nacional de Formación Profesional (SINAFORP), mediante el Decreto N° 398 del 10 de mayo de 1980, como una entidad técnica no lucrativa, bajo la responsabilidad del MITRAB. El SINAFORP se creó para disponer de recursos humanos capacitados en las diversas actividades productivas, desarrollar las acciones formativas en los sectores agrícola, ganadero, industrial y de servicios, en correspondencia con el programa económico y técnico diseñado para Nicaragua en esa época de transformaciones. La creación del SINAFORP significó un reto para desarrollar una educación con pocos recursos materiales, pero con gran imaginación y responsabilidad.

El Instituto Nacional Tecnológico (INATEC), fue creado a través del Decreto Presidencial N° 3-91 del diez de enero de 1991, como una entidad autónoma, con personalidad jurídica y patrimonio propio, con la finalidad de unificar los recursos y esfuerzos para desarrollar la Educación Técnica y la Capacitación.

En el decreto se estableció que las empresas y demás instituciones aportarían el 2% de su planilla total presentada al INSS, para destinarlos a la Formación Profesional.

Durante la década de los años 90, el INATEC, dedicó sus mayores esfuerzos a la formación en los niveles de Técnico Básico y Técnico Medio en la Educación Técnica y la Capacitación ofreciendo sus servicios de asesoría, capacitación y asistencia técnica, para atender las demandas de los tres sectores de la economía, disponiendo de fondos suficientes para su ejecución. La participación del sector privado en el período del 1991 al 2006 en fomento a la educación técnica y formación profesional en Nicaragua ha sido mediante las siguientes acciones:

Participación en el Consejo Directivo del INATEC a través de dos representantes, nombrados por el Presidente de la República por un período de dos años.

Participación en los Comités Técnicos Sectoriales, constituidos entre los años 1991 a 1997, con participación de los empresarios, representantes de los trabajadores y del Estado. En ese período funcionaron los comités técnicos de las ramas Agropecuaria, Forestal, Mecánica Industrial, Mecánica Automotriz, Electricidad Industrial, Electrónica Industrial y Construcción Civil. Las actividades principales de los comités fueron ofrecer sus aportes en la revisión de los perfiles ocupacionales y los planes de estudios en las especialidades del nivel de técnico medio en las ocupaciones antes descritas.

Apoyo al INATEC en la implementación de la nueva metodología de Formación Profesional Basada en Competencias Laborales. El sector empresarial desde 1996 hasta el 2002 contribuyó de manera decidida, con aportes por medio de sus

especialistas, en la definición de matrices de competencias en las ocupaciones de las distintas ramas y sectores económicos.

Participación del sector privado en el manejo de la Escuela Nacional de Hotelería. Ésta cuenta con un alto grado de autonomía y es modelo para la formación y capacitación laboral en ese sector. Es dirigido por un “Consejo Ejecutivo”, integrado por miembros del gremio de las ramas de hotelería y turismo, Cámara Nicaragüense de Turismo (CANTUR) y Cámara Nacional de Turismo en Nicaragua (CANATUR) y del gobierno. El Instituto contaba con el apoyo técnico de un Consejo Consultivo Permanente (CCP) integrado por personal técnico y representantes del sector.

En el período comprendido de 1991 al 2006, el INATEC atendió en el subprograma de Educación Técnica un promedio anual de 16,363 estudiantes, observándose en los diferentes años variantes significativas en las cifras oficiales de matrícula.

En 2007, el INATEC institucionalizó la metodología de la Formación Profesional Basada en Competencias (FPBC), en todos los programas de capacitación. En todos los centros de formación profesional se actualizaron las matrices de las ocupaciones en las ramas económicas priorizadas y las matrices que ya se habían elaborado con anterioridad.

Por otro lado, aumentaron las relaciones, coordinaciones y trabajo conjunto con las cámaras y gremios, a través de reuniones del Consejo Directivo y autoridades del INATEC, con las Cámaras del Sector Privado, con las Mesas Sectoriales, con los Comités Técnicos y con Organismo no Gubernamental (ONG) en el campo agrícola,

para conocer las demandas de capacitación y formación de las empresas y para ayudar al sector productivo a armonizar sus demandas.

Se hicieron esfuerzos por proyectar al INATEC como una entidad moderna con atención a empresas aportantes, pero sin haber logrado una verdadera integración con los requerimientos y exigencias para el desarrollo económico de la nación y de los trabajadores. En este período, se estableció intercambio amplio con la cooperación internacional en la búsqueda de recursos para apoyar algunas iniciativas de carácter formativo en beneficios de algunas ramas de la economía nacional como zonas francas y hotelería entre otras.

La gran sensibilidad existente sobre los temas de formación profesional ha determinado que algunos países como Holanda, España, Gran Ducado de Luxemburgo, Alemania, Corea del Sur y Suiza tengan presencia desde hace muchos años, acompañando procesos de fortalecimiento institucional, contribuyendo así a la formación tanto de instructores como de programas propios del sistema educativo de la Formación Como se puede observar, el INATEC, a los 20 años de su fundación, se ha consolidado, cuenta con una amplia infraestructura de centros de capacitación a nivel nacional, con recursos humanos y financieros y una estructura organizativa que permite la atención a miles de trabajadores, sin embargo la cobertura todavía es deficitaria y no permite el acceso, por razones geográficas, a diversos grupos poblacionales y su oferta formativa todavía no logra satisfacer plenamente las necesidades de los sectores productivos y de servicios.

Marco Conceptual

.

I.1 Diagnóstico.

Según Bachelet (2016) “El turismo es una industria de futuro que no teme a los cambios.”

El turismo es una constante evolución, sin miedo a los cambios, adaptable y flexible, dispuesto a transformarse. Abraza la innovación y las nuevas tecnologías con entusiasmo, no teme dejar atrás las prácticas obsoletas, las reinventa para satisfacer las demandas del viajero moderno.

El turismo es una de las industrias más importantes y de mayor crecimiento a nivel mundial, se caracteriza por su capacidad de adaptación y su disposición al abrazar los cambios; también ha sido un impulsor importante del desarrollo sostenible convirtiéndola en una industria clave en el panorama mundial.

I.2 Turismo.

Según Proust (S.F) “El verdadero viaje de descubrimiento no consiste en buscar nuevos paisajes sino en mirar con nuevos ojos.”

La verdadera esencia de viajar no radica en explorar nuevos lugares físicos, sino en cambiar la perspectiva con que vemos el mundo; invita a abrir nuestra mente y observar el entorno con una mirada fresca y renovada, nos insta a adoptar apertura mental en nuestros viajes y en la vida en general.

En lugar de simplemente visitar destinos turísticos populares y seguir rutas trilladas, no solo conocer lugares atractivos y nuevos; también puede implicar interactuar con la gente local sumergirse en tradiciones y costumbres, explorar lugares menos

conocidos, en última instancia el turismo se trata de crear conexiones y experiencias significativas con una perspectiva más enriquecedora y auténtica de nuestros viajes.

I.3 Mercado.

Según Smith (1776) “La oferta y la demanda son las fuerzas invisibles que mueven el mercado.”

Un mercado es libre y competitivo, como consumidora que soy; busco minimizar mis gastos. Hay dos mercados, elijo la mejor oferta y productos. Como negociante busco que el consumidor adquiera mayor producto con una buena oferta.

Hace referencia a la teoría de la oferta y la demanda, como las fuerzas invisibles que mueve el mercado, uno libre y el otro competitivo. Los precios y la producción de bienes y servicios son determinados por la interacción entre la oferta y la demanda. Las decisiones individuales de los productos y consumidores en busca de maximizar los intereses mutuos generando un equilibrio de precio.

I.4 Segmentación.

Según Feijoo (2017) “La segmentación se define como el proceso de dividir el mercado total para un producto en particular o una categoría de productos en segmentos o grupos relativamente homogéneos.”

La segmentación es una técnica de marketing que consiste en categorizar consumidores en grupos relativamente homogéneos, llamados segmentos, con base en sus características socioeconómicas, psicológicas, geográficas o de comportamiento que requieren estrategias diferenciadas.

La segmentación se radica en que mediante estas estrategias las empresas pueden conocer mejor a su público de consumidores y generar expectativas realistas.

I.5 Curso

Según Kant (S.F) “El concepto es la base de todo conocimiento y pensamiento.”

Nos lleva a reflexionar sobre la importancia fundamental de los conceptos en nuestra comprensión del mundo y en nuestra capacidad de razonamiento.

Es la idea central o abstracta que representa una categoría o un conjunto de objetos.

I.6 Turismo sostenible.

Según Barten (2024) “El turismo sostenible se refiere al tipo de viajes en los que se tiene en cuenta los impactos ambientales, sociales y económicos del turismo.”

Esto quiere decir que equilibra las necesidades de los visitantes en el medio ambiente, con prácticas responsables y conscientes para preservar recursos naturales.

Teniendo como objetivo final reducir el impacto del turismo, en las comunidades locales, significa hacer un uso óptimo de los recursos para evitar, un uso excesivo.

I.7 Plan de Capacitación.

Según el (UPV/EHU) (2015). El Plan de Capacitación es un conjunto de actividades diseñadas para mejorar las habilidades y la empleabilidad de las personas. (P. 3) El Plan de Capacitación implica un conjunto de actividades diseñadas para mejorar las habilidades y conocimientos de las personas con el fin de aumentar sus oportunidades laborales. Estas acciones pueden incluir cursos, talleres, tutorías y otras actividades que cubren una amplia gama de temas relevantes para el mercado laboral actual. El Plan de Capacitación es una estrategia clave para mejorar las habilidades y oportunidades laborales. Está diseñado para satisfacer las demandas

específicas del mercado actual y aumentar la empleabilidad. Se reconoce la importancia de entender las tendencias laborales y las necesidades para el éxito.

También la necesidad de usar recursos de manera efectiva y evaluar su impacto en el desarrollo profesional y en su economía.

1.8 Tipos de Turismo.

Beni (2008), define al sistema turístico como el “conjunto de procedimientos, ideas y principios ordenados lógicamente y conexos con la intención de ver el funcionamiento de la actividad turística

Como un todo “. Teniendo en cuenta los tipos de turismos como lo son: el corporal, intelectual, material y ambiental. Por lo tanto, con estos mismos podemos poner en practicar y disfrutar de nuevas experiencias con respecto a nuestro entorno social y laboral, ya que hoy en día es muy común este tipo de servicios.

De hecho, los tipos de turismo presentan hoy en día una gran lucha de poder y competencia, teniendo estos un mismo objetivo económico.

1.9 Marketing.

Según Kotler (S.F) “La mejor publicidad es la que hacen los clientes satisfechos”
En otras palabras esta frase expresa que la publicidad más efectiva es la que se basa en la satisfacción de los clientes ya que un cliente satisfecho es más probable que brinde una buena difusión gratuita.

5. Diseño Metodológico

Tipo de investigación

Cuantitativa: dado que se hace un análisis de registros medibles que permite llegar a un análisis

Población y selección de la muestra

Población: 100% de profesionales expertos en Planificación

Muestra: 1 Especialista: Coordinador de Planificación de UCC Campus Matagalpa

Tipo de muestreo: No probabilístico a conveniencia.

Técnicas e instrumentos de recolección de datos utilizados

Entrevista a especialistas

Análisis documental a informes públicos INATEC, INTUR, BCN

Confiabilidad y validez de los instrumentos

Validación por expertos: Experto validador: Suyapa Vanegas, Dirección de Planificación UCC, 100% de validez

Pregunta	1	2	3	4	5
¿Qué áreas lleva un Plan					x

de Capacitación?					
¿Cuántas capacitaciones podrían desarrollar en sector turismo en el 2024?					x
¿Qué capacitaciones empresariales ve apropiadas para un plan de trabajo enfocada en turismo?					x

100% validez

Procedimientos para el procesamiento y análisis de datos

- 1- Análisis de documentos estatales para generar diagnostico (BCN, INATEC, INTUR)
- 2- Análisis de Entrevista a Coordinación de Planificación Matagalpa
- 3- Gestión de información con autoridades turísticas
- 4- Elaboración de diagnostico
- 5- Elaboración de Plan

Análisis de datos y Resultados

Figura 5: Herramientas de Marketing Mix Desarrollados en Centros de Capacitación



Fuente: elaboración propia

Método de compra:

Nos referimos a la forma en que los compradores del servicio de la industria de centros de capacitación acceden al mismo. Los métodos de compra utilizados son: crédito, contado, periódicas, frecuentes, institucionales, individuales, familiares, etc. Además de métodos canjeables por servicios turísticos.

Crecimiento:

Cada año la demanda de capacitaciones innovadoras va en crecimiento a nivel nacional, ya que aumenta en función del desarrollo del mercado y por consiguiente de la llegada de turistas a nuestro país. Según datos de los indicadores turísticos del INTUR la tasa de crecimiento se incrementó en un 4% en 2015.

Ciclicidad /estacionalidad:

La demanda en la industria tiene estacionalidad, debido a que el segmento al cual está dirigido el contenido de las capacitaciones influye en las estaciones de temporadas altas y bajas de los flujos turísticos, el periodo de capacitación será más alto en temporadas bajas (de mayo a agosto).

Oferta:

Insumos y facilidades: al ser un centro de capacitación, nos referiremos por una parte a las instalaciones con sus respectivos equipamientos y al capital humano necesario para operar, prestar sus conocimientos y poder transmitirlos como industria de capacitación del sector turístico. Para ello, se requiere de varios programas de investigación en relación a las necesidades del potencial de la demanda existente para una buena operatividad de los servicios (Buenas prácticas en turismo).

Tecnología:

Las TIC's son unas herramientas que se han convertido en imprescindibles para los centros de capacitación, ya que serán parte de los instrumentos de comunicación en el sector turístico: Videos, sistemas de información geográfica (SIG), cursos virtuales, manejo de marketing digital, etc

Orígenes históricos:

El crecimiento exponencial de los centros de capacitación turística a lo largo de las últimas décadas ofrece oportunidades ilimitadas en los ámbitos del desarrollo socioeconómico y la creación de empleo, pero plantea también retos significativos. Junto con la preocupación por la sostenibilidad económica y ambiental, debemos recordar constantemente que no todos los profesionales del turismo pueden disfrutar aún por igual de los atractivos, instalaciones y servicios de aprendizaje técnico.

Durabilidad del producto:

Tenemos dos enfoques: el primero concierne la duración de las capacitaciones específicas, que variara según la temática ejecutoria en cada formación técnica. El segundo enfoque va encaminado al seguimiento que dan los centros de capacitación turística hasta lograr una evaluación adecuada de los conocimientos adquiridos.

Sindicalización:

Aunque en el país existe la libre sindicalización, no existe en la industria que nos caracteriza.

Demanda:

La elasticidad precio de los servicios ofertados por los centros de capacitaciones del sector turístico es relativamente inelástica debido a que existe diferenciación del contenido de las capacitaciones y es sensible ante la inversión que supone para la demanda, dependiendo del grado de concienciación del empresario ante la realidad de su negocio.

Sustitutos:

En la industria de centros de capacitación para el sector turístico, no hay evidencias de sustitutos cercanos. Las capacitaciones a nivel técnico se consideran vigentes y van acorde al crecimiento del turismo en Nicaragua.

Tipo de mercadeo:

El objetivo de aplicar este análisis es conocer la situación de los centros de capacitación y poder desarrollar una estrategia específica de posicionamiento posterior.

Esta estrategia es también conocida como las "4Ps", dado que en su origen anglosajón se conoce como: price (precio), product (producto), place (distribución) y promotion (promoción).

Precio:

En esta variable se establece la información sobre el precio del producto al que la empresa lo ofrece en el mercado. Este elemento es muy competitivo en el mercado, dado que, tiene un poder esencial sobre el consumidor, además es la única variable que genera ingresos.

Producto

Esta variable engloba tanto el producto (core product) en sí que satisface una determinada necesidad, como todos aquellos elementos/servicios suplementarios a ese producto en sí. Estos elementos pueden ser: atención al cliente, garantía, etc.

Distribución

En esta variable se analizan los canales que atraviesa un producto desde que se crea hasta que llega a las manos del consumidor. Además, podemos hablar también del almacenaje, de los puntos de venta, la relación con los intermediarios, el poder de los mismos, etc.

Promoción

La promoción del producto analiza todos los esfuerzos que la empresa realiza para dar a conocer el producto y aumentar sus ventas en el público, por ejemplo: la publicidad, las relaciones públicas, la localización del producto, etc.

En el caso de los centros de capacitación esta herramienta se desarrolla con el objetivo de analizar el entorno del mercado nacional turístico,

Segmentación

Número de vendedores:

Los centros de formación profesional se encuentran enmarcados dentro de los tres sectores de la economía nacional: Sector Comercio y Servicios (C y S), en éste existen

9 nueve centros de formación profesional; Sector Agropecuario y Forestal (A y F) con catorce centros de formación profesional; Sector Industria y Construcción (I y C) con diez centros de formación profesional.

Distribución de vendedores por tamaño:

La información general sobre los nueve centros de formación profesional del INATEC en el Sector de Comercio y Servicios se presenta en la Tabla 6. Como se puede observar en ella, dichos centros están ubicados en su mayoría en la zona del pacífico (siete centros), correspondientes al 77% del total de centros, éstos cubren los territorios de Diriamba, Managua, Granada, León, Chichigalpa, y los centros restantes están en los Departamentos de Matagalpa y Juigalpa (2 centros), que corresponden al 23%.

Tabla 6: Siglas de Referencia INATEC

TB	•Técnico básico
TM	•Técnico medio
BT	•Bachillerato técnico
A	•Modo de aprendizaje
C	•Cursos de complementación
AE	•Atención a las empresas
AM	•Acciones móviles
H	•Habilitación
FD	•Formación a distancia

Fuente: Informe Anexo INATEC

El nivel de Técnico Básico (TB), no se está ofertando en los centros del sector. El nivel de Técnico Medio (TM), se imparte en cuatro de los nueve centros, que corresponde al 44% de ellos. El Bachillerato Técnico (BT), ha venido decreciendo en todos los tres sectores del INATEC y se ha mantenido únicamente en este sector, en cuatro centros que imparten el nivel de TM. El modo de Aprendizaje (A), se oferta en todos los centros del sector en diversas carreras como las siguientes: Computación, Contabilidad, Administración y Secretariado.

Los cursos de Complementación (C), se ofrecen en ocho de los nueve centros del sector, que corresponde al 89% del total. Los cursos que se desarrollan generalmente se refieren a: Excel Avanzado, Relaciones Humanas, Atención al Cliente, entre otros. Este sector brinda Atención a las Empresas (AE) e imparte un alto número de cursos mediante la venta de servicios a las empresas, los que están enfocados a sus requerimientos en los temas de ventas, computación, atención al cliente, liderazgo, etc.

El INATEC cuenta con catorce centros de formación profesional en el Sector Agropecuario y Forestal. Es el sector que dispone del mayor número de centros. El INATEC ha priorizado su atención de acuerdo con las políticas emanadas por el gobierno en concordancia con el Plan de Desarrollo Humano, que incluye la promoción de actividades agropecuarias a través del bono productivo, así como del desarrollo económico y social para el sector rural nicaragüense. Los centros del Sector Agropecuario y Forestal están ubicados en zonas estratégicas para el desarrollo agrícola del país, su localización y otra información se presenta se aprecia que el nivel de Técnico Básico (TB), no se está ofertando en ninguno de los centros del sector. El nivel de Técnico Medio (TM) únicamente se ofrece en uno de los catorce centros, correspondiendo a un 7% del total del sector. El nivel de Técnico Medio (TM), que aparece en la Tabla 8, no corresponde a alguna carrera del sector agropecuario y forestal, sino al sector comercio y servicio ya que el centro que lo ofrece pertenecía a éste y recientemente (2009) fue incorporado al sector agropecuario y forestal.

En cuanto al Bachillerato Técnico (BT), éste fue decreciendo paulatinamente hasta desaparecer en este sector educativo, una de las causas fue la poca demanda de la oferta educativa en dichos centros, debido al itinerario de formación extenso y el cual no permite salidas ocupacionales intermedias; otra de las razones fue la alta deserción que se presentaba, elevando el costo de la carrera.

La modalidad de Aprendizaje (A) ha tenido gran aceptación, destacando las carreras de técnico agropecuario y técnico forestal. Los padres de familia estiman que sus hijos aprenden de forma rápida y eficiente, las actividades que se realizan en el campo agropecuario y forestal.

El modo de Complementación (C), se imparte en diez de los catorce centros del sector (71%); por regla general quienes participan en este tipo de cursos son personas que están laborando en alguna finca o que tienen su propia tierra y desean actualizarse o complementar algún tipo de conocimiento.

SEGMENTACIÓN

La modalidad de Acciones Móviles (AM), ha tenido mucho éxito en el sector agropecuario y forestal en el campo, los cursos son altamente requeridos por la población rural. Las dificultades que tienen los productores y el campesinado para acceder a los cursos de capacitación, son mayores que las que se les presentan a los habitantes de la ciudad, por las distancias en el campo, la topografía irregular del terreno, la escasez de transporte, etc., entre otras.

Por estas razones, las acciones móviles en el campo parecen ser un paliativo contra la pobreza, pues a través de estas acciones de capacitación muchos hijos de campesinos o los propios campesinos, han mejorado sus actividades productivas. La Atención a Empresas (AE), en el sector agropecuario y forestal tiene una demanda menor, esto se debe a que muchas fincas y empresas del campo no realizan su aporte del 2% al INATEC y por tanto no pueden recibir el financiamiento del INATEC.

En el sector de Industria y Construcción, el INATEC cuenta con diez centros de formación profesional y una subsele, donde también se ejecutan acciones de capacitación. En la tabla 11, se presentan las diversas ofertas de servicios en los modos de formación en los centros del sector dirigidas a las empresas del sector privado o público y a la población en general.

En esa misma tabla 11 a continuación, se observa que el nivel de Técnico Básico (TB) ya no se oferta en ninguno de los centros del sector. El Técnico Medio (TM), se ofrece únicamente en dos de los diez centros, que corresponden al 20% del total de centros del sector. El nivel de Técnico Medio, ofertado en el centro de Estelí corresponde al sector comercio y servicio, ya que este centro fue incorporado al sector industria y construcción, en el año 2008. El Bachillerato Técnico (BT) no se oferta en este sector.

En cuanto a la modalidad de Aprendizaje (A), ésta es ofrecida en todos los centros del sector, en diversas carreras y está siendo muy demandada por jóvenes que desean incorporarse al mundo del trabajo. Por regla general los que ingresan a este modo de formación tienen un nivel de tercer año a quinto año de secundaria aprobado. Las carreras más demandadas en esta modalidad son: mecánica, electricidad residencial, electricidad industrial, refrigeración y aire acondicionado.

La Habilitación (H), es un modo de formación que también se imparte en el 100% de los centros del sector y está dirigida a todos los segmentos de la población que desean desarrollar habilidades y destrezas para encontrar un empleo o generarse uno propio. Este modo de formación es el que tiene la más alta demanda de los modos de formación en el Sector Industria y Construcción.

Los cursos del modo de Complementación (C), los demandan las empresas interesadas en complementar los conocimientos de sus trabajadores en los cursos que se ofertan en los centros y corresponden a sus necesidades.

<p>5 Instituto Politécnico de Masaya Cm dte. Cam ilo 1 de enero de 2001 Ortega</p>			x	x	x	x	x	x		<p>Masaya Cuatro Esquinas 500 mt s. Sur</p>
<p>6 Saavedra</p>										

Fuente: Informe Anexo INATEC

Las Acciones Móviles (AM) también son una modalidad que está siendo ofertada en el Sector Industria y Construcción. Éstas han aumentado y fortalecido la capacidad de oferta de servicios de capacitación de los centros, al haber llegado a un mayor número de participantes a través de las diversas capacitaciones ofrecidas

Los centros del sector brindan también la modalidad de Formación a Distancia (FD) en carreras vinculadas al Sector Comercio y Servicio. En los cursos demandados por las empresas bajo el financiamiento provisto por la Atención a Empresas (AE), se ha observado una mayor tendencia en las áreas de comercio y servicio.

Distribución geográfica de los vendedores:

En el mapa descrito en el gráfico 16, se presenta la ubicación de los centros de formación profesional del INATEC por sector. Con los círculos azules se identifican los nueve centros del Sector Comercio y Servicio, con los de color blanco,

los diez centros del Sector Industria y Construcción y con los de color verde, los catorce centros del Sector Agropecuario y Forestal.

Figura 5: Ubicación De Los Centros De Formación Profesional del INATEC



Fuente: Informe Anexo INATEC

También en el mapa se indican cuatro círculos de color amarillo, que señalan las subsedes de: Siuna (Rosita y Bonanza), Bilwi (Waspán) y Somoto (Palacagüina), donde también se desarrollan acciones de capacitación. En el mapa se ubican únicamente los centros de formación profesional propios del INATEC, no están incluidos las Escuelas Taller ni los centros del sector empresarial privado, cuya mayoría pertenece al sector Comercio y Servicios y se encuentran ubicados en la ciudad de Managua.

Diferenciación del producto:

En la industria existe una gran diferenciación del servicio, algunos centros ofrecen servicios de formación y cursos (Anexo 2) y por el espacio con el que cuentan, ofrecen adicionalmente actividades complementarias tales como paseos a caballo para apreciar la naturaleza, dirigido principalmente a un sector pudiente y turistas que buscan tranquilidad, otros cuentan con salas para talleres y eventos especiales, dirigidos a grupos y personas particulares.

Barreras de entrada y al movimiento:

El mercado o segmento al que se dirige será atractivo o no dependiendo de las dificultades de entrada que encuentren los competidores para acceder a dicho segmento.

En cuanto a la diferenciación del producto/servicio, será más difícil competir en un mercado donde existan corporaciones muy bien posicionadas. El operador que desee acceder al sector, deberá realizar una fuerte inversión en posicionarse frente a su rival. Las mejoras continuadas, la innovación y la adaptación continua a las nuevas tendencias del mercado suponen una clara amenaza para el nuevo competidor.

La necesidad de capital para acceder al sector supone una barrera de entrada significativa. Teniendo en cuenta a nivel macroeconómico que el país se encuentra inmerso en una acentuada crisis económica y que el acceso a la financiación externa se ve negativamente afectado, se concluye con que una barrera de entrada al sector será dicha restricción económica por parte de los nuevos competidores, que

deberán realizar una elevada inversión para adecuar el centro al correcto desempeño de la actividad

El efecto de la experiencia y el aprendizaje suponen una barrera de entradas al sector, pues considerando que se trata de un servicio destinado a la transmisión de conocimientos basados en un modelo de aprendizaje concreto, se considera que dicho modelo, único, basado en un específico “know-how”, dificultará el alcance de los nuevos competidores. No obstante, se considera también una amenaza significativa, pues una vez puesto en marcha este sistema existe el riesgo de “benchmarking” por parte de otras empresas pudiendo verse afectada la exclusividad dentro del sector de actividad. Dicha amenaza será solventada mediante la innovación y desarrollo continuo de métodos y aplicaciones para la enseñanza.

La última barrera de entrada al sector a destacar es el coste de cambio de cliente. Es decir, los operadores tendrán que estar muy bien posicionados dentro del sector y establecer una clara ventaja diferencial para lidiar con las exigencias cada vez mayores de una demanda de crecimiento. La diferenciación será el factor clave para retener a dicho cliente, pues se considera que de lo contrario el coste que el cliente percibirá por realizar dicho cambio será mínimo.

Barreras salidas y reducción:

Es un sector donde las barreras de salida no son significativas, pues no existen apenas factores que se pueda destacar, ya que la transmisión de conocimiento sería un bien intangible. La especialización de activos no es elevada como para considerarla objeto de estudio, así como el coste emocional que supondría dejar de lado la actividad. Se considera factor clave la continuidad dentro del sector a modo de sinergia con otros operadores que den continuidad a nuestros clientes. Tales como asociaciones de discapacitados, ONG y otras instituciones implicadas en la

accesibilidad. Factor destacable sería por tanto la interrelación con otras unidades de negocio.

Estructura de costo:

Respecto a la estructura de costos del centro serán clasificados por Costos de Operación, Costos Administrativos, Costos Financieros a su vez se clasificarán en fijos y variables. En los costos fijos se estima un equivalente del 75% de los costos totales, estos costos fijos principalmente están confirmados por pago de su principal proceso: los facilitadores, mantenimiento de infraestructura y servicios básicos. El 25% corresponde a los costos variables asignados principalmente a Recursos Didácticos, medios audiovisuales, reproducción de documentos y otros materiales de uso.

Número de compradores:

El comprador del CCTT está integrado en la oferta del sector turístico. Por ello apoyamos nuestro estudio con el inventario del INTUR:

Tabla 8: Establecimientos Turísticos de Alojamiento de Nicaragua

Departamentos	Nº de Establecimientos
Chinandega	34
León	103
Managua	174
Masaya	48
Granada	105
Carazo	16
Rivas	132
Estelí	54

Boaco	12
Jinotega	39
Madriz	10
Nueva Segovia	19
Matagalpa	60
Chontales	32
Río San Juan	42
RAAN	24
RAAS	87
TOTAL	991

Fuente: Indicadores turísticos del INTUR 2014

Nicaragua dispone de 991 establecimientos turísticos clasificados como Oferta Turística Nacional de Alojamiento del país, clasificados en: 343 Hoteles, 638 Alojamientos Turísticos de Carácter no Hotelero (ATCNH) y 11 Aparto-Hotel; 174 establecimientos (18%) se encuentran ubicados en la ciudad de Managua y 818 (82%) en los distintos departamentos del país.

Nicaragua dispone de un inventario de 8,693 empresas que brindan servicios en las diferentes actividades turísticas en todo el territorio nacional. El 59.9% corresponden a establecimientos de alimentos y bebidas, 17.8% alojamiento y 22.3% a otras actividades turísticas tales como: centro de diversión nocturna, discoteca, agencias de viajes, “rent-a-car”, empresas de transporte terrestre y acuático, etc. El departamento Managua concentra la mayor cantidad de establecimientos turísticos y aporta el 30.7%, en segundo lugar, la RAAN y RAAS con el 9,1% y León con el 6.8% del total.

Integración vertical:

La industria posee una Integración vertical hacia adelante, debido a que el producto que ofrece es intangible (servicio) y por ende no posee canal de distribución. No existe integración vertical hacia atrás, porque carece de control sobre los proveedores y no tiene la capacidad de autoabastecerse. Los centros de formación técnica están integrados verticalmente hacia adelante, son ellas mismas las que hacen sus servicios de ventas, ofrecen sus servicios académicos, y se encargan directamente de venderlos al consumidor final.

Diversificación:

La diversificación se encaminará de acuerdo a las demandas del consumidor de este servicio y los cambios del entorno. Para lograr una adecuada diversificación, el centro debe estar en constante monitoreo del mercado laboral, para conocer que están demandando las empresas, también debe crear un lazo de comunicación y monitoreo constante con sus clientes reales para conocer en qué medida las temáticas abordadas están siendo pertinentes con las exigencias de la demanda de un turismo para todos. No se diversificará en cuanto a opciones de capacitaciones ofertadas, si no que se hará un rediseño de estas con base en el análisis del macro entorno y los monitoreos a empresarios y asociaciones vinculadas a la accesibilidad.

Sin embargo, puede diversificar los servicios en: sistema de rotulación, elaboración de rutas para turismo accesible, consultoría, oferta de guías turísticos especializados en lenguaje de signo, etc. y sobre todo en la edición de una certificación a largo plazo.

CONDUCTA

Estrategias de precio:

El centro utilizara una estrategia de precio de penetración, como herramienta de construcción de lealtad o de entrada en el mercado. Con la estrategia de precios de penetración el centro ofrecerá un producto de alta calidad a un precio mucho más bajo del esperado. Esta combinación ayudara a nuestro centro a entrar en un nuevo mercado incluso cuando no existen competidores, y construye lealtad con nuevos clientes desde el comienzo. La estrategia de penetración podrá aumentar drásticamente el tiempo de duración de los clientes del centro, porque están "enganchados" con la oferta excepcional de la primera capacitación y (asumiendo que las futuras formaciones sean de la misma alta calidad) estarán más dispuestos a invertir en capacitaciones adicionales durante mucho tiempo en el futuro.

Estrategias de producción:

La estrategia de producción u operaciones se enfocará en los siguientes objetivos:

Calidad: con un enfoque de calidad el centro proporcionara capacitaciones aptas para su propósito y cumplir con los requisitos del cliente. La calidad se puede lograr a través de un equipo de facilitadores de alto nivel, la tecnología adecuada y la utilización efectiva de las normas de calidad

Velocidad: implica la entrega de los servicios de formación tan rápido como los clientes quieran y adaptados a sus recursos, se puede alcanzar por disposiciones tales como el control efectivo del flujo de trabajo.

Confianza: Esto significa hacer las cosas a tiempo y mantener el calendario de trabajo prometido al cliente. Esto se logra mediante la programación eficaz, un equipo fiable y compromiso de los docentes.

Flexibilidad: Esto implica ser capaz de responder a los cambios en el diseño de las capacitaciones y la variedad y tiempo requerido por parte del cliente.

Costos: La eficiencia de costos se consigue mediante una mejor utilización de la capacidad, la reducción de los gastos generales, equipos de usos múltiples y una mayor productividad.

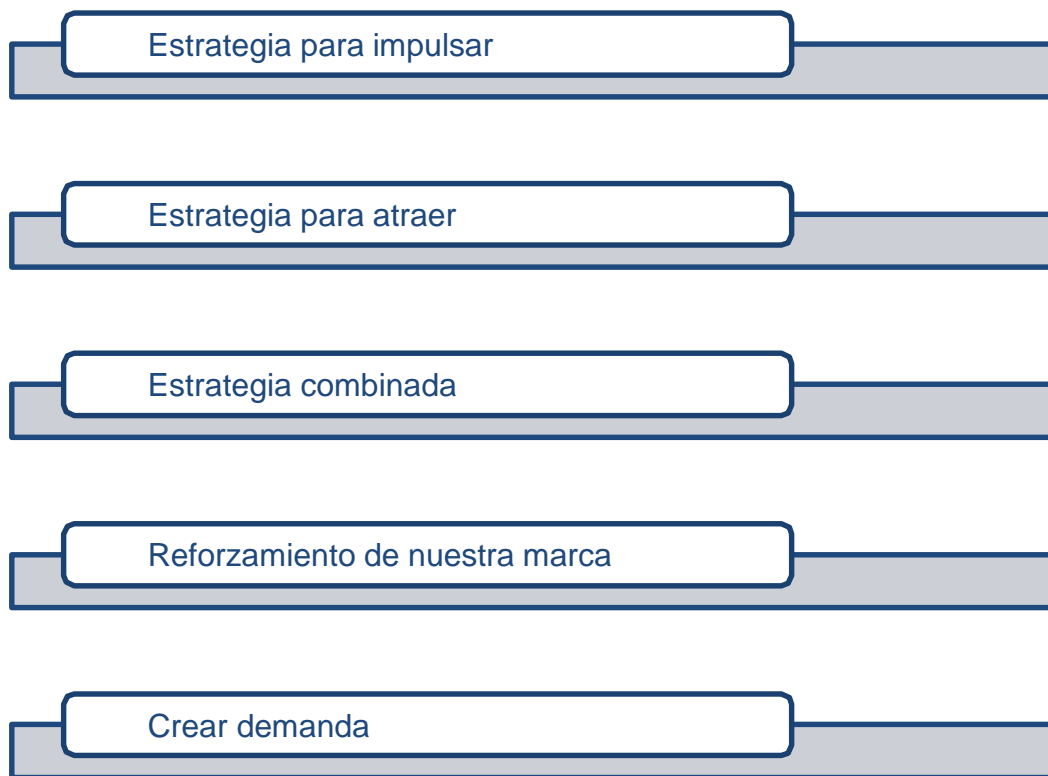
Estrategias de promoción:

El objetivo que perseguimos es que el Centro documente, no sólo las técnicas de promoción propiamente dichas que piense implementar, sino también los soportes publicitarios que emplee, así como las acciones de comunicación y relaciones públicas que vaya a poner en marcha para favorecer el crecimiento del negocio. Se podría desagregar su contenido en estos tres sub apartados: Política de promoción de la venta, Campañas de marketing y relaciones públicas y Publicidad.

Para realizar una estrategia de promoción, necesitamos un buen plan de promoción que incluyan las estrategias mostradas en el Gráfico 17.

Las fusiones, las alianzas y los acuerdos no son la única estrategia que nuestro centro prevé utilizar para conservar la participación en el mercado nacional.

Imagen 6: Estrategias del CCTT



Fuente: elaboración propia

Las alianzas público-privadas se establecen como una confluencia de intereses en beneficio de la sociedad que implica convertir proyectos en actuaciones concretas con resultados medibles. Se han mostrado muy eficaces para superar situaciones que debido a cambios de naturaleza política hacen que se interrumpan programas o se les asignen prioridades distintas a las iniciales de forma que se pueda poner en riesgo su continuidad. La presencia del sector privado y sus aportaciones en forma

de recursos de distinta naturaleza, han significado un apoyo decisivo a la continuidad de esos programas.

El objetivo es claro: aumentar la producción, mejorar la competitividad, diversificar la oferta de productos y servicios y adaptarse a las exigencias del mercado, y en un futuro incursionar con nuestras capacitaciones y/o servicios en otros países centroamericanos.

Investigación e innovación:

A través del CCTT, seremos una herramienta para el aprendizaje del turismo accesible que deberá empezar en la fase inicial de formación de los profesionales turísticos. Además, hay por lo tanto una responsabilidad de llevar a cabo dicha capacitación extensiva a los empresarios turísticos por medio de cursos, seminarios, encuentros, talleres, giras de campo, etc. Todo ello mediante la realización de proyectos especializados o en el día a día de sus actividades, utilizando materiales didácticos apropiados, así como tecnología de la información y comunicación específicas (Braille, señalizaciones, audio, etc.) No hay dudas sobre la importancia del fomento del turismo accesible y su repercusión sobre los actuales y futuros profesionales del sector para que conozcan su origen, su característica y las medidas necesarias para conseguirlo, parte del saber hacer del equipo del centro.

Tácticas

legales:

El sector de la formación profesional, premedita las condiciones legales en la que se verá regido el centro, cumpliendo con un registro legal y las condiciones que las leyes requieren para no tener contratiempos ante una situación de riesgo (INATEC).

EJECUTORIA

Eficiencia de producción:

Dentro del sector de la formación profesional, los centros miembros del INATEC se caracterizan por tener incorporados en la misión el objetivo para la que fueron creados marcados en las siguientes características:

Formula e implementa políticas y programas para la formación técnica y tecnológica, de acuerdo a las demandas y necesidades de los municipios, sectores productivos y proyectos de desarrollo nacional.

Desarrolla programas de formación y especialización del personal docente en coordinación con organizaciones nacionales y extranjeras.

Desarrolla programas de investigación, innovación, y experimentación científica y tecnológica generando propuestas que aporten al desarrollo comunitario

Registra, certifica, acompaña y fomenta la instalación de centros, institutos, politécnicos públicos y privados garantizando la calidad de la formación técnica.

Implementa el Programa Nacional de Certificación a trabajadoras/es empíricos y estudiantes de carreras y cursos técnicos de centros públicos y privados.

Garantiza la ampliación de cobertura territorial de la educación y capacitación técnica en el campo y la ciudad, desde el modelo de alianzas, gobierno nacional y local.

Implementa estrategias de formación y capacitación a protagonistas de programas emblemáticos de nuestro Gobierno y trabajadores/as del sector público y privado.

Implementa campañas comunicacionales para la dignificación, el reconocimiento social e interés de la juventud por las carreras de formación técnica.

Define el modelo nacional de la educación técnica y tecnológica.

Elabora la oferta académica a partir de los procesos de consultas anuales con el sector productivo público y privado.

Gestiona ante la cooperación externa programas y proyectos para el fortalecimiento de procesos educativos.

Avance tecnológico:

El CCTT se va a integrar al proceso globalizador apoyado en los avances tecnológicos, como muchas de las instituciones educativas que han actualizado sus planes de estudios basados en el uso de las TIC's que se vuelve más sofisticada y a la vez más útil en los procesos de Enseñanza – Aprendizaje.

Se dispondrá de procesos educativos auxiliados por las TIC's que contribuyan a elevar el nivel socioeducativo y cultural, incrementando los conocimientos de los clientes, adquirir nuevas competencias profesionales genéricas y específicas. Se puede afirmar que las capacitaciones a impartir educación serán necesariamente tecnificadas, ligada al desarrollo tecnológico.

Efecto de la inflación:

El FMI destacó el desempeño positivo de la economía nicaragüense durante el año

2015, así como los avances en materia de lucha contra la pobreza e igualdad de género.

El desempeño económico de 2015 ha sido en general positivo. Se espera que el crecimiento se modere debido a los efectos de la sequía y la disminución de los precios de las materias primas; el PIB real creció 3.9% en el primer semestre del año. La inflación se redujo a 3% en octubre, reflejando principalmente una disminución de costos de alimentos y transporte. La inflación subyacente se mantuvo estable en 6.5%.

Los resultados de la proyección de ingresos financieros reafirman que la industria de la formación técnica en Nicaragua es competitiva, pero que los grados de competencia se ponen más de manifiesto en los perfiles estratégicos que en guerras publicitarias o guerras de captación de demanda.

Calidad del producto:

El crecimiento exponencial del sector turístico a lo largo de las últimas décadas ofrece oportunidades ilimitadas en los ámbitos del desarrollo socioeconómico y la creación de empleo, pero plantea también otros retos significativos. Junto con la preocupación por la sostenibilidad económica y ambiental, debemos recordar constantemente que no todos los segmentos de la sociedad pueden disfrutar aún por igual de los atractivos, instalaciones y servicios turísticos.

Por tanto se hace necesario el promover un plan de calidad en turismo accesible para todas las personas, además de voluntad política, que es crucial, es preciso también acumular conocimientos fundamentados en la realidad social y forjar asociaciones sólidas entre los responsables públicos, el sector privado y las organizaciones de personas con capacidades diferentes y que permitan desarrollar habilidades que pueden satisfacer la demanda de los servicios prestados en las diversas áreas de las empresas del sector turístico, hotelero y restaurantes con un denominador común: la excelencia del servicio para todos y sin barreras.

Empleo:

“La creación de empleos formales viene mejorando, ya que en años anteriores apenas crecía 8% como promedio, mientras que ahora alcanza dos dígitos, eso es importante ya que está cubriendo a más del 50% de la Población Económicamente Activa (PEA), que cada año se suma a la demanda de empleos, la cual se calcula en 100,000 personas”, Fuente: Economista Alberto Ramírez.

En el contexto nacional, lo que ocurre con el empleo es crucial para el desempeño de la productividad y los ingresos reales. Más allá de lo alarmante que resulta un fuerte incremento en el desempleo abierto, lo fundamental es la estructura y la calidad del empleo que se genera.

Tabla 10: Plan de capacitación

Actividad	Encargado	Fecha de Inicio	Fecha de Culminación	Recursos
Capacitación en Atención al cliente turístico con capacidades diferentes	CENTRACT	Enero 24	Febrero 23	Materiales Humanos Tecnológicos
Capacitación en Turismo Cultural	CENTRACT	Marzo 24	Abril 24	Materiales Humanos Tecnológicos
Capacitación en Gastronomía internacional	CENTRACT	Mayo 24	Junio 24	Materiales Humanos Tecnológicos
Capacitación en Turismo Sostenible	CENTRACT	Julio 24	Agosto 24	Materiales Humanos Tecnológicos

Capacitación en turismo rural	en	CENTRACT	Septiembre 24	Octubre 24	Materiales Humanos Tecnológicos
Capacitación en Accesibilidad y Movilidad para personas con capacidades diferentes	en y para con	CENTRACT	Noviembre 24	Diciembre 24	Materiales Humanos Tecnológicos

6. Conclusiones

- El diagnóstico nos permitió comprender que la apertura a la generación de cursos para el área turística existe. Hay muchas empresas en el área turística que necesitan formarse en la gestión de talento humano y en la especificación en su rubro turístico para brindar el mejor servicio, que les permita avanzar y generar un nicho que puede ser aprovechado por Centros de capacitaciones que brinden sus servicios generando empleos y nuevos ingresos al país.
- El mercado turístico actualmente tiene 991 actores formales donde se pueden generar ofertas académicas enfocadas en los principales segmentos de hoteles, tour operadoras, y centros recreativos, que estén enfocados en el área de servicios, donde se pueda generar valor agregado a sus ya existentes gestiones empresariales.
- Se propuso un plan de capacitación acorde a las necesidades del mercado con Capacitación en Atención al cliente turístico con capacidades diferentes, Capacitación en Turismo Cultural Capacitación en Gastronomía Internacional, Capacitación en Turismo Sostenible Capacitación en turismo rural Capacitación en Accesibilidad y Movilidad para personas con capacidades diferentes, para el periodo de enero 2024 a diciembre 2024 desarrollado por CNETRAC, siempre teniendo énfasis en capacitación para personas con capacidades diferentes.

7. Recomendaciones

Desarrollar un Manual de Servicios para personas con capacidades diferentes.

Hacer una propuesta más amplia sobre temas para personas con discapacidad

Promover estrategias de turismo cultural

8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Adam Smith D (1776) “La riqueza de las naciones”, W. Strahan & T. Cadell

Aunión, J.A: (. 2013.) Bilingües a la carrera. El País, Sociedad

Banco Central de Nicaragua (2015) Informe anual 2015 del BCN. BCN

CERMI. (2005). Comunicación para todos. Pautas para la comunicación accesible. Madrid: CERMI.

Consuegra C, Begoña. (2002). El acceso al patrimonio histórico de las personas ciegas y deficientes visuales. Madrid: ONCE.

Cruz Ayuso, C. (2004). Los retos del ocio y la discapacidad en el siglo XXI. Universidad de Deusto.

ENI (2008) Universidad tecnológica nacional <http://frrq.cvg.utn.edu.ar> Tipos de turismo: nueva clasificación

Espinosa Ruiz, A y Guijarro Carratalá, D. La accesibilidad al patrimonio cultural.

Figini, L y Arch, M. (2007). Espacio libre de barreras. Nobuko.

González Velasco, J. (2008). El mercado potencial del turismo accesible para el sector turístico español. Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. Madrid.

Guía de accesibilidad para el comercio y la hostelería. Federación de Asociaciones

Lázaro Fernández, Y. (2009). Ocio, inclusión y discapacidad. Universidad de Deusto.

López A, Fernando (Director). (2002). Libro verde de la accesibilidad en España: Diagnóstico de situación y bases para elaborar un plan integral de supresión de barreras. Instituto Universitario de Estudios Europeos. Universidad Autónoma de Barcelona. Madrid: IMSERSO.

López, A, Fernando y Dinares Quera, Montse. (2006). El hotel accesible. Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. Madrid.

Marcos Pérez, D y González Velasco, J. (2003). Turismo accesible. Hacia un turismo para todos. Madrid: CERMI.

Martin B (2024) Guía de turismo sostenible. Revfine.www.revfine.com

Miquel, Sr; Molla, A; Biné, Ee: Introducción al marketing. Editorial: McGraw Hill. ISBN: 84-481-1846-4

Murcianas de Personas con Discapacidad Física y/o Orgánica, FAMDIF. Murcia.

OMT (2015) Asociación Española de Normalización y Certificación. Guía de Turismo Accesible Ecuador (2012).

Panorama de la Educación. Indicadores de la OCDE 2013. Informe Español. Instituto Nacional de Evaluación Educativa. Ministerio de Educación, cultura y deporte. Gobierno de España. Año 2013. <http://www.mecd.gob.es/dctm/inee/internacional/panoramadelaeducacion2013informe-espanol.pdf?documentId=0901e72b816996b6> [Consultado el 05/11/2013]

Philip K (2012) Puro marketing. Publicidad <https://www.puromarketing.com/53/13539/mejor-publicidad-hacen-clientes-satisfechos>

Rene F (2017) "SEGMENTACIÓN DE MERCADOS" JUAN GUERRERO & JORGE GARCÍA

Síntesis de indicadores económicos. INTUR <http://www.intur.gob.ni/estadisticas-de-turismo/>

Sanmartín, R (2013) Las claves de la "ley WERT". El Mundo digital.

Universidad del País Vasco (UPV/EHU) (23015)- Abre las puertas de tu futuro, UPV

9. Anexos

Anexo 1: Entrevista a Coordinación de Planificación UCC

Entrevista a Coordinación de Planificación

Universidad de Ciencias Comerciales

UCC Sede Managua

Nombre: _____

Años en Coordinación: _____

Un saludo estimado Coordinador favor apoyarnos con este instrumento

1. ¿Qué áreas lleva un Plan de Capacitación?

2. ¿Cuántas capacitaciones podrían desarrollar en sector turismo en el 2024?

3. ¿Qué capacitaciones empresariales ve apropiadas para un plan de trabajo enfocada en turismo?

UNIVERSIDAD DE CIENCIAS COMERCIALES



UCC- SEDE MANAGUA

DIRECCIÓN DE INVESTIGACIÓN

Relación de Autores

Revisado por:
Lic. Fernando Monge- Dirección de
Investigación



Autorizado por:
Dra. Fabiola Somarriba – Vice Rectoría
Académica



*Por nuestro Prestigio, Trayectoria y Calidad
¡Somos la Universidad de la Gente que Triunfa!*