

Universidad Politécnica de Nicaragua

Escuela de Administración, Comercio y Finanzas

Maestría en Administración de Empresas

SEDE-ESTELÍ



Tesis para optar al Título de Maestría en Administración de Empresas
(MBA)

Proyecto a nivel de pre factibilidad de construcción y equipamiento del Centro Turístico el Naranjo, Santa Cruz, Estelí, año 2018.

Maestranes:

- ❖ **Jorge Ulises Medina Altamirano**
- ❖ **Vilma Julissa Medina Altamirano**

Tutor: Msc. Tobías Adrián Gamboa Solano

Estelí, Abril 2018

Contenido

RESUMEN EJECUTIVO

1-INTRODUCCIÓN	1
2 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	3
2.1 Delimitación del problema de investigación	3
2.2 Formulación del problema de investigación.	5
2.3 Sistematización del problema de investigación.	6
2.4 Justificación	7
3- OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN	8
3.1 Objetivo general	8
3.2 Objetivos específicos	8
4-MARCO TEÓRICO	9
4.1 ¿Qué es proyecto?	9
4.2 Tipos de proyectos	9
4.2.5 Proyecto a nivel de Perfil	11
4.2.6 Proyecto a nivel de pre factibilidad	12
4.2.7 Proyecto a nivel de Factibilidad	13
Modelo de proyecto a nivel de pre factibilidad de Msc. Miriam Torrez Montiel	13
Dimensión Identificación del Proyecto	13
Dimensión Estudio de mercado	14
El Producto	15

Análisis de la Demanda sin Proyecto.	15
Oferta del Producto (Bien/Servicio) sin Proyecto.	16
Estimar la Demanda Potencial Insatisfecha en el Mercado y Disponible para el Proyecto.	16
El Proyecto en el Mercado.....	16
Analizar los precios o tarifas.	16
La comercialización del Producto (Bien/Servicio).....	16
Presupuesto de Ventas	17
Dimensión Estudio Técnico.....	17
El tamaño del proyecto	17
Localización del proyecto.....	17
Proceso Productivo y Tecnología.....	18
Costos: 18	
Dimensión Análisis de Aspectos Ambientales.	19
Dimensión Estudio Financiero	20
Inversión inicial a realizar,	20
Costos de producción	20
Los costos de administración.....	21
Costo de ventas.....	21
Costos financieros	22
Flujo Financiero del Proyecto	22
Tasa de descuento.....	22
Período de Recuperación de la Inversión.	22
El Valor Actual Neto	23
Tasa interna de retorno financiero (TIR).....	23
Relación Beneficio/Costo.	24
Análisis de sensibilidad del Proyecto.	24
El Plan de Financiación	24
5- DISEÑO METODOLÓGICO	25

5.1 Tipología de la investigación	25
5.2 Población y Muestra	26
5.3 Método e instrumento de recolección de datos	26
6. DESARROLLO DEL ESTUDIO	28
6.1 - Capítulo 1. LA IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO	28
Objetivos de ejecución	33
Objetivos de operación	33
6.2 Estudio de Mercado	35
6.3 ESTUDIO TÉCNICO	64
Condicionantes	65
Determinantes	66
Macro localización	67
Micro localización	69
Climatología	70
Preservación del Medio Ambiente	70
Reserva Natural Cerro Tomabú	71
Recursos Humano	71
Equipo de cocina para el restaurante:	72
Tecnología para juegos recreativos:	72
• Piscina	72
• Canchas deportivas Multiuso:	73
• Canopy:	73
• Senderismo:	73
• Paint ball:	74
• Ping Pong:	75

Con la Policía Nacional	90
6.4 Aspectos Ambientales A Considerar En Proyectos Turísticos.	104
6.5 Estudio Y Evaluación Financiera	110
7. CONCLUSIONES	116
8. RECOMENDACIONES	117
9. BIBLIOGRAFÍA	118
10. ANEXOS	119

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Cantidad de Encuestas a realizar vs. Encuestas contestadas. Estelí. 2018	35
Tabla No. 2.	Centros turísticos en Estelí. 2018	45
Tabla No. 3.	Proveedores para el restaurante. Estelí. 2018	47
Tabla No. 4.	Proveedores para servicios básicos. Estelí 2018.	48
Tabla No. 5.	Proveedores productos de limpieza. Estelí. 2018	48
Tabla No. 6	Situación del Mercado de Turistas en Número de visitas, Estelí. Período 2017-2023. 53	
Tabla No. 7	Situación del proyecto en el mercado. Período 2019- 2023.	54
Tabla No. 8	Precios de los servicios Competencia. Estelí 2018.	55
Tabla No. 9	Presupuesto de ventas Temporada alta Centro turístico el Naranjo. Estelí.201860	
Tabla No. 10	Presupuesto de ventas Temporada baja Centro turístico el Naranjo. Estelí.201862	
Tabla No. 11	Total de ingresos promedio anual	64
Tabla No.12	OFERTA DEL PROYECTO ANUAL	65
Tabla No. 13.	Datos de interés ubicación del proyecto.	69
Tabla No.14	Activos Fijos.....	78
Tabla No.15	Equipamiento	78
Tabla No.16	Mobiliario y equipo.	79
Tabla No. 17	Depreciación Del Mobiliario Y Equipo De Oficina	79
Tabla No. 18	Depreciación Del Mobiliario Y Equipo De Oficina	79
Tabla No. 19	Inversión Diferida	81
Tabla No. 20	Amortización de inversión diferida	82
Tabla No. 21	Costos de Mantenimiento.....	82
Tabla No. 22	Capital de Trabajo	83
Tabla No. 23	Plan Global de Inversión.....	83
Tabla No. 24	Costo de Operación Anual.....	84
Tabla No. 25	INGRESOS TEMPORADA ALTA Y BAJA EN C\$.....	110
Tabla No. 26	Flujo Sin Financiamiento en C\$ (córdobas constantes)	111

Tabla No. 27 Flujo Sin Financiamiento en C\$ (córdobas constantes)	112
Tabla No. 28. TASA DE RENDIMIENTO MINIMA ACEPTABLE (TREMA)	113
Tabla No. 29 Financiamiento del Proyecto. En C\$.....	115

ÍNDICE DE GRAFICOS

Pág.

Gráfico No. 1 Tipo de Centro turístico que más visita. Estelí. 2018.....	38
Gráfico No. 2 Relación precio y calidad del servicio turístico. Estelí. 2018.....	41
Gráfico No. 3 Opinión de encuestados sobre la calidad del servicio que reciben. Estelí. 2018..	42
Gráfico No. 4 Estaría dispuesto a visitar el Centro Turístico el Naranjo. Estelí. 2018	50
Gráfico No. 5 Frecuencia de visita al Centro Turístico. Estelí. 2018.....	50
Gráfico No. 6 Motivos de asistencia al Centro Recreativo. Estelí. 2018.	51

ÍNDICE DE ORGANIGRAMAS

Pág.

Organigrama No. 1. Organización Para La Ejecución.....	85
Organigrama No 2. Organigrama de la obra	85
Organigrama No. 3 Organigrama Funcional del Restaurante	86
Organigrama No. 4. Organigrama Funcional de Juegos Recreativos.....	89

ÍNDICE DE MAPAS

Pág.

Mapa No. 1. Macro localización del proyecto.	68
Mapa No. 2. Micro localización del Proyecto.	70

ÍNDICE DE ESQUEMA

Pág.

Esquema No. 1. Proceso de Servicio	71
------------------------------------	----

ÍNDICE DE BOSQUEJO

Pág.

Bosquejo No. 1. Adecuación de espacios. Centro Turístico.	76
---	----

ÍNDICE DE MATRIZ

Matriz No. 1. Planificación de la ejecución del proyecto.

Pág.

95

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo No. 1. Matriz de operacionalización

Anexo No. 2. Instrumento de Encuesta

Anexo No 3. . Instrumento de Entrevista

Anexo No. 4. Cobertura del proyecto en temporada Alta y Baja.

Anexo No. 5. Planilla salarial Centro Turístico El Naranjo.

Anexo No. 6. Planos

RESUMEN EJECUTIVO

Con el proyecto de construcción y equipamiento del Centro Turístico el Naranjo, Santa Cruz, Estelí, año 2018, se pretende dar respuesta a necesidades insatisfechas encontradas en el mercado del turismo en el Departamento.

En entrevista con la Delegada Departamental de INTUR, Estelí, Leonor Ramírez (Comunicación personal, 27 de septiembre 2017), menciona que, hace quince años comenzó el crecimiento del Turismo en Estelí, y que ha tenido un crecimiento anual de un 7%. Señala que existe una insatisfacción en el mercado en aproximadamente un 18% de turistas, que no encuentran la variedad de servicios que satisfagan sus necesidades.

La misión del proyecto, operando como negocio es proveer servicios de descanso en la ciudad de Estelí, comunidad el naranjo, con gente amable, estándares de calidad y buenas prácticas de turismo sostenible, garantizando la satisfacción de nuestros clientes nacionales y extranjeros.

Su visión es brindar un excelente servicio de alimentación, descanso y atractivos turísticos, proveyendo servicios con estándares de calidad y buenas prácticas de turismo sostenible, contando con un capital humano que permita alcanzar la satisfacción de nuestros clientes, nacionales y extranjeros.

El proyecto cuenta con un terreno propio con un área de 1.5 manzanas, y requerirá para ofertar servicios de alimentación y recreación sana, en un ambiente familiar y de contacto directo con la naturaleza; como una opción más de turismo rural en la zona, acondicionar áreas de restaurante, juegos infantiles, canchas para hacer deporte, equipos y espacios para diversas actividades recreativas como canopy, senderismo, paint ball y mesas de ping pong.

El proyecto estará ubicado en el kilómetro 140, carretera panamericana sur, de la fábrica de cajas para puros de tabaco 150 varas al este. Siendo un lugar accesible para todo tipo de transporte, en una zona de clima privilegiado y rodeado de paisajes verdes y algunas comunidades aledañas.

De acuerdo con los resultados de la encuesta realizada, el 100% de los encuestados respondió afirmativamente que sí visitaría el Centro Recreativo el Naranjo, por la accesibilidad al lugar, y la opción de participación de la familia, ya que el Centro ofertará una diversidad de servicios turísticos.

De acuerdo con las estimaciones realizadas en el estudio de mercado, el mercado del Centro Recreativo El Naranja, en Estelí, presenta una demanda insatisfecha de 92.365 para el año 2019 y para el año 2023 será aproximadamente de 674.623 turistas.

De acuerdo con los datos estimados, el proyecto del Centro Recreativo, recibirá a un promedio anual de 22.576 turistas por año, durante los años 2019, 2020, 2021, 2022 y 2023. El Centro Recreativo cubrirá un 24.44%, 13.76%, 8.31%, 5,22% y 3,35% de la demanda insatisfecha estimada, para los años 2019, 2020, 2021, 2022 y 2023 respectivamente.

La definición de los precios de los productos alimenticios y servicios que se ofertaran, está en función de la competencia existente en el mercado interno, generando una competencia sana diferenciada en la calidad de los alimentos y los servicios a ofrecer.

El Centro Recreativo, tendrá capacidad para atender a 22.576 turistas al año, de los cuales 16.086 se estima atender en temporada alta (febrero, marzo, abril, mayo, junio, noviembre y diciembre), y 6.490 turistas en temporada baja (enero, julio, agosto, septiembre y octubre).

El proyecto requerirá de una inversión total de C\$ 6.372.086,07, de los cuales C\$ 6.121.274,40 es inversión fija (construcción, equipamiento, mobiliario de oficina), C\$ 35.995,00 es intangible, y C\$ 214.816,67 es capital de trabajo.

Los costos de operación anual ascienden a un monto de C\$ 3.370.923.30.

Los ingresos del proyecto se obtendrán producto de las ventas de los platillos y bebidas, y de los servicios a ofertar. Los ingresos brutos anuales se estiman en C\$ 8.417.400,00. De los cuales C\$ 5.898.900,00 se obtendrán en temporada alta y C\$ 2.518.500,00 en temporada baja.

El proyecto se evaluó bajo dos escenarios, uno sin financiamiento, y otro con un financiamiento de la inversión total inicial.

En el escenario sin financiamiento o puro, los indicadores VAN, TIR y R B/C, encontramos los siguientes resultados VAN (31%) de C\$ 5.852.439,54, TIR de 88%, y R B/C de 2,20.

En el escenario con financiamiento, el VAN (24%), resultó en C\$ 7.288.846,51.

En ambos escenarios, el proyecto resulta por sus indicadores financieros, viables para tomar la decisión de realizarlo y una u otra opción dependerá de la decisión del inversionista. No obstante, debido a la situación de Riesgo País actual, ocasionada por la crisis política, es

recomendable dar un tiempo que las condiciones Riesgo País se mejoren, y se pueda tomar una decisión más atractiva para el inversionista.

Por último, el proyecto también presenta bondades en el aspecto económico/ social, ya que aportará a la zona donde se ubicará, empleo ocasional y permanente durante las etapas de ejecución y de operación respectivamente, plus en el desarrollo turístico de la zona, lo que permitirá contribuir al producto interno bruto en la categoría servicios.

1-INTRODUCCIÓN

La presente investigación, estableció como objetivo de estudio desarrollar un documento de proyecto a nivel de pre factibilidad, de la construcción y equipamiento de un Centro Turístico el Naranja, ubicado en la comunidad de Santa Cruz, Departamento de Estelí, año 2018, para satisfacer la demanda insatisfecha de servicios turísticos tanto para la población del departamento, nacional e internacional.

Dicho proyecto, nace de la necesidad encontrada en el mercado del servicio turístico en Estelí y a nivel Nacional, debido a la creciente demanda de los pobladores en actividades de recreación, diversión, esparcimiento sano; y por ser este un proyecto ubicado en Estelí, se le suma el componente eco-.recreativo.

Se espera que este proyecto de pre factibilidad permita contribuir a cubrir esas necesidades insatisfechas encontradas en el mercado del turismo en el Departamento y en el país. Nicaragua en los últimos años, ha experimentado un crecimiento económico según estadísticas de INTUR, CANATUR, FUNIDES, BID, Banco Mundial, en donde el Sector Turismo dinamiza la economía.

El contenido del documento, inicia planteando el problema de la investigación, sus objetivos, el marco teórico y el diseño metodológico. Continúa desarrollando aspectos de las características del proyecto, identificando sus objetivos, estudia la variable de mercado, midiendo el comportamiento del consumidor en su frecuencia de compra, así como los motivos que impulsa a los compradores a adquirir los servicios turísticos, y la influencia de este en el mercado y las finanzas.

Se realizó un Estudio técnico, en el cual se plantean las capacidades instaladas, y necesarias para satisfacer las necesidades de dicha demanda insatisfecha. También se estudió la localización del proyecto, Ingeniería, Organización, Costos de inversión y operación, Aspectos legales a considerar para su apertura y la Programación de las actividades previas para la operación del negocio. Luego, se citan los aspectos de tipo ambiental a considerar durante las fases de ejecución y operación del proyecto.

Por último, se realizó un estudio y evaluación financiera del proyecto el cual se determinó a través de los indicadores financieros valor actual neto, tasa interna de retorno, y relación beneficio/costo, si este proyecto es o no rentable en términos financieros para la debida toma de decisiones de los inversionistas, quienes cuentan con la capacidad financiera para dar inicio a este proyecto.

2 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

2.1 Delimitación del problema de investigación

El Estudio Económico de América Latina y el Caribe, publicado en agosto 2017, contiene las proyecciones de crecimiento promedio para la región este año, y proyecta un incremento del Producto Interno Bruto (PIB) en 1.1 % para América Latina y 3.6 % para Centroamérica Martínez, (2017).

Nicaragua es la cuarta economía con perspectivas de crecimiento más altas en toda la región de América Latina y el Caribe, con 4.7 % y la segunda proyección más alta en el istmo. En Centroamérica, la economía nicaragüense solo es superada por Panamá con una proyección de crecimiento de 5.6 % Martínez, (2017).

Según Informe del BIRF-IF en el 2011, el crecimiento alcanzó un récord del 5.1 %, con una desaceleración al 4.9 y 4.5 en 2015 y 2016, respectivamente. Para este año, el pronóstico se sitúa en 4.7 %, la tasa más baja en los últimos cinco años Banco Mundial,(2017).

El informe de coyuntura económica de la Fundación Nicaragüense para el Desarrollo Económico y Social, señala que los sectores de más peso en la economía nicaragüense, son la industria manufacturera y el comercio, que en conjunto representan aproximadamente el 30 % del PIB en términos reales FUNIDES, (2017).

El Sector Turismo en Nicaragua según el Banco Central, indica que el flujo de llegadas de visitantes internacionales al país en el año 2016, mostró un crecimiento de 9.6 por ciento con respecto al año 2015 (139,725 visitantes adicionales) Informe BCN, (Mayo 2017).

Sigue señalando el Banco Central, que de estos, el 94.3 por ciento fueron turistas que pernoctaron al menos una noche, el 3.9 por ciento corresponde a cruceristas y el restante 1.8 por ciento a excursionistas o visitantes del día. Por su parte, los ingresos por turismo alcanzaron 642.1 millones de dólares, 21.5 por ciento superior a lo registrado en 2015 Informe BCN, (Mayo 2017).

Según Aguerri, Presidente del Consejo Superior de la Empresa Privada en Nicaragua, parte de estos logros se deben a la aprobación de la **Ley de Incentivos Turísticos** en el 2011,

que ha permitido el desarrollo hasta fines del 2015, de 220 proyectos que han generado inversiones de 418 millones de dólares al país Informe COSEP (Enero 2016).

Por otro lado, en el primer informe de Coyuntura Económica de FUNIDES, se expresa que aunque en los últimos años el número de turistas que llega al país y los ingresos que genera la actividad no han dejado de crecer, el aprovechamiento del potencial de esta actividad está por debajo de su pleno potencial, por lo que la eliminación de algunos obstáculos le permitiría a esta actividad convertirse en el principal motor de la economía nacional. FUNIDES, (2017).

Según FUNIDES, la clave está en la eliminación de cuellos de botella en sectores importantes de la economía que le permitan constituirse en motores de crecimiento. Siendo un primer cuello de botella, la ausencia de una estrategia de largo plazo que defina las metas y objetivos del país en el turismo y que declare al sector como de interés nacional. FUNIDES, (2017).

Otro obstáculo a superar es la insuficiencia de infraestructura adecuada. Según FUNIDES, aún se requieren de más aeropuertos internacionales, de más y más ágiles aduanas para la entrada de turistas, de más terminales portuarias, carreteras pavimentadas y de mejores servicios de telecomunicaciones. FUNIDES, (2017).

Un tercer elemento que debe atenderse es el referido a la educación, ya que esta es clave para el desarrollo del sector. FUNIDES plantea que es necesario contar con personal más capacitado que brinde atención de mejor calidad. “En particular se debe reforzar la educación bilingüe. El papel del sistema educativo nacional en este sentido es fundamental”, señala. FUNIDES, (2017).

De acuerdo con el Informe de Cartografía Digital y Censo de Edificaciones en la Cabecera Municipal de Estelí, existen cinco actividades económicas que concentran el mayor número de establecimientos, y los cuales están relacionadas a las actividades de servicio y comercio (3,108 establecimientos de la ciudad) Informe de Cartografía, (Enero, 2017).

Continúa agregando el informe, que de estas cinco actividades, uno se dedica al servicio de restaurantes y de servicio de comida (579 establecimientos), y es específicamente entre los servicios que demanda el turismo, los restaurantes y comiderías se agrupan 499 establecimientos,

lo que muestra el interés e importancia del desarrollo de servicios turísticos en Estelí Informe de Cartografía,(Enero, 2017).

El presidente de la Cámara de Comercio y Servicios de Estelí, Reyes Alfonso Castillo; la delegada del INTUR, Leonor Ramírez; y Néstor Plasencia, ex presidente y actual vocal de la Junta Directiva de la Asociación de Tabacaleros de Nicaragua, coincidieron en que este departamento tiene tres arterias económicas: Tabaco, Comercio y Turismo.

En el caso del ecoturismo, en este departamento hay unas 15 opciones ubicadas en la zona de reserva boscosa de El Tisey-La Garnacha, Miraflor, Venecia, en Condega, y otros, que generan hasta 3,000 empleos directos e indirectos.

Mencionó además, que están promocionando la inversión turística en Estelí, con una tasa especial de interés anual sobre préstamos de un 8.9% dirigido al Sector Turismo, y los préstamos para la inversión tienen un techo máximo de USD 100, 000.00 (cien mil dólares).

En un estudio realizado en el 2007 por el Instituto Nicaragüense de Turismo, el cual tenía como finalidad caracterizar la demanda de turismo interno encontró que las principales demandas de los nicaragüenses son: más actividades de entretenimiento, esparcimiento o distracción, casi un 70 % no encontró sitios que ofrecieran paseos o tour en los alrededores INTUR, (2007).

Dado que la mayoría de los viajes son realizados en familia, es importante tomar en cuenta actividades recreativas para todos sus miembros, especialmente para los hijos menores o niños, para los que aún existen pocas opciones. Para objeto del estudio, se está retomando los servicios de entretenimiento y re- creación de actividades atractivas con el fin de dar respuesta a esta demanda insatisfecha.

2.2 Formulación del problema de investigación.

¿El estudio a nivel de pre factibilidad, de la construcción y equipamiento de un Centro Turístico el Naranjo, ubicado en la comunidad de Santa Cruz, Departamento de Estelí, año 2018, podrá demostrar ser rentable al realizar los estudios de mercado, técnico, ambiental y financiero del proyecto?

2.3 Sistematización del problema de investigación.

Estudio de Mercado

¿De cuánto es la Demanda Potencial insatisfecha de los servicios turísticos en el municipio de Estelí?

¿Quiénes son las empresas que compiten directamente e indirectamente?

¿Cuál es la oferta de servicios turísticos, que se presenta en el Mercado del municipio?

¿Qué tipo de precios de los servicios a brindar, serían los más favorables para la captación de clientes?

¿Cuál sería la oferta del Centro Turístico, que aportaría a cubrir la demanda insatisfecha del mercado?

Estudio Técnico

¿Cuál sería la ubicación geográfica para que el Centro sea accesible a los potenciales clientes del negocio en el municipio?

¿Con qué recurso humano calificado debe contar el Centro para generar un servicio turístico de calidad?

¿Cuáles son los aspectos legales para la formalización del negocio?

¿Cuál debería ser la infraestructura adecuada del Centro, para la comercialización del servicio turístico?

Estudio Ambiental

¿Cuáles son los principales impactos negativos del proyecto en el ambiente, durante la fase constructiva del Centro?

¿Cuáles son los principales impactos negativos del proyecto en el ambiente, durante la fase operativa del Centro?

¿Cuáles son las principales medidas de mitigación que deberá implementar el proyecto, para mitigar los impactos negativos?

¿Cuál será el costo de estas medidas de mitigación?

Estudio Financiero

¿De cuánto será la inversión inicial para el proyecto?

¿En cuánto se estimarán los costos de operación para el primer año de operación del proyecto?

¿En cuánto se estimarán los ingresos de operación para el primer año de operación del proyecto?

¿Cuál será el nivel de rentabilidad del Centro Turístico, en el Naranjo, Santa Cruz, Estelí?

2.4 Justificación

El Proyecto pretende contribuir a cubrir la demanda insatisfecha de los servicios turísticos en Estelí. Aprovechando la oportunidad de la ubicación del proyecto que se encuentra localizado en un ambiente natural acogedor, ya que se ubica en una zona protegida en la zona sur del departamento de Estelí.

La zona sur del municipio de Estelí sobre la carretera panamericana a pesar de su riqueza en paisajes turísticos y ofertas gastronómicas, no posee proyectos turísticos que oferten una amplia gama de servicios, es por ello que un par de hermanos asociados han tomado la iniciativa de hacer un proyecto turístico, en donde incluya turismo de naturaleza, turismo rural y turismo de aventura.

Por otro lado, la zona de Santa Cruz, es una zona que actualmente ha reportado un gran interés, debido al establecimiento de lotificaciones, empresas y acelerado crecimiento poblacional; por lo que representa una latente oportunidad de negocio e impulso económico de la zona.

El desarrollo de este proyecto beneficiará de forma directa a las familias del municipio de Estelí principalmente, ya que el negocio generará veinte empleos directos, y en la etapa de

construcción generará más de diez empleos indirectos en el sector del municipio de Estelí, para el año 2018. Aportando socialmente a las economías de los hogares de Estelí.

3- OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN

3.1 Objetivo general

Elaborar un estudio de proyecto a nivel de pre factibilidad de la Construcción y Equipamiento de un Centro Turístico en el Naranjo, Santa Cruz, Estelí, para el año 2018.

3.2 Objetivos específicos

Identificar aspectos relevantes que caracterizan al proyecto en estudio.

Efectuar un estudio de mercado para la identificación de la demanda, oferta, precios, competencia, comercialización del centro turístico en el mercado.

Aplicar un estudio técnico para el establecimiento de la ubicación, proceso productivo, tecnología requerida, mano de obra, infraestructura, costos y organización que se necesitará en el proyecto.

Realizar un Estudio Ambiental, que identifique los principales impactos del proyecto.

Elaborar un estudio financiero para la determinación de la inversión inicial, costos, ingresos, rentabilidad del proyecto a través del cálculo de indicadores TIR, VAN, relación beneficio costo del proyecto.

4-MARCO TEÓRICO

4.1 ¿Qué es proyecto?

Baca (2010) menciona, “visto de forma general, es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema pendiente a resolver, entre muchas, una necesidad humana. Puede haber diferentes ideas, inversiones de diversos montos, tecnología y metodología con diversos enfoques, pero todas ellas destinadas a resolver las necesidades del ser humano en todas sus facetas.

Continúa mencionando el autor Baca, (2010), que el proyecto de investigación, se puede describir como un plan, que, si se le asignara determinado monto de capital y se le proporciona insumo de varios tipos, podrás producir un bien o servicio útil al ser humano y a la sociedad en general”.

4.2 Tipos de proyectos

4.2.1 Proyectos de inversión privada: En este caso el fin del proyecto es lograr una rentabilidad económica financiera, de tal modo que permita recuperar la inversión de capital puesta por la empresa o inversionistas diversos, en la ejecución del proyecto León Carlos, (2007).

4.2.2 Proyectos de Inversión Turística: En Nicaragua, existe un marco jurídico que incentiva la Industria del Turismo, es la Ley no. 306 publicada en la Gaceta No. 117, del 21 de junio de 1999, Diario Oficial del Gobierno; que otorga incentivos y beneficios a las personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeros que se dediquen a la actividad turística.

En el capítulo II naturaleza y carácter, definiciones Arto. 3. de la Ley, señala que podrán acogerse a los incentivos de la Ley, las personas naturales o jurídicas que se dediquen e inviertan directamente en servicios y actividades turísticas debidamente autorizadas por el INTUR, y dentro de estos se incluye las Inversiones en Infraestructura Turística y en Equipamientos Turísticos Conexos.

4.2.3 Proyectos de inversión pública: En este tipo de proyectos León Carlos, (2007), el estado es el inversionista que coloca sus recursos para la ejecución del mismo, el estado tiene como fin el bienestar social, de modo que la rentabilidad del proyecto no es sólo económica, sino

también el impacto que el proyecto genera en la mejora del bienestar social en el grupo beneficiado o en la zona de ejecución.

Dichas mejoras son impactos indirectos del proyecto, como por ejemplo generación de empleo, tributos a reinvertir u otros. En este caso, puede ser que un proyecto no sea económicamente rentable *per se*, pero su impacto puede ser grande, de modo que el retorno total o retorno social permita que el proyecto recupere la inversión puesta por el estado León Carlos, (2007)

Los proyectos de inversión Pública en Nicaragua están regidos por una institución llamada **SNIP** (Sistema Nacional de Inversiones Públicas) esta organización dicta normas y procedimientos relativos a la formulación y evaluación de las inversiones realizada con los fondos públicos con el objeto que respondan a las estrategias políticas de crecimiento y desarrollo económico y social.

El Sistema Nacional de Inversiones Públicas es reconocido como líder del proceso de inversión pública del país, asegurando la calidad de las inversiones y su coherencia con las prioridades del desarrollo nacional, contribuyendo así al bienestar de todos los y las nicaragüenses.

En la década de 1980-89, se dan los primeros pasos para ordenar la inversión pública de país. En ese entonces, las funciones de inversión pública estaban radicadas en la Secretaría de Planificación y Presupuesto. Esta entidad estaba encargada de formular, darle seguimiento y evaluar el Programa de Inversión Pública (PIP).

El PIP estaba enmarcado en la Estrategia Nacional de Desarrollo Económico y Social de corto, mediano y largo plazo. Esta función se cumplía en colaboración con las instituciones globalitas: Ministerio de Finanzas, Ministerio de Cooperación Externa y el Banco Central.

El gobierno que asumió en 1990, reorganizó las instituciones del Estado para modernizar su estructura. En 1992, se creó el marco institucional para el Sistema Nacional de Inversiones Públicas (SNIP) mediante un Acuerdo de Gabinete, que estableció el procedimiento para la formulación y seguimiento del PIP.

Creó la Dirección General de Inversiones Públicas (DGIP) del Ministerio de Economía como el ente rector del SNIP, y dentro de su funcionamiento definió una instancia de coordinación con las otras instituciones globalitas, creándose el Comité Técnico de Inversiones (CTI).

Considerando que el Ministerio de la Presidencia era el órgano de coordinación del gabinete económico, allí se radicó la responsabilidad de elaborar e implementar la Política de Inversión Pública y el Programa de Inversiones Públicas (PIP) de mediano y corto plazo. Para ello le definió dos funciones:

Analizar, discutir y aprobar las propuestas finales de la Política de Inversión y el PIP, presentados por el MEDE y Conocer los informes de evaluación y seguimiento presentados por el MEDE. Así, el Acuerdo de Gabinete ratificó al Ministerio de Economía y Desarrollo (MEDE) en sus funciones normativas y técnicas del proceso de inversiones, asignándoles las tareas de:

Determinar los lineamientos para la formulación del PIP, presentarlos a aprobación del gabinete económico, y luego enviarlos a las instituciones públicas para que elaboren las propuestas sectoriales de inversión Realizar el seguimiento físico-financiero de los proyectos, identificar cuellos de botella y proponer medidas correctivas, y revisar los instrumentos para la programación, seguimiento y evaluación de proyectos.

4.2.4 Proyectos de inversión social: Un proyecto social sigue el único fin de generar un impacto en el bienestar social, generalmente en estos proyectos no se mide el retorno económico, es más importante medir la sostenibilidad futura del proyecto, es decir si los beneficiarios pueden seguir generando beneficios a la sociedad, aun cuando acabe el período de ejecución del proyecto León Carlos, (2007)

4.2.5 Proyecto a nivel de Perfil

De acuerdo con León Carlos (2007), un proyecto de inversión cualquiera que sea sigue un solo objetivo: los fines últimos de la organización. Estos fines comúnmente conocidos como la visión de la organización o simplemente su propósito de existencia, expresan las metas de largo plazo de la misma, dichas metas deben lograrse con resultados de corto plazo.

Estos resultados León Carlos,(2007), provienen de los diversos cambios o propuestas de trabajo, inclusive propuestas de mejora que tiene la organización, dichas propuestas son claramente proyectos de inversión, porque representan algún tipo de desembolsos económicos en la organización, sea con sus propios recursos o de terceros.

Un perfil contiene una idea amplia del mercado, de los posibles ingresos y costos, de modo que se obtenga una rentabilidad referencial, además de señalar los riesgos que la ejecución del proyecto debe enfrentar y si no tiene problemas de ejecución, esto es si hay viabilidad de llevarlo a cabo. El perfil suele ser muy general, inclusive en proyectos sociales, el perfil básicamente muestra información de diagnóstico y una reseña general de las actividades que realizará el proyecto.

Sapag Nassir (2011), dice que el estudio a nivel de perfil es el más preliminar de todos. Su análisis es, con frecuencia, estático y se basa principalmente en información secundaria, generalmente de tipo cualitativo, en opiniones de expertos o en cifras estimativas.

Continúa diciendo Sapag Nassir, (2011), que su objetivo fundamental es, por una parte, determinar si existen antecedentes que justifiquen abandonar el proyecto sin efectuar mayores gastos futuros en estudios que proporcionen mayor y mejor información; y por otra, reducir las opciones de solución, seleccionando aquellas que en un primer análisis podrían aparecer como las más convenientes.

4.2.6 Proyecto a nivel de pre factibilidad

De acuerdo con León (2007) Una siguiente etapa del desarrollo del proyecto, es revisar si existen condiciones para su desarrollo. En el ámbito de un proyecto público, estas condiciones se muestran en los denominados estudios de pre factibilidad (para diferenciar del perfil, en la pre factibilidad se incluye ya información primaria).

Y sigue agregando, que en la fase de factibilidad se realizan los estudios técnicos detallados en cuanto a planta o activos y se determina los retornos y riesgos económicos del proyecto), si estos estudios muestran sostenibilidad, rentabilidad y coherencia con las metas, entonces son declarados viables.

En el caso privado no existen marcadas diferencias como pre factibilidad y factibilidad, muchas veces un buen perfil con información sólida (sea primaria o secundaria) puede ayudar a que la empresa decida hacer un estudio detallado (fase de factibilidad) y lanzar un nuevo producto en el mercado o realizar los cambios respectivos que el proyecto busque.

4.2.7 Proyecto a nivel de Factibilidad

El estudio de factibilidad incluirá entre otras cosas lo siguiente:

Detalle de equipos: En materia de marcas, tipos, costos puestos en la zona de ejecución, proveedores principales, formas de pago.

Análisis de ubicación: Localización de la clínica por flujos de personas, por cercanía a la zona objetivo, detalle de distribución de ambientes, detalle de infraestructura civil, requerimientos legales, flujo de caja, rentabilidad, riesgo pautas de ejecución del proyecto, mecanismos de seguimiento, supervisión o control.

En el nivel de perfil, se genera las ideas a partir de la información existentes del juicio común de la opinión de la experiencia. En términos económicos solo se presenta estimaciones globales de la inversión. A nivel de perfectibilidad el estudio es más profundo y se basa principalmente en información de fuente secundaria para definir las variables principales referidas al mercado, las alternativas técnicas de producción y la capacidad financiera.

En términos generales, se estiman las inversiones probables, los costos de operación y los ingresos que generara el proyecto. A nivel de factibilidad, se elabora la investigación sobre la base de antecedentes precisos obtenidos a través de fuentes primarios de información. En esta etapa el cálculo de las variables financieras y económicas deben ser demostrativas para justificar la inversión.

Modelo de proyecto a nivel de pre factibilidad de Msc. Miriam Torrez Montiel

Dimensión Identificación del Proyecto

Montiel (2015), menciona que la identificación inicia con el conocimiento e identificación del proyecto. Esta etapa debe contener los elementos básicos que caracterizan al proyecto y será

la base para la elaboración de las etapas posteriores, algunos aspectos relevantes a desarrollar son:

Identificación clara del objeto de estudio, el proyecto (nombre del proyecto).

Descripción del proyecto, esto corresponde a una descripción general que refleje en qué consiste el proyecto, destacando las características principales.

Sector y subsector a que pertenece el proyecto, este debe ser vinculado al subsector institucional que pertenece o al que posea una mayor afinidad.

Ubicación geográfica y cobertura del proyecto, Institución dueña del proyecto, Institución ejecutora del proyecto, Plantear y definir la problemática que ha dado origen al proyecto y su evolución hasta la situación actual.

Establecer las necesidades que se persiguen solventar con la realización del proyecto. Antecedentes del proyecto, se deben detectar iniciativas similares que se hayan planteado, identificar los recursos disponibles, establecer los objetivos del proyecto se deben plantear objetivos para la fase de Ejecución, Operación del Proyecto.

Dimensión Estudio de mercado

El Estudio de Mercado es el paso siguiente en la elaboración del estudio del proyecto ya sea perfil, pre-factibilidad, factibilidad. A través de este estudio se detectan y miden necesidades actuales y futuras de un bien o servicio y las posibilidades del proyecto de atender dichas necesidades.

Sus objetivos principales están enfocados a ratificar la existencia de una necesidad insatisfecha en el mercado, o la posibilidad de brindar un mejor servicio que el que ofrecen los productos existentes en el mercado, determinar la cantidad de bienes o servicios provenientes de una nueva unidad de producción que la comunidad estaría dispuesta a adquirir a determinados precios, conocer cuáles son los medios que se emplean para hacer llegar los bienes y servicios a los usuarios y como último objetivo, tal vez el más importante, pero por desgracia intangible, dar una idea al inversionista del riesgo que su producto corre de ser o no aceptado en el mercado.

El Producto

El estudio de Mercado consiste en la descripción del producto, sus características y sus usos, determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización Baca (2010).

Al respecto Montiel (2015) explica que las conclusiones que se derivan de esta fase serán el insumo base de los otros estudios parciales del proyecto. La calidad del análisis del mercado resulta determinante en el éxito o fracaso de los proyectos por lo que se debe enfatizar en la consecución de información relevante y en una elaboración detallada de estos estudios.

Entre los aspectos relevantes a considerar en esta dimensión se tienen, la política económica del sector, definición del producto que producirá el proyecto, características, clasificación, usos del bien producido, usuarios del producto, productos sustitutos, fuente de materias primas.

Análisis de la Demanda sin Proyecto.

Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado Baca (2010).

El principal propósito que se persigue con el análisis de la demanda es determinar y medir cuales son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado respecto a un bien o servicio, así como establecer la posibilidad de participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda.

La demanda está en función de una serie de factores, como son la necesidad real que se tiene del bien o servicio, su precio, el nivel de ingreso de la población, y otros, por lo que en el estudio habrá que tomar en cuenta información proveniente de fuentes primarias y secundarias, de indicadores econométricos, etcétera.

Para realizar esta parte del estudio de la demanda se necesita conocer datos de la situación actual y comportamiento histórico de la demanda, analizar la evolución histórica como tendencia y factores incidentes, situación actual cuantificación y distribución geográfica, demanda futura o proyectada para el mercado.

Oferta del Producto (Bien/Servicio) sin Proyecto.

Oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado Baca, (2010).

Implica cuantificar que cantidad ofrecieron históricamente, ofrecen actualmente y cuanto podrán ofertar en el futuro, las competencias de los bienes y servicio que producirá el proyecto.

Estimar la Demanda Potencial Insatisfecha en el Mercado y Disponible para el Proyecto.

Demanda potencial insatisfecha es la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo Baca, (2010)

El Proyecto en el Mercado.

Una vez determinada la Demanda Potencial Insatisfecha actual y futura en el mercado sin proyecto, se soporta y justifica la participación que tendrá el proyecto en el mercado.

Analizar los precios o tarifas.

Precios es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio en términos más amplios, el precio es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio Kotler (2016).

Analizar los precios actuales que tienen los bienes o servicios, su evolución histórica y su probable comportamiento futuro. Para lograr este análisis se tienen que manejar mecanismos de fijación de precios y analizar los precios existentes en el mercado, precios de productos similares, precios reguladores por el sector público, precios en función a los costos de producción, precios en función a la demanda, precios en el mercado internacional, precios regionales.

La comercialización del Producto (Bien/Servicio).

Debe considerar en primer lugar un estudio de los mecanismos vigentes, es decir las formas actuales en que está organizada la cadena que relaciona a la unidad productora, debe tomarse en cuenta el planteamiento de los cambios que permitan mejorar dichos mecanismos, se

evalúan problemas de almacenamiento, empaque, transporte, promoción, publicidad, políticas de ventas, créditos, organización y personal.

Presupuesto de Ventas

Las empresas deben forzosamente determinar el comportamiento de su demanda futura, es decir, conocer qué se espera que haga el mercado en los meses siguientes, y cuál será el comportamiento de sus diferentes elementos.

Una vez señalados cualitativamente estos comportamientos será necesario que se establezcan con claridad y en detalle las cifras y los datos relativos a su concreción. A esta determinación cuantitativa y en detalle de los números y las cifras de un Plan de Ventas se le llama normalmente Presupuesto de Ventas.

Dimensión Estudio Técnico

El paso siguiente, después de haber preparado el Estudio de Mercado es la elaboración del Estudio Técnico: con ello entenderemos la definición de tamaño, localización, proceso de producción y tecnología, ingeniería del proyecto, los aspectos organizativos, administrativos y legales y la estimación de los costos.

A partir de los insumos proporcionados por el estudio de mercado, se plantean las alternativas que sea posible utilizar para la producción del bien o servicio en cada una de las variables mencionadas y se establecen los beneficios de cada alternativa.

Según Montiel (2015), los aspectos relevantes a desarrollar en el estudio técnico son, el Tamaño del Proyecto, localización del Proyecto, Proceso Productivo, y Costos.

El tamaño del proyecto

Mide la relación de la capacidad productiva durante un periodo considerado normal para la característica de cada proyecto en particular. El tamaño está íntimamente ligado con la variable de oferta y demanda del producto, materia prima y los principales insumos.

Localización del proyecto

Es una decisión a largo plazo ya que evalúa donde estará el proyecto instalado, la selección de la ubicación debe ser muy precisa ya que se debe de tomar en cuenta la ubicación de

las variables económicas y del mercado ya que la accesibilidad a este debe ser la más sencilla y adecuada para seleccionarlo. En este nivel se define la macro localización y se analizan las alternativas de la micro localización.

Proceso Productivo y Tecnología

Definir y diseñar el proceso de producción del bien o servicio a ofrecer del proyecto, se deben plantear y establecer diversas alternativas tecnológicas, accesibilidad de tecnológicas alternativas para el proceso de producción seleccionado y hacer unos diagramas del flujo del proceso paso a paso.

Ingeniería (solo cuando sea aplicable)

Se refiere a la Infraestructura Física: la cuantificación de obras, Planos Ingenieriles y Arquitectónicos, especificaciones técnicas, el equipo y maquinaria necesaria: cuantificación y especificación del equipamiento necesario.

Costos:

Valoración de las inversiones necesarias para el proyecto, edificio de ventas, terrenos, equipamiento, inventarios, personal, costo de operación y mantenimiento fijos y variables, directas e indirectas, costos de producción, costo de administración, costo de ventas y costos financieros.

Organización

A partir de los objetivos del proyecto se deben definir la organización para la ejecución del proyecto y la organización para la operación del proyecto. También se debe establecer los requerimientos de personal, funcionamiento y las relaciones de autoridad.

Programación de la ejecución

A partir del Objetivo de ejecución del proyecto, se debe realizar un desglose analítico de objetivos estableciendo las actividades que se requieren para alcanzarlo. Establecer una secuencia lógica a las actividades, desde su inicio hasta su fin. Luego considerando los recursos que se tienen: humanos, tecnológicos y financieros, asignar tiempo y recursos a cada actividad.

Este análisis está relacionado con la Jurisdicción del país y con la naturaleza del proyecto, para analizar aspectos como la tenencia de la tierra, leyes que promuevan las inversiones, derechos de pase, permisos de construcción, etc.

En lo referente al marco jurídico-legal, existen leyes que son la base para el desarrollo del turismo en las localidades, en ella se plantean los beneficios, deberes y derechos de los inversionistas turísticos, las reglamentaciones de los diferentes servicios, además de la clasificación y los requisitos de operación de los mismos.

Las principales leyes base son la ley 298 creadora del Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR) 1998; Ley 306 de incentivos para la industria turística de la Republica de Nicaragua, 2005; Ley 495 General del Turismo, 2004 (Morales, Sevilla, Silva, 2009).

Dimensión Análisis de Aspectos Ambientales.

Gómez Orea (1978) indica que el medio ambiente es el espacio vital; el conjunto de factores físico-naturales, sociales, culturales, económicos y estéticos que interactúan entre sí, con el individuo y con la comunidad en la que vive, determinando su forma, carácter, relación y supervivencia.

En Nicaragua, la ley 217/96 «Ley General del Medio Ambiente y los Recursos Naturales», define como ambiente al «sistema de elementos bióticos, abióticos, socioeconómicos, culturales y estéticos, que interactúan entre sí, con los individuos y con la comunidad en la que viven determinando su relación sobrevivencia».

El reglamento español para la evaluación del impacto ambiental de 1988, lo define como el conjunto de estudios y sistemas técnicos que permiten estimar los efectos que la ejecución de un determinado proyecto, obra o actividad causan sobre el medio ambiente” (Weitzenfeld, 1990).

En todo caso, los EIA son herramientas para predecir y su objetivo, siguiendo las definiciones indicadas, es buscar las relaciones de causalidad entre una actividad de desarrollo y el medio ambiente, medir o estimar los impactos ambientales y sociales que esto significa, y finalmente sugerir medidas para potenciar los efectos positivos y mitigar o eliminar los negativos.

Dimensión Estudio Financiero

El análisis de rentabilidad financiera es el primer paso en la evaluación de un proyecto. Tiene por objeto estudiar la pre-factibilidad del proyecto desde el punto de vista de sus resultados financieros. Por consiguiente, los beneficios y costos del proyecto se calculan en términos monetarios, a los precios de mercado vigentes. Esto permite situar alternativas en orden jerárquico de rentabilidad.

En el análisis de rentabilidad financiera se consideran el análisis de rentabilidad de la inversión y el análisis del financiamiento. En el análisis de rentabilidad de la inversión se evalúa la medida de rentabilidad de los recursos que se incorporan al proyecto o rendimiento del capital, cualesquiera sean las fuentes de financiamiento.

En el análisis de financiamiento se toman en consideración las características financieras de un proyecto, para tener la seguridad que el financiamiento disponible permitirá que el proyecto se ejecute y se ponga en operación sin tropiezo.

Según Montiel (2015), los aspectos relevantes a considerar:

Inversión inicial a realizar,

Comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles que se necesitan para la realización del proyecto ejemplo de estos pueden ser, terrenos, edificio, maquinarias, pagos legales de constitución de la empresa, inventarios.

Los costos, dentro de esta etapa encontramos los costos de producción, administración, ventas y económicos que se estarán analizando en el proceso del estudio.

Costos de producción

Son un reflejo de las determinaciones realizadas en el estudio técnico. Un error en el costo de producción generalmente es atribuible a errores de cálculo en el estudio técnico. El proceso de costeo en producción es una actividad de ingeniería, más que de contabilidad, el costo de producción lo conforma el costo de materia prima, costo de mano de obra, costos fijos de producción.

Los costos de administración

Los costos que provienen de realizar la función de administración en la empresa. Sin embargo, tomados en un sentido amplio, no sólo significan los sueldos del gerente o director general y de los contadores, auxiliares, secretarías, así como los gastos generales de oficina.

Una empresa de cierta envergadura puede contar con direcciones o gerencias de planeación, investigación y desarrollo, recursos humanos y selección de personal, relaciones públicas, finanzas o ingeniería (aunque este costo podría cargarse a producción).

Esto implica que fuera de las otras dos grandes áreas de una empresa, que son producción y ventas, los gastos de todos los demás departamentos o áreas (como los mencionados) que pudieran existir en una empresa se cargarán a administración y costos generales. También deben incluirse los correspondientes cargos por depreciación y amortización.

Costo de ventas

En ocasiones el departamento o gerencia de ventas también es llamado de mercadotecnia. En este sentido vender no significa sólo hacer llegar el producto al intermediario o consumidor, sino que implica una actividad mucho más amplia. Mercadotecnia abarca, entre otras muchas actividades, la investigación y el desarrollo de nuevos mercados o de nuevos productos.

Los nuevos productos adaptados a los gustos y necesidades de los consumidores; el estudio de la estratificación del mercado; las cuotas y el porcentaje de participación de la competencia en el mercado; la adecuación de la publicidad que realiza la empresa; la tendencia de las ventas, etc.

Como se observa, un departamento de mercadotecnia puede constar no sólo de un gerente, una secretaria, vendedores y choferes, sino también de personal altamente capacitado y especializado, cuya función no es precisamente vender. La magnitud del costo de venta dependerá tanto del tamaño de la empresa, como del tipo de actividades que los promotores desarrollen.

La agrupación de costos que se ha mencionado, como producción, administración y ventas, es arbitraria. Hay quienes agrupan los principales departamentos y funciones de la

empresa como productos, recursos humanos, finanzas y mercadotecnia, subrayando así la delegación de responsabilidades.

Costos financieros

Son los intereses que se deben pagar en relación con capitales obtenidos en préstamo. Algunas veces estos costos se incluyen en los generales y de administración, pero lo correcto es registrarlos por separado, ya que un capital prestado puede tener usos muy diversos y no hay por qué cargarlo a un área específica. La ley tributaria permite cargar estos intereses como gastos deducibles de impuestos.

Flujo Financiero del Proyecto

El análisis de flujo de fondos determina la diferencia entre los costos y los beneficios incrementales anuales del proyecto, de tal manera que se pueda evaluar su factibilidad. La información básica para realizar esta proyección está contenida en los estudios de mercado, técnico y organizacional, así como en el cálculo de los beneficios del proyecto.

Al proyectar el flujo de caja, será necesario incorporar información adicional relacionada, principalmente, con los efectos tributarios de la depreciación, de la amortización del activo nominal, valor residual, utilidades y pérdidas.

Tasa de descuento

La tasa de descuento que debe utilizarse para actualizar los flujos de caja de un proyecto ha de corresponder a la rentabilidad que el inversionista le exige a la inversión por renunciar a un uso alternativo de esos recursos, en proyectos con niveles de riesgos similares, lo que se denominará *costo de capital*.

Período de Recuperación de la Inversión.

Es el período o plazo de recuperación de la inversión.

Fórmula:

Período de recuperación de la inversión= I_0 / R

I_0 = Inversión Inicial

R= Flujo neto de efectivo anual

El Valor Actual Neto

Es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial, nos quedaría alguna ganancia. Si el resultado es positivo, el proyecto es rentable.

Fórmula:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{B_t - C_t}{(1+i)^t} - S_0$$

Dónde:

S_0 = inversión inicial

B_t = beneficios del año t del proyecto

C_t = costos del año t del proyecto

t = años correspondiente a la vida del proyecto, que varía entre 0 y n

0 = año inicial del proyecto, en el cual comienza la inversión

i = tasa de descuento

Tasa interna de retorno financiero (TIR)

La Tasa Interna de Retorno (**TIR**) es la tasa de interés o rentabilidad que ofrece una inversión. Es decir, es el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá una inversión para las cantidades que no se han retirado del proyecto.

Se define como aquella tasa de descuento que hace igual a cero el valor actual de un flujo de beneficios netos, es decir, los beneficios actualizados iguales a los costos actualizados.

Fórmula:

$$TIR = \sum_{t=0}^n \frac{B_t - C_t}{(1 + i^*)^t}$$

Relación Beneficio/Costo.

La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada peso que se sacrifica en el proyecto. Cuando se menciona los ingresos netos, se hace referencia a los ingresos que efectivamente se recibirán en los años proyectados.

Fórmula:

R B/C= Flujos positivos descontados / Inversión inicial o Flujos negativos descontados

Análisis de sensibilidad del Proyecto.

El análisis de sensibilidad es un término financiero, muy utilizado en las empresas para tomar decisiones de inversión, que consiste en calcular los nuevos flujos de caja y el VAN (en un proyecto, en un negocio, etc.), al cambiar una variable (la inversión inicial, la duración, los ingresos, la tasa de crecimiento).

El Plan de Financiación

Recoge los fondos disponibles para cubrir las inversiones iniciales e indica su procedencia: si lo aportarán los socios –recursos propios-, si se tratará de un préstamo bancario o de otro tipo de créditos -recursos ajenos. Se analizan las opciones de financiamiento con que cuenta el proyecto, y como producto de este análisis se elabora el flujo del inversionista. Se evalúan contra los indicadores financieros.

5- DISEÑO METODOLÓGICO

5.1 Tipología de la investigación

Según su aplicabilidad las investigaciones pueden ser puras y aplicadas, se consideran puras cuando el objeto de estudio no está determinado por un problema concreto, lo que se trata es de dar respuesta a problemas generales y fundamentales de la ciencia.

Las investigaciones aplicadas tienen como objetivo el estudio de problemas concretos, cercanos y que nos lleven a su solución. Para su realización se toman como base un conjunto de conocimientos generales o teóricos. Por tanto nuestra investigación es aplicada, ya que se utilizará en el estudio una teoría existente para generar soluciones a problemas específicos.

Según su alcance las investigaciones pueden ser explicativas, correlacionales, descriptivas y exploratorias, en este proyecto se utilizará la investigación descriptiva ya que es busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice, describe tendencia de un grupo o población.

Según la amplitud con respecto al proceso del desarrollo del fenómeno, las investigaciones pueden clasificarse en investigaciones de corte longitudinal e investigaciones de corte transversal. Una investigación es longitudinal cuando se estudia de manera sistemática o continua el desarrollo del fenómeno en su totalidad.

Cuando el periodo que se estudia es una pequeña parte de todo su proceso, ya sea una etapa o parte de esa etapa, la investigación es de corte transversal. Según Briones (1985), en la investigación transversal se obtiene información del objeto de estudio (población o muestra), una vez en un momento dado. En este proyecto se utilizara por tanto la investigación de tipo transversal.

Según el objeto de estudio y metodología las investigaciones pueden ser cualitativas, cuantitativas y mixtas. La investigación cuantitativa Permite describir hechos o datos (es mensurable) y la cualitativa permite describir y penetrar en la estructura de las cosas que explican el comportamiento de las personas.

En este proyecto la investigación requiere un enfoque mixto ya que permite la descripción de hechos o datos observables y medibles, y además considerar subjetividades.

Para la obtención de información se recurrirá a fuentes primarias y secundarias. Las fuentes de investigación para este proyecto serán mixtas dado que los datos se obtendrán del usuario potencial en el campo, entrevistas con expertos, y también tipo secundaria ya que se recurrirá a un marco teórico ya existente.

5.2 Población y Muestra

Definición de la Población (N)

El universo elegido para el trabajo son los turistas nacionales y extranjeros, tomando como referencia las estadísticas de INTUR y CANATUR para el Año 2016. Según INTUR, para el año 2016, ingresaron 1, 595,914 turistas al país, 221,195 en la Región Norte. Estos datos corresponden al segmento meta. El cálculo de esta muestra es para ser utilizado en el estudio de Mercado que se estará elaborando en el proyecto.

Cálculo de la muestra real (n)

Para el cálculo de la muestra se utilizó la fórmula siguiente:

$$n = \frac{Z^2 \times P \times q \times N}{e^2 (N-1) + Z^2 \times p \times q}$$

Dónde:

n: tamaño de la muestra

N: tamaño de la población= 221,195

p: proporción de éxito= 0.5

q: proporción de error= 0.5

e: error permitido= 0.05

Z: Para el nivel de confianza del 95%, el valor estándar Z = 1.96

$$n = \frac{(1.96)^2 \times (0.5) \times (0.5) \times 221,195}{(0.05)^2 (221,195-1) + (1.96)^2 \times (0.5) \times (0.5)} = 383 \text{ encuestas}$$

5.3 Método e instrumento de recolección de datos

Los instrumentos utilizados para la recolección de la información fueron la entrevista y la encuesta (ver anexo 2 y 3).

La entrevista fue personal, dirigida a empresarios con vasta experiencia en este tipo de negocio.

Para recopilar la información con el instrumento de la encuesta, se contactó telefónicamente a la muestra de la población de clientes potenciales seleccionada, según la base de datos que manejamos en nuestros contactos de Facebook y por este mismo medio se remitió la encuesta y se recibieron sus respuestas.

La matriz de operacionalización de las variables, la validez y confiabilidad de los instrumentos y la Entrevista están contenidas en los Anexos de este documento.

6. DESARROLLO DEL ESTUDIO

6.1 - Capítulo 1. LA IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO

6.1.1 Identificación del objeto del estudio

La presente es una propuesta de inversión a nivel de pre factibilidad de construcción y equipamiento del Centro Turístico el Naranjo, Santa Cruz, Estelí, año 2018.

6.1.2 Descripción del proyecto

El Centro Turístico “El Naranjo” ofertara servicios de alimentación y recreación sana, en un ambiente familiar y de contacto directo con la naturaleza; se plantea como una opción más de turismo rural en la zona, con la variante de juegos infantiles, canchas para hacer deporte, equipación y espacios para diversas actividades recreativas como canopy, senderismo, paint ball y mesas de ping pong.

El centro promoverá la conciencia ambiental, mediante la utilización y comercialización de objetos e infraestructura amigable con el medio ambiente; siendo identificado por ofertar comida saludable y tradicional a los mejores precios.

6.1.3 Sector y sub sector al que pertenece

El proyecto pertenece al sector ecoturismo, definiendo este según La Sociedad Internacional de Ecoturismo (TIES)¹ como un viaje responsable a áreas naturales que conservan el ambiente y mejoran el bienestar de la población local; por lo cual el centro turístico se caracterizara por su respeto y aprovechamiento de la riqueza natural que posee, impulsando a su vez el progreso y crecimiento económico de su zona.

El departamento de Estelí cuenta con 15 centros ecos turísticos, distribuidos en las zonas protegidas: El Tisey-La Garnacha, Miraflor, Venecia, entre otros; sin embargo en la zona de Santa Cruz la idea representa una innovación al presentar una oferta recreativa más completa y de mayor alcance.

¹ International Ecotourism Society (ingles) (2007) En línea disponible en [<http://www.ecotourism.org/what-is-ecotourism>]

Este sector se encuentra muy demandado entre la población de la región, nacionales y no nacionales; por lo cual está directamente insertado en las estrategias gubernamentales de desarrollo, que permite que sea un sector ventajoso para la inversión e innovación, representando una valiosa oportunidad para el inversionista.

Según datos del Instituto Nicaragüense de Turismo² hasta Abril del año 2017 Nicaragua ha sido visitada por 1, 282,589 turistas extranjeros, cifra que está en constante aumento año tras año, gracias a la riqueza de bellezas naturales pero sobre todo a la variedad de tipo de turismo que es capaz de desarrollar el país, siendo extremadamente atractivo para público de todas las edades.

Según información del INTUR, el departamento de Estelí posee amplia demanda en los servicios de centros turísticos, ya que realizan una estimación de 63,700 turistas tanto nacionales como extranjeros para el año 2017, cifra que incrementará en un 5% anual. Las actividades turísticas más demandadas son las de aventura tales como canopy y senderismo; y las recreativas como piscina y juegos infantiles.

Sin embargo, en la región aunque hay presencia de sitios turísticos que brindan estos servicios, se encuentran de manera dispersa, es decir, no los ofertan en un solo centro; lo cual hace más costoso al turista viajar de un lugar a otro para realizar cada actividad por separado. Es por esto que la idea del proyecto es ofertar la mayor parte de estos servicios más demandados en un solo centro que sea acogedor y preste todas las condiciones para satisfacer dicha demanda.

6.1.4 Ubicación geográfica y cobertura del proyecto

El proyecto estará ubicado físicamente en el kilómetro 140, carretera panamericana sur, de la fábrica de cajas para puros de tabaco 150 varas al este. Siendo un lugar accesible para todo tipo de transporte, en una zona de clima privilegiado y rodeado de paisajes verdes y algunas comunidades aledañas.

El centro turístico tendrá una cobertura regional, pues tendrá capacidad para albergar tanto a turistas nacionales como internacionales que decidan demandar sus servicios recreativos,

² INTUR. (2017) Informe Trimestral 2017. Instituto Nicaragüense de Turismo. Disponible en línea en [<https://www.intur.gob.ni/estadisticas-de-turismo/>]

funcionando todos los meses de tipo permanente sin importar del año, pues las actividades que ofertara serán la temporada.

6.1.5 Institución dueña del negocio

El proyecto fue elaborado por dos hermanos jóvenes, los cuales decidieron asociarse para llevar a la población en general un novedoso centro eco turístico, al norte de Nicaragua.

El centro turístico está orientado al entretenimiento de los turistas nacionales y extranjeros en un ambiente promotor de la conciencia social y ambiental, de forma que se logre el intercambio cultural entre los visitantes nacionales y extranjeros.

En la realización de este proyecto participan jóvenes de diferentes áreas académicas, así como de experiencias laborales, aunque si bien ninguno ha trabajado de manera directa en la administración de un centro turístico de esta índole se cuenta con Licenciados en administración de empresa, Licenciada en contaduría pública y finanzas. En las áreas que se presente debilidad por desconocimiento se contrataran colaboradores con experiencia en estas.

Misión

Proveer servicio de descanso en la ciudad de Estelí, comunidad el naranjo, con gente amable, estándares de calidad y buenas prácticas de turismo sostenible, garantizando la satisfacción de nuestros clientes nacionales y extranjeros.

Visión

Brindar un excelente servicio de alimentación, descanso y atractivos turísticos, proveyendo servicios con estándares de calidad y buenas prácticas de Turismo Sostenible, contando con un capital humano que permita alcanzar la satisfacción de nuestros clientes, nacionales y extranjeros.

6.1.6 Institución ejecutora del proyecto

La ejecución del proyecto deberá ser realizada bajo el total aprovechamiento del ecosistema natural de la finca, aprovechando la materia prima que esta ofrece, sin poner en

peligro la sostenibilidad y conservación de sus riquezas naturales tales como: bosques, fuentes de agua, animales silvestres y vegetación en general.

6.1.7 Planteamiento y definición que da origen al proyecto y su evolución hasta la situación actual

En la zona sur del municipio de Estelí a pesar de su riqueza en paisajes turísticos y ofertas gastronómicas sobre la carretera panamericana, no posee proyectos turísticos con una amplia gama de servicios, es por ello que un par de hermanos asociados han tomado la iniciativa de hacer un proyecto turístico, en donde incluya turismo de naturaleza, turismo rural y turismo de aventura. (Piscina, restaurante, actividades deportivas, actividades de recreación, juegos infantiles).

Por otro lado, la zona de Santa Cruz, es una zona que actualmente ha reportado un gran interés, debido al establecimiento de lotificaciones, empresas y acelerado crecimiento poblacional; por lo que representa una latente oportunidad de negocio e impulso económico de la zona.

6.1.8 Presentación de los diagnósticos que se han realizado al respecto y las recomendaciones previas existentes.

Se consultó a la delegada del INTUR y al Delegado de CANATUR del departamento de Estelí, quienes manifestaron que no se han realizados diagnósticos al respecto en el departamento. También se consultó a las principales universidades del departamento y nos manifestaron que no se han realizados diagnósticos en las diferentes áreas de acción de dichas universidades.

Sin embargo el centro Universitario regional de Carazo (CUR-CARAZO), de la UNAM-Managua el departamento de Ciencia, Tecnología y Salud un grupo de graduandos para optar al título de licenciado en Turismo Sostenible, realizaron un diagnóstico del potencial turístico comunitario en la comunidad “El Pochote, en el Municipio de Masatepe del departamento de Masaya en el año 2010”.

Entre los hallazgos principales del estudio se destacan los recursos turísticos que la comunidad posee y que resaltan en su totalidad a la comunidad como destino turístico; infraestructura turística: donde la comunidad tiene una base que la sustenta, sin embargo la organización y gestión turística es uno de los factores adversos, ya que no hay ninguna organización que se encargue de realizar las gestiones del turismo, otro factor importante pero negativo en la comunidad es la poca publicidad para dar a conocer el destino y por tanto pocos turistas visitan el destino.

6.1.9 Antecedentes del proyecto

En el año 2010, se adquirió una propiedad familiar de uno punto cinco manzanas en la comunidad de el naranjo Santa cruz, ubicada a siete kilómetros de la ciudad de Estelí, en las cercanías de esa propiedad han existido comiderías, las cuales abren únicamente los domingos y la especialidad es ventas de sopas y asados y a partir de esto en el año 2014 surge la idea familiar de establecer un centro recreativo y se realiza un ensayo de proyecto durante los estudios en pregrado de un miembro de la familia en la clase de formulación y evaluación de proyecto, pero debido a la existencia de otros proyectos y problemas familiares no fue posible ejecutarlo en ese año y es hasta ahora que dos hermanos han cursado la maestría en administración de empresas que se sirvió en el recinto Estelí, que se ha retomado el proyecto como forma de culminación de estudio.

6.1.10 Identificación de los recursos disponibles con que cuenta el proyecto

El centro ecoturístico tiene los siguientes recursos disponibles:

- Servicios básicos de agua potable, energía eléctrica y teléfono.
- Publico ubicado en la cercanía del complejo.
- Existe buena vialidad de acceso a la población.
- Existe presencia de la banca comercial.
- Se utiliza tecnología de punta.
- Hay suficiente mano de obra calificada.

- En cuanto a los recursos dos de los socios son dueños de la propiedad y el resto de la inversión se obtendrá a través de financiamiento, mediante la ley de incentivos turísticos.

6.1.11 Objetivos del proyecto

Objetivos de ejecución

- Construir un centro eco turístico que cuente con una amplia gama de actividades recreativas, que promuevan un contacto directo y amigable con la naturaleza bajo un ambiente sano, agradable y familiar, en Santa Cruz, Estelí, a un costo de C\$ 5.614.053,20 y un tiempo de ejecución de cuatro meses.
- Equipar de manera adecuada el centro turístico, ofertando servicios recreativos y de aventura de calidad, respetando las medidas de prevención y seguridad que requieren todas, y cada una de las actividades a desarrollar, aun costo de C\$ 507.221.20 y un tiempo de ejecución de un mes.
- Realizar la correcta inscripción y legalización del centro turístico, respetando los debidos procesos y la papelería necesaria que garantice un perfecto orden legal en la estructura administrativa del proyecto, aun costo de C\$ 6.260.00 y en tiempo de ejecución de un mes.
- Capacitar al personal en atención al cliente por un monto de C\$ 7.825.00 y en tiempo de ejecución de un mes.

Objetivos de operación.

- Atender 2.298 turistas en temporada alta y 1.298 turistas en temporada baja turistas mensualmente en el Centro Turístico El Naranjo, respetando los valores de responsabilidad, calidad y excelencia.

- Proveer servicios turísticos y recreativos, bajo los estándares más altos de calidad, en un ambiente sano, agradable y familiar, en Santa Cruz, Estelí.
- Generar ingreso brutos de C\$ 8.417.400,00 (Ochos millones cuatrocientos diecisiete mil cuatrocientos al año.
- Generar utilidades para la empresa, en el 2019 año, primer año de operación, en una cuantía estimada de C\$ 6.2 millones de córdobas.

6.1.12 Determinación de la contribución que el proyecto brindará al desarrollo local.

Con el proyecto se pretende brindar atención integral a los turistas nacionales e internacionales de tal manera que se cubra la demanda insatisfecha y que sea un destino agradable y seguro, que contribuya a la salud física y mental a dichos clientes.

Con la apertura del centro turístico se pretende crear espacios de empleos directos tanto para personal de la comunidad como fuera de ella.

El proyecto beneficiará la infraestructura de la comunidad y en términos generales se mejorara la economía de los pobladores que pueden ir creando pequeños negocios con productos que no se comercializan en el centro.

6.1.13 Beneficiarios y clientes potenciales del proyecto.

Los beneficiarios directos del proyecto serán los inversionistas, trabajadores y clientes que demanden los servicios de recreación ofertados en el centro turístico, pues todos ellos gozarán directamente de los beneficios de la puesta en marcha de dicho proyecto ya sea con salarios, utilidades y tiempo de recreación.

De manera indirecta se beneficiará la zona de Santa Cruz, al ser reconocida por dicho centro turístico, que a su vez demandará de proveedores y multiplicara el comercio de la zona; beneficiando a las familias de sus trabajadores y la comunidad en general.

6.2 Estudio de Mercado

El presente estudio de mercado tiene como objetivo conocer el comportamiento de los potenciales clientes o usuarios del servicio de centro turístico a los cuales va dirigido nuestra prestación de servicio con los más altos estándares de calidad por medio de la recolección y recopilación de información de datos, estadísticas, hallazgos o resultados históricos.

En el apartado de Diseño Metodológico se puede observar con mayor detalle la selección de la población y muestra de estudio para el presente Estudio de Mercado.

Según el proceso de estratificación de la muestra (ver Diseño Metodológico sección 5.2 población y muestra) la aplicación de las encuestas corresponden a un total de 383 (100%) de turistas nacionales y extranjeros. No todos los encuestados a quienes se les solicitó apoyo para la aplicación de la encuesta colaboraron con los procedimientos y respuestas.

Del total de las 383 encuestas a aplicarse solamente un total de 345 lograron ser contestadas debido a factores como tiempo, y disponibilidad de los turistas. Un total de 38 encuestas aplicadas no lograron ser contestadas.

Tabla 1 Cantidad de Encuestas a realizar vs. Encuestas contestadas. Estelí. 2018

Encuestas a Realizar			Encuestas Contestadas		
Turistas	383	100%	Turistas	345	90%
Total	383	100%	Total	345	90%
Total Encuestas sin Contestar= 383-345					
Total Encuestas sin Contestar= 38 encuestas					

Fuente: Elaboración Propia, 2018

Los resultados del presente estudio de mercado fueron obtenidos en base a un total de 345 turistas que sí lograron responder las encuestas. Las representaciones gráficas de los resultados

obtenidos en las encuestas y entrevistas, pueden ser visualizadas con mejor detalle en el apartado de Anexos.

6.2.1 DEFINICIÓN DEL SERVICIO

El proyecto contempla la construcción y equipamiento de un centro turístico en la Finca “El Naranja”, el cual contara con una innovadora oferta de actividades recreacionales, con los más altos estándares de calidad; promoviendo de manera paralela el turismo de naturaleza y de aventura, conjugando varios ambientes en un solo sitio de entretenimiento novedoso, moderno, sano y divertido.

6.2.1.1. Tipo de servicio/ producto

El centro turístico funcionará como un complejo, pues debido a los diversos servicios ofertados tendrá diferentes ambientes, cada uno con su valor agregado, que atraerá turistas tanto nacionales como extranjeros.

Servicios ofertados en el centro turístico:

- Restaurante:

El centro turístico contará con un área de restaurante, donde se ofertará un menú saludable y accesible para todos los bolsillos. Estará ubicado en la edificación principal de la Finca “El Naranja” y contara con un espacio diseñado especialmente para la comodidad y agrado de nuestros clientes, siendo equipado con mesas, sillas y ambientación campestre en general.

El restaurante ofertará platillos y bebidas de todos los precios, teniendo un menú exclusivo para niños y niñas; así como comida rápida y comida a la carta, para todos los gustos.

El área de restaurante contará con todo el equipamiento necesario, sobre todo de recursos humanos, quienes se les capacitarán para que se brinde un servicio cálido y de calidad.

- Piscina:

El centro turístico contempla la construcción y equipamiento de una piscina apta para niños y adultos, la cual se delimitará por una franja y contará con todas las medidas de seguridad para que las familias se diviertan y pasen un rato ameno.

- Canchas deportivas:

Las canchas deportivas multiusos, aptas para fútbol sala, basquetbol y voleibol; serán otro atractivo para nuestros clientes, quienes tendrán a su disposición dos canchas equipadas con

grama sintética, mallas, porterías y delimitaciones, para su correcto uso. Dicha área también contará con algunas gradas y asientos alrededor para la comodidad de los clientes.

- **Canopy:**

El canopy es un deporte extremo que consiste en ir desplazándose con un equipo de protección de una plataforma que está en un árbol hacia otra, sobre un cable de acero a unos 50 o 70 kilómetros por hora; el cliente puede apreciar bellas vistas desde la altura de cada uno de los cables.

El centro turístico ofertará un tour de canopy de 5 cables, los cuales irán desde los 35 a 70 metros de altura. Este será uno de los servicios más novedosos y atractivos del centro turístico.

- **Senderismo:**

El paseo por las montañas permite a los clientes ver la riqueza de la finca en flora y fauna, además de conectarse con la vida silvestre. El centro turístico ofertará un tour de senderismo donde tendrán la oportunidad de convivir e interactuar con la naturaleza de una manera directa y a la vez recreativa.

- **Paint ball:**

El centro turístico contará con un área destinada exclusivamente al paint ball; la cual estará debidamente separada y diseñada para dicha actividad recreativa. Esta actividad consta de competiciones por equipos con un mínimo de 6 personas, los cuales contarán con sus debidas equipaciones (traje protector, pistola cargada de bolas de pintura y casco protector) para disfrutar durante una hora de su actividad.

- **Mesas de Ping Pong:**

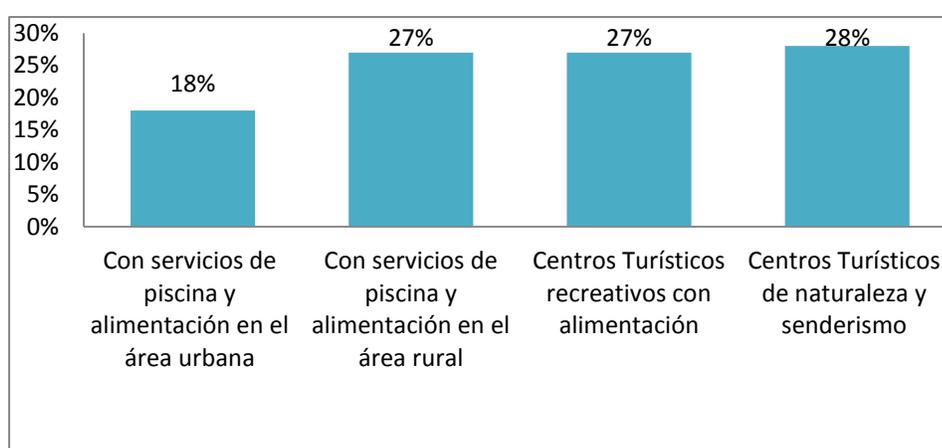
Se contarán como dos mesas de ping pong debidamente equipadas, en un ambiente agradable y familiar.

Según encuesta realizada a turistas de la zona un 27% visitan centros turísticos con piscina y alimentación en el área rural, un 27% centros turísticos recreativos con alimentación y un 28% centros turísticos de naturaleza y senderismos y dado que el centro turístico que vamos a implementar contiene todos los servicios mencionados anteriormente, significa que hay un 82%

de los encuestados visitarían nuestro centro turístico y el otro 18% visita centro en el área urbana con servicios de piscina y alimentación (ver gráfico No. 1).

Este criterio obtenido en la encuesta se fortalece con entrevista realizada a la empresaria y miembro de diferentes gabinetes de turismo Vilma Altamirano Molina en el mes de Marzo, quien opina que debe haber centros turísticos que tengan accesos niños, jóvenes, adultos y adultos mayores, ya que los que actualmente existen no prestan todos los servicios en un mismo lugar.

Gráfico No. 1 Tipo de Centro turístico que más visita. Estelí. 2018.



Fuente: Los Autores. Con base en encuestas a turistas.

Este criterio obtenido en la encuesta se fortalece con entrevista realizada a la empresaria y miembro de diferentes gabinetes de turismo Vilma Altamirano Molina en el mes de Marzo, quien opina que debe haber centros turísticos que tengan accesos niños, jóvenes, adultos y adultos mayores, ya que los que actualmente existen no prestan todos los servicios en un mismo lugar.

6.2.1.2. Características

- **Calidad del Servicio:**

Según la Ley No. 4963, Ley Creadora del Instituto Nicaragüense de Turismo, en el arto. 59, los prestadores de servicios turísticos pueden optar a la "Certificación de Calidad Turística", extendida por el INTUR, previo cumplimiento de los parámetros establecidos. Por lo cual el centro turístico "El Naranja" tramitara de inmediato su certificación donde quede establecida el alto nivel de calidad de los servicios ofertados en el centro.

Para esto el Sistema Nacional de Calidad Turística⁴ es el elemento técnico que enmarque los lineamientos mediante los cuales los funcionarios del Instituto Nicaragüense de Turismo, lleven a cabo en la evaluación de aquellas empresas dedicadas a la Actividad Turística, esta herramienta presenta una composición sencilla en donde se identifican como ejes de su funcionalidad cuatro aspectos básicos relacionados con la empresa: Infraestructura, Equipamiento, Objetivos Internos (Operación) y Servicio al Cliente.

Funciones del SNCT:

- Mejorar la calidad del producto turístico nicaragüense
- Impulsar la competitividad del sector
- Mayor satisfacción del cliente -> fidelidad
- Atracción de nuevos clientes
- Promoción nacional e internacional según parámetros de calidad previos.
- Reducción de costos, por la buena planificación de las actividades.

Con esto los turistas recibirá calidad en los servicios turísticos, sus expectativas serán más satisfechas y su experiencia en el país será mejor apreciada por ellos.

Con esto el empresario turístico tendrá participación en programas de capacitación, centros de información de INTUR con material promocional y campañas de promoción turística de Nicaragua donde participa INTUR; asesoramiento para la mejora de su calidad, reconocimiento de su categoría, esto permitirá al empresario ser más competitivo y tener mayor rentabilidad.

El centro turístico a su vez deberá cumplir con los Requisitos y obligaciones a los prestadores de servicios turísticos.

³ LEY GENERAL DE TURISMO LEY No. 496 Publicada en La Gaceta No. 184 del 22 de Septiembre del 2004.

⁴ INTUR. (2017). Registro y Calidad Turística. Disponible en (<https://www.intur.gob.ni/departamento-de-registro-y-calidad-turistica/>)

- a) Prestar los servicios turísticos para los cuales hubieran sido autorizados, sin discriminación por razones de nacionalidad, sexo, condición social, raza, discapacidad, credo político o religioso.
- b) Comunicar al INTUR, los cambios de nombre o razón social del establecimiento, del o de los propietarios, o de domicilio, así como cualquier modificación de los servicios prestados.
- c) Anunciar de forma visible el nombre del establecimiento, la licencia y el sello de la calidad turística otorgada por el INTUR.
- d) Los establecimientos turísticos deben establecer mecanismos de información de precios previo al uso o disfrute de sus servicios.
- e) Prestar el servicio correspondiente a su categoría turística conforme la autorización y de acuerdo a las condiciones ofrecidas de calidad, eficiencia e higiene.
- f) Proporcionar los bienes y servicios contratados de conformidad a los términos ofrecidos al turista.
- g) Respetar los precios y tarifas establecidos y ofrecidos al usuario.
- h) Por mandato de la presente Ley, los prestadores otorgamientos de servicios turísticos, quedan obligados a expedir la factura de los consumos realizados. Se prohíbe a todos los prestadores de servicios turísticos incluir montos en concepto de propinas o pagos adicionales, los usuarios no están obligados a realizar este pago. El órgano rector está en la obligación de hacer cumplir esta disposición legal.
- i) Respetar las reservaciones hechas por los usuarios, en los términos y condiciones pactadas.
- j) Promover la contratación de profesionales competentes egresados de centros de educación superior, institutos y centros de capacitación, especializados en el área de turismo de nuestro país.
- k) Velar por los intereses y seguridad del turista.
- l) Cumplir con las normas técnicas y control de calidad.
- m) Conservar el medio ambiente y salubridad cumpliendo las disposiciones legales, reglamentarias y normativas.
- n) Preservar y reparar, en caso de daño, los bienes públicos y privados relacionados al turismo.
- o) Reembolsar, bonificar o compensar la suma correspondiente al servicio incumplido o prestar otro servicio de la misma calidad o equivalencia a quien hubiere incumplido a elección del turista o usuario.
- p) Cuando se trate de la prestación de servicios de guía de turistas, informar su precio en el momento de la contratación con los usuarios.

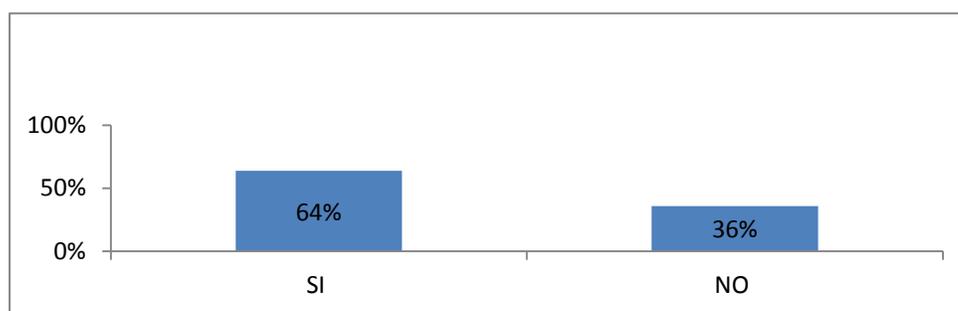
q) Brindar las facilidades a las personas con discapacidad y a las personas de la tercera edad, garantizando su seguridad, comodidad, libre acceso, desplazamiento y otras establecidas en el Reglamento de la presente Ley.

r) Exhibir en las instalaciones, en lugar visible al público, un llamado con los nombres y números telefónicos de las autoridades a las que pueden acudir los turistas para formular reclamos, los que deben de estar redactados en idioma español y adjuntando lista en inglés.

Según encuesta realizada a los turistas de la zona el 100% opina que es importante la calidad del servicio que recibe y un 64% de dichos encuestados les interesa la relación precio por calidad del servicio.

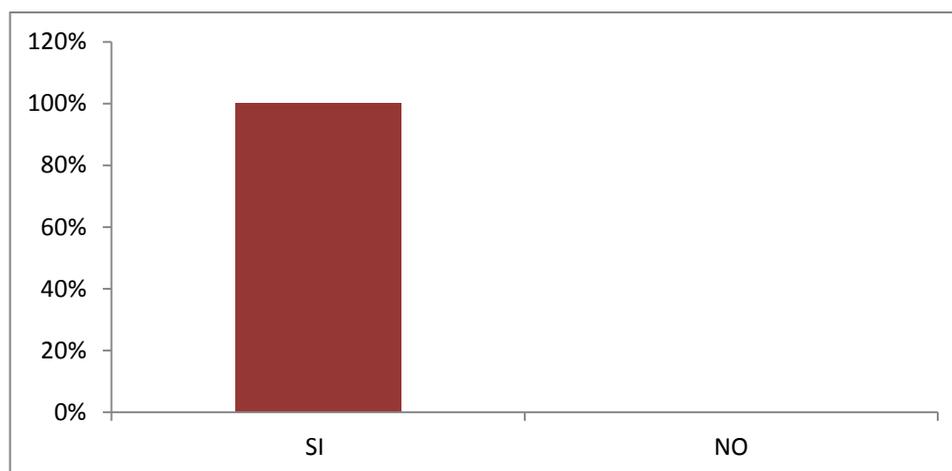
A la mayoría de los turistas les interesa la relación Precio por calidad del servicio.

Gráfico No. 2 Relación precio y calidad del servicio turístico. Estelí. 2018



Fuente: Los autores. Con base en encuesta a turistas.

Gráfico No. 3 Opinión de encuestados sobre la calidad del servicio que reciben. Estelí. 2018.



Fuente: Los autores. Con base a encuestas a turistas.

Considerando la información obtenida en las encuestas y brindando importancia a la calidad de los servicios que brindará el centro turístico para posicionarse en el mercado regional, se contratará personal especializado en diferentes áreas de turismo, de tal manera que se brinde una atención afectiva y personalizada a cada turista de tal manera que sean atendidos en el menor tiempo posible que reflejen satisfacción en ellos.

Para asegurar la calidad de los servicios se contará con un equipo de expertos que dé seguimiento y evaluación de los servicios brindados que aclare dudas y necesidades que garantice la satisfacción total del turista.

6.2.1.3. Clasificación

El producto proyectado a ofertar en el centro se encuentra dentro del sector turismo, y se clasifica en primera instancia en turismo rural, cuya definición más amplia es la realizada por la Comisión Europea en 1990, que consideraba turismo rural a todas aquellas actividades recreativas realizadas en el campo. Partiendo de esta definición, cabría dentro de turismo rural prácticamente cualquier tipo de ocio que tuviera un escenario diferente a la ciudad. La experiencia de las dos últimas décadas, y el importante desarrollo de los turismos alternativos al tradicionalmente ligado a los recursos y espacios litorales, permiten matizar y afinar el concepto de turismo rural.

Siguiendo la clasificación el servicio prestado por el centro turístico “El Naranjo” cabe a su vez dentro del concepto de turismo vinculado a la naturaleza, el cual de acuerdo con el documento de la Secretaria General de Turismo de España, turismo de naturaleza es aquél que tiene como principales motivaciones la realización de actividades recreativas y de esparcimiento, la interpretación y/o conocimiento de la naturaleza, con diferente grado de profundidad y la práctica de actividades deportivas de diferente intensidad física y riesgo que usen expresamente los recursos naturales de forma específica, sin degradarlos o agotarlos.

Por otro lado, el turismo activo o de aventura, dentro del cual caben todas las actividades turísticas que permiten tener un contacto directo y no convencional con los entornos rurales y naturales, que van desde el senderismo o el tracking, las visitas guiadas, las marchas a caballo o en bicicleta de montaña; a otras vinculadas al turismo de aventura, como el barranquismo, el rafting, el piragüismo en aguas bravas, el parapente y un largo número de potenciales actividades a practicar al aire libre.

6.2.1.4. Usos

El centro turístico “El Naranjo” podría tener otros usos demandados, que no pertenecen a su orientación comercial primaria, tales como:

Servicios de alquiler de instalaciones para eventos. Debido a sus instalaciones de restaurante y su gran área verde y silvestre, el centro podría ser lugar de celebraciones de eventos como bodas, quince años, celebraciones de cumpleaños, eventos recreativos de empresas o grupos religiosos, entre otros.

Servicios de alquiler y refrigerios para capacitaciones. El centro podría ser utilizado por cualquier empresa que necesite un lugar amplio y agradable para realizar capacitaciones, contando con el restaurante a su disposición.

Centro de torneos deportivos. Gracias a la acondicionamiento de dos canchas multiusos, el centro podría ser lugar de torneos deportivos de las diversas ligas locales del municipio de Estelí.

A su vez el centro turístico “El Naranjo” podría ofertar otros servicios tales como:

Escuela de natación para niños y adultos. El centro al contar con una piscina puede ofrecer clases de natación para todas las edades, así aprovecharía de mejor manera la inversión en piscina.

Centro de formación y prácticas pre profesionalización de jóvenes que optan por el título de Licenciatura en Turismo Sostenible. El centro turístico al ser referencia en el norte del país, puede contar con el apoyo de las universidades que posean la carrera de turismo sostenible, dando la oportunidad de formar mejores profesionales con las prácticas en su centro recreativo.

Servicio de hospedaje y alojamiento. Con una ampliación de la inversión el centro turístico podría ofertar hospedaje a turistas que deseen disfrutar de la noche en las instalaciones del centro.

6.2.1.5. Demandantes/ clientes

Los posibles clientes del centro turístico los desglosamos en 3 grupos:

- Turistas extranjeros: caracterizados por el gusto del turismo rural y de aventura, el cual es nuestro sector. Dichos turistas disfrutaban mucho de las atracciones de aventura tales como canopy y senderismo.
- Turistas nacionales: en nuestro país, es cultura realizar viajes en familia hacia lugares alejados de la zona, que permitan realizar actividades fuera de lo común por lo cual, el centro turístico representara una opción interesante y diferente para los turistas nacionales.
- Turistas nacionales cercanos a la zona: en este caso nos referimos a los mismos turistas nacionales pero estos se encuentran aledaños a la zona, tales como los departamentos de Matagalpa, Nueva Segovia y Madriz, que son zonas que quedan a 1 hora en automóvil promedio en distancia, lo que implica que son turistas que pueden moverse cualquier fin de semana o día de la semana a nuestras instalaciones.

La clasificación de los clientes no se realizó por edades, puesto que el centro turístico albergara todo tipo de clientes, pues tendrá diversos espacios para que cada uno elija el de su preferencia. En las actividades de aventura y recreación será donde se tenga limitación por edad, de acuerdo a los parámetros de seguridad.

6.2.1.6. Servicios sustitutos y competencia

Tabla No. 2. Centros turísticos en Estelí. 2018

Nombre del Centro	Fortalezas en su servicio	Carencias	Fortalece o no el proyecto
Ranchitos Lolita	Centro turístico rural. Servicio de comida tradicional a la carta. Servicio de piscina.	No ofrece variedad de actividades recreativas. Pocas vías de acceso y en mal estado. Instalaciones poco espacio.	Favorece el tráfico de personas hacia la zona.
Los Laureles	Ofrece variedad en comida, asados y sopas.	No ofrece actividades recreativas. Instalaciones en mal estado.	Favorece el tráfico de personas hacia la zona.
El Naranjo	Ofrece variedad en comida, asados y sopas.	No ofrece actividades recreativas. Instalaciones en mal estado.	Favorece el tráfico de personas hacia la zona.
Centro Turístico La Picardía	Centro turístico rural. Servicio de comida tradicional a la carta. Servicio de piscina. Posee un pequeño lago artificial. Oferta Canopy (solo un cable).	No ofrece más actividades recreativas. Pocas vías de acceso y en mal estado.	
Centro turístico Villa Verde	Servicio de comida tradicional a la carta. Servicio de piscina.	No oferta actividades recreativas.	

Centro turístico Valle Azteca	Servicio de comida tradicional. Servicio de piscina (3 piscinas, de diferentes tamaños.	No oferta actividades recreativas.	
Centro turístico la Ensenada	Servicio de comida tradicional a la carta. Servicio de piscina.	No oferta actividades recreativas.	
Canopy La Brellera	Servicio de Canopy (7 cables)	Ubicación lejana para la zona (San Rafael) Solo oferta una actividad recreativa.	
Paint Ball La Selva	Servicio de Paint Ball. Comida rápida.	Solo oferta una actividad recreativa. Ubicación lejana para la zona (San Roque)	

Fuente: Los autores. Investigación de campo.

6.2.1.7. Servicios complementarios

Entre los servicios complementarios para el éxito del centro turístico podemos citar los siguientes:

- Servicio de internet en el área de restaurante:

Al ser un servicio tan demandado, es necesario que el centro turístico cuente con internet inalámbrico para sus clientes, siendo la prioridad de la cobertura las instalaciones del restaurante.

- Servicio de transporte:

Se realizaran coordinaciones con servicios de taxis privados que puedan recoger y/o trasladar los turistas desde nuestras instalaciones a la ciudad más próxima siendo en este caso la ciudad de Estelí.

- Servicio de botiquín y atención médica de emergencia.

Se contara con una enfermera de base en el centro, la cual estará a cargo de cualquier situación de emergencia, lo que da un valor agregado a la calidad del centro turístico en caso de cualquier caída y/o situación que amerite atención médica.

6.2.1.8. Fuente de materia prima e insumos

Se necesitará una cadena de proveedores para el suministro permanente de los productos alimenticios que irán de acuerdo al menú. Las empresas seleccionadas son de marcas ampliamente reconocidas con quien se debe asociar la responsabilidad y calidad del servicio.

Los líquidos de limpieza necesarios para las instalaciones del restaurante y la limpieza de lugares especiales con la piscina se realizaran al por mayor en la ciudad de Managua.

Tabla No. 3. Proveedores para el restaurante. Estelí. 2018

Proveedores	Reconocimiento en el Mercado	Materia Prima a adquirir	Certeza de Suministro
Supermercado Maxi Pali.	Alta	<ul style="list-style-type: none"> • Carne de cerdo 	Alta
Pollo Estrella	Alta	<ul style="list-style-type: none"> • Filete de pollo • Piernas solas 	Alta
Bimbo	Alta	<ul style="list-style-type: none"> • Pan en barra. • Pan de hamburguesa. 	Alta
Coca Cola	Alta	<ul style="list-style-type: none"> • Gaseosas 12 onzas. • Gaseosas medio litro. 	Alta
Pepsi	Alta	<ul style="list-style-type: none"> • Gaseosas 12 onzas. • Gaseosas medio litro. 	Alta
“La Esperanza”	Media	<ul style="list-style-type: none"> • Verduras, frutas y hortalizas. 	Por encargo
Marisquería	Media	<ul style="list-style-type: none"> • Camarones y mariscos variados. 	Por encargo

Fuente: Los autores.

En la tabla No. 3 se menciona un número de proveedores de materia prima, para el centro turístico el naranjo, y tipos de materia prima a adquirir.

Para los compras de equipos especializados de protección en el caso de Canopy se compra de una sola vez el equipo completo para 7 personas, dichas compras se realizaran en el extranjero.

En cuanto a los equipamientos de las canchas deportivas se realizará una sola compra del equipo en un lugar especializado, como lo es Conexión deportiva en la ciudad de Managua.

Tabla No. 4. Proveedores para servicios básicos. Estelí 2018.

Proveedores	Reconocimiento en el Mercado	Materia Prima a adquirir	Certeza de Suministro
Enacal	Alta	<ul style="list-style-type: none"> • Servicio de agua 	Alta
Unión Fenosa	Alta	<ul style="list-style-type: none"> • Servicio eléctrico 	Alta
Claro	Alta	<ul style="list-style-type: none"> • Cable • Teléfono • Internet inalámbrico 	Alta

Fuente: Los autores.

Tabla No. 5. Proveedores productos de limpieza. Estelí. 2018

Proveedores	Reconocimiento en el Mercado	Materia Prima a adquirir	Certeza de Suministro
Distribuidora “Pravia”	Alta	<ul style="list-style-type: none"> • Productos de limpieza (asistin, limpiador de vidrios, 	Alta
Distribuidora “Acuática”	Alta	<ul style="list-style-type: none"> • Productos de limpieza de piscina. 	Alta

Fuente: Los autores.

6.2.2 DEMANDA HISTÓRICA, ACTUAL Y FUTURA SIN PROYECTO

Demanda Histórica

En entrevista con la Delegada Departamental de INTUR, Estelí, Leonor Ramírez (Comunicación personal, 27 de septiembre 2017), menciona que, hace quince años comenzó el crecimiento del Turismo en Estelí, y que ha tenido un crecimiento anual de un 7%. Señala que existe una insatisfacción en el mercado en aproximadamente un 18% de turistas, que no encuentran la variedad de servicios que satisfagan sus necesidades.

Mencionó además, que están promocionando la inversión turística en Estelí, con una tasa especial de interés anual sobre préstamos de un 8.9% dirigido al Sector Turismo, y los préstamos para la inversión tienen un techo máximo de USD 100, 000.00 (cien mil dólares).

Demanda actual

Esta se realizó de una estimación de la cantidad de clientes que demandan actualmente este tipo de servicio, estos datos fueron obtenidos de información nacional que maneja INTUR del año 2017, ayudándonos a determinar si se justifica poner en marcha el proyecto.

En entrevista que nos brindó la delegada del INTUR del departamento de Estelí, nos informó que la evolución histórica de la demanda de los servicios de los centros eco turístico en el norte del país, han tenido un comportamiento de crecimiento similar al crecimiento poblacional y con base a esta información obtuvimos la situación actual y sobre esta misma base la proyección para estimar la demanda futura durante los próximos 4 años.

Así mismo, la delegada de INTUR nos manifestó que existía una gran cantidad de clientes potenciales que no eran cubiertos por los sitios eco turísticos que actualmente están brindando este tipo de servicios, y a partir de esto procedimos a realizar los cálculos correspondientes de la demanda insatisfecha, partiendo de la demanda actual y futura. Estos cálculos nos permiten sentar las bases para la justificación de poner en marcha dicho proyecto.

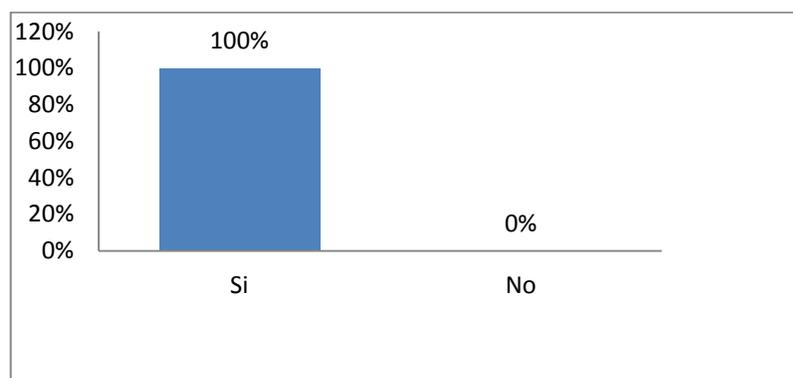
Demanda Futura

La demanda del servicio de Centros turísticos se realizó tomando en consideración los datos estadísticos proporcionados por el Instituto Nicaragüense de turismo (INTUR), estudios que proporcionaron las cantidades totales de turistas nacionales y turistas internacionales que visitan los centros turísticos en el territorio nicaragüense, así como las encuestas y entrevistas directas como parte de los métodos de recolección de la información.

Para efectos de este estudio, se tomaron en consideración los datos estadísticos para el departamento de Estelí de las cantidades totales de turistas.

Considerando los resultados de la información obtenida en las encuestas y entrevistas se determinó que un porcentaje total del 100% de los turistas abordados están dispuesto a visitar el centro turístico el Naranjo.

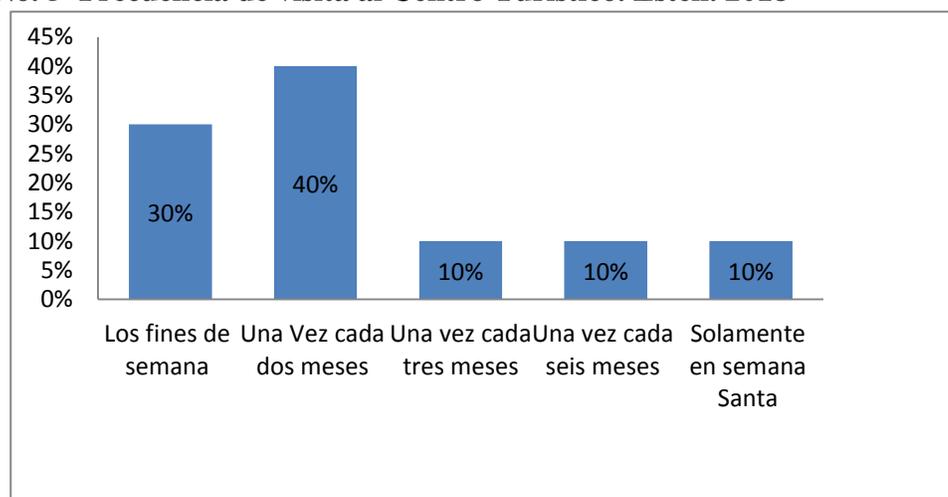
Gráfico No. 4 Estaría dispuesto a visitar el Centro Turístico el Naranjo. Estelí. 2018



Fuente: Los autores Con base en encuestas a turistas

De igual forma se determinó que la mayor frecuencia de visita a los centros turísticos se presenta los fines de semana 30% y una vez cada dos meses el 40% y que esperamos que con todos los servicios que estaremos prestando esas frecuencias de visitas mejoren con la calidad y los precios de los servicios y la promoción del centro a nivel regional y nacional

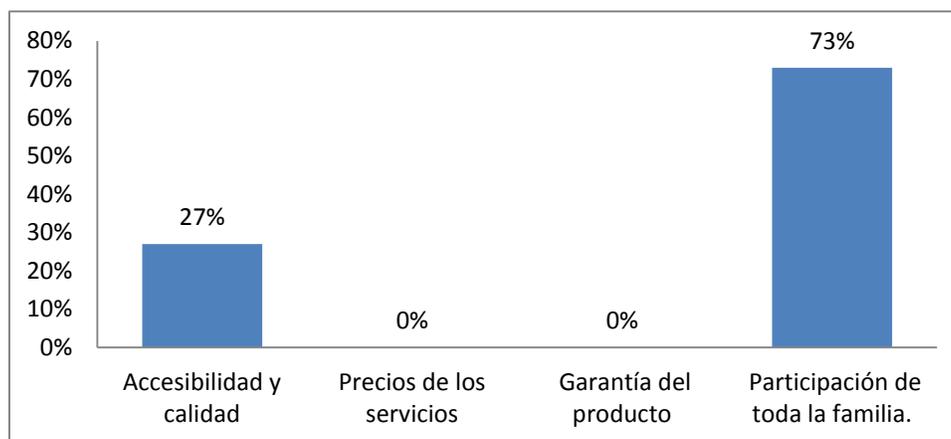
Gráfico No. 5 Frecuencia de visita al Centro Turístico. Estelí. 2018



Fuente: Los autores con base en encuesta a turistas

Dado que el centro turístico contara con servicios de diferente naturaleza que da espacio a la participación de toda la familia, los encuestados señalan este hecho como el principal motivo para visitar el centro recreativo (73%) y la accesibilidad y calidad en segundo lugar con 27%.

Gráfico No. 6 Motivos de asistencia al Centro Recreativo. Estelí. 2018.



Fuente: Los autores con bases en encuesta a turistas

6.2.3 OFERTA HISTÓRICA, ACTUAL Y FUTURA SIN PROYECTO

Oferta histórica

De acuerdo con el Informe de Cartografía Digital y Censo de Edificaciones en la Cabecera Municipal de Estelí, existen cinco actividades económicas que concentran el mayor número de establecimientos, y los cuales están relacionadas a las actividades de servicio y comercio (3,108 establecimientos de la ciudad) (Informe de Cartografía, Enero, 2017).

Continúa agregando el informe, que de estas cinco actividades, uno se dedica al servicio de restaurantes y de servicio de comida (579 establecimientos), y es específicamente entre los servicios que demanda el turismo, los restaurantes y comiderías se agrupan 499 establecimientos, lo que muestra el interés e importancia del desarrollo de servicios turísticos en Estelí (Informe de Cartografía, Enero, 2017).

El presidente de la Cámara de Comercio y Servicios de Estelí, Reyes Alfonso Castillo; la delegada del INTUR, Leonor Ramírez; y Néstor Plasencia, ex presidente y actual vocal de la

Junta Directiva de la Asociación de Tabacaleros de Nicaragua, coincidieron en que este departamento tiene tres arterias económicas: Tabaco, Comercio y Turismo.

Oferta actual

Actualmente existen 15 centros eco turísticos que ofertan productos similares, pero que tienen una posición geográficas alejadas del centro turístico que estamos impulsando en el proyecto, 6 de ellos cuentan con servicios de piscina y 1 con servicio de canopy y todos ellos brindan servicios de alimentación y bebidas alcohólicas.

Cabe mencionar, que todos los centros eco turísticos similares, mencionados anteriormente están trabajando a toda su capacidad instalada, quedando mucha demanda insatisfecha, lo que implica una oferta lineal para los años futuros.

A diferencia de los centro eco turísticos mencionados, en nuestro proyecto pretendemos promover la conciencia ambiental, mediante la utilización y comercialización de objetos e infraestructura amigable con el medio ambiente; siendo identificado por ofertar comida saludable y tradicional a los mejores precios, por esto consideramos que tenemos una ventaja competitiva.

Oferta futura

La oferta futura estará en dependencia del comportamiento de la demanda, pues, consideramos que en el desarrollo inicial del proyecto contaremos con los servicios básicos más atractivos para la población turística.

A como se mencionó anteriormente, los establecimientos turísticos actuales están trabajando a su plena capacidad, así que la respuesta a la creciente demanda que se experimente en Estelí, tendrá como base los nuevos proyectos que se desarrollen en la zona.

En el desarrollo y avance del proyecto en estudio, se realizaran diferentes análisis que permitan con claridad tomar decisiones para la oferta futura.

6.2.4 LA DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA EN EL MERCADO

Tabla No. 6 Situación del Mercado de Turistas en Número de visitas, Estelí. Período 2017-2023.

	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Concepto	Histórica	Actual	Futura				
Demanda sin Proyecto	63700	95550	143325	214988	322481	483722	725583
Oferta sin Proyecto	50960	50960	50960	50960	50960	50960	50960
Demanda Potencial Insatisfecha	12740	44590	92365	164028	271521	432762	674623

- El Incremento de la demanda sin proyecto se debe al crecimiento poblacional
- La oferta sin proyecto se mantiene invariable, ya que están trabajando de acuerdo a su capacidad instalada

Fuente: Elaboración Propia a partir de datos recopilados de INTUR y entrevista⁵.

6.2.5 EL PROYECTO EN EL MERCADO

El centro turístico pretende tener una cobertura mensual (mínimo) en temporada alta (febrero, marzo, abril, mayo, junio, noviembre y diciembre) de 2,298 personas y en temporada baja (Enero, julio, agosto, septiembre y octubre), 1,298 personas; de tal forma que la capacidad anual en temporada alta es de 16,086 y en temporada baja 6,490, para una capacidad instalada total anual de 22,576.

⁵ Entrevista Lic. Olmara Blandón. Instituto Nicaragüense de Turismo. Delegación Departamental de INTUR.

Considerando la capacidad mensual y anual obtenida, se puede determinar el porcentaje de participación del proyecto en el mercado.

Tabla No. 7 Situación del proyecto en el mercado. Período 2019- 2023.

DESCRIPCIÓN	2019	2020	2021	2022	2023
Demanda Potencial Insatisfecha	92365	164028	271521	432762	674623
Oferta del Proyecto	22576	22576	22576	22576	22576
% de participación del Proyecto en el mercado	24.44	13.76	8.31	5.21	3.35

Fuente: Elaboración Propia, 2017

6.2.6 EL PRECIO DE LOS PRODUCTOS: SERVICIOS Y BIENES

El Instituto Nicaragüense de Turismo desde hace años ha venido impulsando proyectos alrededor del turismo sostenible y ha sido uno de los entes a la cabeza por trabajar en pro de la preservación de los recursos naturales y la diversidad biológica.

Todo esto con el objetivo de que la actividad de los seres humanos en base al turismo se desarrolle y evite impactar de manera negativa a la naturaleza que nos rodea, que es el patrimonio cultural de la sociedad nicaragüense.

Los precios históricos del turismo en Nicaragua están relacionados al turista con poco poder adquisitivo el cual busca la biodiversidad y las partes autóctonas, así como culturales de la región.

El municipio de Estelí es un destacado centro de comercio y paso obligatorio de viajeros que se dirigen hacia los departamentos de Nueva Segovia y Madriz. Su zona urbana, en donde se encuentra un amplio y arborizado parque con una catedral de estilo neoclásico, tiene relevancia arqueológica y paleontológica. Estelí posee tres reservas naturales, reconocidas fábricas de puros, talleres artísticos y una historia marcada por la revolución de 1979.

El turismo es uno de los mayores productores de divisas en el país. En 2016 se alcanzó los US\$ 600 millones en divisas, se espera aumentar un diez por ciento en el año entero en 2017 se pronostican al menos unos tres millones de turistas nacionales, un millón más que el año pasado

A continuación, se estima el Cuadro de la Definición de precios en comparación con el

Tabla No. 8 Precios de los servicios Competencia. Estelí 2018.								
Servicio	Piscina	Senderismo	Canopy	Paint Ball	Mesas de Ping Pong	Canchas de futbol	Hospedaje	Eco tours
Lugar								
“Ranchitos Lolita”	50 p/día	--	--	--	--	--	--	--
“Los Laureles”	-	--	--	--	--	--	--	--
“Valle Verde”	-	--	--	--	--	--	--	--
“Centro Turístico Valle Azteca”	60 p/día	--	--	--	--	--	--	--
“Acuario”	300 p/día	--	--	--	--	--	3000 noche	--
“La Ensenada”	50 p/día	--	--	--	--	--	--	--
“Canopy La Brellera”	--	--	400 la vuelta	--	--	--	--	--
Paint Ball “La selva”	--	--	--	210 a 1500 paquete	--	--	--	--
Zona Deportiva	--	--	--	--	--	750 p/hora	--	--
Polideportivo Estelí	--	--	--	--	100 p/hora	700 p/hora	--	--

mercado:

Eco posada "El Tisey"	--	--	--	--	--	--	600 p/noche a 1000 p/noche	210 por persona durante tres horas
Miraflor Tours	--	150 sendero completo medios día	--	--	--	--	--	500 tour completo
Tours independientes	--	250 p/ sendero tres a cinco horas	--	--	--	--	--	500 ha 1200 por día dependiendo lugar
Centro Turístico El Naranjo	40 p/día	150 sendero completo de la zona	350 la vuelta	De 150 a 800 el de mayor duración	80 p/hora	500 p/hora y media	500 por habitación para dos a 900 por habitación de cuatro	En la zona del centro turístico 350 por el tour completo

Fuente: Entrevista con delegada de INTUR

En el tercer trimestre de turismo de 2016, del Banco Central de Nicaragua (BCN), precisa que el promedio del gasto diario de los turistas era US\$ 48.7 con una estadía de 8.9 días.

Vemos que el gasto promedio está creciendo y que los turistas están extendiendo su estadía en el país. Se está diversificando y se les está pidiendo a todos los empresarios turísticos diversificación de productos, ver qué otras actividades se pueden hacer.

La definición de los precios de los productos que se ofertaran, será en función de los precios existentes en el mercado interno para una atraer al consumidor no solo turístico si no también dentro de la región permitiéndonos plantear una oferta llamativa para todo tipo de consumidores.

En cuanto a comidas y bebidas no hay una variación significativa en los precios establecidos en el menú, en uno y otro establecimiento, esto hace que exista una competencia sana.

6.2.7 COMERCIALIZACIÓN

Los productos turísticos son ofertas de diferentes tipos que se preparan para ser brindadas al turista en forma de actividades y servicios, mediante el empleo de diferentes tecnologías y/o instalaciones.

Deben ser capaces de motivar visitas a un lugar tanto por un corto tiempo hasta de varios días, para satisfacer un interés o necesidad específica de determinados servicios: recreativos, naturales, culturales, de salud u otros, o una combinación de varios de ellos, y que, además, propicien las mejores experiencias.

Los productos turísticos deben de diseñarse para satisfacer las necesidades de los clientes, también deben brindar una experiencia que resulte merecedora de ser recordada.

Los productos tienen que ser para hombre, mujeres, adolescentes, jóvenes y niños. El deseo de visitar un lugar es totalmente intangible, mientras que el disfrute de los servicios que se ofrecen en ese lugar, en un momento dado, es un hecho tangible.

Los productos turísticos se consumen al mismo tiempo que se producen y la percepción de su calidad es totalmente individual y va variar de acuerdo con la formación, la personalidad y los gustos de determinado cliente, así como por las condiciones objetivas imperantes en el momento de recibir el servicio relacionadas con el ambiente en general y con los que están prestando el servicio.

Se deben tener en cuenta los siguientes componentes básicos del proyecto:

- Los recursos turísticos naturales
- Accesibilidad
- Guías especializados
- Medios de transporte y de comunicación
- Una cómoda y satisfactoria Infraestructura de alojamiento
- Tener un equipamiento recreativo de diversos tipos

Un "simple" producto como es un sendero interpretativo se compone del recurso natural, el servicio de transporte, los medios de confort y seguridad para el recorrido, el centro de información y de venta de recuerdos, el guía especializado y los servicios de refrigerios. Es decir, su expresión como producto tampoco suele ser sencilla ya el turista no le basta con la simple satisfacción de su necesidad. Éste busca, además de lo que su producto le brinda como

motivación principal, comodidad, seguridad, garantía, precio, confiabilidad del producto, marca, información, empatía, contacto personal y un trato personalizado él quiere que el producto por él seleccionado le brinde una experiencia única e imborrable con el paso de los años, tan preciosa que le brinde placer el narrarla.

La oferta ha de ser capaz de cambiar de forma constante a una velocidad que se relaciona adecuadamente con las transformaciones de la demanda.

Se deberá considerar como debemos de satisfacer las "necesidades" de los clientes en un momento de sus vidas. Esta dimensión es muy importante a tomar en consideración en el desarrollo de productos turísticos como son:

- Necesidad de un menú para desayuno, almuerzos y cenas (elaborados en poco tiempo y bajo costo)
- Cenas especiales elaboradas para familia o grupos de amigos con aperitivos diferentes
- Meriendas

Para esto el restaurante deberá de adaptarse de acuerdo a la oferta del menú a las necesidades del momento estableciendo diferencias entre la mañana, el medio día y la noche, fines de semana para toda la familia, preparación de menús especiales de celebración.

Además debemos de hacer que los clientes encuentren en el Centro Turístico que desean acudir a un destino turístico rural, atraído por una imagen genérica de "ruralidad" y tranquilidad.

A la vez debemos de plantear el posicionamiento competitivo del producto turístico que ofertamos así mismo contribuyendo a la consolidación de factores del posicionamiento que deberá desarrollarse con las siguientes estrategias:

- Promover entre los clientes las potencialidades integradoras que posee nuestro negocio.
- Utilizar la interacción directa con los clientes para promover la imagen de la empresa como especialista en el segmento de mercado.
- Desarrollar nexos estables de cooperación con todas las unidades de negocio a fin de identificar potencialidades de creación de nuevos productos turísticos para el segmento.
- Establecer alianzas estratégicas con la red de proveedores de la cadena de servicios que incluyan variantes de cooperación para agregar valor a los productos turísticos ofertados.

- Realizar un programa de capacitación del personal de la empresa a partir de la elaboración de un perfil ideal de profesional que responda a las exigencias actuales del proceso de posicionamiento.
- Explotar las ventajas que ofrecen las nuevas tecnologías informáticas, colocándonos dentro de las ofertas turísticas.
- Desarrollar sistemas de información adecuados que aseguren bases de datos que registran gustos, preferencias y actitudes más frecuentes de los clientes de este segmento.

Para la ampliación de las dimensiones del producto debe tener en consideración los siguientes elementos:

- a) Diseño de productos personalizados
- b) Infraestructura y condiciones para la atención a los turistas
- c) Atención adecuada al turista
- d) Oferta de opcionales En esta dirección pueden explorarse las posibilidades que ofrecen las fiestas patronales de la ciudad en dependencia de la época del año y de las expectativas de los clientes

Para la captación de nuevos clientes las acciones que realizaremos son:

- ❖ Elaboración de un sitio Web para que los posibles clientes les facilite ver el Centro turístico, en que consiste, que ofertamos, la ubicación, como llegar y sobre todos como nos pueden contactar para consultas.
- ❖ Publicidad de propuestas comerciales con precio en revistas y en portales especializados.

6.2.8 Presupuesto De Ventas

El siguiente presupuesto de ventas ha sido elaborado de acuerdo a la oferta estimada del proyecto (ver tabla No. 7).

Demanda temporada alta 2298 personas por mes: esta estará comprendida en los meses de febrero, marzo, abril, mayo, junio, noviembre y diciembre.

Demanda temporada baja 1298 personas por mes: estará determinada por los meses de Enero, Julio, Agosto, Septiembre, Octubre.

De igual manera en este plan se describe como se realizara la venta y el medio que se utilizara y el porcentaje de uso que tendrá cada medio de comercialización de las ventas, como son: las ventas directas, pasantes, venta social (redes sociales).

Tabla No. 9 Presupuesto de ventas Temporada alta Centro turístico el Naranjo. Estelí 2018						
Servicio	Tipo de venta	Medio	Valor del servicio	% venta del servicio en medios	Ventas del servicio mensual	Ingreso por ventas mensual
Restaurante	Venta directa	Recepción	Consumo promedio por persona de 300 córdobas	30%	2298 personas	C\$ 689,400.00
	Pasantes	Boca a boca		20%		
	Venta social media	Página Web		50%		
Piscina	Venta directa	Recepción	50 córdobas por cliente	50%	1149 personas	C\$ 57,450.00
	Venta social media	Página Web		50%		
Canopy	Venta social media	Página web	500 córdobas por cliente	80%	50 personas	C\$ 25,000.00
	Venta directa	Recepción		20%		
Canchas deportivas	Venta directa	Recepción	700 córdobas la hora x grupos de 12 personas	50%	16 grupos	C\$ 11,200.00
	Ventas social media	Página web		20%		
	Pasantes	Boca a boca		30%		
	Pasantes	Boca a Boca		20%		

Paint Ball	Ventas directas	Recepción	900 córdobas por equipo de 5 personas, todo el equipo, marcador, 100 municiones por personas	20%	48 equipos	C\$ 43,200.00
	Ventas social media	Página web		60%		
	Pasantes	Boca a Boca		20%		
Senderismo	Ventas directas	Recepción	15 córdobas por personas	20%	350 personas	C\$ 5,250.00
	Ventas social media	Página web		40%		
	Pasantes	Boca a Boca		40%		
Ping Pong	Ventas directas	Recepción	80 córdobas una hora	20%	40 horas	C\$ 3,200.00
	Ventas social media	Página web		80%		
Escuela de natación	Ventas directas	Recepción	400 mensuales	20%	20 personas	C\$ 8,000.00
	Ventas social media	Página web.		80%		
Total ingreso mensual promedio temporada alta						C\$ 842,700.00

Fuente: Elaboración Propia a partir de datos Informe INTUR Estelí 2017

Tabla No. 10 Presupuesto de ventas Temporada baja Centro turístico el Naranjo. Estelí 2018						
Servicio	Tipo de venta	Medio	Valor del servicio	% venta del servicio en medios	Ventas del servicio	Ingreso por ventas mensual
Restaurante	Venta directa	Recepción	Consumo promedio por persona de 300 córdobas	30%	1298 personas	C\$ 389,400.00
	Pasantes	Boca a boca		20%		
	Venta social media	Página Web		50%		
Piscina	Venta directa	Recepción	50 córdobas por cliente	50%	649 personas	C\$ 32,450.00
	Venta social media	Página Web		50%		
Canopy	Venta social media	Página web	500 córdobas por cliente	80%	28 personas	C\$ 14,000.00
	Venta directa	Recepción		20%		
Canchas deportivas	Venta directa	Recepción	700 córdobas la hora x grupos de 12 personas	50%	16 grupos	C\$ 11,200.00
	Ventas social media	Página web		20%		
	Pasantes	Boca a boca		30%		
Paint Ball	Ventas directas	Recepción	900 córdobas por equipo de 5 personas, todo el equipo, marcador,	20%	48 equipos	C\$ 43,200.00
	Ventas social media	Página web		60%		

	Pasantes	Boca a Boca	100 municiones por personas	20%		
Senderismo	Ventas directas	Recepción	15 córdobas por personas	20%	150 personas	C\$ 2,250.00
	Ventas social media	Página web		40%		
	Pasantes	Boca a Boca		40%		
Ping Pong	Ventas directas	Recepción	80 córdobas una hora	20%	40 horas	C\$ 3,200.00
	Ventas social media	Página web		80%		
Escuela de natación	Ventas directas	Recepción	400 mensuales	20%	20 personas	C\$ 8,000.00
	Ventas social media	Página web.		80%		
Total ingreso mensual promedio temporada baja						C\$ 503,700.00

Fuente: Elaboración Propia a partir de datos Informe INTUR Estelí 2017

Tabla No. 11 Total de ingresos promedio anual

Mes	Ingreso promedio mensual
Enero	C\$ 503,700.00
Febrero	C\$ 842,700.00
Marzo	C\$ 842,700.00
Abril	C\$ 842,700.00
Mayo	C\$ 842,700.00
Junio	C\$ 842,700.00
Julio	C\$ 503,700.00
Agosto	C\$ 503,700.00
Septiembre	C\$ 503,700.00
Octubre	C\$ 503,700.00
Noviembre	C\$ 842,700.00
Diciembre	C\$ 842,700.00
Total ingreso promedio anual	C\$ 8,417,400.00

Fuente: Elaboración Propia a partir de datos Informe INTUR Estelí 2017

6.3 ESTUDIO TÉCNICO

6.3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

La cobertura del Centro turístico El Naranjo, será del 17.41% de la demanda insatisfecha en temporada baja y 7.03% en temporada alta para el primer año de operación del proyecto (ver Cuadro Anexo). Lo cual estará sujeto a una posible ampliación de acuerdo a su desarrollo como empresa.

Su capacidad de atención será:

- Temporada alta 2,298 personas
- Temporada baja 1,298 personas

Tabla No. 12 OFERTA DEL PROYECTO ANUAL

Año	Oferta del Proyecto (No de Turistas)
2019	22,576
2020	22,576
2021	22,576
2022	22,576
2023	22,576

Fuente: Elaboración propia

Son constantes las estimaciones de la oferta anual del proyecto, debido a que se estructuraron con base en la capacidad de atención que se proyecta en el centro turístico y además, por ser un nuevo negocio se debe ser cauteloso en los primeros años de operación.

Condicionantes

El estado actual del mercado y su tendencia de crecimiento de la demanda, permite visualizar dicho tamaño del proyecto y aun nos permite visualizar ampliaciones futuras, debido a la amplia demanda insatisfecha en turismo.

La capacidad del proyecto no estará condicionada por la disponibilidad de insumos, ya que al ser servicios turísticos, las instalaciones estarán correctamente equipadas y mantendrán condiciones óptimas para la oferta de los servicios.

Al proyectar el tamaño del proyecto, se tomó en cuenta la estacionalidad de la demanda, pues los servicios turísticos tienen un pico de demanda los meses de febrero a junio, y noviembre; mientras que observamos un comportamiento con menos movimiento de turistas entre julio y octubre, diciembre y enero.

Determinantes

Tecnología

El grado de tecnología del proyecto se manifiesta en la tecnología que brindará en ciertos servicios de turismo recreativo y de aventura como es el caso del canopy y del paint ball. Dicha tecnología será importada (arnés, casco, guantes, coderas, rodilleras, pistolas y equipo de seguridad).

Por otro lado, la parte del restaurante no necesitara una inversión grande en tecnología pues los platos a ofertar no necesitaran preparaciones ni cocciones especiales.

Accesibilidad de Materia Prima

La localización del proyecto permite la accesibilidad de todo tipo de transporte al lugar, siendo en el Municipio de Santa Cruz a solo 10 minutos de la ciudad de Estelí, se encuentra en la ruta de muchos de los proveedores que se necesitarán para el restaurante, que será el principal servicio que necesite abastecimiento.

En caso de necesitar altos grados de insumos que no se tengan contemplados, es decir, en caso de emergencia; se tendrá capacidad para realizar cualquier tipo de viaje express a la ciudad donde se encuentra amplia gama de productos que permitan suplir cualquier eventualidad.

Financiamiento

El financiamiento de dicho proyecto se realizara un 50% con fondos propios, mientras que el restante 50% se cubrirá ya sea con préstamos o inversionistas que deseen colocar capital en dicho proyecto.

Disponibilidad de Recursos Humanos

Los recursos humanos para este proyecto se están contemplando bajo convenios con universidades que ofertan la carrera de turismo, así se crearía una relación de mutuo beneficio; una gran ventaja para dicha coordinación es la ubicación cercana del centro turístico que convendría mucho para la movilización de los estudiantes a laborar en dicho lugar.

Por otro lado, se contempla tener recursos humanos de la zona, de esta manera se lograra impulsar el crecimiento económico de la zona y crear un impacto positivo en la comunidad.

6.3.2 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

Las variables que se tuvieron en cuenta en el momento de decidir en donde se va a instalar el proyecto de un centro turístico en la comunidad Subtiava en la localidad Santa Cruz fueron las siguientes en cuanto a macro localización:

- Tipo de lugar: a partir de una investigación realizada se llegó a la conclusión de que la localidad de Santa Cruz y todo el departamento de Estelí no cuenta con un centro turístico que ofrezca la variedad de servicios.
- Monto de inversión: el monto de inversión es de C\$ 2869,462.20 córdobas, esta cantidad de dinero se utilizará para el equipamiento del inmueble, no se necesita gastar en la compra o alquiler del terreno ya que es propiedad familiar.
- Estado de las vías de acceso: para llegar al centro turístico se traslada 10 kilómetros al sur de Estelí sobre la carretera panamericana, hasta llegar a la fábrica de caja de puros y luego 150 varas al este sobre trocha que se encuentra en buenas condiciones.
- La localidad cuenta con agua potable, energía y comunicación.

Macro localización

Esto se puede identificar por medio de mapas.

El parque se localiza en:

- País de Nicaragua
- Ciudad de Estelí
- Municipio de Estelí

Mapa No. 1. Macro localización del proyecto.



Fuente: Google.

Un aspecto importante que se consideró, en la ubicación del centro turístico, es contar con un terreno ubicado en una zona con potencial turístico, bien agradable.

Micro localización

Lo primero que se tuvo en cuenta para la micro localización es el contar con el inmueble en la localidad de Santa Cruz. A 10 kilómetros al sur de Estelí sobre la carretera panamericana, hasta llegar a la fábrica de caja de puros y luego 150 varas al este sobre trocha que se encuentra en buenas condiciones. Además se realizó una revisión del entorno para corroborar que no haya ningún vecino indeseable que pueda afectar en el uso del servicio que ofrecemos y qué tipo de negocio ancla está cerca del proyecto.

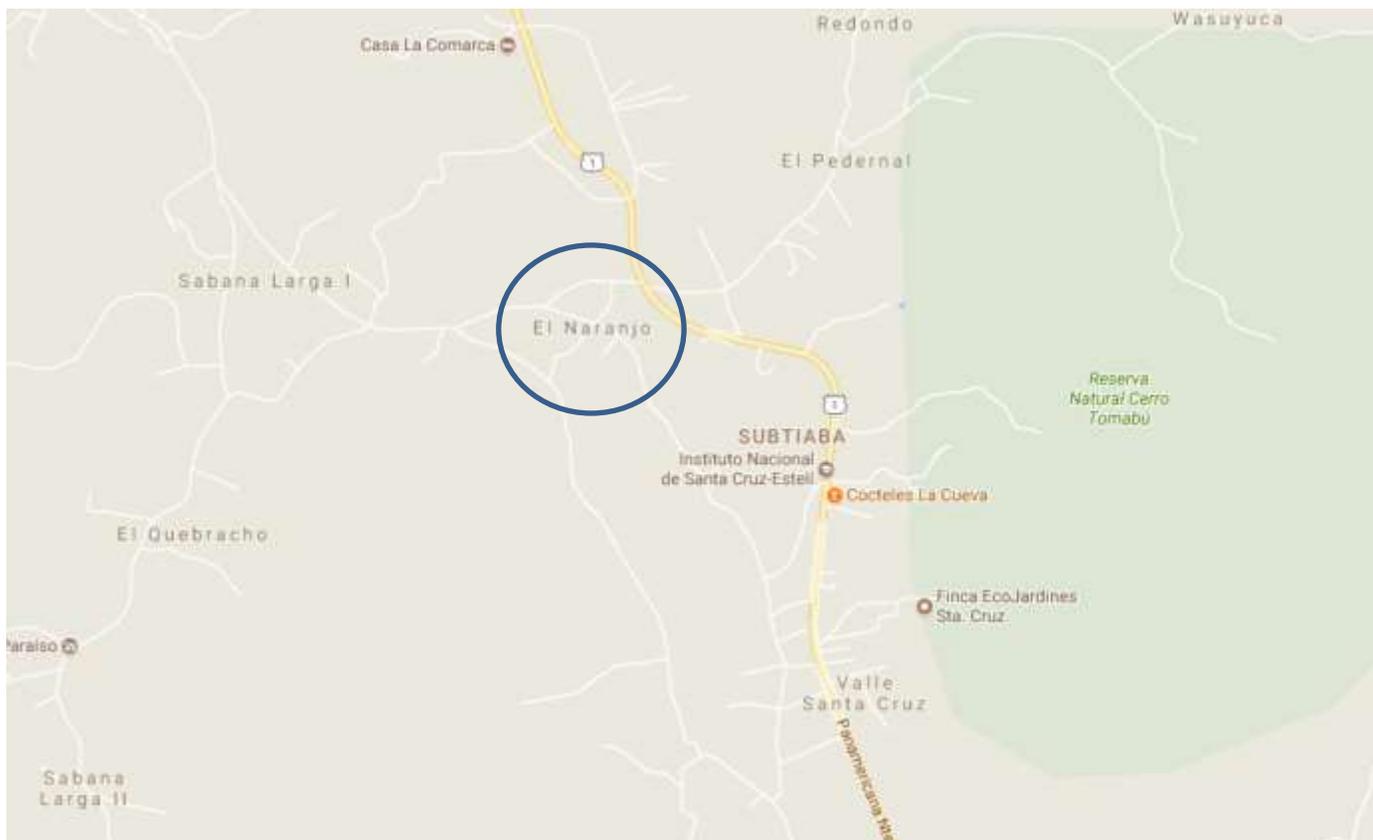
Tabla No. 13. Datos de interés ubicación del proyecto.

Ubicación	Santa Cruz
Relación equilibrio de precio-calidad	Propiedad del inversor
Precio del terreno	Propiedad del inversor
Revisión del entorno social:	No se detectó ninguna situación social, que perjudicara el proyecto, al contrario el proyecto generará empleo en la zona.
Análisis de la estructura urbana (Polos Gravitacionales)	En la localidad de Santa Cruz el turista por donde más circula es en la zona centro de la localidad, ya que allí es donde más negocios hay.

Fuente: Los autores

- Ciudad de Estelí
- Comunidad Subtiava

Mapa No. 2. Micro localización del Proyecto.



Fuente: Google Maps

Climatología

El clima es tropical. Los veranos tienen una buena cantidad de lluvia, mientras que los inviernos tienen muy poco. En Valle Santa Cruz, la temperatura media anual es de 21.0 ° C. Hay alrededor de precipitaciones de 1115 mm.

Preservación del Medio Ambiente

El centro turístico está ubicado en el centro de la reserva natural Tomabú, Santa Cruz. A 10 kilómetros al sur de Estelí sobre la carretera panamericana, hasta llegar a la fábrica de caja de puros y luego 150 varas al este sobre trocha que se encuentra en buenas condiciones.

Reserva Natural Cerro Tomabú

La Reserva Natural Cerro Tomabú, presenta bosque de Coníferas, Bosque latifoliado y asociaciones de bosque de coníferas con Roble. El bosque de coníferas y la asociación pino-roble presente en el área aún la estructura del bosque original presentando importancia biológica y económica a nivel local. El bosque de pino se encuentra en las mayores elevaciones de la reserva específicamente en el cerro Tomabú y cerro Picacho.

Por otra parte, la asociación existente de bosque de coníferas junto con el roble, representan una gran relevancia para el ecosistema ya que brindan protección y alimento a numerosas especies de aves migratorias, que se reabastecen de energía en estos ecosistemas en su ruta migratoria hacia el sur del continente americano.

Entre las áreas más intervenidas se encuentran las zonas más bajas y humanizadas del área, comprendiendo los núcleos poblacionales de El Naranjo, Subtiava, Llano Redondo, La Montaña y El Espinal. En estas zonas podemos encontrar especies florísticas representativas de un agro ecosistema y que sobresalen en las áreas agrícolas y de pastizales establecidas, así como en áreas de barbecho o de descanso.

Estas áreas han estado bajo una intervención moderada del recurso forestal, siendo el factor topográfico el que permite la conservación de estas zonas donde existe bosque de coníferas y de bosque mixto, estos se encuentra principalmente en las partes de mayor altura de los dos cerros antes mencionados. Sin embargo, aunque los parches no son grandes extensiones observamos que existe conectividad entre ellos a través de fajas de bosque que conforman una isla en la cumbre de los cerros rodeada de muchos agro ecosistemas.

Recursos Humano

Por ser una comunidad cercana al casco urbano de la ciudad de Estelí a solo 10 km se cuenta con una gran oferta de Recursos humanos tanto de la comunidad Santa Cruz como de la ciudad de Estelí.

Riesgo País.

Actualmente el País, sufre un conflicto de tipo político, que está afectando lo social y económico, y el turismo no escapa a esta realidad. No obstante lo anterior, el proyecto como un producto técnico académico, reúne los requisitos para que en futuro se pueda ejecutar y ser una

realidad. Por tanto, la recomendación, en este sentido se dirige, a actualizar la información en el momento oportuno que estén mejoradas las condiciones del país.

6.3.3 Proceso De Servicio Y Tecnología

Equipo de cocina para el restaurante:

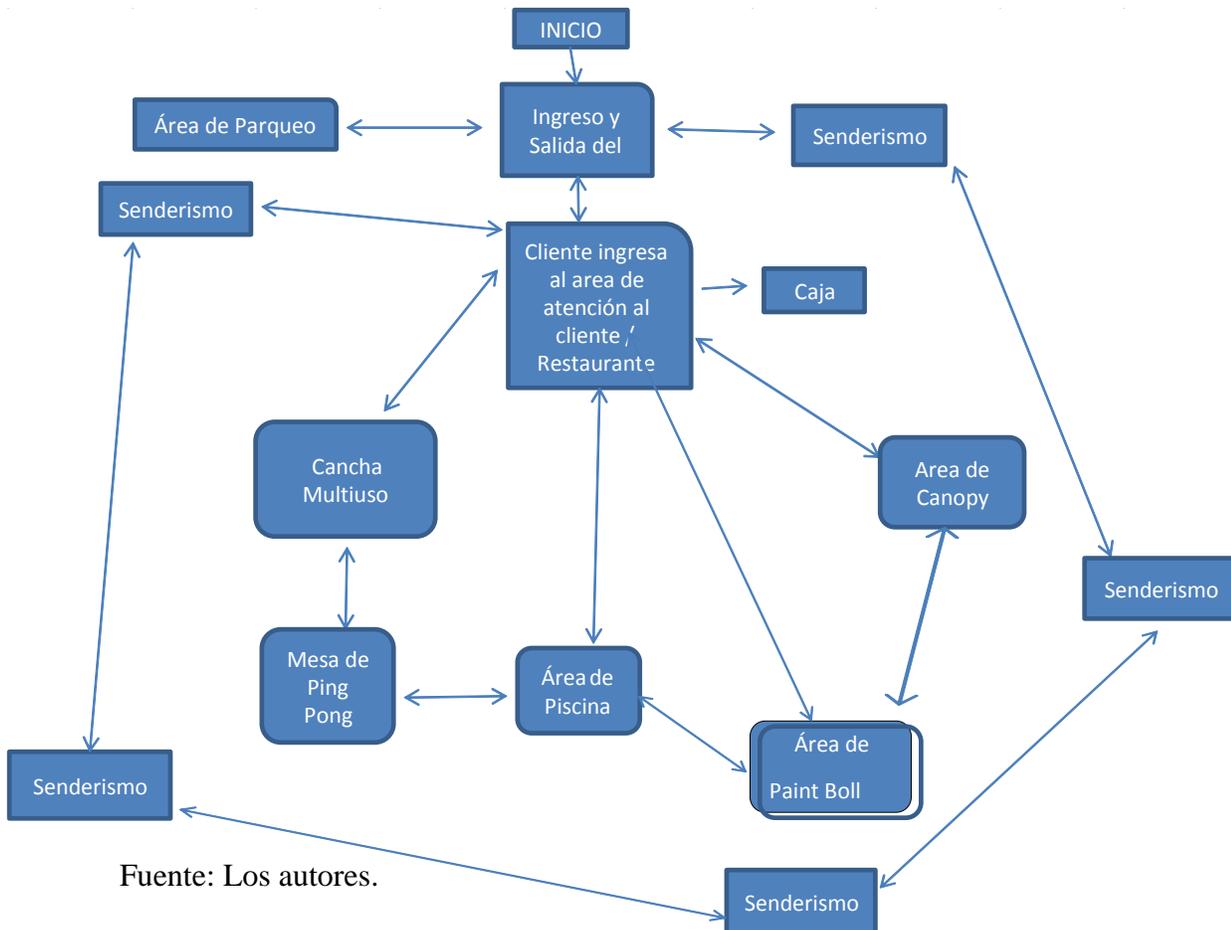
Estufa, horno de microondas, lava platos, refrigeradores para cocina, refrigerador para bebidas, congeladores, mesa de trabajo, asador, freidora, licuadoras.

Tecnología para juegos recreativos:

- **Piscina**

Se construirá una piscina con sistemas de depuración, filtración mediante cristales activados, cloración salina, sistemas de auto-limpieza Top-Clean, instalación de nadadores contra-corriente, iluminación mediante LEDs y banco de vestuario con perchero y repisa.

Esquema No. 1. Proceso de servicio



- **Canchas deportivas Multiuso:**

Asientos de grada, vestidor con bancos con zapateros y percheros, guarda aros, bolsa multi almacenaje, canasta de baloncesto, juego de porterías, colchonetas infantiles y colchonetas premiun.

- **Canopy:**

Es una modalidad de transporte aéreo que consiste en un sistema de cables suspendidos entre las copas de los árboles por donde uno se desliza de un sitio a otro, gracias a una polea. Para poder practicar el canopy, hay que ubicarse en una tarima o plataforma de madera en donde la persona se engancha a un fuerte cable por medio de un arnés y por gravedad, con el peso del cuerpo, se impulsa hasta llegar a la otra plataforma.

- **Senderismo:**

El senderismo, son deportes cada vez más practicados, podemos definirlo como una prolongada caminata o paseo en plena naturaleza en un entorno sin civilizar. La meta de una jornada de senderismo como actividad deportiva es llegar al final del sendero y poder contemplar paisajes u otras joyas de la naturaleza para las que no existe otra forma de acceder que no sea a pie, vistas únicas, flora y fauna exótica, cascadas de gran belleza.

Cuando uno se encuentra en un sendero de aquellos que se pueden hacer en una misma jornada sin dormir fuera de casa, el equipo necesario es escueto y se reduce a agua y ropa adecuada para la época del año. Un equipo completo para hacer senderismo de cualquier nivel de dificultad

1. Líquido suficiente para la duración estimada del recorrido.
2. Ropa adecuada, de abrigo en invierno y fresca en Verano.
3. Gafas de sol. Imprescindible llevar gafas de sol, sobre todo en senderos en el sur o en zonas más cálidas.
3. Linterna o antorcha.
4. Botiquín con los elementos básicos para una cura de emergencia.
5. Elementos para encender fuego tales como mecheros, sopletes etc.
6. Navaja ideal para las situaciones imprevistas que se te puedan presentar.
7. Crema para protección solar. Dependiendo de la zona será condición indispensable.
8. GPS o brújula, por si no queremos perdernos.

9. Mapa de la zona donde se realizará el recorrido.

- **Paint ball:**

Se utilizarán las nuevas tecnologías que son aplicadas a las máscaras que se emplean en la práctica del Paintball. De hecho algunas de ellas, son fabricadas con materiales ultraligeros y resistentes como el carbono. En lo referente a las pantallas de estas máscaras de Paintball, se sabe que son muy resistentes, las pantallas de las máscaras o cascos con sistemas para evitar el empañamiento de las mismas, siendo los principales estos que detallamos a continuación como avance de la tecnología en el Paintball:

Tendremos dos tipos de mascarillas:

1- **Máscaras térmicas:** se trata de una pantalla doble, que lleva un “líquido térmico especial” entre las dos capas, consiguiendo de este modo que no se empañe al no producirse una diferencia muy grande entre la temperatura interna y la exterior de la pantalla. Como punto negativo, decir que tienen la molestia de que hay que tener mucho cuidado a la hora de limpiarlas, evitando sumergirlas en agua totalmente para que no se “cuele” agua entre las capas de las pantallas.

2- **Máscaras rociadas con espray:** Son como los que se utilizan en los parabrisas de los vehículos, que evitan en cierta medida que las pantallas de las máscaras de Paintball se empañen.

En las pistolas o marcadoras como se les conoce en el paintball, la tecnología en el paintball nos aporta cosas como estas:

La recarga se produce de forma automática después de cada uno de los disparadores, recarga automática, en donde se emplean cargadores de varias docenas de bolsas, con depósitos que se llevan en la parte superior de la marcadora y que emplean la fuerza de la gravedad para la alimentación de bolsas de pinturas, mientras que unos resortes mecánicos y el CO2 introducen las pelotas en la recámara para poder ser proyectadas.

- **Ping Pong:**

1. La Mesa

- a. La mesa será rectangular, de 2.74 m (nueve pies) de largo y 1.525 m (cinco pies) de ancho. estará sostenida para que su superficie superior, denominada “superficie de juego” esté en un plano horizontal a 76 cm (2’ 6”) del suelo.
- b. Permitir un rebote de no menos de 22 cm (8 ¾”) y no más de 25 cm, (9 ¾”) cuando una pelota regular se deja caer desde una altura de 30.5 cm (12”) sobre la superficie. Una línea blanca de dos centímetros (3/4”) de ancho debe demarcar los bordes de la superficie. Las líneas de los extremos serán llamadas líneas de fondo, y las líneas de los lados líneas laterales.
- c. Para dobles, la superficie de juego estará dividida en mitades por una línea blanca central, de tres milímetros (1/8”) de ancho, trazada paralela a las líneas laterales; la línea central deberá ser Considerada como parte de cada medio campo derecho.
- d. La superficie de juego considerara los bordes superiores de la mesa, pero no los costados de la superficie de la mesa debajo de los bordes.

2. La Red

- a. La superficie de juego estará dividida en dos campos del mismo tamaño por medio de una red vertical que corre paralela con las líneas de fondo.
- b. La red estará suspendida por una cuerda colocada a cada extremo para sostener los postes que son de 15.25 cm (seis pulgadas) de alto.
- c. La red con su sistema de suspensión, tendrá 183 cm (seis pies) de largo y el borde superior, en toda su longitud, tendrá de 15.25 cm (seis pulgadas) sobre la superficie de juego. El borde inferior de la red, en toda su longitud, estará cerca de la superficie de juego, y los extremos de la red estarán cerca de los postes de soporte.
- d. El ensamblaje de la red consistirá de la red, su suspensión, y los postes de apoyo, incluyendo las abrazaderas que los fijan a la mesa.

3. La Pelota

- a. La pelota será esférica con un diámetro de 40 mm (1.57 pulgadas).

- b. La pelota pesara 2.7 gramos.
- c. La pelota será hecha de celuloide, o material plástico similar y podrá ser de color blanco o naranja y tono mate.

4. La Raqueta

- a. La raqueta tendremos de diferentes tamaños, formas o pesos.
- b. La hoja será de madera, continua de grosor uniforme, plana y rígida.
- c. Al menos 85% del grosor de la hoja será de madera natural.
- d. Una lámina adhesiva dentro de la hoja será reforzada con material fibroso como fibra de carbón, fibra de vidrio o papel comprimido, pero no será más grueso que el 7.5% del grosor total o.35 mm, lo que sea menor.
- e. Una de las caras de la raqueta, usada para golpear la pelota estará cubierta con una lámina de hule con granillos externos teniendo un grosor total, incluyendo el adhesivo, de no más de dos milímetros (1/16”) o una lámina de hule intercalada con granillos internos o externos teniendo un grosor total, incluyendo el adhesivo, de no más de cuatro milímetros.
- f. El material que cubre la raqueta podrá extenderse no más allá, de los límites de la hoja, excepto que la parte cerca del mango y asidero de los dedos podrá ser dejada sin cubrir, o cubierta, con cualquier material y puede ser considerado parte del mango.

Con la infraestructura adecuada y las instalaciones de las maquinarias y equipos finalizados, tendremos personal capacitado, para la venta de los servicios correspondientes, de tal manera que haya una distinción en la calidad de la atención a los clientes. A demás los colaboradores que atiendan las áreas de juegos deberán estar capacitados en seguridad, higiene y prevención de riesgos, para evitar accidentes.

Las instalaciones constaran con todas las señalizaciones recomendadas por las autoridades competentes.

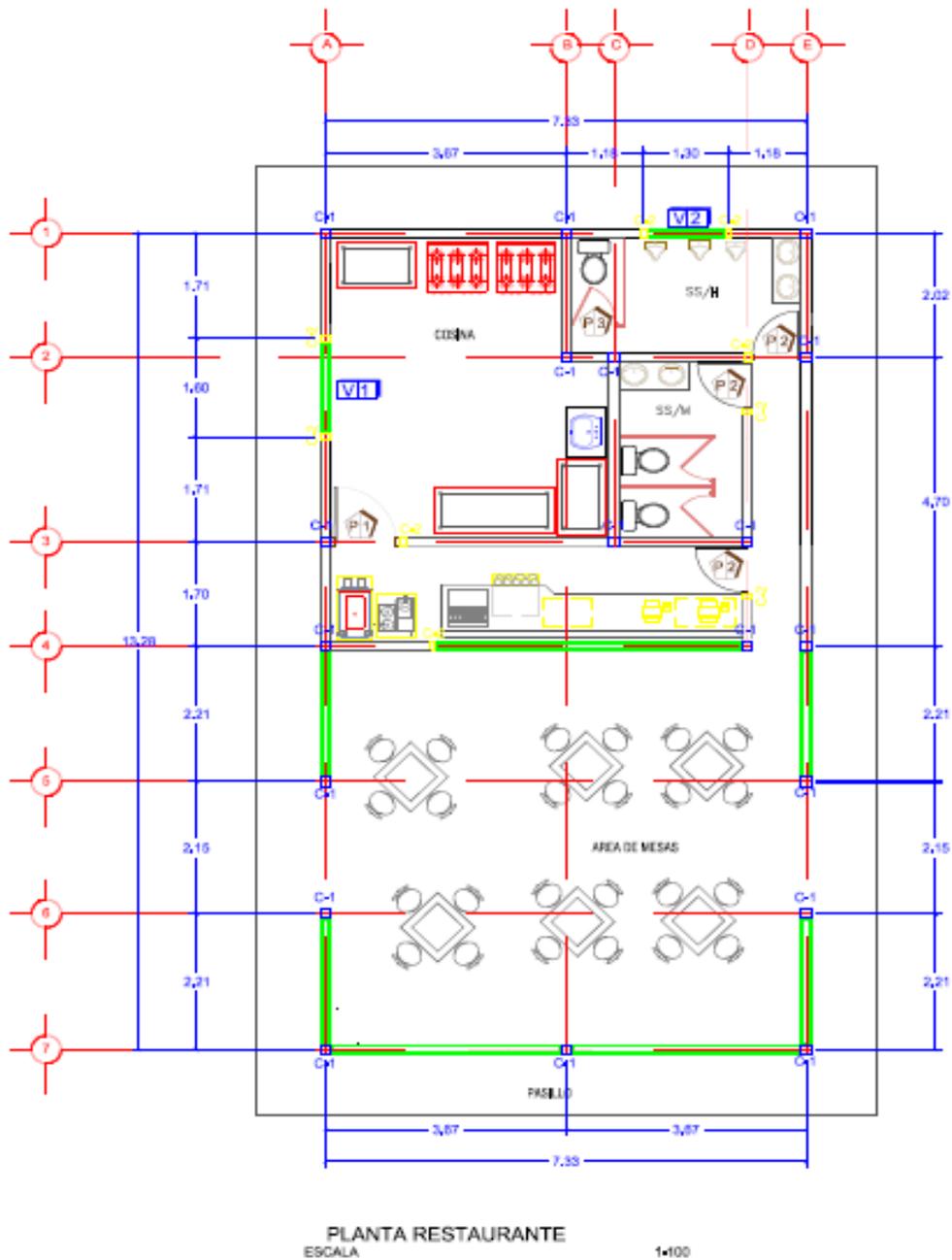
Contaremos con un equipo especializado en mantenimiento de los equipos y las instalaciones, que permita brindar un servicio continuo con la calidad requerida y de esta manera satisfacer a los clientes y también garantizar la sostenibilidad financiera de la empresa.

6.3.4 INGENIERÍA DEL PROYECTO

Adecuación de espacios del Centro Turístico

El Bosquejo que se muestra a continuación muestra los espacios y distribución que tendrá el Centro Turístico.

Bosquejo No. 1. Adecuación de espacios del Centro Turístico. Estelí 2018



Fuente: Los autores.

6.3.5 COSTOS

Aquí se desarrolla las inversiones iniciales y los costos de operación y mantenimiento necesarios para el adecuado desarrollo y funcionamiento del proyecto.

6.3.5.1 Inversión fija

Los activos fijos constituyen la salida de dinero para solucionar la adquisición de bienes no sujetos de transacción corriente; es decir, son aquellos destinados a financiar la adquisición de insumos, equipos, muebles y enseres u otros. Las estimaciones de los costos de los activos fijos necesarios para poner en marcha el proyecto, se muestran a continuación:

Tabla No. 14 Activos Fijos

ACTIVO	COSTO DE ADQUISICIÓN
Construcción de piscina	C\$ 187.591,20
Construcción de restaurante	C\$ 555.000,00
Construcción de canopy	C\$ 2.730.000,00
Construcción de senderos	C\$ 3.000,00
Construcción de Canchas	C\$ 2.131.462,00
Construcción de área ping pong	C\$ 7.000,00
Total	C\$ 5.614.053,20

Fuente: Experto contratado.

Tabla No. 15 Equipamiento

ACTIVO	COSTO DE ADQUISICIÓN
Equipamiento de paint ball	C\$ 46.450,20
Equipamiento ping pong	C\$ 16.320,00
Equipamiento restaurante	C\$ 237.879,00
Equipamiento canopy	C\$ 152.052,00
Equipamiento senderismo	C\$ 3.140,00
Equipamiento canchas deportivas	C\$ 7.380,00
Equipamiento piscina	C\$ 1.800,00
Total	C\$ 465.021,20

Fuente: Costos de mercado.

Tabla No. 16 Mobiliario y equipo.

CANTIDAD	ACTIVO	COSTO DE ADQUISICIÓN
1	Escritorio	C\$ 5.000,00
2	Equipo de cómputo	C\$ 20.000,00
2	Teléfono	C\$ 1.200,00
100	Sillas	C\$ 5.000,00
10	Mesas	C\$ 5.000,00
1	Impresora	C\$ 5.000,00
1	Útiles menores	C\$ 1.000,00
	Total	C\$ 42.200,00

Fuente: Costos de mercado.

6.3.5.2 Depreciación

Tabla No. 17 Depreciación Del Mobiliario Y Equipo De Oficina

Depreciación de Mobiliario y equipo de oficina								
Código	Cant.	Activo	Costo de adquisición	2019	2020	2021	2022	2023
1144-04-04-01	1	Escritorio	C\$ 5,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00
1144-04-04-02	2	Equipo de computo	C\$ 20,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00
1144-04-04-03	2	Teléfono	C\$ 1,200.00	240	240	240	240	240
1144-04-04-04	100	Sillas	C\$ 5,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00
1144-04-04-05	10	Mesas	C\$ 5,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00
1144-04-04-06	1	Impresora	C\$ 5,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00
1144-04-04-07	1	Útiles menores	C\$ 1,000.00	200	200	200	200	200
TOTAL			C\$ 42,200.00	8,440.00	8,440.00	8,440.00	8,440.00	8,440.00

Fuente: Los autores.

Tabla No. 18 Depreciación de activo Fijo

A continuación se presentan los diferentes cálculos realizados a través del método de línea recta.

Depreciación de Activos fijos						
ACTIVO	COSTO DE ADQUISICIÓN	2019	2020	2021	2022	2023
Construcción de piscina	C\$ 187,591.20	37,518.24	37,518.24	37,518.24	37,518.24	37,518.24
Construcción de restaurant	C\$ 555,000.00	111,000.00	111,000.00	111,000.00	111,000.00	111,000.00
Construcción de canopy	C\$ 2,730,000.00	546,000.00	546,000.00	546,000.00	546,000.00	546,000.00
Construcción de senderos	C\$ 3,000.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00
Construcción de Canchas	C\$ 2,131,462.00	426,292.40	426,292.40	426,292.40	426,292.40	426,292.40
Construcción de área ping pong	C\$ 7,000.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00
	C\$ -	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	C\$ 5,614,053.20	1,122,810.64	1,122,810.64	1,122,810.64	1,122,810.64	1,122,810.64
Depreciación de Activos fijos						
ACTIVO	COSTO DE ADQUISICIÓN	2019	2020	2021	2022	2023
Equipamiento de paint ball	C\$ 46,450.20	9,290.04	9,290.04	9,290.04	9,290.04	9,290.04
Equipamiento ping pong	C\$ 16,320.00	3,264.00	3,264.00	3,264.00	3,264.00	3,264.00
Equipamiento restaurant	C\$ 237,879.00	47,575.80	47,575.80	47,575.80	47,575.80	47,575.80
Equipamiento canopy	C\$ 152,052.00	30,410.40	30,410.40	30,410.40	30,410.40	30,410.40
Equipamiento senderismo	C\$ 3,140.00	628.00	628.00	628.00	628.00	628.00
Equipamiento canchas deportivas	C\$ 7,380.00	1,476.00	1,476.00	1,476.00	1,476.00	1,476.00
Equipamiento piscina	C\$ 1,800.00	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00
	C\$ 465,021.20	93,004.24	93,004.24	93,004.24	93,004.24	93,004.24

Fuente: Costos de adquisición de los bienes

6.3.5.3 Inversión Diferida

Son las inversiones que se realizan principalmente durante el periodo pre-operativo del proyecto, en tal sentido reciben también el nombre de gastos pre-operativos o diferidos. Las inversiones diferidas del proyecto son:

Tabla No. 19 Inversión Diferida

Actividad	Costo en córdobas
Software de facturación y caja.	6,260.00
Matrícula y registro legal	6,260.00
Gastos en capacitación al personal	7,825.00
Imprevistos	15,650.00
Total	35,995.00

Fuente: Investigación propia

La inversión diferida tendrá un costo total de C\$ 35,995.00 (Treinta y Cinco mil novecientos noventa y cinco córdobas netos), correspondientes a C\$ 6,260.00 (Seis mil doscientos sesenta córdobas netos), por la compra de Software de facturación y caja; los costos de matrícula y registro legal oscilan en C\$ 6,260.00 (Seis mil doscientos sesenta córdobas netos).

El centro turístico estará conformado por personal altamente capacitado, pero como parte de la responsabilidad que nos va a caracterizar, realizaremos una capacitación inicial de inducción, de tal manera que el centro turístico tenga un valor agregado a la prestación de sus servicios diarios.

6.3.5.4 Amortización Diferida

Los activos de una empresa, pierden valor a los largo del tiempo, por lo que esa pérdida la amortizamos en la tabla detallada a continuación:

Tabla No. 20 Amortización de inversión diferida

Amortización de inversión diferida						
ACTIVO INTANGIBLE	COSTO DE ADQUISICIÓN	2019	2020	2021	2022	2023
Software de facturación y caja.	6260	1,252.00	1,252.00	1,252.00	1,252.00	1,252.00
Matricula y registro legal	6260	1,252.00	1,252.00	1,252.00	1,252.00	1,252.00
Gastos en capacitación al personal	7825	1,565.00	1,565.00	1,565.00	1,565.00	1,565.00
Total	20345	4,069.00	4,069.00	4,069.00	4,069.00	4,069.00

Fuente: Los autores.

6.3.5.5 Gastos de Mantenimiento

Tabla No. 21 Costos de Mantenimiento

Costos de mantenimiento anual	
Actividad	Costo en córdobas
Mantenimiento Canopy	C\$ 3,130.00
Mantenimiento Senderos	C\$ 1,565.00
Mantenimiento Canchas	C\$ 1,565.00
Mantenimiento Piscina	C\$ 1,565.00
Total	C\$ 7,825.00

Fuente: consulta a otros centros recreativos y a expertos.

6.3.5.6 Inversión en capital de trabajo

Es el conjunto de recursos monetarios requeridos para la normal y correcta operación inicial del proyecto, los cuales permiten financiar los desfases temporales que pueden ocurrir entre los egresos operativos del proyecto. Se considera un capital de trabajo, que

pueda hacer frente al primer mes inicial a rubros sensibles para el funcionamiento del Centro Recreativo, como salarios, servicios básicos, adquisición de insumos para el restaurante y gastos de publicidad:

Tabla No. 22 Capital de Trabajo

Actividad	Costo en córdobas
Centro recreativo (Salarios, servicios, insumos y publicidad)	CS 214,816.67
Total	CS 214,816.67

Fuente: Elaboración propia

6.3.5.7 Plan Global de Inversión

En este acápite tenemos un plan de inversión de **C\$ 6, 372,086.07**, los cuales están compuestos por activos fijos, equipamiento, activos intangibles, capital de trabajo, los cuales detallamos a continuación:

Tabla No. 23 Plan Global de Inversión

Resumen de Costos	Costo en córdobas
Costos Activos Fijos	C\$ 5,614,053.20
Costos Equipamiento	C\$ 465,021.20
Equipo y Mobiliario de Oficina	C\$ 42,200.00
Activos Intangibles	C\$ 35,995.00
Capital de Trabajo inicial	C\$ 214,816,67
TOTAL	C\$ 6,372,086.07

Fuente: Elaboración propia

6.3.5.8 Costos de Operación anual

Tabla No. 24 Costo de Operación Anual

Actividad	Costo en córdobas
Salarios (*Incluye treceavo mes)	C\$ 1,656,386.42*
Papelería	C\$ 37,560.00
Servicios Públicos	C\$ 48,828.00
Depreciación	C\$ 1,224,254.88
Amortización de intangibles	C\$ 4,069.00
Mantenimientos de Equipos	C\$ 7,825.00
Costos de producción (insumos)	C\$ 720,000.00
Gastos de administración	C\$ 72,000.00
Total	C\$ 3,770,923.30

Fuente: Estimaciones realizadas por los autores.

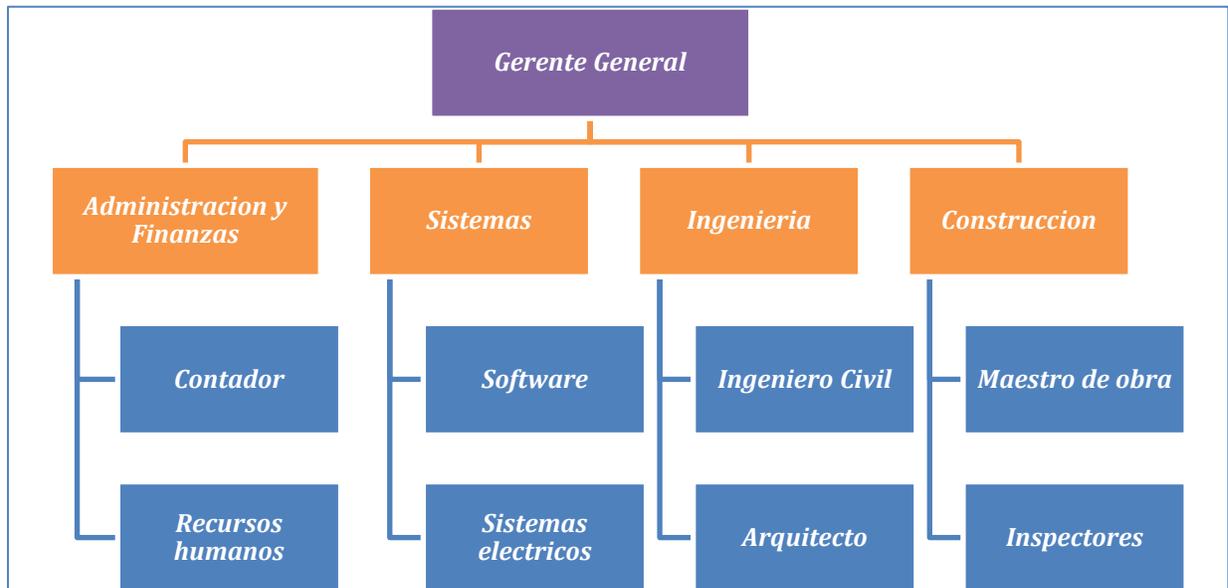
6.3.6 ASPECTOS ORGANIZACIONALES Y ADMINISTRATIVOS

Para realizar las actividades preliminares e iniciales del centro turístico, llevaran a cabo las gestiones ante la alcaldía para el permiso de construcción, paralelo se realizarán los trámites legales para la constitución del centro turístico.

De acuerdo a las descripciones de los cargos y perfiles de trabajo a desempeñar, con el propósito de brindar un servicio de calidad, se cumplirá a cabalidad las exigencias de cada puesto administrativo y contribuir con el desarrollo de la estructura organizativa del centro turístico.

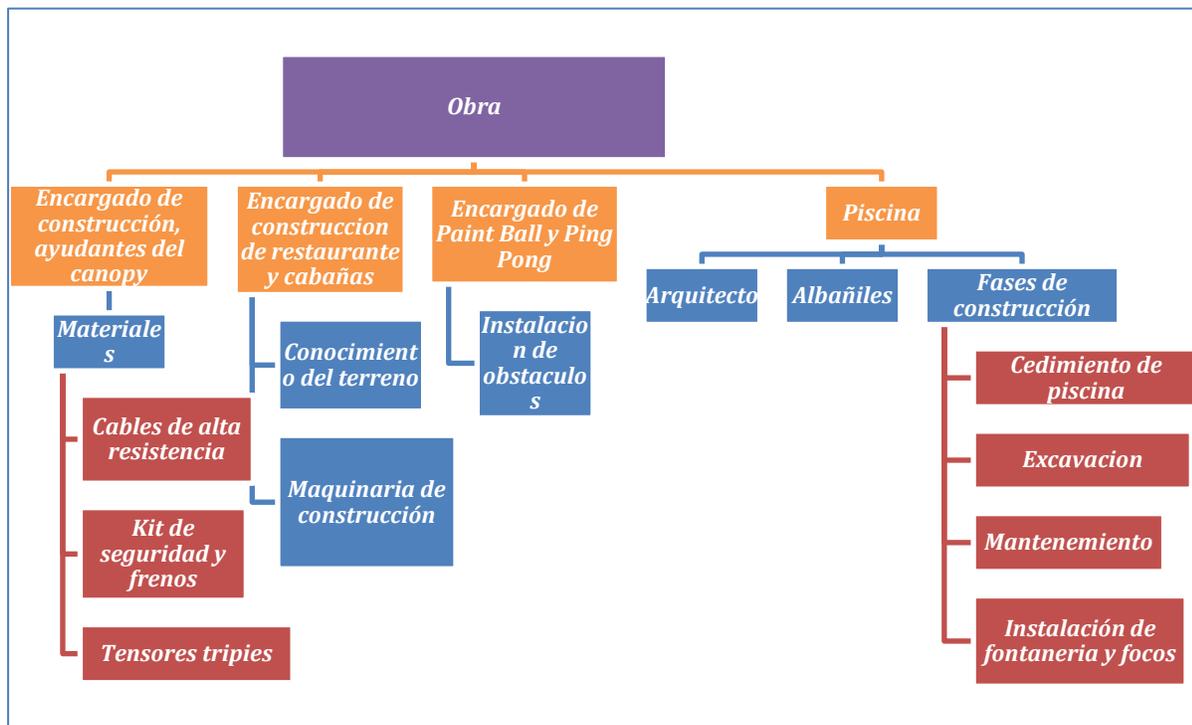
6.3.6.1. Ejecución del proyecto

Organigrama No. 1. Organización Para La Ejecución



Fuente: Elaboracion Propia.

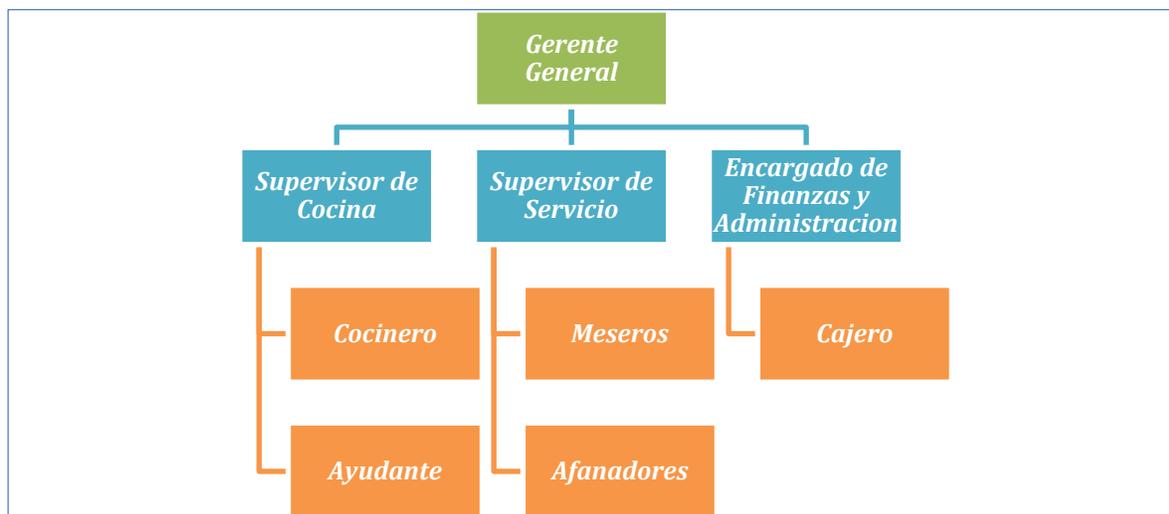
Organigrama No 2. Organigrama de la obra



Fuente: Elaboracion Propia.

6.3.6.2. Operación del proyecto

Organigrama No. 3 Organigrama Funcional del Restaurante



Fuente: Elaboración Propia.

Supervisor de cocina:

- La organización general de la cocina

Es fundamental que el jefe gestione el orden en la cocina, desde horarios, perfiles de empleados, posibles imprevistos, colocación de todas las cosas. En cierto modo realiza la base del feng shui de la cocina.

- Hacer los pedidos de materia prima

El jefe de cocina está siempre en contacto directo con los proveedores, tras preparar los pedidos, se encarga de contactar con ellos y exigirles la mayor calidad y buen servicio para continuar con su objetivo.

- Ser responsable por la utilidad de la cocina

Todo pasa por él, el jefe de cocina es un hombre/mujer filtro, por donde debe pasar toda la información y debe velar por mantener las instalaciones y el buen uso de las mismas, así como de su maquinaria.

- **Contratar personal**

El jefe de cocina será el encargado de revisar los perfiles de personas que trabajan en la cocina, ya que todos ellos al final se conformarán como una familia y él es como si fuera el patriarca.

- **Capacitar a su personal**

Debe formar y aumentar el nivel de conocimiento de su equipo, ya que es buen conocedor de que su equipo será tan fuerte como su eslabón más débil.

- **Supervisar la cocina a la hora del servicio**

El jefe de cocina es el director de orquesta donde al levantar la batuta todos deben seguirle, mientras marca el paso y da las órdenes para que se ejecute todo en sincronía.

- **Supervisa la limpieza.**

Es básico que todo esté impecable y la responsabilidad de un jefe de cocina es revisar que todo sea así.

Cocinero:

- Preparar los ingredientes para consumir o cocinar (p.ej., lavar, pelar, cortar y desengranar las frutas y las verduras y cortar la carne).
- Comprobar la calidad de la comida, p.ej., probándola, oliéndola, atravesándola con utensilios, etc.
- Pesar, medir y mezclar ingredientes según las recetas y el criterio personal, utilizando diferentes utensilios y equipos de cocina.
- Regular la temperatura de hornos, parrillas, asadores y otros equipos de cocina.
- Condimentar y cocinar el alimento según las recetas, el criterio personal o la experiencia, utilizando una serie de métodos (por ejemplo, hornear, estofar, freír, asar, tostar y cocer al vapor).
- Dividir el alimento en porciones y asegurarse de que está bien presentado.
- Entregar los platos a los camareros o servir a los clientes.
- Preparar menús y calcular las necesidades de alimentos y los costes.
- Controlar, pedir, recibir y almacenar los suministros (de alimentos) y evitar que se estropeen.

- Inspeccionar y limpiar la cocina, el equipo de cocina, las áreas de servicio, etc., para garantizar la seguridad y las prácticas higiénicas de manejo de alimentos.

Ayudante de cocina:

Colaboran con los chefs o cocineros en la preparación de los alimentos. Entre sus funciones principales destaca el mantenimiento de la higiene y el orden de la cocina y los utensilios.

Mesero:

El Mesero ocupara ese lugar, por eso es muy importante que aplique todas y cada una las normas al pie de la letra, con cada uno de sus clientes y en cada uno de los detalles de servicio, esto le permitirá ser un magnífico “Mesero”,

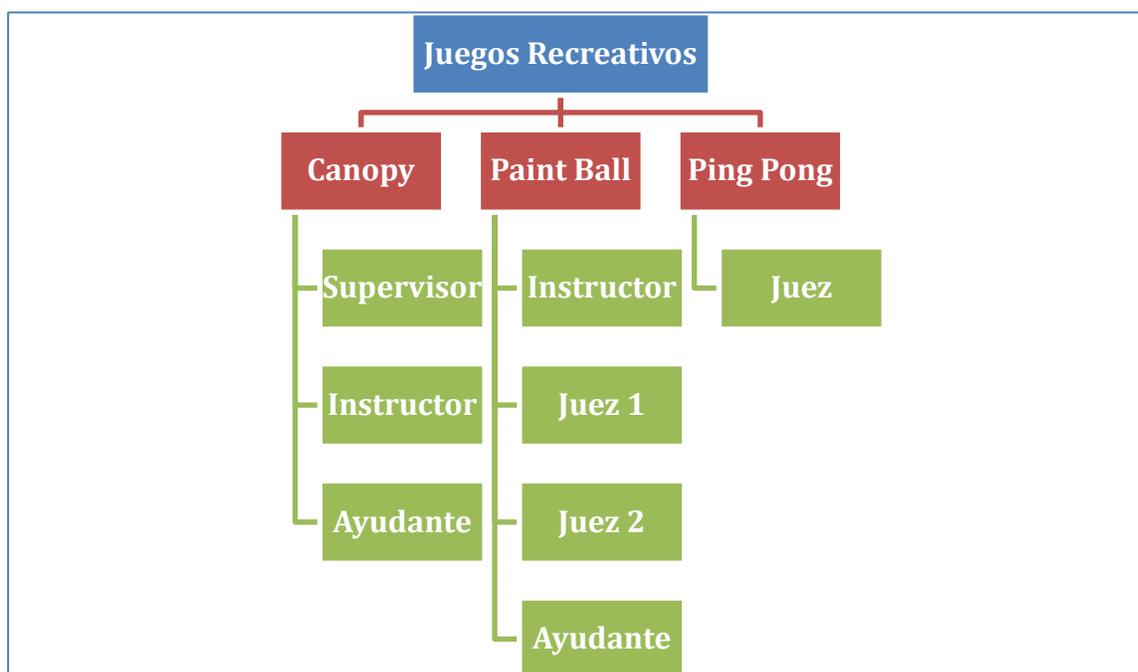
Deberá ser cortés y de buenos modales, con espíritu de servicio simpatía y personalidad, conocer los conceptos básicos de servicio a clientes, como: servicio de comedor y bar, conocimientos básicos de gastronomía, conocimiento Básico de Vinos y licores.

Cajero:

El cajero puede asumir el papel de anfitrión y guiar a los clientes a una mesa disponible en la sección adecuada. El cajero también puede colocar los cubiertos y tomar la orden de bebidas antes de que aparezca el personal de servicio.

Al final de la comida, la responsabilidad principal del cajero es procesar los pagos. El cajero debe tener la capacidad de manejar una caja registradora o un sistema de punto de venta por computadora, recibir el dinero y dar el cambio correcto. El cajero se encargará de usar la máquina de tarjetas para obtener la aprobación por el monto de la compra. Al final del turno, el cajero debe saber hacer la conciliación de los registros para asegurar que todos los movimientos de la caja cuadren correctamente.

Organigrama No. 4. Organigrama Funcional de Juegos Recreativos



Fuente: Elaboración Propia.

Descripción de funciones

- **Supervisor de Canopy:** Persona que se encarga de observar la zona y ver si hay fallas o problemas al brindar el servicio.
- **Instructor:** Persona que se encarga de colocar el equipo de protección a los aventureros y les brinda instrucciones para el manejo adecuado del mismo.
- **Ayudante:** Persona que está pendiente al otro extremo de la plataforma para esperar la llegada del aventurero.
- **Juez 1:** Persona que llevara el registro de marcación de los jugadores eliminados del equipo contrario eje. equipo B.
- **Juez 2:** Persona que llevara el registro de marcación de los jugadores eliminados del equipo opuesto eje. Equipo A.

- **Ayudante de Paintball:** Persona que estará pendiente de posibles problemas que puedan surgir al momento del ataque y ayudar a los participantes si en algún dado caso se lastiman.

6.3.7. Aspectos Legales

Con la Policía Nacional

Los propietarios o representantes legales de los locales que expendan bebidas alcohólicas se dirigirán ante las autoridades de Seguridad Pública de la Policía Nacional de la circunscripción territorial respectiva, y completarán los siguientes requisitos y trámites:

1. Carta de Solicitud de Permiso, en la que se exponga el tipo de negocio que desea establecer.
2. Fotocopia de cédula de identidad nicaragüense o cédula de residencia actualizada cuando se trate de extranjeros.
3. Fotocopia de escritura de constitución de sociedad y poder general de administración debidamente inscrito en el registro público mercantil, en caso de ser personas jurídicas.
4. Certificado de conducta del propietario o del representante legal, en caso de ser persona jurídica.
5. Presentar documentos originales para su cotejo o copias razonadas por notario.

La Policía Nacional inspeccionará el local a los fines de determinar si reúne las condiciones de seguridad necesarias y de orden público. El tiempo estimado entre la fecha de solicitud y la inspección es de 15 días. Concluida la inspección y con la aprobación preliminar, se emitirá Resolución a los efectos de realizar trámites ante otras instituciones y completar los siguientes requisitos:

1. Solvencia fiscal.
2. Matrícula de la Alcaldía.
3. Título Licencia emitida por INTUR, para los casos de locales controlados por el INTUR.
4. Certificación de Inspección de Bomberos.
5. Dos fotos recientes de frente tamaño carné del propietario, en caso de ser persona natural, en caso de ser persona jurídica no aplica.

Quedan exentos de pago de arancel los Micros, Pequeños y Medianos negocios de la industria turística, que se encuentren inscritos en el Registro Nacional de Turismos de INTUR, conforme lo dispuesto en el Art. 28 de la ley 306, “Ley de Incentivos para la Industria Turística, para aplicar a este beneficio los negocios turísticos deberán presentar original y copia del Título Licencia actualizada. Si el interesado no tuviese el Título Licencia del INTUR, deberá pagar el arancel correspondiente. Completados los requisitos, se extenderá en 8 días hábiles el permiso para expender bebidas alcohólicas.

Renovación de permisos (requisitos):

1. Carta de solicitud de renovación, exponiendo el tipo de negocio que desee establecer.
2. Certificado de conducta del propietario o del representante legal, en caso de ser persona jurídica.

Se realizará nueva inspección, con la aprobación preliminar, y se emitirá Resolución para completar los requisitos siguientes:

1. Solvencia fiscal.
2. Matrícula de la Alcaldía.
3. Título Licencia emitida por INTUR, para los casos de locales controlados por el INTUR.
4. Certificación de Inspección de Bomberos.
5. Dos fotos recientes de frente tamaño carné del propietario, en caso de ser persona natural, persona jurídica no aplica.

Si el interesado no tuviese la Licencia del INTUR, deberá pagar el arancel correspondiente, se extenderá en 8 días hábiles el permiso para expender bebidas alcohólicas.

Vigencia:

Los permisos para el expendio de bebidas alcohólicas tendrán una vigencia máxima de un año, sin embargo, independientemente de la fecha en que fueron autorizados, estarán vigentes hasta el 31 de diciembre del año en que fueron autorizados.

Las renovaciones de Permisos se harán en los primeros tres meses de cada año.

Plazo para completar requisitos:

Transcurridos treinta días de haberse notificado la resolución de aprobación y el solicitante no completa los requisitos, se trasladará la documentación al Supervisor de Servicios

Policiales para que mediante acta, los depure. En este caso, si el solicitante persiste en solicitar el permiso policial, deberá iniciar un nuevo trámite.

Denegación y recursos:

Si la decisión es denegar la solicitud de autorización, el Jefe de Seguridad Pública emitirá Resolución por escrito, la que será comunicada al solicitante para que haga uso de sus derechos si lo estima conveniente, conforme los recursos establecidos, en la ley 290 "Ley de Organización, Competencia y Procedimientos del Poder Ejecutivo"

Si el local no expende bebidas alcohólicas no es necesario realizar el trámite con la Policía Nacional.

Leyes

Ley Régimen Fiscal Ley 453

Esta Ley permitirá ordenar, mejorar y fortalecer el sistema tributario de Nicaragua, así también el ordenamiento de los beneficios e incentivos tributarios. La presente Ley tiene como objetivo el ordenamiento del Sistema Tributario nacional e incentivar una mayor participación de los recursos del tesoro nacional

El alcance de la Ley Dentro de los procesos de modernización podemos expresar que a través de esta ley se va a lograr:

- Fortalecer y ampliar sus capacidades de fiscalización.
- Política integral de incentivos a los fiscalizadores.
- Modernizar los procesos de atención a los contribuyentes
- Agilizar el trámite de devolución de impuesto

El nuevo Sistema Tributario La ley de Concertación Tributaria adopta nuevos conceptos que no estaban en la Ley de Equidad Fiscal, y se introduce conceptos doctrinario de la renta dual, que consiste en la separación de las rentas en tres: renta del trabajo, renta de las actividades económicas y renta de capital esto permitirá gravar de forma simplificada las rentas de capital al ser separada de las rentas de las actividades económicas

El origen de la renta neta es Conforme el artículo 4 de la Ley, toda renta cuya fuente o consecuencia surtan efectos en Nicaragua, independientemente del lugar donde se perciba, se considera de origen nicaragüense y por tanto afecta al pago del IR.

Entre otras, son rentas de origen nicaragüense, las siguientes: GACETA N° 109 DEL 12 DE JUNIO DE 2003:

- 1) Las provenientes de contratos que surtan efectos en Nicaragua, independientemente del lugar donde se hubiese producido la renta y de la residencia del pagador, incluso si el bien o el servicio fuese pagado en el exterior;
- 2) Las provenientes de servicios prestados desde el exterior a personas domiciliadas en Nicaragua, aun cuando no se haya tenido presencia física y los servicios fueren prestados en el territorio nacional o desde el exterior, siempre que sus efectos económicos concurren con sus efectos jurídicos en Nicaragua;
- 3) Los intereses generados por depósitos en el extranjero o ganancias de capital y otras rentas que perciban las personas naturales o jurídicas en Nicaragua provenientes de títulos valores adquiridos en el exterior, cuando el capital que generó esos intereses sea de origen nacional, inclusive las rentas producto de la colocación de capital en el exterior, cualquiera que sea su naturaleza;
- 4) Las remuneraciones de presidentes, directores y demás miembros de organismos, empresas o entidades constituidas o domiciliadas en el país que actúen en el extranjero;
- 5) Las demás que conforme el artículo 3 y 4 de la Ley, se conceptuasen como rentas de origen nicaragüense y que no estuvieran comprendidas como ingresos no gravables en el artículo 11 de la Ley.

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

La ley 495 Ley General de Turismo

Tiene por objeto regular la industria turística mediante el establecimiento de normas para garantizar su actividad, asegurando la participación de los sectores públicos y privados.

La industria turística se declara de interés nacional. Es una de las actividades económicas fundamentales y de prioridad para el Estado, enmarcado en un modelo de desarrollo económico sostenible y sometido a las disposiciones de esta Ley, las cuales tienen carácter de orden público.

De acuerdo al Artículo 2.- Se reafirma, por mandato de la presente Ley, al Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR), como la máxima autoridad y órgano Rector (INTUR), creado por Ley No. 298, publicada en La Gaceta, Diario Oficial No. 149 del 11/ 08/98.

Y donde las actividades de los sectores públicos y privados dirigidas al fomento o explotación económica de cualquier índole en aquellos lugares o zona de territorio nacional de singular belleza escénica, valor histórico o cultural, serán reguladas por el INTUR.

Las instituciones públicas u organismos privados relacionados con el turismo, así como los prestadores de servicios turísticos, ajustarán sus actividades a las disposiciones de la presente Ley y su Reglamento.

El territorio de la República, en su totalidad, se considera como una unidad de destino turístico, con tratamiento, integral en su promoción dentro y, fuera del país. Para tales fines, el Instituto Nicaragüense de Turismo diseñará en un plazo no mayor de dos años una estrategia de promoción y mercado tanto nacional como internacional, para crear, fortalecer y sostener la imagen de Nicaragua como destino turístico atractivo y seguro.

Esta ley tiene por objetivo:

- a) Estimular el desarrollo de la industria turística como medio para contribuir al crecimiento económico, desarrollo social y ambiental del país, generando las condiciones favorables para el desarrollo de la iniciativa privada y pública en el área turística.
- b) Fortalecer el rol del órgano rector del turismo.
- c) Garantizar y fiscalizar la calidad y los precios de conformidad a los servicios prestados.
- d) Vigilar la aplicación y cumplimiento de los objetivos establecidos en la presente Ley, para la creación, conservación, mejoramiento, protección, promoción y aprovechamiento de los recursos naturales y culturales.

- e) Fomentar, divulgar y promover la inversión nacional y extranjera en el sector de la industria turística.
- f) Promover la competitividad de los productos turísticos nacionales, fomentando el desarrollo de infraestructura y calidad de los servicios a los usuarios.
- g) Fomentar la creación y difusión de nuevos productos turísticos.
- h) Crear condiciones adecuadas para el desarrollo del turismo interno y
- i) receptivo.
- j) Vincular la industria turística con los demás sectores de la economía nacional.

Decreto 163 Apertura de Bebidas alcohólicas: estos lugares de distribución no podrán establecerse a menos de 400 metros de escuelas, hospitales oficinas públicas, cuarteles, mercados, teatros esta es una reforma al Arto 53 del Reglamento de la Policía Nacional.

Matriz No. 1. Planificación de ejecución del proyecto															
			2018							2019					
			JU N	JU L	AG O	SE P	OC T	NO V	DI C	EN E	FE B	MA R	AB R	MA Y	JU N
N o	Primera Etapa	Descripción de la actividad													
3	Capacitación del personal	Es de vital importancia que el personal este listó para empezar operaciones y poder generar desde un primer momento una excelente impresión que nos llevara a la fidelización de nuestros visitantes													
4	Mercadeo de apertura	Plantearemos la apertura del centro turístico el naranjo ante la población dándonos a conocer y presentando nuestras ofertas como establecimiento													
5	Puesta en marcha	el centro turístico esta en plenas funciones en cada uno de sus segmentos que oferta													

Fuente: Los autores

6.4 Aspectos Ambientales A Considerar En Proyectos Turísticos.

Infraestructura de las zonas turísticas

Parámetros para el establecimiento de edificaciones o infraestructura, de las actividades que las requieran.

- Deben construirse edificaciones compatibles con el paisaje y la capacidad de carga del área.⁶
- Utilizar revalorizar prácticas, técnicas, materiales, diseños y costumbres autóctonas.
- La erosión para todos los edificios y senderos debe ser controlada.
- Deben evitarse fuentes de sonidos u olores.
- Evitar la contaminación lumínica.
- Todo tipo de agua debe ser manejada adecuadamente.⁷
- El diseño arquitectónico y de conjunto deberá tomar en cuenta las variaciones estacionales (lluvias, ángulo solar, etc.) y la existencia o eventualidad de riesgos naturales (derrumbes, plantas o animales peligrosos, inundaciones, etc.).
- Deben evaluarse la disponibilidad de un sistema eficiente de comunicación (teléfonos, radio comunicadores, etc.).
- Deberá planificarse un sistema de evacuación en caso de emergencia.

Documentos que acompañan la solicitud

- Planos de la obra con un mapa de ubicación del sitio con relación al área protegida y su zonificación.⁸
- El estudio del paisaje del área y su entorno.
- Una propuesta de los mecanismos para que el proyecto no rompa con el

⁶ La construcción de edificios para alojamiento deberá buscar siempre un diseño de conjunto en armonía con el medio ambiente y que se ajusten a la topografía del terreno.

⁷ Evitar desagües de aguas grises y servidas en áreas vecinas a ríos, lagunas, mares o en áreas de alto nivel turístico, todo de conformidad con el Decreto 33-95

⁸ Esquema general de la distribución espacial del proyecto a desarrollar, incluyendo edificaciones y acceso, así como el diseño de los flujos de circulación y de distribución de aguas, servicios eléctricos entre otros.

movimiento y hábitat de la fauna silvestre o la fragmentación de los ecosistemas.

- Una propuesta con las medidas para promover la recuperación y restauración de las áreas alteradas.

Prevención de los siguientes impactos negativos

- Incremento desmedido de la contaminación sónica.
- Deterioro de la calidad del aire.
- Introducción y mala disposición de tóxicos durante la construcción.
- Descarga de materiales tóxicos tales como aceites y residuos de combustibles, principalmente como producto de la utilización de vehículos acuáticos motorizados.
- Incremento o aceleración de procesos erosivos.
- Aumento de procesos de sedimentación y/o compactación.
- Desvío o perturbación de cursos de agua.
- Alteración de fuentes de agua subterráneas.
- Alteraciones de la vegetación.
- Alteraciones de hábitat.
- Perturbación u obstrucción de patrones de movimiento de especies.
- Reducción de poblaciones por atropello de animales en la vía.
- Creación de corredores para especies exóticas o invasoras.
- Disrupción de ciclos de vida de especies silvestres.
- Alteración de cadenas alimenticias y/o flujos de nutrientes.
- Alteración de la dinámica y morfología de playas
- Alteración de arrecifes coralinos y manglares.
- Alteración de hábitat patrones de hidrodinámicas, etc. por requerimientos de
- Dragados para alteración o mantenimiento de canales
- Manejo inadecuado de desechos
- Deterioro de estructuras arqueológicas.

- Aculturación, transculturación y etnoculturización de comunidades locales.

Recomendaciones para los diseños arquitectónicos en las zonas turísticas⁹

- En los diseños arquitectónicos para el establecimiento de edificaciones e infraestructura en las zonas turísticas se debe buscar la armonía con el entorno natural y cultural.
- El análisis de los factores naturales deberá comprender tanto los elementos para optimizar su aprovechamiento por aquellos que deberán minimizarse por impacto en el visitante.
- El diseño arquitectónico deberá considerar los factores humanos tales como los recursos arqueológicos, históricos, antropológicos, étnicos, religiosos, culturales y sociales en general.
- La planificación de los diseños debe rescatar aquellas prácticas sostenibles a largo plazo y evitando las prácticas locales que ponen en peligro la existencia de un recurso a largo plazo.

El sistema de evaluación ambiental en las Áreas Protegidas

Los distintos instrumentos jurídicos que a continuación mencionaremos tienen por objeto establecer los procedimientos que el MARENA utilizará para el otorgamiento del permiso ambiental¹⁰, como documento administrativo de carácter obligatorio para los proyectos que requieran estudio de impacto ambiental¹¹, para ello mencionaremos los aspectos relevantes para dar cumplimiento a los alcances de este trabajo investigativo.

⁹ Artos 17,18,19 y 20 de la RM-10-2003

¹⁰ El arto 4. 23. del Decreto 26-2006 define **Permiso Ambiental** como el acto administrativo que dicta la autoridad competente, a petición de parte, según el tipo de actividad de conformidad con el artículo 2 del presente Decreto, el que certifica que desde el punto de vista de la protección del ambiente, la actividad se puede realizar bajo condicionamiento de cumplir las medidas establecidas en dicho permiso.

¹¹ El arto 4. 10 del Decreto 76-2006 define el **Estudio de Impacto Ambiental (EIA)** como el Conjunto de actividades técnicas y científicas destinadas a la identificación, predicción y control de los impactos ambientales de un proyecto y sus alternativas, presentado en forma de informe técnico y realizado según los criterios establecidos por las normas vigentes, cuya elaboración estará a cargo de un equipo interdisciplinario, con el objetivo concreto de identificar, predecir y prevenir los impactos al medio ambiente.

¹¹ El arto 4.11 del Decreto Ejecutivo 76-2006 define **Evaluación Ambiental (EA)**, como, el proceso compuesto de actos administrativos que incluye la preparación de estudios, celebración de consultas públicas y que concluyen con

El Arto 37 del Reglamento de la Ley 306 se establece que: “Todos los proyectos propuestos para inscripción en el Registro de Inversiones Turísticas de INTUR, deberán ajustarse y cumplir con las disposiciones de la Legislación sobre protección del medio ambiente. Estos proyectos deberán en todo caso incluir a lo menos, un Análisis de Evaluación Ambiental¹², que identifica de manera uniforme y completa pero con carácter general los aspectos de protección y calidad ambiental¹³ relacionados con el proyecto. En el caso de proyectos situados en Áreas Protegidas del SINAP o de cualquier proyecto que MARENA considera tener un efecto mayor sobre el medio ambiente, MARENA exige que se presente un Documento de Impacto Ambiental¹⁴ (D.I.A.), conteniendo todos los detalles pertinentes. Para permitir el proceso diligente de evaluación de proyectos por INTUR bajo el concepto de Ventanilla Única contemplado en la Ley, será la responsabilidad del proponente que solicita la inscripción de su proyecto en el Registro de Inversiones Turísticas consultar a MARENA sobre dicho requisito y someter la información ambiental adecuada con su solicitud.

El artículo 25 de la Ley No. 217, Ley General del Medio Ambiente y de los Recursos Naturales, así como, el artículo 24 del Decreto No. 9-96, Reglamento de la Ley No. 217, establecen que los proyectos, obras, industrias o cualquier otra actividad que por sus características, puede producir deterioro al ambiente o a los recursos naturales, deberán obtener, previo a su ejecución, el Permiso Ambiental otorgado por el Ministerio del Ambiente y Recursos Naturales, para lo cual el reglamento de la Ley No. 217 establecería una lista específica.

la autorización o denegación por parte de la Autoridad competente, nacional, regional o territorial. La Evaluación Ambiental es utilizada como un instrumento para la gestión preventiva, con la finalidad de identificar y mitigar posibles impactos al ambiente de planes, programas, obras, proyectos, industrias y actividades, de conformidad a este Decreto y que incluye: la preparación de Estudios, celebración de consultas públicas, y acceso a la información pública para la toma de decisión

¹³ El arto 4.6 del Decreto Ejecutivo 76-2006 define **Calidad Ambiental**, como, la expresión final de los procesos dinámicos e interactivos de los diversos componentes del sistema ambiental y se define como el estado del ambiente, en determinada área o región, según es percibido objetivamente, en función de la medida cualitativa de algunos de sus componentes, en relación a determinados atributos o también ciertos parámetros o índices con relación a los patrones llamados estándares.

¹⁴El arto 4.9 del Decreto Ejecutivo 76-2006 define **Documento de Impacto Ambiental (DIA)** como, el documento preparado por el equipo multidisciplinario, bajo la responsabilidad del proponente, mediante el cual se da a conocer a la autoridad competente, autoridades regionales, municipales y población interesada, los resultados y conclusiones del Estudio de Impacto Ambiental, traduciendo las informaciones y datos técnicos en un lenguaje claro y de fácil comprensión.

El artículo 26 de la Ley No. 217 afirma que, las actividades, obras o proyectos públicos o privados de inversión nacional o extranjera, durante su fase de pre inversión, ejecución, ampliación, rehabilitación o reconversión, quedarán sujetos a la realización de estudios y evaluación de impacto ambiental, como requisito para el otorgamiento del Permiso Ambiental.

El artículo 27 la Ley No. 217, Ley General del Medio Ambiente y de los Recursos Naturales, determina que el sistema de permisos y evaluación de impacto ambiental en el caso de las Regiones Autónomas de la Costa Atlántica será administrado por el Gobierno Regional respectivo, y en coordinación con la autoridad que administra o autoriza la actividad, obra o proyecto en base a las disposiciones reglamentarias, respetándose la participación ciudadana y garantizándose la difusión correspondiente.

Con el objeto de establecer las disposiciones que regulan el Sistema de Evaluación Ambiental de Nicaragua se dictó Decreto Ejecutivo 26-2007¹⁵ del Sistema de Evaluación Ambiental, el cual es aplicable a Planes y Programas de Inversión Sectoriales y Nacionales, Competencias y Actividades, Proyectos, Obras e Industrias sujetos a realizar Estudios de Impacto Ambiental¹⁶.

El Artículo 5 del Decreto 26 2006 crea el Sistema Evaluación Ambiental de Nicaragua, el cual está compuesto por:

- La Evaluación Ambiental Estratégica.
- La Evaluación Ambiental de Obras, Proyectos, Industrias y Actividades.
- La Evaluación Ambiental de Obras, Proyectos, Industrias y Actividades está compuesta por categorías ambientales que son resultados de un tamizado o cribado.

Las categorías ambientales son las siguientes:

- **Categoría Ambiental I:** Proyectos, obras, actividades e industrias que son considerados como Proyectos Especiales.

¹⁵ Aprobado el 19 de Diciembre del 2006, Publicado en La Gaceta No. 248 del 22 de Diciembre del 2006

¹⁶ Según el arto 4.14 del Decreto 76-2006 considera **Impacto Ambiental** Cualquier alteración significativa positiva o negativa de uno o más de los componentes del ambiente provocados por la acción humana y/o por acontecimientos de la naturaleza en un área de influencia definida.

- **Categoría Ambiental II:** Proyectos, obras, actividades e industrias, que en función de la naturaleza del proceso y los potenciales efectos ambientales, se consideran como de Alto Impacto Ambiental Potencial.
- **Categoría Ambiental III:** Proyectos, obras, actividades e industrias, que en función de la naturaleza del proceso y los potenciales efectos ambientales, se consideran como de Moderado Impacto Ambiental Potencial.

El Sistema de Evaluación Ambiental será administrado por MARENA en coordinación con otras instancias de acuerdo a cada categoría¹⁷ y Establece los Requisitos, Procedimiento Administrativo, Guías y Formularios Oficiales para tramitar el Permiso Ambiental para los proyectos previstos establecidos en las normativas.

La Evaluación Ambiental de Proyectos, Obras, Actividades e Industrias de Categoría I, son considerados proyectos especiales por su trascendencia nacional, binacional o regional; por su connotación económica, social y ambiental y, porque pueden causar Alto Impacto Ambiental Potencial, están sujetos a un Estudio de Impacto Ambiental.

En Categoría II encontramos en la lista de proyecto los siguientes que ha criterio nuestro tienen relación directa con actividades turísticas; Relleno de áreas marinas, costeras lacustre y fluviales para la construcción de infraestructuras con superficies mayores de una hectárea (1 ha), Emisarios para la descarga submarina y lacustre de aguas servidas, Hoteles y desarrollo turístico con capacidad mayor a treinta (30) habitaciones en zonas ambientalmente frágiles, Hoteles y complejos de hoteles con más de cien (100) habitaciones y/o desarrollos habitacionales dentro de instalaciones turísticas con más de cien (100) viviendas y/o Hoteles y complejos de hoteles con más de cincuenta (50) habitaciones que lleven integrados actividades turísticas tales como, campos de golf, excursionismo y campismo, ciclo vías, turismo de playa y actividades marítimas y lacustre.

Los proyectos considerados en la Categoría Ambiental III son proyectos que pueden causar impactos ambientales moderados, aunque pueden generar efectos acumulativos por lo que quedarán sujetos a una Valoración Ambiental, como condición para otorgar la autorización

¹⁷ Arto 6 del Decreto Ejecutivo 76-2006

ambiental correspondiente. El proceso de Valoración Ambiental y emisión de la autorización ambiental quedarán a cargo de las Delegaciones Territoriales del MARENA o Consejos Regionales en el ámbito de su territorio¹⁸. Clasifican en esta categoría los siguientes tipos de proyectos que ha criterio nuestro están relacionados con las actividades turísticas; Reparación de muelles y espigones, Marinas recreativas o deportivas no incluidas en la categoría II, Aeródromos no incluidos en la categoría II, Dragados de mantenimiento de vías navegables, Uso de manglares, humedales y otros recursos asociados, Hoteles y complejos de hoteles entre cincuenta (50) y cien (100) habitaciones o desarrollos habitacionales dentro de instalaciones turísticas entre cincuenta (50) y cien (100) viviendas u Hoteles y complejos de hoteles hasta de cincuenta (50) habitaciones que lleven integrados actividades turísticas tales como, campos de golf, áreas de campamento o excursión, ciclo vías, turismo de playa y actividades marítimas y lacustre, Hoteles y desarrollo turístico con capacidad menor a 30 habitaciones en zonas ambientalmente frágiles, Proyectos eco turístico, Sistemas de tratamiento de aguas residuales domésticas que generen un caudal entre 150 y 750 m³/día.

6.5 Estudio Y Evaluación Financiera

6.5.1 Inversión de capital a realizar

Las inversiones de capital ascienden a un monto de C\$ **6, 372,086.07** (ver detalle Tabla No. 23)

6.5.2 Los costos de operación

Los costos de operación anual ascienden a C\$ **3, 370,923.30** (ver detalle Tabla No. 24)

6.5.3 Ingresos del proyecto

Tabla No. 25 ingresos temporada alta y baja en C\$		
Servicio	Ingreso Mensual Promedio	Ingreso Anual Remedio
Ingresos Temporada Alta	842,700.00	5,898,900.00
Ingresos Temporada Baja	503,700.00	2,518,500.00
TOTAL	1,346,400.00	8,417,400.00

Fuente: Los autores.

¹⁸ Arto 18 del Decreto Ejecutivo 76-2006

6.5.4 Flujo de Fondo del proyecto sin Financiamiento

Tabla No. 26 Flujo Sin Financiamiento en C\$ (córdobas constantes)

Descripción	Años					
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Ingresos por productos y servicios		8417,400.00	8417,400.00	8417,400.00	8417,400.00	8417,400.00
Costos y Gastos totales de Operación		3770,923.30	3770,923.30	3770,923.30	3770,923.30	3770,923.30
Costos de Producción		720,000.00	720,000.00	720,000.00	720,000.00	720,000.00
Salarios		1656,386.42	1656,386.42	1656,386.42	1656,386.42	1656,386.42
Servicios públicos		48,828.00	48,828.00	48,828.00	48,828.00	48,828.00
Papelería		37,560.00	37,560.00	37,560.00	37,560.00	37,560.00
Gastos de Admón.		72,000.00	72,000.00	72,000.00	72,000.00	72,000.00
Mantenimiento de equipos		7,825.00	7,825.00	7,825.00	7,825.00	7,825.00
Depreciación		1224,254.88	1224,254.88	1224,254.88	1224,254.88	1224,254.88
Amortizaciones		4,069.00	4,069.00	4,069.00	4,069.00	4,069.00
Utilidad Bruta		4646,476.70	4646,476.70	4646,476.70	4646,476.70	4646,476.70
Impuestos		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Utilidad Neta		4646,476.70	4646,476.70	4646,476.70	4646,476.70	4646,476.70
Depreciación		1224,254.88	1224,254.88	1224,254.88	1224,254.88	1224,254.88
Amortización		4,069.00	4,069.00	4,069.00	4,069.00	4,069.00
Inversiones	-6372,086.07					
Flujo de Caja	-6372,086.07	5874,800.58	5874,800.58	5874,800.58	5874,800.58	5874,800.58

Fuente: Los autores.

6.5.5 Flujo de Fondo del proyecto con Financiamiento

Tabla No. 27 Flujo Con Financiamiento en C\$ (córdobas constantes)

Descripción	Años					
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Ingresos por productos y servicios		8417,400.00	8417,400.00	8417,400.00	8417,400.00	8417,400.00
Costos y Gastos totales de Operación		5300,223.96	4994,363.83	4688,503.69	4382,643.56	4076,783.43
Costos de Producción		720,000.00	720,000.00	720,000.00	720,000.00	720,000.00
Salarios		1656,386.42	1656,386.42	1656,386.42	1656,386.42	1656,386.42
Servicios públicos		48,828.00	48,828.00	48,828.00	48,828.00	48,828.00
Papelería		37,560.00	37,560.00	37,560.00	37,560.00	37,560.00
Gastos de Admón.		72,000.00	72,000.00	72,000.00	72,000.00	72,000.00
Mantenimiento de equipos		7,825.00	7,825.00	7,825.00	7,825.00	7,825.00
Depreciación		1224,254.88	1224,254.88	1224,254.88	1224,254.88	1224,254.88
Amortizaciones		4,069.00	4,069.00	4,069.00	4,069.00	4,069.00
Gastos financieros		1529,300.66	1223,440.53	917,580.39	611,720.26	305,860.13
Utilidad Bruta		3117,176.04	3423,036.17	3728,896.31	4034,756.44	4340,616.57
Impuestos		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Utilidad Neta		3117,176.04	3423,036.17	3728,896.31	4034,756.44	4340,616.57
Depreciación		1224,254.88	1224,254.88	1224,254.88	1224,254.88	1224,254.88
Amortización		4,069.00	4,069.00	4,069.00	4,069.00	4,069.00
Pago Principal + mantenimiento de valor		1656,742.37	1580,277.34	1503,812.31	1427,347.28	1350,882.24
Inversiones	-6372,086.07					
Ingresos del Préstamo	6372,086.07					
Flujo de Caja	0.00	2688,757.55	3071,082.71	3453,407.88	3835,733.04	4218,058.21

Fuente: Los autores.

6.5.6 Indicadores financieros

Sin Financiamiento

Costo de capital del inversionista sin financiamiento

Para decidir invertir, los socios desean un cierto nivel de rendimiento para su capital y analizan diferentes opciones en el mercado antes de decidir invertir en uno u otro negocio (o lo que deja de ganar por no haberlos invertido en otro proyecto alternativo de similar nivel de riesgo). Es decir evalúan cuál es su costo de oportunidad.

La tasa de rendimiento mínima aceptable (TREMA) del inversionista es del 30.62 %, la cual se obtuvo del promedio de la tasa de inflación oficial de los últimos 4 años y el promedio a septiembre 2017. La prima al riesgo corresponde a un 25% que es la estimación del riesgo crediticio promedio país del año 2016 según información del BCN. Este cálculo incluye un ajuste inflacionario promedio a la prima al riesgo.

Tabla No. 28. TASA DE RENDIMIENTO MÍNIMA ACEPTABLE (TREMA)					
Descripción	2013	2014	2015	2016	2017
Inflación (f)	5,67%	6,48%	3,05%	3,13%	5,68%
Promedio	4,80%				
Prima al riesgo (i)	25,00%		Estimación de riesgo crediticio promedio BCN 2016		
(i) * (f)	1,20%				
Tasa Oportunidad del Inversionista	31,00%				

Fuente: Elaboración propia

Al evaluar el proyecto, sin financiamiento, se obtienen los siguientes resultados:

VAN (31%)=C\$	5.852.439,54
TIR=	88%
R B/C=	2,35

Por tanto se recomienda la ejecución del proyecto, bajo situaciones estables del país.

Al evaluar el proyecto, con financiamiento (24%), se obtienen los siguientes resultados:

VAN (24%)=7.288.846,51

Siendo también atractivo el proyecto bajo esta situación con financiamiento; ya que si se tomara la decisión de iniciar el proyecto se generarían ganancias de C\$ 7.288.846,51

6.5.7 Análisis de sensibilidad de proyecto

Actualmente los proyectos turísticos se están viendo afectados por la situación política que atraviesa el país, siendo este aspecto sensible para la sostenibilidad del proyecto. En las circunstancias actuales, no es conveniente arriesgarse a tomar un tipo de decisión de inversión tan alta como la de este proyecto.

No obstante, cuando la situación riesgo país mejore, se recomienda actualizar la información, y evaluar el proyecto para una toma de decisiones en un entorno más favorable.

6.5.8 Planes de Financiamiento

Se gestionará un crédito ante la Banca Privada del País, a una tasa de interés anual del 5%, a un plazo para paga de 5 años, para cubrir el monto total de la inversión.

Tabla No. 29 Financiamiento del Proyecto. En C\$

Nº de cuota	Fecha	Principal	Mantenimiento del valor	Interés	Total cuota	Saldo principal
0	14/12/2019	6372086,07	-	-	-	6.372.086,07
1	14/12/2020	1.274.417,21	382.325,16	1.529.300,66	3.186.043,04	5.097.668,86
2	14/12/2021	1.274.417,21	305.860,13	1.223.440,53	2.803.717,87	3.823.251,64
3	14/12/2022	1.274.417,21	229.395,10	917.580,39	2.421.392,71	2.548.834,43
4	14/12/2023	1.274.417,21	152.930,07	611.720,26	2.039.067,54	1.274.417,21
5	14/12/2024	1.274.417,21	76.465,03	305.860,13	1.656.742,38	-
Totales		C\$ 6.372.086,07	C\$ 917.580,39	C\$ 3.670.321,58	C\$ 8.411.153,61	

Fuente: Los autores.

6.5.9 Análisis integral de los criterios de evaluación

Valorando técnicamente los resultados de los indicadores financieros sin financiamiento y con financiamiento, se recomienda la ejecución del proyecto.

No obstante, a como se expresó en párrafos anteriores, es conveniente hoy congelar la decisión de invertir en estos momentos en el país, hasta que se solucione la crisis socio política que se atraviesa, y mejore la condición riesgo país.

De acuerdo a los criterios de evaluación VAN, TIR, tanto en las opciones sin financiamiento y con financiamiento el proyecto resulta atractivo y se recomienda su ejecución.

7. CONCLUSIONES

- El 100% de los encuestados opinó afirmativamente estar dispuestos a visitar el Nuevo Centro Recreativo el Naranjo, Ubicado en Estelí, en especial por razones de facilidad de acceso al lugar, y diversidad de servicios que ofertará el Centro, los cuales son agradables para el entretenimiento familiar.
- De acuerdo al estudio de mercado realizado, la competencia en el municipio de Estelí, solamente ofrece servicios de alimentación y piscina, lo que convierte el nuevo centro turístico como una oportunidad para los turistas, por la variedad de servicios a ofertar
- De acuerdo con estimaciones de Demanda y Oferta turística en Estelí, existe una Demanda Potencial Insatisfecha, la cual se convierte en el nicho de mercado para el desarrollo del proyecto.
- Se estima que el proyecto recibirá un promedio de 22.576 turistas al año, lo cual corresponde al 24% de la Demanda Potencial Insatisfecha para el año 2019 (92,365).
- Los costos totales de inversión del proyecto se estimaron en C\$ 6.372.086,07, los costos de operación anual en C\$ 3.770.923,30, y los ingresos anuales del proyecto en C\$ 8.417.400,00.
- Se concluye que el proyecto es bondadoso desde el punto de vista financiero, ya que al estimar los indicadores financieros sin financiamiento, estos VAN (31%)=C\$ 5.852.439,54, TIR=88% y R B/C=2,20, resultan favorables para la decisión de realizar el proyecto. La tasa de rendimiento mínima aceptable (TREMA) del inversionista es del 30.62 %, la cual se obtuvo del promedio de la tasa de inflación oficial de los últimos 4 años y el promedio a septiembre 2017. La prima al riesgo corresponde a un 25% que es la estimación del riesgo crediticio promedio país del año 2016 según información del BCN. Este cálculo incluye un ajuste inflacionario promedio a la prima al riesgo.

8. RECOMENDACIONES

- El País actualmente vive una crisis política, que afecta variables económicas importantes para echar a andar una inversión, tales como el acceso al crédito, la imagen país que limita la llegada normal de turistas al país, aspectos como estos limitan en la situación actual tomar una decisión de invertir en el proyecto, recomendando esperar que haya una solución a la crisis, y mejore el riesgo país Se recomienda realizar una valoración ambiental más exhaustiva del proyecto, especialmente en el tema de aguas residuales y ejecutar construcciones que estén en armonía con el ambiente; con base en los planteamientos que se realizan en el acápite de Aspectos Ambientales en este documento.
- Es necesario establecer relaciones de cooperación con las universidades y egresados de la carrera de turismo, hagan pasantías en el centro turístico; así como también con los centro de estudio secundaria puedan visitar el centro turístico con precios accesibles.
- Establecer una alianza con cooperativas de transporte: taxis, tour operadoras del país, hoteles, CANTUR, CANATUR, E INTUR, para que colaboren con la promoción del centro turístico y nos incluyan en sus páginas Web.

9. BIBLIOGRAFÍA

- Baca, G. (2010). *Evaluación de Proyectos*. México: Editorial McGrawHill (6ª. Edición).
- Banco Mundial BIRF-AIF. (2017). Nicaragua Panorama General. Managua.
Recuperado de <http://www.bancomundial.org/es/country/nicaragua/o>
- Bernal Cesar. (2010). Metodología de la Investigación: administración, economía, humanidades y ciencia sociales. Colombia. Pearson Educación.
- BCN, B. C. (2016, 2017). *Anuario Estadístico*. Managua.
- Briones, G. (1985). *Métodos y Técnicas de Investigación para las Ciencias Sociales*. México.
- Casanova Fuertes, Marcos Antonio (junio 2004). Estudio básico del Marco regulatorio de Nicaragua para emprendimientos turísticos (MIPYMES) en entornos naturales y áreas protegidas.
- FUNIDES (2017). Informe de coyuntura económica.
- International Ecotourism Society (ingles) (2007) En línea disponible en [<http://www.ecotourism.org/what-is-ecotourism>]
- INTUR. (2017) Informe Trimestral 2017. Instituto Nicaragüense de Turismo. Disponible en línea en [<https://www.intur.gob.ni/estadisticas-de-turismo/>]
- INTUR. (2017). Registro y Calidad Turística. Disponible en (<https://www.intur.gob.ni/departamento-de-registro-y-calidad-turistica/>)
- LEY GENERAL DE TURISMO LEY No. 496 Publicada en La Gaceta No. 184 del 22 de Septiembre del 2004.
- Martínez (2017). Estudio Económico de América Latina y el Caribe.
- León, C (2007). Evolución de Inversiones: Un enfoque Privado y social. USAT- Escuela de economía, Chiclayo. Lambayeque, Perú.
- Sapag ,Nassir (2011). *Proyectos de Inversión Formulación y Evaluación* . Santiago de Chile: Pearson (2ª. Ed.). .
- Torres. (2015). Propuesta de Guía Metodológica general para formular y evaluar proyectos a ser usada en estudios de Posgrado en Universidades del país. . *Tesis para optar al grado de Maestría en Economía con énfasis en Proyectos de Inversión*). Managua, Nicaragua .

10. ANEXOS

Anexo No. 1. Matriz de operacionalización

Matriz de Operacionalización de variables.							
Variable	Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Medición	Fuentes	instrumentos
Proyecto a nivel de pre factibilidad	Proyecto es un conjunto de documentos con información muy precisa sobre algunas variables que permiten visualizar y tomar decisiones	Identificación del Proyecto	Nombre y Lugar	Nombre del Proyecto? Donde se ubica el Proyecto?	Nominal	Antecedentes, Diagnósticos y expertos	Revisión, análisis documental y entrevistas
			Planteamiento del Problema	¿Qué opina de la apertura de un Centro Turístico en el Naranjo, Santa Cruz, Estelí?			
Objetivos del Proyecto	¿Cuáles son los objetivos de corto y mediano plazo a alcanzar con la realización del proyecto?						
		Estudio de Mercado	El Servicio Turístico	¿Qué características tiene el servicio a ofertar? ¿Características del cliente que visita un Centro Turístico? ¿Cuáles Centros turísticos ha visitado usted en Estelí? ¿Es importante la calidad del servicio, para visitar un Centro Turístico? ¿Qué aspectos de la Calidad	Nominal	Los centros turísticos del municipio de Estelí. (Turistas y expertos)	Encuestas, Y entrevistas

				del Servicio, toma en cuenta para visitar un Centro Turístico?			
			Demanda	¿Con que frecuencia visita un Centro Turístico? ¿Cuánto gasta en su visita a un Centro Turístico? ¿Los precios del mercado determinan su decisión de compra?	Razón Nominal		
				Oferta	¿Cuál es la oferta actual de Centros recreativos en Estelí? ¿Cuál sería la oferta del Proyecto del Centro Turístico en el Naranjo, Santa Cruz, Estelí?	Nominal	
			Comercialización	¿Le gustaría hacer sus reservaciones en línea? ¿Le gustaría contar con transporte exclusivo, para desplazarse al Centro?	Nominal		
			Localización	¿Estaría dispuesto a visitar el nuevo Centro Turístico el Naranjo, ubicado en Santa Cruz, Estelí? ¿Señale cuáles de los siguientes Centros Turísticos en Estelí, visita usted?	Nominal	Los centros turísticos y los expertos	Encuestas, Y entrevistas

		Estudio técnico	Tamaño	¿Cantidades de clientes a atender en el Centro?	razón		Encuestas, Y entrevistas
			Capacidad instalada	¿Qué características debe tener un el nuevo negocio en Estelí?	nominal		
			Proceso de servicio	¿Ha tenido alguna experiencia negativa con algún Centro Turístico en Estelí?	nominal	Encuesta	
				¿Especifique el tipo de materia prima que compra?			
		¿Qué Factores influyen en la decisión de compra de la materia prima?	¿Especifique el tipo de equipamiento que compra?	¿Qué Factores influyen en la decisión de compra del equipamiento?	¿Por qué motivos adquiriría ese equipamiento en su negocio? Calidad, precio, garantía		
Organización	¿Actualmente el Centro Turístico que visita es de su entera confianza?	Nominal	Encuesta.				
Análisis financiero	Costos de Inversión, Operación y Mantenimiento	¿De cuánto será la inversión inicial para el proyecto?	¿Los costos de recuperación del Centro serán recuperables a mediano o largo plazo?	Razón	Estudios de Identificación , Mercado y Técnico	Flujo de ingresos y egresos	

			Beneficios del Proyecto	<p>¿El proyecto dará beneficio a sus dueños a mediano o largo plazo?</p> <p>¿ Los niveles de rentabilidad permitirán la realización de nuevas inversiones?</p>	Razón		
		Aspectos ambientales	<p>Impactos negativos del proyecto, durante la fase de construcción y operación.</p> <p>Principales medidas de mitigación.</p> <p>Costos de las medidas de mitigación,</p>	<p>¿Cuáles son los principales impactos negativos del proyecto en el ambiente, durante la fase constructiva del Centro?</p> <p>¿Cuáles son los principales impactos negativos del proyecto en el ambiente, durante la fase operativa del Centro?</p> <p>¿Cuáles son las principales medidas de mitigación que deberá implementar el proyecto, para mitigar los impactos negativos?</p> <p>¿Cuál será el costo de estas medidas de mitigación</p>	<p>Nominal</p> <p>Nominal</p> <p>Nominal</p> <p>Razón</p>	Expertos del MARENA	Entrevista

Anexo No. 2. Instrumento de Encuesta

Encuesta

La escuela de Administración, Comercio y Finanzas de la Universidad Politécnica de Nicaragua, a través de un equipo de Maestros de la Maestría en Administración de Empresas que se sirve en el Recinto de UPOLI – Estelí, están realizando un estudio de pre factibilidad para la construcción y equipamiento de un centro turístico en la comunidad de Santa Cruz, Municipio de Estelí, solicitando nos brinde información, mediante una encuesta, que será de mucho valor para el desarrollo turístico en la comunidad y/o el Municipio.

Nombre del encuestado _____ **Municipio:** _____

Lugar de residencia: _____

Sexo 1 M ___ 2 F ___ **Edad** ___ **Años**

1- ¿Qué opina de la apertura de un nuevo centro turístico en Santa Cruz, Estelí?

- 1- Novedoso
- 2- Atractivo
- 3- Sin interés

2- ¿Los precios de los centros turísticos determinan la decisión de visita a dichos centros?

- 1- Si
- 2- No

3- Seleccione el factor que más influyen en su decisión de visita al centro turístico.

- 1- Variedad en la oferta de servicios
- 2- Calidad de los servicios
- 3- Precios acordes al servicio
- 4- Personal calificado en atención al cliente
- 5- Ubicación estratégica del centro turístico

4- ¿Relaciona usted la calidad del servicio por el precio que paga?

1-Si

2-No

5- ¿Es importante la calidad del servicio que recibe?

1-Si

2-No

6- ¿Con que frecuencia visita un centro turístico?

1- los fines de semana

2- Una vez cada dos meses

3- Una vez cada tres meses

4- Una vez cada seis meses

5- Solamente en semana santa

7- ¿Especifique que tipo de centro turístico es la que más visita?

1- Con servicios de piscina y alimentación en el área urbana

2- Con servicios de piscina y alimentación en el área rural

3- Centros Turísticos recreativos con alimentación

4- Centros Turísticos de naturaleza y senderismo

8- ¿Señale cuál de los siguientes locales turísticos le gustaría visitar en el futuro?

1- Que cuente con Piscina y Alimentación en área Urbana

2- Que cuente con Piscina, Alimentación y Juegos Recreativos Urbano

3- Que cuente con Piscina, Alimentación, juegos recreativos y Naturaleza

4- Que cuente con Piscina, Alimentación, Juegos Recreativos y Senderismo.

9- ¿Por qué Motivos visitaría el centro recreativo?

1. Accesibilidad y calidad

2. Precios de los servicios

3. Garantía del producto

4. Participación de toda la familia.

10- ¿Ha tenido alguna experiencia negativa con algún Centro Turístico de Estelí?

1- Si

2 -No

11- ¿Actualmente los centros Turísticos que visita son de su entera confianza?

1-Si

2-No

12- ¿Estaría dispuesto a visitar el nuevo Centro Turístico en el Naranjo, Santa Cruz del Municipio de Estelí, con servicios de Turismo Natural, y Recreativo, que garantice Igual o mejor calidad de los servicios a la familia en relación a los que ofrece la competencia en Estelí?

1 - Si

2 – No

13- ¿Le gustaría hacer sus reservaciones en línea?

1-Si

2-No

14- ¿Le gustaría que este centro preste el servicio de taxi especial particular o familiar en el municipio?

1-Si

2-No

15- ¿Cuánto gasta mensualmente, en promedio, en cada visita a un centro Turístico?

1. 501 a 1000 córdobas

2. 1001 a 2500 córdobas

3. 2501 a más

Gracias por su información

Anexo No 3. Instrumento de Entrevistas

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE NICARAGUA
UPOLI- ESTELÍ

ENTREVISTA A EXPERTO EN ESTUDIO DE MERCADO

DATOS GENERALES:

- A. Nombre:
- B. Centro de trabajo:
- C. Cargo que desempeña:
- D. Fecha:

1. ¿De cuánto es la Demanda Potencial insatisfecha de los servicios turísticos en el municipio de Estelí?
2. ¿Quiénes son las empresas que compiten directamente e indirectamente?
3. ¿Cuál es la oferta de servicios turísticos, que se presenta en el Mercado del municipio?
4. ¿Qué tipo de precios de los servicios a brindar, serían los más favorables para la captación de clientes?
5. ¿Cuál sería la oferta del Centro Turístico, que aportaría a cubrir la demanda insatisfecha del mercado?

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE NICARAGUA
UPOLI- ESTELÍ

ENTREVISTA A EXPERTO EN ESTUDIO TÉCNICO

DATOS GENERALES:

- A. Nombre:
 - B. Centro de trabajo:
 - C. Cargo que desempeña:
 - D. Fecha:
-
1. ¿Cuál sería la ubicación geográfica para que el Centro sea accesible a los potenciales clientes del negocio en el municipio?

 2. ¿Con qué recurso humano calificado debe contar el Centro para generar un servicio turístico de calidad?

 3. ¿Cuáles son los aspectos legales para la formalización del negocio?

 4. ¿Cuál debería ser la infraestructura adecuada del Centro, para la comercialización del servicio turístico?

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE NICARAGUA
UPOLI- ESTELÍ

ENTREVISTA A EXPERTO EN ESTUDIO AMBIENTAL

DATOS GENERALES:

- A. Nombre:
 - B. Centro de trabajo:
 - C. Cargo que desempeña:
 - D. Fecha:
-
1. ¿Cuáles son los principales impactos negativos del proyecto en el ambiente, durante la fase constructiva del Centro?

 2. ¿Cuáles son los principales impactos negativos del proyecto en el ambiente, durante la fase operativa del Centro?

 3. ¿Cuáles son las principales medidas de mitigación que deberá implementar el proyecto, para mitigar los impactos negativos?

 4. ¿Cuál será el costo de estas medidas de mitigación?

Anexo No. 4. Cobertura del proyecto en temporada Alta y Baja.

Cobertura del Proyecto en temporada alta y baja. Estelí. 2018

DESCRIPCIÓN	2019	2020	2021	2022	2023
DPI	92365	164028	271521	432762	674623
Oferta del Proyecto	22576	22576	22576	22576	22576
Oferta proyecto TA	16086	16086	16086	16086	16086
Oferta proyecto TB	6490	6490	6490	6490	6490
% Part. Temp alta	17,42	9,81	5,92	3,72	2,38
% Part. Temp baja	7,03	3,96	2,39	1,50	0,96

Fuente: Elaboración Propia, 2017

Anexo No. 5. Planilla salarial Centro Turístico El Naranjo.

Planilla Salarial Centro turístico El naranjo								
Puesto laboral	Sueldo Bruto	IR	INSS Laboral 6.25%	INSS Patronal 19%	INSS	Sueldo neto	2% INATEC	Total Planilla
Jefe General	C\$ 15,000.00	C\$ 2,109.38	C\$ 937.50	C\$ 2,850.00	C\$ 3,787.50	C\$ 11,953.13	C\$ 300.00	C\$ 17,212.50
Supervisor de cocina	C\$ 13,498.46	C\$ 1,898.22	C\$ 843.65	C\$ 2,564.71	C\$ 3,408.36	C\$ 10,756.59	C\$ 269.97	C\$ 15,489.48
Cocinero	C\$ 6,738.00		C\$ 421.13	C\$ 1,280.22	C\$ 1,701.35	C\$ 6,316.88	C\$ 134.76	C\$ 7,731.86
Ayudante Cocina	C\$ 3,800.00		C\$ 237.50	C\$ 722.00	C\$ 959.50	C\$ 3,562.50	C\$ 76.00	C\$ 4,360.50
Supervisor de servicios	C\$ 7,000.00		C\$ 437.50	C\$ 1,330.00	C\$ 1,767.50	C\$ 6,562.50	C\$ 140.00	C\$ 8,032.50
Mesero 1	C\$ 5,000.00		C\$ 312.50	C\$ 950.00	C\$ 1,262.50	C\$ 4,687.50	C\$ 100.00	C\$ 5,737.50
Mesero 2	C\$ 5,000.00		C\$ 312.50	C\$ 950.00	C\$ 1,262.50	C\$ 4,687.50	C\$ 100.00	C\$ 5,737.50
Mesero 3	C\$ 5,000.00		C\$ 312.50	C\$ 950.00	C\$ 1,262.50	C\$ 4,687.50	C\$ 100.00	C\$ 5,737.50
Afanadora 1	C\$ 3,500.00		C\$ 218.75	C\$ 665.00	C\$ 883.75	C\$ 3,281.25	C\$ 70.00	C\$ 4,016.25
Afanadora 2	C\$ 3,500.00		C\$ 218.75	C\$ 665.00	C\$ 883.75	C\$ 3,281.25	C\$ 70.00	C\$ 4,016.25
Encargado de administración y finanzas	C\$ 8,000.00		C\$ 500.00	C\$ 1,520.00	C\$ 2,020.00	C\$ 7,500.00	C\$ 160.00	C\$ 9,180.00
Cajero	C\$ 5,000.00		C\$ 312.50	C\$ 950.00	C\$ 1,262.50	C\$ 4,687.50	C\$ 100.00	C\$ 5,737.50
Supervisor Canopy	C\$ 6,000.00		C\$ 375.00	C\$ 1,140.00	C\$ 1,515.00	C\$ 5,625.00	C\$ 120.00	C\$ 6,885.00
Instructor Canopy	C\$ 5,000.00		C\$ 312.50	C\$ 950.00	C\$ 1,262.50	C\$ 4,687.50	C\$ 100.00	C\$ 5,737.50
Ayudante Canopy	C\$ 3,500.00		C\$ 218.75	C\$ 665.00	C\$ 883.75	C\$ 3,281.25	C\$ 70.00	C\$ 4,016.25
Paintball Juez 1	C\$ 4,000.00		C\$ 250.00	C\$ 760.00	C\$ 1,010.00	C\$ 3,750.00	C\$ 80.00	C\$ 4,590.00
Paintball Juez 2	C\$ 4,000.00		C\$ 250.00	C\$ 760.00	C\$ 1,010.00	C\$ 3,750.00	C\$ 80.00	C\$ 4,590.00
Ayudante Paintball	C\$ 3,500.00		C\$ 218.75	C\$ 665.00	C\$ 883.75	C\$ 3,281.25	C\$ 70.00	C\$ 4,016.25
Ping Pong Juez	C\$ 4,000.00		C\$ 250.00	C\$ 760.00	C\$ 1,010.00	C\$ 3,750.00	C\$ 80.00	C\$ 4,590.00
Total planilla	C\$ 111,036.46		C\$ 6,939.78	C\$ 21,096.93	C\$ 28,036.71	C\$ 104,096.68	C\$ 2,220.73	C\$ 127,414.34

Anexo No. 6. Validación de los instrumentos.

Matriz de resultado de la ficha de expertos

Validez del instrumento cuestionario del estudio de proyecto, a nivel de pre factibilidad de la Construcción y Equipamiento de la apertura de un Centro Turístico en el Naranjo, Santa Cruz, Esteli, para el año 2018.

Criterio de Selección	JUEZ /EXPERTO	ITEMS: Preguntas de Encuesta															Total Fila
	Apellido Y Nombres	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
Experto en Proyectos	Msc. Tobías Adrián Camboa	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1500
	Sumas	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1500

Fuente: Los autores.

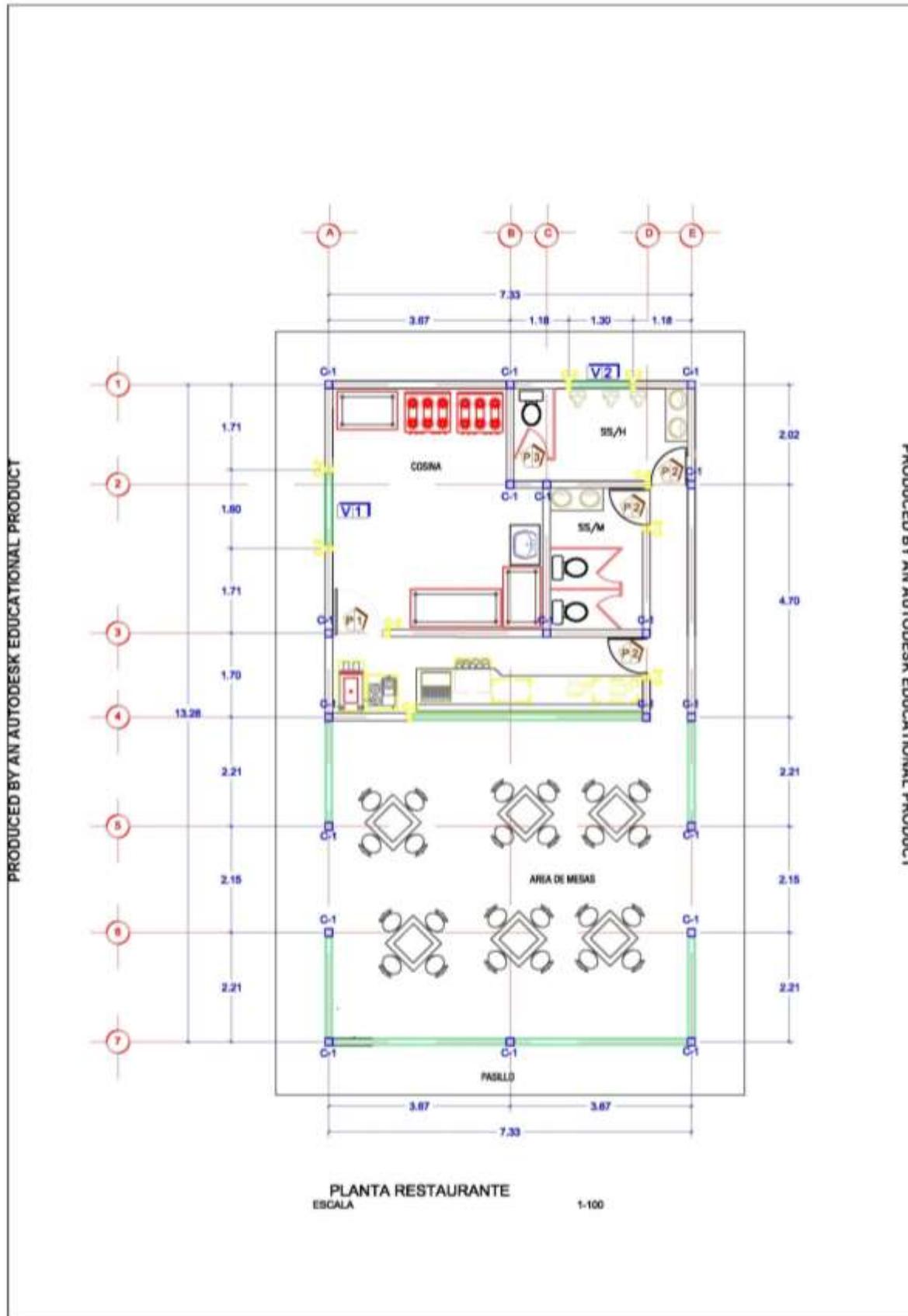
Firma del Experto:

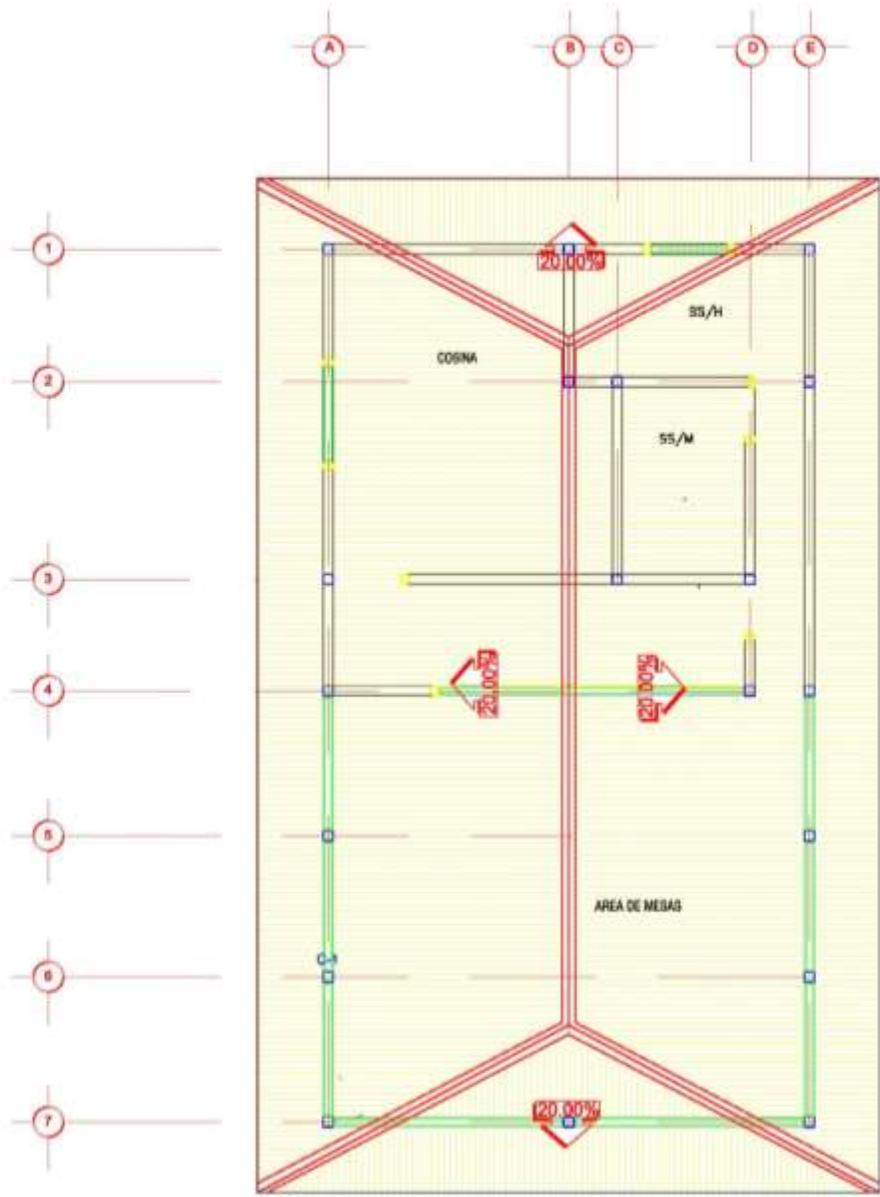


Tobias Adrian Gamboa Solano

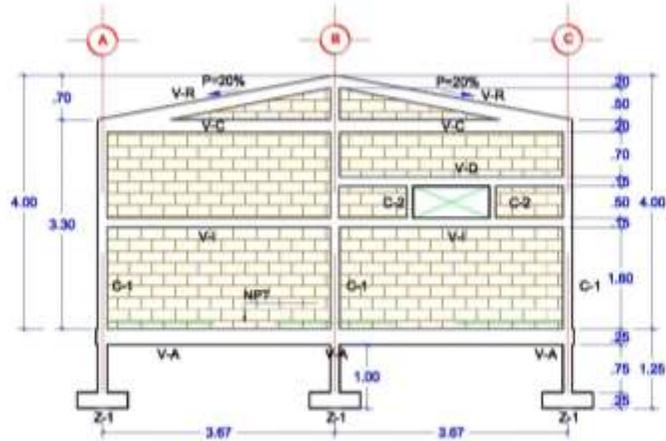
Una vez elaborado el cuadro de validez y confiabilidad se procedió a consultar al experto en el área de formulación y evaluación de proyecto, el cual válido y dió puntaje a cada una de las preguntas expuestas. Con los resultados se procedido a llenar la matriz para obtener el promedio de los puntajes los cuales nos dieron arriba de 85% indicándonos que las preguntas del instrumento tienen el alcance debido alineados a los

Anexo No. 7. Planos

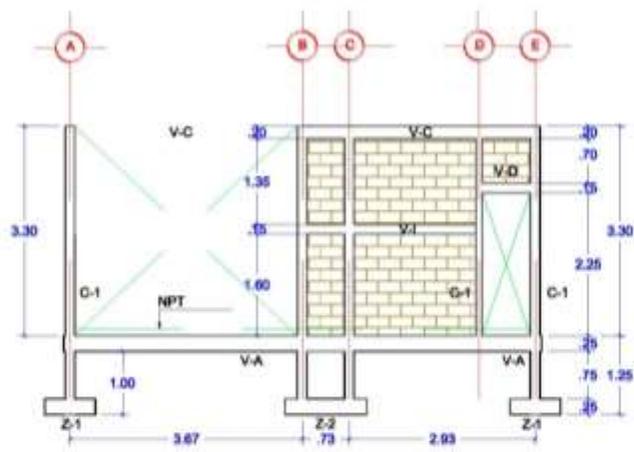




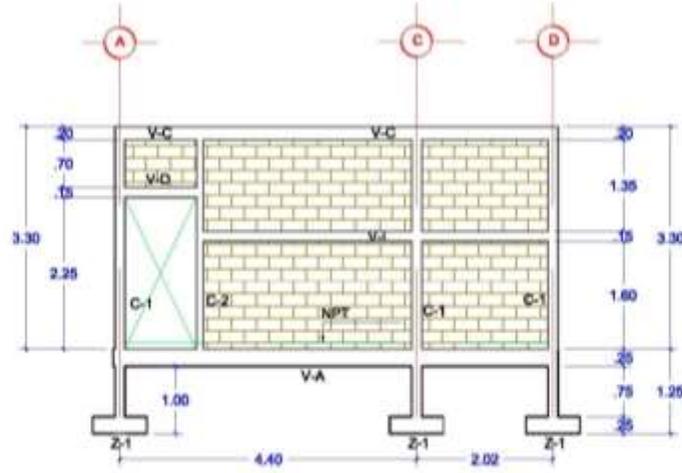
PLANTA ARQ. DE CUBIERTA DE RESTAURANTE
ESCALA 1 - 75



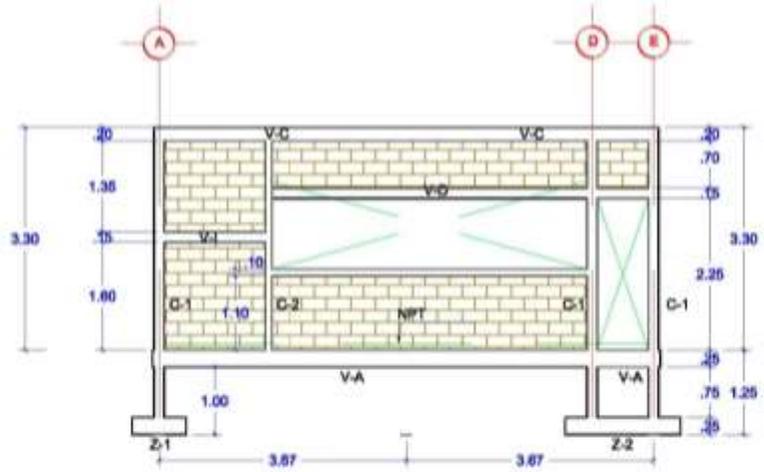
ELEVACION ESTRUCTURAL EJE-1
ESCALA 1-100



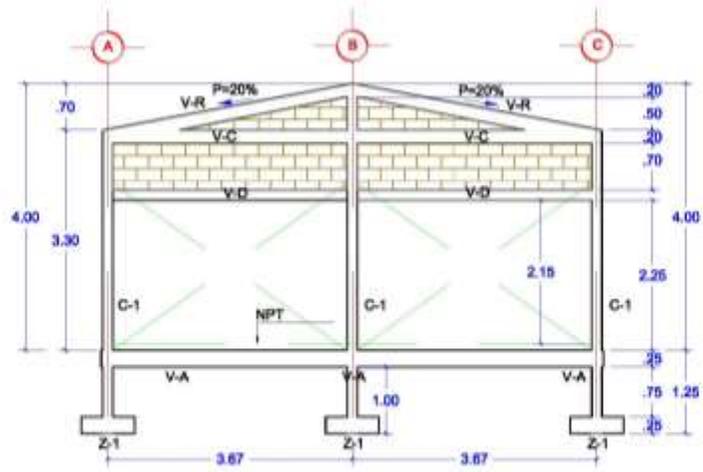
ELEVACION ESTRUCTURAL EJE-2
ESCALA 1-100



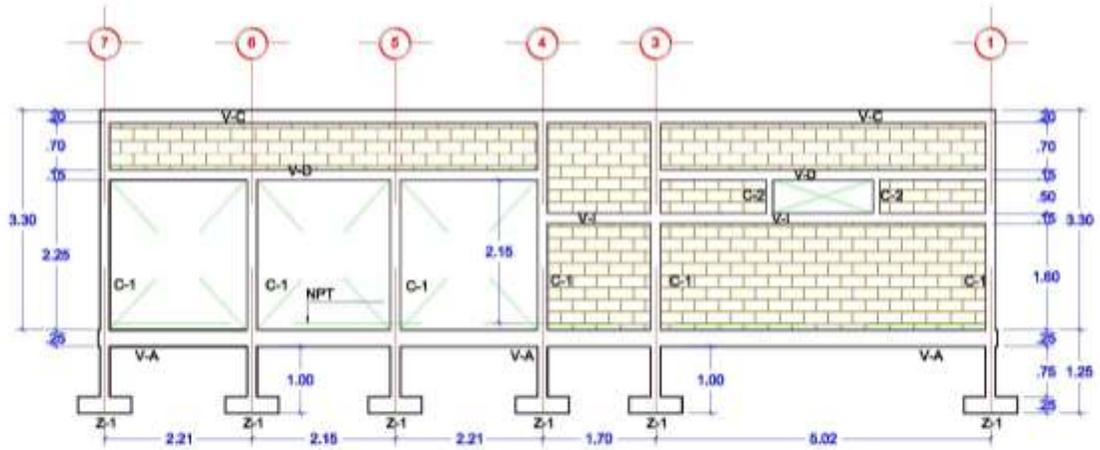
ELEVACION ESTRUCTURAL EJE-3
ESCALA 1-100



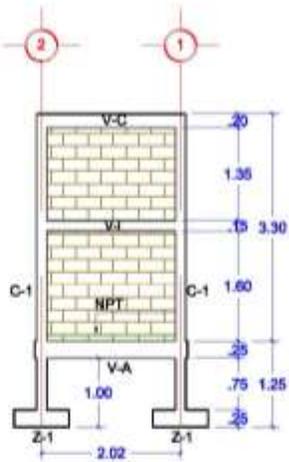
ELEVACION ESTRUCTURAL EJE-4
ESCALA 1-100



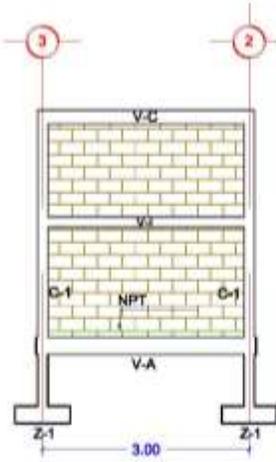
ELEVACION ESTRUCTURAL EJE-7
ESCALA 1-100



ELEVACION ESTRUCTURAL EJE-A
ESCALA 1-100

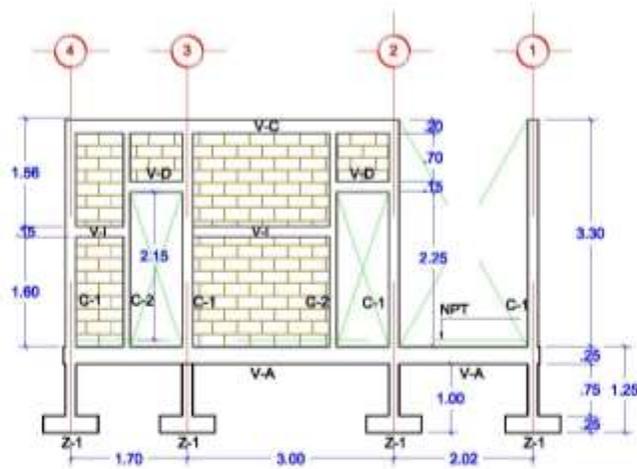


ELEVACION ESTRUCTURAL EJE-B
ESCALA 1-100

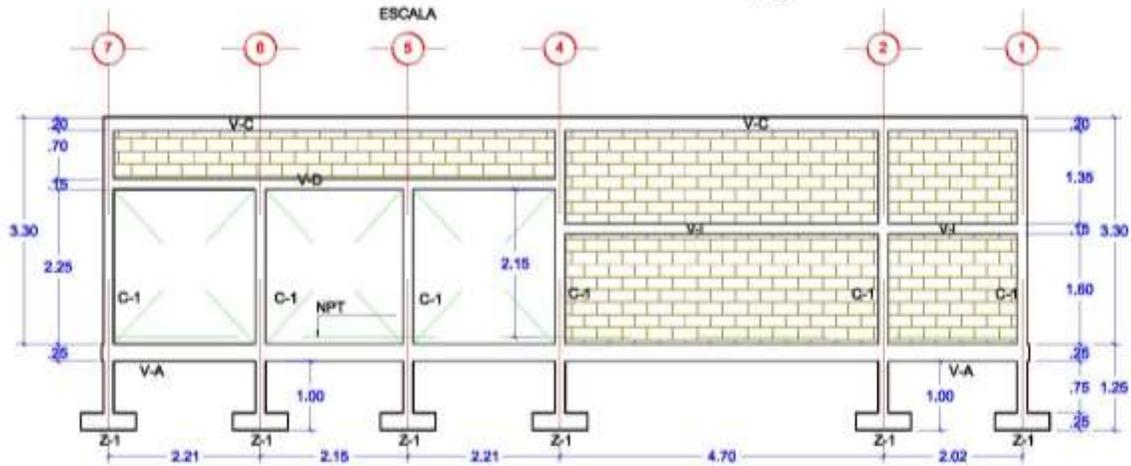


ELEVACION ESTRUCTURAL EJE-C
ESCALA 1-100

ESCALA



ELEVACION ESTRUCTURAL EJE-D
ESCALA 1-100



ELEVACION ESTRUCTURAL EJE-E
ESCALA 1-100

