

Universidad Politécnica de Nicaragua  
“Sirviendo a la Comunidad”  
UPOLI RUR – Estelí



Escuela de Administración, Comercio y Finanzas  
Maestría en Administración de Empresas Versión I

**Estudio de Pre Factibilidad para la creación de un Hotel de  
Montaña en la Comunidad la Garnacha, del departamento de  
Estelí para el año 2019.**

*Tutor:*

MSc. Sergio Junior Navarro Hudiel.

Elaborado Por:

- Luisa Marisela Mairena Montenegro
- Ariel Enrique Corrales Herrera

Estelí, enero 2019

## **Dedicatoria**

A Dios.

Por darnos sabiduría, inteligencia y perseverancia para concluir esta etapa de nuestra formación profesional.

A nuestros padres.

Por ser el pilar fundamental en todo lo que somos, tanto a nivel académico como en diferentes aspectos en la vida y por su incondicional apoyo en las metas que nos proponemos.

## **Agradecimiento**

A Dios

Por la oportunidad que día con día nos brinda para ser mejores seres humanos y así lograr todo lo que nos propongamos con fe y constancia.

A nuestro tutor MSc. Sergio Junior Navarro Hudiel

Por su valioso apoyo y enseñanza que con mucha habilidad nos transmitió para lograr la elaboración y presentación de esta tesis.

## Índice de Contenido

<b>1. INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>1</b>
<b>2. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN</b> .....	<b>3</b>
2.1 CARACTERIZACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	3
2.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	6
2.4 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	6
2.5 JUSTIFICACIÓN.....	7
<b>3. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN</b> .....	<b>9</b>
3.1 OBJETIVO GENERAL DE INVESTIGACIÓN .....	9
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE INVESTIGACIÓN.....	9
<b>4. MARCO TEÓRICO</b> .....	<b>10</b>
4.1 TURISMO, CONCEPTO Y DEFINICIONES BÁSICAS .....	10
4.2 MARCO LEGAL .....	12
4.2.1 MARCO LEGAL DEL TURISMO.....	12
4.2.2 MARCO LEGAL AMBIENTAL.....	13
4.3 SITUACIÓN DEL TURISMO EN NICARAGUA.....	14
4.4 FORMULACIÓN DEL PROYECTO TURÍSTICO .....	15
4.4.1 <i>Modelo de Gabriel Baca Urbina</i> .....	16
4.4.2 <i>Metodología de Nassir Sapag Chain</i> .....	17
4.4.3 <i>Modelo metodológico INTUR Ley No. 306</i> .....	18
4.4.4 <i>Modelo de trabajo seleccionado</i> .....	19
<b>5. DISEÑO METODOLÓGICO</b> .....	<b>20</b>
5.1 TIPOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	20
5.1.1 <i>Método general</i> .....	20
5.1.2 <i>Nivel de investigación</i> .....	20
5.1.3 <i>Diseño de investigación</i> .....	21
5.1.4 <i>Fuentes de información</i> .....	21
5.2 POBLACIÓN Y MUESTRA .....	22
5.2.1 <i>Definición de la población</i> .....	22
5.2.2 <i>Definición de la muestra</i> .....	22
5.4 MÉTODO E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS .....	31
5.4.1 <i>Encuesta</i> .....	31
5.4.2 <i>Entrevistas</i> .....	31
5.4.3 <i>Procedimientos para la recolección de datos</i> .....	32
5.4.4 <i>Plan de análisis y tabulación de datos</i> .....	33
<b>6. DESARROLLO DEL ESTUDIO</b> .....	<b>33</b>

6.1 IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO .....	33
6.1.1 <i>Identificación del objeto del estudio</i> .....	33
6.1.2 <i>Descripción del proyecto</i> .....	34
6.1.3 <i>Sector y subsector al que pertenece</i> .....	35
6.1.4 <i>Ubicación geográfica y cobertura del proyecto</i> .....	35
6.1.5 <i>Institución dueña del proyecto</i> .....	36
6.1.6 <i>Institución ejecutora del proyecto</i> .....	36
6.1.7 <i>Planteamiento y definición que da origen al proyecto y su evolución hasta la situación actual</i> .....	36
6.1.8 <i>Presentación de los diagnósticos que se han realizado al respecto y las recomendaciones previas existentes</i> .....	37
6.1.9 <i>Antecedentes del proyecto</i> .....	39
6.1.10 <i>Identificación de recursos disponibles con que cuenta el proyecto</i> .....	42
6.1.11 <i>Los objetivos del proyecto</i> .....	43
6.1.12 <i>Determinación de la contribución que el proyecto brindará al desarrollo local</i> .....	44
6.1.13 <i>Determinación, delimitación y cuantificación de los clientes</i> .....	44
6.2 ESTUDIO DE MERCADO.....	45
6.2.1 <i>Definición del servicio</i> .....	46
6.2.1.1 <i>Tipo de servicio</i> .....	47
6.2.1.2 <i>Características</i> .....	47
6.2.1.3 <i>Clasificación</i> .....	48
6.2.1.4 <i>Usos</i> .....	49
6.2.1.5 <i>Demandantes / clientes</i> .....	49
6.2.1.6 <i>Servicios sustitutos</i> .....	50
6.2.1.7 <i>Servicios complementarios</i> .....	52
6.2.1.8 <i>Fuente de materia prima e insumos</i> .....	53
6.2.2 <i>DEMANDA HISTÓRICA, ACTUAL Y FUTURA SIN PROYECTO</i> .....	53
6.2.3 <i>OFERTA HISTÓRICA, ACTUAL Y FUTURA SIN PROYECTO</i> .....	67
6.2.4 <i>LA DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA EN EL MERCADO</i> .....	68
6.2.5 <i>EL PROYECTO EN EL MERCADO</i> .....	70
6.2.6 <i>EL PRECIO DEL SERVICIO</i> .....	71
6.2.7 <i>LA COMERCIALIZACIÓN</i> .....	73
6.2.8 <i>PRESUPUESTO DE VENTAS</i> .....	73
6.3 ESTUDIO TÉCNICO .....	74
6.3.1 <i>Tamaño del proyecto</i> .....	74
6.3.2 <i>Localización del proyecto</i> .....	75
6.3.2.1 <i>Condiciones de accesibilidad</i> .....	76
6.3.2.2 <i>Condiciones de seguridad de la zona de localización del proyecto</i> .....	77
6.3.2.3 <i>Infraestructura existente</i> .....	77
6.3.2.3.1 <i>Infraestructura de transporte</i> .....	77
6.3.2.3.2 <i>Infraestructura de telecomunicaciones</i> .....	78
6.3.2.3.3 <i>Infraestructura energética</i> .....	78

6.3.2.3.4 Infraestructura de saneamiento .....	78
6.3.2.3.5 Infraestructura sanitaria .....	79
6.3.2.3.6 Infraestructura interna.....	79
6.3.3 Proceso productivo y tecnología.....	79
6.3.3.1 Proceso productivo.....	79
6.3.3.2 Tecnología.....	80
6.3.4 Ingeniería del proyecto .....	81
6.3.4.1 Balance de obras físicas.....	81
6.3.4.2 Balance de equipos .....	82
6.3.5 Costos .....	82
6.3.5.1 Inversión Fija .....	83
6.3.5.2 Depreciación.....	83
6.3.5.3 Inversión diferida .....	83
6.3.5.4 Amortización diferida .....	84
6.3.5.5 Gastos de instalación .....	84
6.3.5.6 Inversión en capital de trabajo.....	85
6.3.5.7 Plan global de inversión (resumen de la inversión) .....	86
6.3.5.8 Los costos de operación anual .....	86
6.3.5.8.1 Costos Fijos.....	86
6.3.5.8.2 Costos Variables .....	87
6.3.6 Aspectos organizacionales y administrativos .....	87
6.3.6.1 Ejecución del proyecto.....	87
6.3.6.2 Operación del proyecto.....	87
6.3.7 Aspectos legales .....	93
6.3.7.1 Forma Jurídica.....	93
6.3.7.1.1 Constitución de sociedad anónima .....	93
6.3.7.1.2 Título de licencia como prestador de servicios turísticos.....	94
6.3.7.1.3 Aprobación del proyecto para incentivos de la ley 306.....	94
6.3.7.1.4 Exoneración de derechos e impuestos de importación y/o del IVA ....	95
6.3.8 Programación de la ejecución del proyecto .....	95
6.4 ANÁLISIS DE ASPECTOS AMBIENTALES .....	95
6.4.1 Aspectos legales ambientales .....	96
6.4.2 Caracterización ambiental .....	96
6.4.2.1 Medio Físico .....	96
6.4.2.1.1 Geología .....	97
6.4.2.1.2 Hidrología .....	97
6.4.2.1.3 Climatología.....	97
6.4.2.1.4 Tipología y uso de Suelos .....	98
6.4.2.2 Medio biótico .....	98
6.4.2.2.1 Flora .....	98
6.4.2.2.2 Fauna .....	99
6.4.2.3 Aspectos socioeconómicos y culturales de la población .....	100
6.4.3 Identificación, evaluación y valoración de impactos ambientales .....	100

6.4.4 Resultados.....	102
6.4.5 Prevención y mitigación de impactos .....	103
6.4.5.1 Protección de la calidad del agua.....	103
6.4.5.2 Protección de la calidad del suelo .....	104
6.4.5.3 Protección a la calidad del aire.....	104
6.4.5.4 Niveles de ruido.....	104
6.4.5.5 Conservación de la presencia y diversidad de fauna, cobertura vegetal, hábitat y calidad del paisaje .....	105
6.4.5.6 Prevención de la afectación a la salud de los pobladores .....	105
6.4.5.7 Prevención de conflictos sociales.....	105
6.4.5.8 Prevención del riesgo y accidentes laborales.....	106
<b>6.5 ESTUDIO Y EVALUACIÓN FINANCIERA.....</b>	<b>106</b>
6.5.1 Inversiones de capital a realizar .....	106
6.5.2 Los costos de operación.....	107
6.5.3 Ingresos del proyecto .....	107
6.5.3.1 Ingresos por hospedaje .....	107
6.5.3.2 Ingresos por alimentación.....	108
6.5.3.3 Ingresos por Spa .....	108
6.5.4 Flujo de fondos del proyecto.....	108
6.5.5 Indicadores financieros.....	109
6.5.5.1 Valor actual neto (VAN).....	109
6.5.5.2 Tasa interna de retorno .....	110
6.5.5.3 Relación beneficio costo.....	110
6.5.5.4 Punto de equilibrio.....	111
6.5.5.5 Período de recuperación .....	112
6.5.6 Análisis de sensibilidad del proyecto .....	112
6.5.7 Planes de financiamiento.....	113
6.5.8 Análisis integral de los criterios de evaluación .....	114
<b>7. CONCLUSIONES.....</b>	<b>115</b>
<b>8. RECOMENDACIONES.....</b>	<b>117</b>
<b>9. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>119</b>
<b>10. ANEXOS.....</b>	<b>121</b>

## Índice de Tablas

Tabla No 1. Compendio estadístico de turismo.....	3
Tabla No 2. Lugar de residencia.....	44
Tabla No 3. Actividades.....	50
Tabla No 4. Alimentación.....	51
Tabla No 5. Influencia de medios de comunicación.....	54
Tabla No 6. Demanda potencial anual.....	58
Tabla No 7. Precio.....	60
Tabla No 8. Presupuestos de ventas.....	112
Tabla No 9. Microlocalización.....	63
Tabla No 10. Presupuesto de obras.....	123
Tabla No 11. Presupuestos de equipos (anexo).....	124
Tabla No 12. Inversión inicial.....	125
Tabla No 13. Depreciación (anexos).....	126
Tabla No 14. Inversión diferida.....	71
Tabla No 15. Amortización Diferida.....	127
Tabla No 16. Gastos de instalación.....	72
Tabla No 17. Capital de trabajo.....	73
Tabla No 18. Plan global de inversión.....	73
Tabla No 19. Costos fijos (anexo).....	128
Tabla No 20. Costos variables (anexo).....	129
Tabla No 21. Perfil del (o) administrador.....	76
Tabla No 22. Perfil del (o) asistente de cosmetología.....	77
Tabla No 23. Perfil del responsable de Servicios múltiples.....	77
Tabla No 24. Perfil del conserje.....	78
Tabla No 25. Perfil del responsable de cocina.....	78
Tabla No 26. Perfil del responsable de seguridad.....	79



Tabla No 27. Matriz de Leopold.....	136
Tabla No 28. Matriz de evaluación.....	137
Tabla No 29. Ingresos.....	138
Tabla No 30. Flujo de fondo sin préstamo.....	139
Tabla No 31. Flujo de fondo con préstamo.....	140
Tabla No 32. Periodo de recuperación.....	141
Tabla No 33. Análisis de sensibilidad.....	142
Tabla No 34. Plan de pagos.....	143
Tabla No 35 - 36. Amortización al capital.....	144 -147
Tabla No 37. Resumen de Flujo de Efectivo.....	163

## Índice de Gráficos

Gráfico No 1. Estructura general de la evaluación de proyectos.....	15
Gráfico No 2. Esquema de estudio de viabilidad económica.....	16
Gráfico No 3. Esquema de modelo de INTUR para aplicación de la ley 306.....	18
Gráfico No 4. Rango de edades.....	43
Gráfico No 5. Sexo.....	43
Gráfico No 6. Lugar de residencia.....	45
Gráfico No 7. Procedencia de huéspedes.....	45
Gráfico No 8. Frecuencia de vista de turistas.....	46
Gráfico No 9. Estadía promedio de turistas.....	47
Gráfico No 10. Hospedaje en corredor Tisey – Estanzuela.....	47
Gráfico No 11. Hoteles del corredor Tisey – Estanzuela.....	48
Gráfico No 12. Razón de visita.....	49
Gráfico No 13. Actividades.....	50
Gráfico No 14. Alimentación.....	52
Gráfico No 15. Importancia de estancia en el hotel.....	53
Gráfico No 16. Influencia de medios.....	54
Gráfico No 17. Reservación.....	55
Gráfico No 18. Composición del mercado.....	57
Gráfico No 19. Destinos preferidos.....	57
Gráfico No 20. Precio.....	60
Gráfico No 21. Estructura organizacional.....	75

## Índice de Figuras

Figura No 1. Ubicación de la comunidad la Garnacha.....	115
Figura No 2. Localización del proyecto.....	116
Figura No 3. Ruta Estelí – La Garnacha vía La Estanzuela.....	117
Figura No 4. Ruta Estelí – La Garnacha vía carretera san Nicolás.....	118
Figura No 5. Ruta Managua – La Garnacha.....	119
Figura No 6. Plano de cabañas.....	120
Figura No 7. Perfil del modelo de cabañas.....	121
Figura No 8. Plano de recepción, cocina y comedor.....	122
Figura No 9. Perfil del modelo de recepción, cocina y comedor.....	123
Figura No 10. Distribución de las instalaciones del hotel.....	124
Figura No 11. Diagrama de Gantt.....	132
Figura No 12. Diagrama de red.....	133

## **Resumen Ejecutivo**

El presente Estudio de Pre Factibilidad para la creación de un Hotel de Montaña en la Comunidad la Garnacha, del departamento de Estelí para el año 2019, se realizó con el objetivo de poder determinar la viabilidad técnica, de mercado, financiera y ambiental del proyecto.

Este proyecto se origina ante la necesidad de ofertar al turista un sitio donde pueda hospedarse y vivir una experiencia satisfactoria en la cual la calidad en el servicio, el contacto con la naturaleza y el precio accesible sean la razón principal para pernoctar en el lugar. Tiene como objetivo promover el desarrollo económico y turístico de la región, así como la concientización del buen cuidado y manejo de los recursos naturales en el entorno. Es por ello que el estudio de prefactibilidad para la creación de este hotel contempla diferentes fases como es la identificación del proyecto, análisis de oferta y demanda, aspectos técnicos y ambientales que conlleve a la realización de la evaluación financiera del proyecto.

El proyecto se dirige a turistas nacionales y extranjeros que buscan una oferta de servicio de hospedería completa y amigable con el entorno, en un clima agradable con preciosas vistas panorámicas que se pueden apreciar desde las instalaciones y una gastronomía diferenciada que hagan de la estadía del huésped una experiencia diferente.

El adecuado análisis de la ubicación, el entorno, área de impacto del proyecto y la identificación y caracterización de los clientes potenciales por medio del estudio de mercado, han permitido determinar y establecer las características, facilidades y amenidades con las que debe contar el hotel para alcanzar las expectativas de los turistas.

Por medio del estudio ambiental se han identificado los principales riesgos y medidas de mitigación y posibles impactos que podría causar la ejecución del proyecto al medio ambiente y a su entorno, así como las posibles estrategias de apoyo y concientización al medio ambiente y la comunidad donde se realizará el proyecto.

La viabilidad y rentabilidad de este proyecto han sido reflejadas por medio del estudio y análisis financiero demostrando perspectivas viables para su desarrollo.

Antes de iniciar este proyecto se recomienda evaluar la situación socio política del país que ha afectado de manera directa el aspecto económico de la nación y por tanto la actividad turística que se desarrollaba antes de abril del 2018.

## 1. Introducción

El objetivo de este trabajo es realizar un estudio de prefactibilidad para la creación de un hotel de montaña en la comunidad la Garnacha del departamento de Estelí, para el año 2019.

El crecimiento de la industria del turismo en Nicaragua y la mayor afluencia de turistas a la región norte del país demanda una mayor capacidad hotelera. Los atractivos de la zona y su singularidad paisajística y cultural han puesto en el mapa a la comunidad la Garnacha como un destino de relevancia a visitar.

La idea surge de la necesidad de ofrecer a turistas nacionales y extranjeros la opción de hospedarse en un hotel con condiciones de calidad en su infraestructura, atención y servicio, con la posibilidad de recrearse y disfrutar del contacto con la naturaleza.

El valor histórico y cultural del área en estudio, la localización de la comunidad que forma parte de una ruta que conecta a otros sitios turísticos y la carencia de una oferta hotelera diversificada que satisfaga los requerimientos de muchos de los visitantes, son razones para impulsar un proyecto de esta índole que abone al proceso de promoción y desarrollo de la comunidad como un destino turístico.

El alcance de este trabajo ha sido identificar la viabilidad de la puesta en marcha del hotel de montaña para el cual y por efectos de cálculo, se planifica un horizonte a diez años, donde se toman en cuenta el incremento en los costos y la inflación.

La ejecución de este proyecto conllevará a la ampliación de la oferta hotelera en el sector, el impulso de la región como un destino turístico, la generación de empleos en la comunidad y se espera aportar indirectamente a la mejora en los ingresos de negocios locales.

En el desarrollo del estudio se lleva a cabo la identificación del proyecto donde se describen las particularidades del mismo y se define el entorno, antecedentes, y planteamientos que dan origen a este trabajo.

En cuanto al diseño metodológico el nivel de investigación es de tipo descriptivo y explicativo, aplicando un diseño de investigación de tipo no experimental de corte transversal, así mismo las fuentes de información para el desarrollo del estudio estuvieron dadas por fuentes primarias y secundarias, estableciéndose el universo de 55,000 turistas proyectando un muestreo probabilístico de 266 turistas entre nacionales y extranjeros a los cuales se les aplico el instrumento definido para la recolección de datos.

El estudio de mercado define el tipo de servicio que brindará el hotel, analiza la oferta y demanda, así como el impacto del proyecto en el mercado, la definición del precio y el proceso de comercialización que se llevará a cabo para dar a conocer el negocio.

El estudio técnico ha permitido definir el tamaño y capacidad que debe tener el hotel, una localización idónea para el proyecto, así como los costos en los que se debe incurrir para la ejecución y operación del mismo. Define también el talento humano necesario a contratar para garantizar la correcta operatividad y se mencionan los aspectos legales de carácter obligatorio para la constitución de la empresa.

El estudio de evaluación financiera ha permitido valorar la rentabilidad de este proyecto realizando un flujo de fondos y calculando indicadores financieros como el VAN, la TIR, el RBC, periodo de recuperación y punto de equilibrio. A su vez se ha realizado análisis de sensibilidad del proyecto.

Por último, se concluye y se orientan recomendaciones necesarias para una buena operación del hotel, así como un planteamiento acerca de situaciones externas que pudiesen afectar de manera directa o indirecta la operatividad del negocio.

## 2. Problema de Investigación

### 2.1 Caracterización del problema de investigación

El turismo se ha convertido en una de las industrias más importantes a nivel mundial, sobre todo en los países en vías de desarrollo hay enormes expectativas por lo que este mercado pueda aportar a sus economías. En los últimos años ha alcanzado una dimensión sin precedentes convirtiéndose en un fenómeno complejo (Escuela Nacional de Hotelería, 2008, p. 6)

Según el boletín de estadísticas de turismo del año 2016, Nicaragua ha incrementado de 1, 232,896 a 1, 595,914 llegadas de visitantes (Ver Tabla No 1. Compendio Estadístico de Turismo), incrementando en un 29.4% de turistas internacionales que entran por las distintas vías de llegada y se ha incrementado de 7.7 a 9.5 días, la estadía promedio de estos visitantes (Instituto Nicaragüense de Turismo, 2017, p. 9)

Indicadores Básicos	Unidades	2012	2013	2014	2015	2016
<b>TURISMO RECEPTOR</b>						
<b>Llegadas de Visitantes</b>						
<b>Total</b>		1232,896	1273,154	1390,338	1456,189	1595,914
Turistas (Visitantes que pernoctan)		1179,581	1229,410	1329,663	1386,481	1504,414
Visitantes del día (excursionistas y otros)		53,315	43,744	60,675	69,708	91,500
Estadía Promedio*	Días	7.7	7.8	7.7	8.7	9.5

Tabla No 1. Compendio Estadístico de Turismo.

Fuente: Instituto Nicaragüense de Turismo. Boletín de estadísticas de turismo del año 2016. Managua. 2017.



De acuerdo con la Encuesta de turismo del II Trimestre 2017, el gasto per cápita promedio diario realizado por estos visitantes fue de 45.6 dólares; esto significó un aumento de 1.6 por ciento interanual y de 6.8 por ciento con respecto al trimestre anterior (Banco Central de Nicaragua, 2017, p. 1)

El número de hoteles y establecimientos similares en la oferta nacional de alojamiento ha incrementado en un 43% desde el 2012 al 2016 y para este último año la actividad hotelera ha pasado a estar conformada por un 70.5% de huéspedes extranjeros y un 29.5 % de huéspedes nacionales. Demostrando la existencia de un mercado nacional considerable que también demanda servicios turísticos (Instituto Nicaragüense de Turismo, 2017, pág. 10)

Según el Informe Sistema Productivo Turismo; el Ecoturismo está referido a visitas naturales enfocadas a reservas, refugios silvestres, bosque de nebliselva o publioselva, donde se pueden observar la flora y fauna de la región en su entorno natural (Centro Humboldt, 2008, p. 14)

Hotel de montaña, es un concepto relativamente nuevo en hotelería, que también incluye conceptos nuevos como ecoturismo o turismo rural, que considera la atracción de turistas, tanto nacionales como extranjeros, a lugares que se encuentran alejados del bullicio de las grandes ciudades y en donde se intenta llevar a los visitantes, a cambiar su trabajo rutinario, por actividades relajantes y que les ayudarán a olvidarse de su quehacer diario por algunas horas o días y aliviar el cansancio y stress que provocan las ciudades (Matamoros, 2008, p. 9)

El departamento de Estelí, ubicado a 140 km de la ciudad capital, ha tenido gran auge comercial y de desarrollo económico. La infraestructura de la ciudad ha mejorado y por ser una zona montañosa de clima agradable con un gran patrimonio histórico, cultural y natural, se ha incrementado la promoción del turismo en el departamento.

Acorde al boletín de estadísticas de turismo del año 2016, el departamento de Estelí cuenta con 66 establecimientos de hospedería, de los cuales solamente cuatro

son del tipo cabañas y dos tipos albergue según los registros oficiales de esta entidad (Instituto Nicaragüense de Turismo, 2017, pág. 66)

## 2.2 Delimitación del problema de investigación

La comunidad “El Carmen”, Popularmente conocida como “La Garnacha” está ubicada a 15 km de la ciudad de Estelí a 1,400 metros sobre el nivel del mar, es parte de la reserva ecológica Tisey – Estanzuela y además forma parte del corredor turístico “La Ruta del Café”, esta comunidad ha sido modelo en prácticas del turismo rural y sostenible siendo muy reconocida por la elaboración de quesos madurados tipo suizo a base de leche de vaca y de cabra, la fabricación de artesanías y manualidades utilizando piedra, madera y hojas de pino como materia prima.

En la Garnacha se puede practicar el senderismo, caminatas, cabalgatas, paisajismo, avistamiento de aves, visitas guiadas a la fábrica de quesos, visitas a las plantaciones de hortalizas y plantas medicinales. La principal actividad por la que los turistas llegan a esta comunidad con el objetivo de admirar los bellos paisajes de la zona desde diversos miradores naturales, donde se puede apreciar una vista panorámica del occidente del país y la franja volcánica ubicada en la cordillera de los Maribios.

El Incremento gradual de turistas nacionales como internacionales ha motivado a miembros de la comunidad a crear o mejorar locales que prestan el servicio de alimentación, donde se preparan platillos de cocina criolla casera (asados y sopas mayoritariamente). Sin embargo, no se observa el mismo comportamiento de crecimiento con los servicios de hospedería.

Aunque la comunidad cuenta con cabañas y albergues para los turistas que desean permanecer por más de un día, estas no se promocionan o no cumplen con los requerimientos de comodidad, seguridad, higiene y precio que exigen los turistas, llevando esto a los visitantes a realizar un tipo de turismo “Excursionista” y rara vez hacer uso de los servicios de hospedería que la comunidad oferta.

Actualmente existen tres lugares en la comunidad que ofrecen cabañas o cuartos rústicos, los cuales tienen como mayor debilidad la falta de publicidad y promoción para atraer visitantes que deseen ampliar su estadía en el lugar. También hay dos establecimientos en comunidades cercanas a la Garnacha; uno de estos lugares presenta la misma situación que los establecidos en la comunidad, y el otro, aunque tiene buenas condiciones, los precios no están acordes al servicio ofrecido ni al tipo y perfil de turista que visita el lugar.

Ante esta situación se plantea este estudio de prefactibilidad para la creación de un hotel de montaña en la comunidad “La Garnacha” que cumpla con los requerimientos del perfil de turista que visita la comunidad y abone al desarrollo turístico de la región, aprovechando el potencial inexplorado y latente en la localidad del estudio.

### 2.3 Formulación del problema de investigación

Como resultado del estudio de prefactibilidad, ¿Es viable desde el punto de vista de mercado, técnico, ambiental y financiero la creación de un hotel de montaña en la comunidad La Garnacha, del departamento de Estelí, en el año 2019?

### 2.4 Sistematización del problema de investigación

¿Existe necesidad del establecimiento de un hotel de montaña en la comunidad La Garnacha?

¿Cuál es la demanda actual de los servicios de hospedería en la localidad?

¿Cuál es la competencia existente en la región en los servicios de hospedería?

¿Qué variables influyen en los turistas para la elección de un servicio de hospedería?

¿Existen condiciones físicas, tecnológicas, legales y financieras para la creación de un hotel de montaña en la comunidad La Garnacha?

¿Cuál sería el tamaño óptimo del proyecto tomando como base los factores técnicos necesarios para la creación de un hotel de montaña?

¿La ubicación geográfica del hotel de montaña es adecuada para el acceso de los turistas?

¿Cómo estaría determinada la Ingeniería del proyecto para la creación del hotel de montaña, en cuanto a su instalación y funcionamiento?

¿Cuál es el impacto para la comunidad y el medio ambiente, la creación de un hotel de montaña en la localidad?

¿Se cuenta con el capital de inversión necesario para llevar a cabo el proyecto?

¿Cuál es la rentabilidad financiera y demás indicadores financieros para este proyecto?

## 2.5 Justificación

La promoción del turismo en Nicaragua es una alternativa para impulsar el progreso y el desarrollo de la economía de algunos departamentos que cuentan con recursos que pueden ser explotados y potencializados sosteniblemente y que son considerados como una opción turística por sus reservas naturales que son el mayor atractivo para los visitantes.

Por tanto, el presente proyecto contribuye con el desarrollo turístico y económico de la comunidad La Garnacha, a través del estudio de pre factibilidad de la creación de un hotel de montaña en dicha comunidad, que debido a las características de la misma es posible la afluencia de turistas que pernocten provocando un gasto mayor al realizado por el excursionista que solo visita por el día la comunidad.

Cabe mencionar que existen diversos aspectos a considerar para llevar a cabo la creación de un hotel de montaña, que preste las condiciones necesarias para la satisfacción de sus clientes; que cubra las necesidades y requerimientos de los visitantes, que deseen un servicio de hospedería de calidad acorde al precio pagado, manteniendo el contacto con el entorno natural, aprovechando las condiciones de relieve que ofrece del terreno, propicios para la construcción de un hotel de montaña.

La creación de un hotel de montaña en esta comunidad surge con la intención de satisfacer la demanda de turistas que buscan condiciones y amenidades que hagan su estadía placentera; promover el turismo en la región y contribuir al mejoramiento de la comunidad.

Al realizar esta propuesta antes mencionada conllevará a una mejor oferta turística y a satisfacer la demanda actual del lugar, lo cual tendrá una incidencia positiva social, económica y de promoción turística para la comunidad La Garnacha y comunidades aledañas.

Es importante mencionar la posibilidad de atraer turistas que pasan únicamente por el departamento de Estelí pero que no visitan la zona de estudio, debido a la falta de oferta turística y promoción de estas.

Es importante destacar que el desarrollo de este proyecto estará orientado y dirigido a preservar el medio ambiente, para desarrollar un turismo sostenible que permita la afluencia de turistas obteniendo así mayor captación de divisas sin que ello vaya en deterioro del medio.

Con la ejecución de este proyecto, se generan al menos seis empleos directos y además se crea la oportunidad de que otros negocios con servicios y/o productos complementarios ofrezcan los mismos a los visitantes. Por tanto, con el desarrollo de este estudio, se analizará la factibilidad de la instalación de este hotel de montaña, desde el punto de vista económico y social que determine la rentabilidad del proyecto.

### **3. Objetivos de Investigación**

#### 3.1 Objetivo general de Investigación

Realizar estudio de prefactibilidad para la creación de un hotel de montaña, en la comunidad La Garnacha del departamento de Estelí.

#### 3.2 Objetivos específicos de Investigación

- Elaborar estudio de mercado que permita la estimación de demanda, oferta y segmentación de mercado.
- Diseñar estudio técnico que permita la determinación del tamaño óptimo de la planta.
- Realizar estudio financiero para el análisis de la viabilidad económica del proyecto.
- Establecer líneas de acción que sirvan como pauta para un desarrollo turístico socioeconómico comunitario en el que se integren los distintos actores involucrados tanto estatales como privados.

## 4. Marco Teórico

El Turismo es una actividad en auge en nuestro país, cuya importancia económica, social y cultural no puede pasar inadvertida. Es necesario tener conocimiento teórico de las definiciones, conceptos, legislación, situación actual y modelos de formulación de proyectos aplicables a este estudio de prefactibilidad en el que se sustenta con base teórica de esta manera la elaboración del mismo, sirviendo como un marco de referencia para su interpretación y orienta a su vez los pasos para la elaboración del proyecto.

### 4.1 Turismo, concepto y definiciones básicas

De La Torre en su Libro El Turismo, Fenómeno Social; define el concepto Turismo como un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o personas que por motivos de recreación, descanso, cultura y salud se trasladan de un lugar de residencia habitual a otro generando interrelaciones de importancia social, económica y cultural (De la Torre, 1992, p. 16)

También la Organización mundial del turismo en su documento Entender el Turismo: Conceptos Básicos, define al Turista como un visitante que busca la relación con la naturaleza, la cultura local, el patrimonio, etc. pero con garantía de comodidades, higiene y seguridad en la cual no se ejerce ninguna actividad lucrativa ni remunerada para el turista (Organización Mundial del Turismo, 2014)

Las Notas Metodológicas de la Base de Datos de Estadística de Turismo, establece que el Turismo Receptor son las actividades de un visitante no residente dentro del país de referencia y su gasto se identifica como gasto de turismo receptor; mientras que el Turismo Interno es aquel que comprende las actividades y viajes de visitantes residentes dentro del país de referencia, el gasto realizado por estos se identifica como un gasto turístico interno (Organización Mundial del Turismo, 2015, p. 9)

La actividad turística debe estudiarse como un fenómeno socioeconómico, por ello es necesario y determinante comprender su naturaleza económica que es el elemento de un sistema en el cual se trata de satisfacer una necesidad propia del descanso y esparcimiento, así como la complementación paralela de procesos productivos (Hernández, 1982, p. 9)

El turismo sostenible comprende actividades turísticas respetuosas y participativas con el medio ecológico, cultural, social y con los valores de una comunidad, que permiten disfrutar de un positivo intercambio de experiencias y necesidades entre residentes y visitantes.

Por tanto, se debe entender el turismo sostenible como un proceso de desarrollo económico y de mejora social y cultural, producido en armonía con su ambiente o entorno y que se ajusta a las necesidades de los turistas en el presente pero que procura conservar los mismos recursos para el futuro.

Se define Ecoturismo como la actividad turística promovida por personas naturales, jurídicas o comunidades legalmente reconocidas, que consiste en viajar o visitar áreas naturales con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales, siendo aprovechado para promover servicios complementarios: de hospedaje, alimentación, participación en las actividades cotidianas de una explotación rural, como labores del campo o cuidar del ganado, y otros similares (Freeman, 2016, p. 62)

“Para que el desarrollo de la actividad turística rural sea sostenible, la modalidad y tipo de turismo a desarrollar deberá mantener un equilibrio con la capacidad de los recursos disponibles, tanto culturales como naturales” (Zapata & Plazaola, 2009, p. 37)



## 4.2 Marco legal

### 4.2.1 Marco legal del turismo

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. Estas leyes son la Ley 298 creadora del Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR) 1998; Ley 306 de incentivos para la industria turística de la república de Nicaragua, 2005; Ley 495 General del Turismo, 2004 (Morales, 2009, p. 27)

La ley general del Turismo (2004) establece en sus artículos 56 y 57 que los prestadores de servicios turísticos son personas naturales o jurídicas que de forma habitual y mediante paga prestan un servicio al usuario o turista y que los servicios de alojamiento se encuentran entre los servicios de la industria turística ofertados por algunas empresas.

Acorde a la ley 306 de Incentivo para la Industria Turística (1999), en los artículos dos y tres explica que esta ley tiene como objetivo otorgar incentivos y beneficios a personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeros que se dediquen a la actividad turística; los servicios de la industria hotelera están contenidos dentro de los prestadores de servicios beneficiados.

La ley No. 835, Ley de Turismo Rural y Sostenible de la República de Nicaragua. (2013), expresa la necesidad de la promoción, fomento, desarrollo y el establecimiento de directrices y acciones que contribuyan a la instauración del turismo en comunidades rurales del país; atendiendo a la necesidad de esta corriente específica de turismo que contienen componentes culturales, ambientales, naturales y ancestrales donde se ofrece una experiencia única, vivencial y participativa.

#### 4.2.2 Marco legal ambiental

La ley 217, ley General del medio ambiente y los recursos naturales (1996); tiene por objetivo establecer las normas para la conservación, protección de los recursos naturales y todos los aspectos reglamentarios que garanticen un ambiente saludable.

Esta misma ley en la sección III y IV establece; “Los sitios de valor ambiental que deben ser protegidos y la zona de amortiguamiento alrededor de estos. Norma y controla cualquier actividad que pueda producir deterioro al ambiente o los recursos naturales”. En su artículo 21 se manifiesta que todas las actividades que se desarrollen en áreas protegidas obligatoriamente se realizarán conforme a planes de manejo supervisados por el MARENA. Reglamentación de vital importancia para este estudio ya que el área de localización del proyecto se encuentra en una reserva natural protegida.

La ley 559, ley especial de delitos contra el medio ambiente y los recursos naturales (2005), en su artículo 36 establece las sanciones dirigidas a urbanizaciones, lotificaciones, construcción u otros proyectos que afecten y pongan en peligro al medio ambiente o a los bienes y la vida de la población, al ubicarse en zonas de riesgo.

El decreto No. 14-99. Reglamento de áreas protegidas de Nicaragua (1999). Tiene por objetivo reglamentar la ley 217 en los aspectos que hacen referencia al manejo de áreas protegidas. En su artículo número 47 establece que en las áreas protegidas que conforman el Sistema Nacional de Áreas Protegidas (SINAP) se podrán desarrollar actividades de recreación y turismo, favoreciendo el ecoturismo conforme a la categoría de cada área protegida y el plan de manejo correspondiente.

### 4.3 Situación del turismo en Nicaragua

Como sector; el turismo impacta directamente en la economía, generando ingresos, creando empleos y estimulando a sectores económicos que están directamente ligados a la actividad turística. Por tanto, el desplazamiento realizado por los turistas de un lugar a otro debido a diferentes motivos; ya sean vacaciones o negocios, origina la demanda de bienes y servicios que permite al país mejorar su economía.

En el año 2016, el Valor agregado Turístico (VAT) generado por las industrias características y conexas al turismo determinó una participación del 4.1 por ciento en la economía nacional; es decir 14,042.4 millones de córdobas (Banco Central de Nicaragua, Mayo 2017, p. 5)

Así mismo podemos observar que el total de la producción destinada al turismo, está representada por la contribución de las siguientes industrias: servicios de restaurantes (31.8%), servicios de alojamiento (22.3%), servicios recreativos (8.6%), transporte (9.1%) y agencias de viajes (1.3%), alcanzando un total de 73.10% (Banco Central de Nicaragua, Mayo 2017, pág. 6)

Un dato importante de los turistas que visitan Nicaragua es que su estadía promedio por visitante es de 10.0 días y el gasto diario de 42.7 dólares, según el Banco Central de Nicaragua (Banco Central de Nicaragua, Junio 2017, p. 1)

Para acoger a tal volumen, la oferta de alojamiento incrementó en un 11.4 %, disponiendo así de 120 establecimientos adicionales, las cuales superan en 1,457 y 2,582 unidades de habitaciones y de camas a la disponibilidad del año 2015 (Banco Central de Nicaragua, Mayo 2017, pág. 7)

El informe de coyuntura económica del FUNIDES resalta la importancia del turismo para con el desarrollo sostenible del país; ya que este se relaciona de manera estrecha con otros sectores económicos. Expresa que en la última década se han hecho importantes inversiones y hasta hace poco se ha dado la promoción a nivel internacional. A su vez expone el crecimiento que ha tenido el turismo en Nicaragua,

pero lo compara con países vecinos como Costa Rica el cual recibe el doble de turistas que no solamente gastan 2.5 veces más que en Nicaragua, sino que también tienen una estadía más prolongada (Fundación Nicaraguense para el Desarrollo Económico y Social, 2017, p. 66)

La comunidad la Garnacha es una zona pintoresca y popular donde se encuentran restaurantes y lugares cómodos para hospedarse, además de ser un punto de partida para visitar otros lugares de la zona, caminatas por senderos, visitas al cerro Apaguají, visitas a los miradores o incluso visitar la cascada la Estanzuela o caminar por el cerro el Jalacate donde se puede visitar las esculturas en piedra de don Alberto Gutiérrez, un escultor y personaje de la localidad. También se pueden comprar artesanías elaboradas con madera, hoja de pino o piedra marmolina de la localidad (Vasquez, 2016)

En el corredor turístico Tisey - Estanzuela en el cual está ubicada la comunidad La Garnacha, existen diversos negocios que prestan servicios a los turistas, según el diagnóstico realizado por Freeman estos negocios no llevan una gestión empresarial formal, no documentan ni registran aspectos financieros, contables, de recursos humanos ni de control, por tanto las capacidades de estos negocios para administrar, tomar de decisiones, y planificar es limitada, siendo esto un gran obstáculo para su desarrollo y crecimiento como empresas (Freeman, 2016, pág. 150)

#### 4.4 Formulación del proyecto turístico

La finalidad que conlleva a realizar la Formulación y Evaluación de un Proyecto de Prefactibilidad consiste en analizar todos los elementos pertinentes que se deben desarrollar a través de un estudio de mercado, técnico, financiero y ambiental.

Para este estudio se analizaron metodologías distintas de la formulación y evaluación de proyectos en la que se presentan distintos modelos para definir el que más se adecúe acorde al entorno en el que se desarrolló el estudio mismo. Los modelos analizados son los siguientes:

#### 4.4.1 Modelo de Gabriel Baca Urbina

Gabriel Baca Urbina define un proyecto como la búsqueda de la mejor solución o la más inteligente a un problema planteado; y explica que un proyecto de inversión es un plan al que se le asignan recursos e insumos y capital, podrá producir un bien o servicio útil al ser humano y la sociedad. A su vez asegura que la evaluación tiene como objeto conocer la rentabilidad económica y social de manera que solviente la necesidad o el problema planteado (Baca, 2001, pág. 2)

Baca explica que cada proyecto es distinto pero que existen particularidades que permiten a la metodología adaptarse y entre las áreas en que se puede aplicar esta metodología está la instalación de una planta totalmente nueva que es el caso de este estudio (Baca, 2001, pág. 4)

En el modelo del Dr. Baca se intenta describir el proceso global de la formulación y evaluación y las interrelaciones que hay entre estos procesos en un estudio de factibilidad. Ver Gráfico No 1. Estructura General de la Evaluación de Proyectos (Baca, 2001, pág. 5)

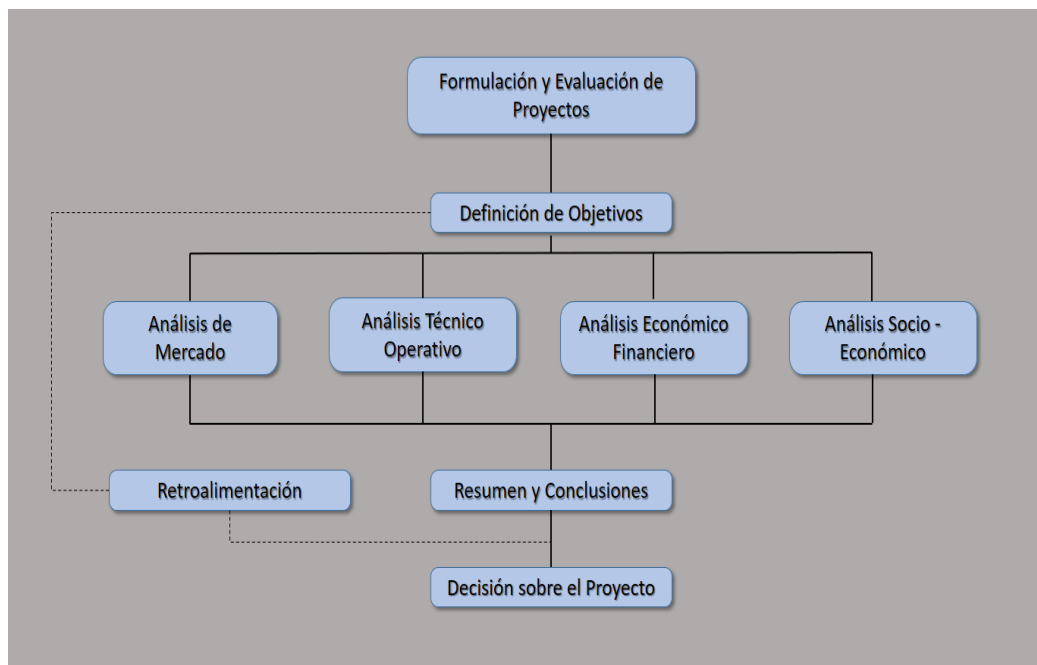


Gráfico No 1. Estructura General de la Evaluación de Proyectos.

Fuente: Baca Urbina, G. Evaluación de Proyectos. México. McGraw Hill, 2001.

#### 4.4.2 Metodología de Nassir Sapag Chain

Sapag por su parte define un proyecto como la búsqueda de una solución al planteamiento de un problema pendiente de resolver, con el que se implementa la inversión, una metodología o la tecnología, para obtener proposiciones coherentes que resuelva las necesidades (Sapag, 2008, pp. 1,2)

Sapag aborda la formulación y evaluación de un proyecto desde la perspectiva de toma de decisiones, como un instrumento que permite al inversionista un mejor panorama de la situación, disminuir la incertidumbre y minimizar el riesgo (Sapag, 2008, págs. 4,5)

En la tipología de proyectos definida por Sapag Chain, contempla los estudios para medir la rentabilidad del proyecto, sin importar de donde provengan los fondos, el cual se aplica a este estudio (Sapag, 2008, pág. 5)

Según Sapag el estudio de un proyecto sin importar la magnitud del mismo o la profundidad con la que se realice, comprende dos grandes etapas: La Formulación y Preparación y la Evaluación. (Ver Gráfico No 2. Esquema de Estudio de Viabilidad Económica), las que a su vez se dividen en sub - etapas donde se definen las características que tienen algún efecto monetario; así como metodologías que determinan la rentabilidad de la inversión del proyecto (Sapag, 2008, págs. 23,24)



Gráfico No 2. Esquema de Estudio de Viabilidad Económica.

Fuente: Sapag Chain, N., & Sapag Chain R. Preparación y Evaluación de Proyectos. Bogotá. McGraw Hill, 2008.

#### 4.4.3 Modelo metodológico INTUR Ley No. 306

El Instituto Nicaragüense de Turismo con el objetivo de la presentación de proyectos de desarrollo turístico que quieren acogerse a los beneficios establecidos en dicha ley propone un modelo en el que se recopilan los datos más relevantes de un proyecto, de forma simple, rápida y racional.

El Modelo establecido por el INTUR reúne los requisitos que establece la Ley No. 306, permite visualizar los umbrales de rentabilidad y el aporte que los proyectos pueden tener para el desarrollo turístico.

Este modelo conlleva a criterios de evaluación de prefactibilidad, donde se analizan aspectos de mercado, institucionales, organizacionales, ingeniería y viabilidad económica - financiera, así como el componente de impacto ambiental cuando el proyecto lo requiere.

La ley 306 de incentivo al turismo estimula las inversiones en el sector turismo; implementando una serie de exoneraciones fiscales que incentiven a los inversionistas a promover nuevos destinos turísticos y para ello se deben cumplir los requisitos indicados en dicha ley y el modelo de trabajo establecido por INTUR.

Los incentivos turísticos otorgados por la ley se encuentran entre los más generosos de la región y son los siguientes:

- 80% al 100% de exención del Impuesto Sobre la Renta, por el término de diez años.
- Exoneración del Impuesto sobre Bienes Inmuebles (I.B.I), por diez años.
- Exoneración del Impuesto General al Valor Agregado (IVA) aplicables a los servicios de diseño/ingeniería y construcción.
- 100% de exoneración de impuestos de Importación y del Impuesto General al Valor Agregado (IVA) en la compra de bienes no suntuosos de construcción, de accesorios fijos para la edificación por un período de años.

A continuación, se diagrama el proceso del modelo INTUR:

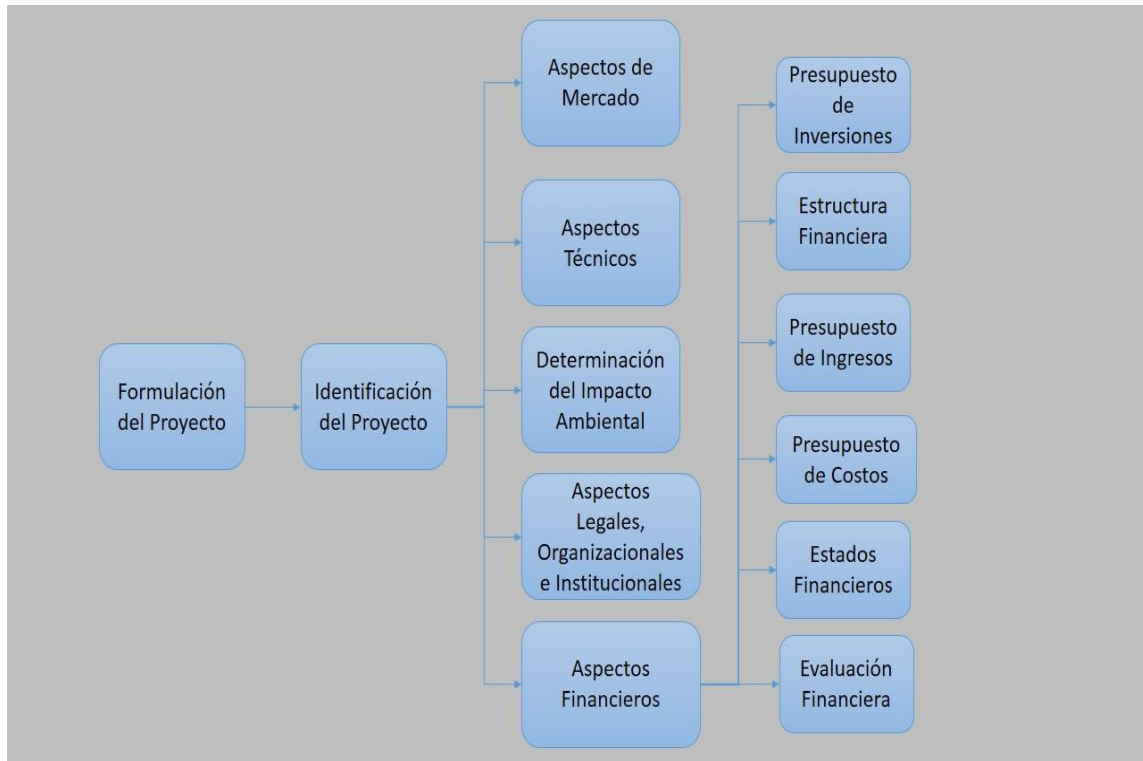


Gráfico No 3. Esquema de Modelo INTUR para aplicación a la Ley 306.

Fuente: Elaboración Propia.

#### 4.4.4 Modelo de trabajo seleccionado

Se elige el modelo metodológico del INTUR respetando la estructura de contenido para la presentación del estudio, establecida por la Universidad Politécnica de Nicaragua.

El modelo del INTUR permite la aplicación de beneficios de la Ley No. 306 y que presenta las características adecuadas para este estudio, además de ser un modelo sencillo, completo y adecuado tiene la bondad de que el dueño del proyecto pueda aplicar a los beneficios establecidos en la Ley de Incentivos para la Industria Turística.



## **5. Diseño Metodológico**

### 5.1 Tipología de la investigación

#### 5.1.1 Método general

Este estudio comprende un enfoque mixto ya que la recolección de datos permitió la medición numérica de patrones de comportamiento, así como el análisis estadístico de datos para tener una mejor perspectiva del alcance de la inversión, a la vez que se dio un proceso de interpretación entre los hechos y las acciones y su aplicación en el campo de estudio.

Este enfoque conllevó al estudio a un mejor panorama de la realidad de los deseos y necesidades del turista, así como un perfil del mismo y obtuvo así una mejor perspectiva del tipo de servicio que busca en la comunidad; a su vez da una pauta para medir y estimar la oferta y demanda, así como tener una mejor visión de la magnitud de la inversión que debe realizarse para satisfacer la misma.

#### 5.1.2 Nivel de investigación

El nivel de investigación utilizado para este estudio es de tipo descriptivo ya que se indagó las tendencias de la población sometida al estudio y se identificó elementos y características del problema de investigación, que comprende variables sociodemográficas, económicas, culturales y ambientales.

Este nivel de investigación permitió visualizar las tendencias del turismo en esta comunidad, describiendo no solo el perfil del turista sino también un breve análisis de la competencia y el entorno en el que se desarrollará el proyecto.

### 5.1.3 Diseño de investigación

El diseño aplicado a esta investigación es de tipo no experimental, de corte transversal ya que no se manipularon las variables, se dio un proceso de recolección de datos y observación en un solo momento o periodo de tiempo determinado donde se indagó los patrones y comportamientos en su ambiente natural para su posterior análisis.

La recolección de datos se llevó a cabo en la comunidad “La Garnacha” la cual fue objeto de estudio de esta investigación y el corte o período de tiempo en el que se realizó está definido en el cronograma de actividades. Ver Anexo No 35. Cronograma de Actividades

### 5.1.4 Fuentes de información

Las fuentes de información se obtuvieron de la búsqueda en diferentes documentos, conteniendo información de utilidad para el estudio realizado. De acuerdo con el nivel de información las fuentes fueron primarias y secundarias.

En este estudio, fue necesario construir instrumentos que brindaron información permitiendo obtener datos de la realidad en el sitio; con la finalidad de acercarse a la situación actual y extraer de ahí información.

Fuente primaria: Aquellas que se obtuvieron directamente de la realidad, que recolectan información por medio de los siguientes instrumentos: Encuestas de mercado, entrevista dirigida a dueños de negocios similares en la comunidad, proceso de observación de campo en el lugar de estudio.

Fuente secundaria: Aquellos registros escritos procedentes de un contacto con la práctica, que ya han sido elegidos y procesados por otros investigadores o entidades, entre ellos tenemos: estudios previos, estadísticas y datos de entidades gubernamentales y no gubernamentales.

## 5.2 Población y muestra

### 5.2.1 Definición de la población

Para definir el tamaño de la población en este estudio, se tomó en cuenta grupos del universo que comprenden a los turistas extranjeros y los turistas nacionales. El INTUR registra datos del turista extranjero sin embargo no ocurre lo mismo con el turista interno por lo que no se cuenta con esta información oficial por parte de la institución.

Según un artículo de turismo de Madriz y Estelí del diario La Prensa, el presidente departamental de CANTUR, Salvador López manifiesta que para el año 2006 la Región de las Segovias (Estelí, Madriz y Nueva Segovia) el número de turistas que circuló por la zona osciló entre 35,000 a 45,000 habitantes (Aragon, 2007)

Se procedió a realizar consulta al señor López quien informa que para el año 2016 se recopiló información del número de visitantes en la región la cual asciende a los 55,000 turistas tanto nacionales como extranjeros. Se calcula un 65% de nacionales y un 35% de extranjeros. Estos visitan la región mayoritariamente en el periodo vacacional del verano y en el mes de diciembre.

En el área de la reserva Tisey - Estanzuela algunos pequeños negocios levantan algunos datos de la cantidad de visitantes que demandan sus servicios, estos datos por su carácter de informalidad no serían fiables para este estudio, por tanto, se toma como población el dato proporcionado por CANTUR de 55,000 visitantes como universo para la muestra.

### 5.2.2 Definición de la muestra

La muestra tomada en este estudio fue válida para la aplicación de la encuesta que se utilizó como instrumento de recopilación de datos que forma parte del estudio de mercado.

Se utilizó para este estudio un tipo de muestreo probabilístico sistemático, ya que cada elemento se seleccionará en un intervalo uniforme que se divide respecto al orden, a su vez este tipo de muestreo permitió una representatividad de los diferentes estratos de la población.

Para ello se utilizó la siguiente fórmula presentada en la página web [www.es.surveymonkey.com](http://www.es.surveymonkey.com), dónde se considera un margen de error del 6% y un nivel de confianza del 95%:

$$\text{Tamaño de la muestra} = \frac{\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2}}{1 + \left(\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2 N}\right)}$$

Donde:

n = Tamaño de la Muestra.

z = Nivel de Confianza Deseado.

p = Proporción de la población con la característica deseada (éxito).

(1-p) = Proporción de la población con la característica deseada (fracaso).

e = Nivel de Error.

N = Tamaño de la población.

Aplicando la fórmula se obtiene una muestra poblacional de 266 turistas que participó colaborando con el instrumento de recolección de datos.

### 5.2.3 Matriz de operacionalización de Variables

Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Medición	Fuentes	Instrumentos
<b>Prefactibilidad</b>	Identificación	Nombre	¿Cuál es el Nombre del Proyecto?	Nominal	Dueño del Proyecto	Entrevista
	Aspectos de Mercado	Definición del Servicio	¿Cuál es el tipo de servicio ofertado una vez se ejecute el proyecto?	Nominal	Demanda	Encuesta
		Beneficiario	¿Quiénes se Benefician del Proyecto?	Nominal	Dueño del Proyecto	Entrevista
		Oferta	¿Cuál es la oferta turística actual en el área de desarrollo y ejecución del proyecto?	Nominal / Ordinal	Competencia	Entrevista
		Demanda	¿Cuál es la demanda actual de turistas nacionales y extranjeros en la región?	Nominal / Ordinal	demanda	Encuesta

		Balance / Oferta - Demanda	¿Cuál es el balance entre oferta actual de hospedería y la demanda por parte de turistas?	ordinal	competencia / demanda	Entrevista / Encuesta
		Sistema de Precio	¿Cuál será el sistema de precios o tarifas a establecerse para el negocio?	ordinal	demanda	Encuesta
		Promoción y comercialización del proyecto	¿Cuáles serán las estrategias de promoción y los medios de comercialización y publicidad del proyecto?	Nominal	Demanda	Encuesta
Aspectos Técnicos		Localización y Área de influencia	¿Dónde estará ubicado a nivel macro y micro el proyecto y cuál el área de influencia del mismo?	Nominal	Dueño del Proyecto	Entrevista
		Infraestructura existente	¿Se cuenta con infraestructura vial, eléctrica, de telecomunicaciones, servicio de agua potable, acceso a servicios de salud en el lugar de desarrollo del proyecto?	Nominal	Dueño del Proyecto	Entrevista

		Tamaño del Proyecto	¿Está definido el tamaño, en cuanto a capacidad, diseño y división de áreas que contempla la construcción de este proyecto?	Ordinal	Dueño del Proyecto	Entrevista
		Programa de Ejecución	¿En qué momento se llevarán a cabo las obras del proyecto?	Ordinal	Dueño del Proyecto	Entrevista
		Aspectos Técnicos Tributarios	¿Cuál es la legislación tributaria que afecta la importación de bienes para la ejecución del proyecto?	Nominal	Dirección General de Aduana	Entrevista
Impacto Ambiental		Determinación del Impacto Ambiental	¿Cuál sería el impacto ambiental del proyecto?	Nominal	MARENA/Dueño del proyecto	Entrevista
Aspectos Legales, Organizacionales e Institucionales		Razón Social	¿Cómo estaría constituida legalmente la empresa y cuál sería la razón social de la misma?	Nominal	Equipo de Investigación	Planteamiento en el Estudio

		Ejecución del proyecto	¿Cuál es la capacidad de las empresas proveedoras para llevar a cabo el proyecto?	Nominal	Equipo de Investigación	Planteamiento en el Estudio
		Aspectos organizacionales	¿Cuál será la estructura organizacional y los procedimientos operacionales de la empresa?	Nominal	Equipo de Investigación	Planteamiento en el Estudio
		Aspectos Institucionales	¿Qué convenios y licencias se necesitan para la operación de la empresa?	Nominal	Equipo de Investigación	Planteamiento en el Estudio
	Presupuesto de Inversiones	Plan Global de inversiones	¿Cuáles son los principales elementos que componen el plan de inversión a lo largo del tiempo?	Ordinal	Equipo de Investigación	Resultado del presupuesto de inversiones



		Distribución de la Inversión	¿Cuáles son las inversiones fijas del proyecto?	Ordinal	Equipo de Investigación	Resultado del presupuesto de inversiones
			¿Cuáles son las inversiones diferidas del proyecto?	Ordinal	Equipo de Investigación	Resultado del presupuesto de inversiones
			¿Cuál es el capital de trabajo necesario para el proyecto?	Ordinal	Equipo de Investigación	Resultado del presupuesto de inversiones
	Estructura Financiera	Fuentes de Financiamiento	¿Cuáles son los recursos financieros con los que se cuenta para la ejecución del proyecto?	Nominal / Ordinal	Dueño del proyecto / Entidades Financieras	Planteamiento en el Estudio

		Calendarización de aportes de recursos financieros	¿En qué momento se realizarán los desembolsos de los recursos financieros?	Nominal / Ordinal	Dueño del proyecto / Entidades Financieras	Planteamiento en el Estudio
	Presupuesto de Ingresos	Proyecciones de ventas	¿Cuáles serán las proyecciones de ventas a diez años?	ordinal	Equipo de Investigación	Resultado del presupuesto de ingresos
	Presupuesto de costos y gastos operativos	Proyecciones de costos y gastos	¿Cuáles serán las proyecciones de costos y gastos a diez años?	ordinal	Equipo de Investigación	Resultado del presupuesto de costos y gastos operativos
	Estados Financieros	Análisis Financiero del proyecto	¿Cuál será el balance general y estado de pérdidas y ganancias para tres años?	ordinal	Equipo de Investigación	Resultado de los Estados Financieros

	Evaluación financiera	Indicadores Financieros	¿Cuál es el VAN, TIR y RBC del proyecto?	ordinal	Equipo de Investigación	Resultado de la evaluación financiera
		Punto de Equilibrio	¿Cuál sería el punto de equilibrio para el proyecto?	ordinal	Equipo de Investigación	Resultado de la evaluación financiera
		Análisis de sensibilidad	¿Cuáles serían las variaciones o aspectos críticos en la evaluación del proyecto?	ordinal	Equipo de Investigación	Resultado de la evaluación financiera

## 5.4 Método e instrumento de recolección de datos

### 5.4.1 Encuesta

Se realizó una encuesta física aplicada en el campo con un cuestionario que tuvo la finalidad de indagar la intención de los visitantes de hospedarse en el área, conocer sus gustos y preferencias en cuanto a hoteles de montaña y evaluar aspectos de mercado referentes a la demanda acorde a la operacionalización de variables previamente realizada. Ver Anexo No 1. Encuesta para estudio de Mercado

### 5.4.2 Entrevistas

Para el estudio de mercado se realizaron entrevistas personales con cuestionario guiado, previamente elaborado; con los gerentes de al menos tres lugares que ofrecen el servicio de hospedería en el área, con la finalidad de recopilar información de la oferta actual y el tipo de servicio que se ofrece a los turistas, obteniendo de este modo información veraz y de primera mano.

Para el estudio técnico, estudio de impacto ambiental y aspectos legales, organizacionales e institucionales de igual manera, se realizaron entrevistas con el/los dueños del proyecto con cuestionarios de preguntas elaboradas para recolectar la información necesaria en estos aspectos contenidos en el modelo elegido para este estudio. Ver Anexo No 3. Entrevista para el estudio de mercado, Anexo No 22. Entrevista para estudio técnico y aspectos legales y Anexo No 23. Entrevista para estudio ambiental

#### 5.4.3 Procedimientos para la recolección de datos

El Procedimiento para este trabajo se basó en la recolección de información para diagnosticar los aspectos de mercado presentes en el modelo seleccionado recopilando datos de la demanda (clientes) por medio de la encuesta, así como de la oferta (competencia) por medio de la entrevista.

La Encuesta se ejecutó en el campo, en días de mayor afluencia de turistas (fines de semana). El contenido de la misma estuvo centrado en conocer aspectos sociodemográficos, elementos de marketing (producto, precio, plaza y promoción), y expectativas de los turistas que visitan o visitarán hoteles de montaña en la localidad. Para la misma se recopiló información de carácter ordinal utilizando preguntas dicotómicas, selección múltiple y escala de Likert. El cuestionario consta de catorce preguntas y tiene una duración aproximada de cuatro minutos para su llenado. Se realizó un pilotaje al menos a 10 personas, para detectar posibles errores de redacción u orden.

La encuesta se aplicó a todos los turistas que visitaron la zona de estudio y tuvieron la voluntad de colaborar con el mismo. Debido a razones de tiempo y presupuesto no hubo una estrategia de selección de los participantes, ya que de haber establecido este parámetro el procedimiento de recolección de datos para lograr la muestra previamente establecida hubiese tomado un periodo de tiempo más extenso.

La entrevista se efectuó previa cita con los dueños - propietarios o gerentes de los lugares que ofertan el servicio en la localidad. Esta contenía un listado de nueve preguntas abiertas directas, dirigidas y estructuradas para recopilar la información relevante en cuanto al tipo de servicio, expectativas de mejora y crecimiento, elementos de marketing utilizados y valor agregado al servicio. La duración aproximada de la actividad fue de 15 minutos con la persona entrevistada.

#### 5.4.4 Plan de análisis y tabulación de datos

Una vez recolectada la información con el instrumento de recolección de datos, se procedió a una revisión de los mismos y se procesó la información a través del programa estadístico SPSS, el cual permitió simplificar la información recolectada para un análisis de la situación actual del turismo en el área. Del mismo modo se utilizó el programa Excel 2016 que conforma parte de la paquetería de Microsoft Office el cual permitió la elaboración de gráficos donde se visualizaron de una manera clara los distintos comportamientos, gustos y preferencias y la percepción actual que tienen los turistas que visitan esta región.

## **6. Desarrollo del Estudio**

### 6.1 Identificación del proyecto

#### 6.1.1 Identificación del objeto del estudio

El turismo se ha convertido en una fuente generadora de ingresos para aquellos empresarios que han optado por invertir en el sector ofertando sus productos y servicios a los turistas. Según el Instituto Nicaragüense de Turismo, el turismo ha venido incrementando gradualmente y esto se refleja en las estadísticas del mes de abril del 2017 en donde la llegada de turistas internacionales incrementó en un 21.6 por ciento con respecto al año anterior (330,522 visitantes adicionales) y lo más importante de este dato es que en un 95.9 por ciento fueron turistas que pernoctaron al menos una noche, lo que indica que la oferta de alojamiento también incrementó en un 5.1 por ciento y que debido al incremento que año con año va teniendo el turismo en nuestro país, por lo que se debe invertir en este sector y sobre todo ofrecer servicios y productos de mejor calidad que conlleve a la visita de más turistas (Banco Central de Nicaragua, Abril 2018, pp. 3,7)

Es por ello que la creación de este hotel de montaña será una alternativa para aquellos que deseen realizar un tipo de turismo, en el cual tendrán contacto directo con la naturaleza y optan por un ambiente de tranquilidad, así mismo disfrutar de la gastronomía de la zona.

### 6.1.2 Descripción del proyecto

El proyecto consiste en la creación de un hotel de montaña en la comunidad La Garnacha del departamento de Estelí, que permita ofrecer una nueva opción en el sector turismo que visita esta zona. Cabe mencionar que, por las características de la misma, existe mucha afluencia de turistas tanto nacionales como extranjeros, es por ello que la creación de este hotel pretende ofrecer mejores condiciones para hacer una estadía placentera, ofreciendo un lugar de descanso y relajación, contacto con la naturaleza ofreciendo excelente atención y servicio.

El hotel contará con cinco cabañas modernas de diseño minimalista, con amplios ventanales y vistas panorámicas a la franja volcánica del pacífico de Nicaragua, siendo uno de los mayores atractivos que ofrece el lugar. Estas estarán equipadas con baño privado, agua caliente, amenidades de baño, balcón con hamaca, cama tamaño Queen, mesas y lámparas de noche, cafetera y café de cortesía. Además de todo esto, el hotel tendrá una decoración en concordancia con el lugar basada mayoritariamente en la ya conocida artesanía de madera y piedra marmolina de la localidad.

Otra característica del servicio es que ofrecerá el traslado desde y hacia el aeropuerto (previa reserva), parqueo privado, área de comedor, conexión wi-fi, plataforma de yoga, Spa con cuarto de sauna y sala de masaje, Jacuzzi de exteriores, sendero dentro del hotel con pequeños kioscos donde se podrá divisar distintos atractivos naturales y degustar quesos, carnes ahumadas, vinos y café, todo esto dentro de las instalaciones del hotel.

En cuanto a la gastronomía, se orienta una experiencia culinaria diferente en la que se mezclan la cocina gourmet con el característico toque de la cocina típica nicaragüense, utilizando frutas y vegetales e ingredientes producidos por agricultores de la zona, donde incluso los platos más sencillos serán extraordinarios.

La diferenciación del hotel estará basada en la atención personalizada a los huéspedes, el confort ofrecido en las habitaciones, los servicios agregados que se podrán adquirir, así como las actividades de relajación y esparcimiento que se pueden llevar a cabo dentro y fuera de las instalaciones.

### 6.1.3 Sector y subsector al que pertenece

Sector turismo, siendo este en la actualidad uno de los más importantes ya que aporta significativamente a la economía del país, donde el turismo de montaña está teniendo un crecimiento considerable debido a que los turistas prefieren cada vez más un lugar de descanso y relajación, que le permita tener contacto directo con los atractivos naturales que posee la zona norte de nuestro país.

Este proyecto pertenece al sub sector hotelería, el cual vendrá a incrementar la escasa oferta de hoteles de montaña que actualmente existe en el país, dando una nueva opción en un lugar que no ha sido debidamente aprovechado.

### 6.1.4 Ubicación geográfica y cobertura del proyecto

Físico: Comunidad la Garnacha a 16 km de la ciudad de Estelí, con carretera de fácil acceso a la zona.

Cobertura: Turistas nacionales e internacionales que visitan el corredor Turístico Tisey Estanzuela.



### 6.1.5 Institución dueña del proyecto

La institución será de carácter familiar, estará conformada por dos socios los que con su aporte serán los dueños del proyecto, ya que ellos identificaron la necesidad de ofrecer un servicio de calidad, para los turistas que visitan la zona y que desean hospedarse por lo menos una noche.

### 6.1.6 Institución ejecutora del proyecto

La ejecución estará dada por los socios del hotel, los cuales estarán inmersos en todas las fases de creación del hotel, como la construcción, equipamiento, operación, así como el seguimiento y control de calidad en el servicio.

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

El crecimiento gradual del turismo en Nicaragua impulsa cada vez más al sector hotelero del país, no solamente en la mejora de la calidad ofrecida de los lugares ya existentes, sino también en el surgimiento de nuevos negocios en esta rama del sector turismo, lo que incrementa el número de habitaciones que oferta el país al turista.

Los pequeños hoteles son de gran importancia para este desarrollo y crecimiento del sector hotelero ya que, en este tipo de hotel, el turista logra conocer más de cerca la cultura del país por lo que no deben estar enfocados solamente en el turista nacional sino también en el turista extranjero.

Por excelencia el turismo que más se promociona en nuestro país es el turismo sol y playa; sin embargo, el turismo de montaña ha venido ganando terreno sobre todo en aquel turista que busca lugares de descanso, relajación y mayor contacto con la naturaleza, pero no existe una gran diversidad de hoteles de montaña que presten las condiciones que demanda el turista (Centro Humboldt, 2008, pág. 28).

La comunidad La Garnacha es una comunidad dentro de una reserva natural, en donde su clima fresco y los hermosos paisajes son elementos que vuelven atractiva la zona; agregado a esto, el carisma de sus pobladores, la gastronomía, artesanías y la fábrica de quesos, hacen de La Garnacha un atractivo turístico muy visitado durante todas las épocas del año, lo cual ha sido aprovechado por sus pobladores para ofertar un turismo rural y comunitario.

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

Aunque en el área no se han desarrollado estudios a los negocios que ofertan el servicio de hospedería en la comunidad y sus alrededores, se han realizado diagnósticos y propuestas de mejoras a los negocios existentes en la zona.

En mayo 2007 se llevó a cabo una autoevaluación a la asociación programa agrícola san Nicolás (ASOPASN), la cual fue realizada por FUNICA con la finalidad de aprovechar el potencial productivo de la asociación, fortalecer capacidades y desarrollar las actividades que lleva a cabo la cooperativa entre ellas las ecoturísticas como son la venta de artesanías, recorridos por rutas y senderos turísticos, comedor y servicios de hospedaje.

Esta evaluación refleja la necesidad de asistencia técnica para los procesos organizacionales, la falta de infraestructura productiva que permita explotar de una mejor manera el potencial de la zona y así fortalecer sus capacidades de planificación estratégica y gestión organizacional para tener mayor independencia económica en desarrollo de los negocios (FUNICA, 2007, págs. 1,2)

En la tesis de maestría gestión administrativa de pequeñas empresas turísticas rurales sostenibles en la reserva natural Tisey – Estanzuela para el primer semestre 2016, se brindaron estrategias y recomendaciones para actualizar métodos empíricos por técnicas empresariales estratégicas que generen cambios positivos a corto y mediano plazo con la finalidad de lograr un desarrollo como empresas competitivas

capaces de atraer una mayor cantidad de turistas y visitantes a los negocios que operan dentro de la Reserva Natural Tisey- Estanzuela (Freeman, 2016, págs. 12,13)

En la Propuesta de desarrollo turístico sostenible en la Finca El Jalacate, municipio de Estelí en el II semestre del año 2014, se plantean estrategias de promoción y desarrollo turístico para esta finca que es uno de los atractivos de la zona de estudio. Se determinó que existe muy poca promoción para el destino turístico y hace énfasis en la problemática de accesibilidad vial y transporte público hacia la reserva. El estudio recomienda la inversión en actividades de desarrollo y mejora al local, así como la inversión en publicidad y promoción del destino turístico y el negocio. A su vez sugiere la gestión con autoridades municipales para la mejora de las vías de acceso (Cruz, Rodríguez, & Rugama, 2015, pp. 6,40)

El Plan Estratégico de Desarrollo Administrativo Turístico para el comanejo del Salto de la Estanzuela, plasma la inexistencia de un manejo sostenible y el abandono de organizaciones y autoridades locales para este atractivo turístico de la reserva; por tanto plantea estrategias de desarrollo para este patrimonio del departamento de Estelí, por medio del establecimiento de una estación biológica que implica la construcción de infraestructura adecuada, impulsar un plan de publicidad y un plan de manejo y mitigación de deterioro ambiental (Torres & Perez, 2006, pp. 1,2,4)

El documento Estrategias de desarrollo del turismo ornitológico, en la Reserva El Tisey. Caso La Almaciguera como zona núcleo, propone este tipo de turismo (Avistamiento de Aves) como un verdadero catalizador para el desarrollo turístico en la reserva, define estrategias de publicidad y promoción que coadyuven en la creación del plan de marketing para el desarrollo del turismo ornitológico y promueve la creación de infraestructuras consistentes para el establecimiento de este tipo de turismo, facilitando así, las estrategias de mejora pertinentes. El estudio concluye que este tipo de turismo sería un factor estratégico relevante que permitirá mejorar la competitividad turística, es una opción razonable e interesante de cara al futuro y es una actividad con buenas perspectivas de crecimiento. Recomienda a su vez mejorar los servicios de hospedaje, alimentación y bebidas, así como un mejor control de las visitas de turistas a la reserva (Arauz & Urbina, pp. 10-12, 239-242)

### 6.1.9 Antecedentes del proyecto

Existen en Nicaragua lugares que tienen potencial turístico, con climas agradables, ambientes relajantes y paisajes espectaculares que no son ofertados o explotados como productos turísticos; ya que muchas veces no se cuenta con los requerimientos o condiciones de equipamiento necesarios que garanticen el confort y deleite de los turistas, lo que impide la estancia de los visitantes en los lugares, reduciendo así el gasto y consumo por parte de estos en la localidad. Por ello se necesitan proyectos de inversión que fortalezcan la oferta turística y que contribuyan al entorno de manera sostenible.

El documento de Investigación, Segmentos de mercado potenciales para los clústeres de Jinotega y Estelí, comprende un proceso de investigación sobre segmentos de mercado que visitan las zonas de Jinotega y Estelí, que pretende dar a conocer y entender el comportamiento del mercado turístico con la finalidad de implementar un plan de promoción y mercadeo que involucre a los diferentes actores claves y líderes de la industria turística local en la toma de decisiones y su ejecución, a fin de atraer un mayor movimiento de turistas a la zona. A su vez el documento expresa que el departamento de Estelí está entre los primeros siete sitios más visitados por turistas internacionales que ingresan a nuestro país y concluye que existe un mercado nacional e internacional demandante de servicios y actividades turísticas que están dispuestos a visitar la región por su belleza natural y cultura; estos turistas tienen un gasto por día considerable por lo cual es necesario mantener precios competitivos y razonables que sean atractivos para visitar la región por lo que es de vital importancia una adecuada promoción del destino turístico (USAID, 2012, pp. 13,58-59)

El Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR), en su documento Definición de las Políticas y Estrategias del Turismo Rural Sostenible de Nicaragua, se concretan las directrices y actividades para orientar el desarrollo del Turismo Rural Sostenible en el país. Este documento impulsa y promueve el desarrollo de las actividades turísticas sostenibles en territorios rurales como lo es la comunidad La Garnacha objeto de este

estudio, el mismo recomienda desarrollar acciones y sistematizar experiencias para crear un modelo de desarrollo del turismo rural y sostenible creando programas de capacitación y asistencia técnica para fortalecer la capacidad y gestión empresarial, realizar estudios de mercadeo específicos e implementar estrategias de promoción para este tipo de turismo (Santamaría & Baca, 2009, pp. 5,73)

La Monografía Contribución del sector turístico nicaragüense en los aspectos económico, social y ambiental en los años 2009-2013; para optar al título de Licenciatura en Economía, establece que el Turismo como actividad económica no sólo impacta al propio sector económico, sino que además influye fuertemente en los resultados de otros sectores, en un aumento de la calidad de vida de las personas, y un mejor aprovechamiento de nuestros atractivos naturales; a su vez se estudian los efectos de cambios en la estructura del sector turismo, en algunos casos, cambios generados por factores totalmente exógenos; en otros casos, cambios generados por políticas de los gobiernos o emprendimientos del sector privado, políticas impositivas de comercio exterior y políticas impositivas internas. El estudio concluye en la importancia que tiene la actividad turística en la economía nicaragüense, la relevancia de las divisas que se generan por dicha actividad así como el incremento del turismo sostenible como una fuente de desarrollo local y rural principalmente en el norte del país y que promueven la preservación de los recursos naturales con los que el país cuenta (Castro, Gaitán, & Tapia, 2015, págs. 1,79)

El aspecto ambiental es determinante en este tipo de estudios, en el documento Cambio Climático y Retos para el Sector Turismo en Centroamérica, refiere a los planes que tienen los países centroamericanos para expandir las actividades turísticas, los cuales dependen en gran medida de la atracción de sus recursos naturales, a su vez se analiza la vulnerabilidad frente al cambio climático, asimismo examina el marco legal e institucional de protección al medio ambiente con especial énfasis en el turismo. Finalmente hace recomendaciones de políticas de adaptación aplicadas al sector (Schatan, Montiel, & Romero, 2010, págs. 5-6)

En la Tesis para optar al título de Master en Gestión, Sostenibilidad y Calidad de las MiPymes titulada Gestión administrativa de pequeñas empresas turísticas rurales sostenibles en la Reserva Natural Tisey-Estanzuela para el primer semestre 2016; se evalúa la gestión administrativa aplicada a los negocios de turismo en la zona, así como el nivel de sostenibilidad que aplican las MIPYMES del sector para identificar posibles debilidades y recomendar estrategias que mejoren y aceleren los servicios ofrecidos, con el objetivo de atraer nuevos clientes y mejorar la competitividad. Los resultados de este estudio mostraron que los propietarios de negocios turísticos en el sector utilizan métodos administrativos empíricos, hacen poca publicidad, intentan ser sostenibles, pero existen debilidades internas y externas que frenan del desarrollo turístico sostenible por lo que se plantean propuestas de estrategias empresariales para el bienestar y desarrollo de los negocios turísticos rurales y de la comunidad en general (Freeman, 2016, pág. 5)

En el Plan Nacional de Desarrollo Turístico Sostenible de Nicaragua se describe una serie de estudios sobre la situación de los distintos elementos integrantes de la actividad turística así como las condiciones del entorno, los recursos, la demanda, la oferta, la institucionalidad y los destinos con los que se compete actualmente; con el objetivo de conocer con rigor y precisión el estado de la industria turística nicaragüense (EPYPSA, AFI, TEA CEGOS., 2011, pág. 4)

El Plan de Marketing Estratégico de Turismo, que tiene como misión principal determinar las acciones a desarrollar en el ámbito de la promoción y comercialización turística de Nicaragua con el propósito de identificar las actuaciones a implementar para el desarrollo de las líneas estratégicas que conforman la Estrategia Turística de Desarrollo Sostenible en la promoción e inteligencia del mercado, la diferenciación y diversificación del producto turístico y la comercialización e identificación de nuevos mercados (EPYPSA, AFI, TEA CEGOS., 2011, págs. 4-5)

El Proyecto Ecoturístico Integrado en la Reserva Natural El Tisey – Estanzuela, realiza un inventario y análisis de los recursos y servicios turísticos existentes en esta reserva natural y propone un plan de acción para mejorar la accesibilidad, seguridad, calidad ambiental y los aspectos que se deben tener en cuenta para la gestión de un

destino turístico en el área. El estudio resalta la poca evolución del ecoturismo en la región, las causas del desarrollo precario de los servicios y recursos que se ofrecen. La falta de financiamiento, poco apoyo de instituciones y mala infraestructura son factores del subdesarrollo turístico. En el área de estudio existe potencial y recursos turísticos que deben maximizarse por medio de la inversión y la mejora de condiciones que repercutan directamente en la calidad de los servicios ofertados (Rivas, Mireia, Laura, & Laura., 2008, págs. 7, 108-110)

El Artículo Economía Campesina en la comunidad la Garnacha, Estelí, Nicaragua; plasma la realidad de la economía de la comunidad caracterizando los sistemas de producción presentes enfocándose en los principales sectores productivos entre ellos el turismo como una diversificación de estos. En sus conclusiones se establece que, aunque se presentan avances turísticos en el área, se necesitan presencia de organismos estatales y ONG's que hagan más inversión y promoción por las bellezas naturales del lugar (Sanchez & Tapia, 2015, págs. 195-196,214)

#### 6.1.10 Identificación de recursos disponibles con que cuenta el proyecto

Para la creación del hotel de montaña, se cuenta con la principal ventaja que es el terreno de 5 manzanas y ubicado en la zona, además posee características propias como es un mirador hacia la cordillera volcánica de Nicaragua, prestando así las condiciones necesarias para la construcción y puesta en marcha del proyecto. Cabe mencionar que existe accesibilidad a los servicios básicos, vías de acceso, talento humano de la comunidad que puede ser contratado y capacitado para brindar un servicio de calidad.

Para llevar a cabo la construcción y equipamiento del hotel, será necesario un financiamiento del 80 por ciento del costo total del proyecto.

### 6.1.11 Los objetivos del proyecto

#### Objetivos de Ejecución (corto plazo)

- Construcción de un hotel de montaña, en la comunidad La Garnacha del departamento de Estelí, que preste las condiciones necesarias para la estadía de turistas tanto nacionales como extranjeros.
- Realizar un adecuado uso de los recursos financieros maximizando los mismos para lograr concluir de manera eficiente todos los procesos de construcción y equipamiento del hotel.
- Realizar todos los procedimientos legales requeridos para que se garantice la operación del establecimiento.
- Seleccionar al talento humano que estará a cargo de la operación del hotel, para su posterior contratación.

#### Objetivos de Operación (mediano plazo)

- Promover el desarrollo turístico de la región que permita un buen desarrollo socioeconómico y genere oportunidades de trabajo.
- Ofrecer un servicio de alojamiento con condiciones adecuadas y confortables satisfaciendo necesidades de turistas nacionales y extranjeros.
- Establecer una estrategia de posicionamiento en el mercado utilizando los enfoques necesarios para llegar al segmento de mercado seleccionado.



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

La creación del hotel brindará la oportunidad de un mejor desarrollo de la localidad, aprovechando así la visita de turistas para ofertar sus productos y servicios e impulsando el turismo de la zona. También el hotel proporcionará seis empleos directos con los cuales las familias de la comunidad tendrán un mejor nivel de vida, ya que tendrán un ingreso fijo a su economía.

En cuanto a la necesidad de productos alimenticios, lo que no se produzca en el huerto del hotel se comprará a los mismos productores de la zona. También se tendrá la responsabilidad de preservar el medio natural en el cual se construirá el hotel, así mismo se crearán planes de contingencia y mitigación en conjunto con otros negocios para proteger los atractivos turísticos de la zona.

#### 6.1.13 Determinación, delimitación y cuantificación de los clientes

Estos aspectos están determinados por los turistas nacionales e internacionales dentro de los cuales se encuentran segmentos de mercado que los podemos dividir en:

- Familias tradicionales: familias que salen fines de semana y pernoctan en otros sitios especialmente en fechas de vacaciones, tienen como finalidad visitar destinos que ofrecen actividades ligadas a la naturaleza, en busca de un clima fresco, agradable y belleza escénica. Desean experimentar una aventura en un ambiente natural y desean que su familia tenga mayor conocimiento sobre los recursos naturales.
- Grupos religiosos: por las características de un ambiente de relajación es visitado por este grupo quienes están en búsqueda de tradiciones y festividades religiosas, a su vez realizan retiros espirituales en lugares que conlleve al contacto con la naturaleza.

- Jóvenes naturistas: este segmento está compuesto por jóvenes entre 22 y 35 años quienes prefieren salir de la rutina y disfrutar de la belleza natural, desean conocer sitios donde puedan practicar cualquier aventura tales como senderismo, camping, canopy o expediciones.
- Grupos de voluntarios: grupos que visitan comunidades para una labor solidaria y de manera gratuita en búsqueda de una experiencia en distintos ámbitos sociales como lo son educación, salud y medio ambiente; beneficiando a la comunidad.
- Estudiantes: comprendido por jóvenes estudiantes en su mayoría de secundaria o universidades que realizan convivencias o estudios prácticos en lugares turísticos como la comunidad donde se desarrolla el proyecto.

## 6.2 Estudio de Mercado

El análisis de los aspectos de mercado en este proyecto permitió recolectar la información necesaria para conocer la actual estructura del mercado, las necesidades y características de los clientes potenciales, tener una amplia perspectiva acerca de la oferta actual de los negocios en el área de estudio y mediante el análisis e interpretación de resultados se ha podido determinar aspectos relevantes para la toma de decisiones en este proyecto.

El estudio de los aspectos de mercado ha sido de gran relevancia ya que ayuda a comprender el ambiente actual para el establecimiento de este negocio, identificar los problemas y oportunidades en torno a la situación del mercado, evaluar y desarrollar alternativas de acción relacionadas a la mercadotecnia, así como la disminución del riesgo en la toma de decisiones.

Con la finalidad de que este proyecto pueda aplicar a los beneficios de la ley No. 306, Ley de Incentivos para la Industria Turística de Nicaragua, se realizó este análisis siguiendo el modelo de la guía para la presentación de proyectos de desarrollo turístico.

### 6.2.1 Definición del servicio

El proyecto de prefactibilidad está orientado a la creación de un hotel de montaña, que se encontrará ubicado en la comunidad La Garnacha, departamento de Estelí en el cual se brindará el servicio de hospedaje para aquel turista que desee prolongar su estancia en la Reserva Tisey - Estanzuela ofreciendo un lugar que tenga un ambiente ameno, sereno y lleno de tranquilidad; acompañado de buen clima, vistas panorámicas de paisajes pintorescos y muy llamativos, que puedan dar al huésped el descanso que está buscando en un lugar lleno de confort, excelente atención y servicio a precios accesibles.

Para una mejor comprensión de la definición del servicio se describirá las 4c del servicio.

1. Consumidor: Grupo conformado por turistas nacionales y extranjeros que buscan en su periodo vacacional, satisfacer sus necesidades de ocio y recreación en un lugar donde se pueda tener contacto con la naturaleza, ambiente y clima agradable acompañado de un servicio de calidad.
2. Conveniencia: La conveniencia estará definida por la accesibilidad al lugar, el ambiente durante la estadía, la atención del personal, los servicios agregados y opciones de compra del servicio.
3. Comunicación: La comunicación con los clientes no solo estará dada previo a la adquisición del servicio, sino que también posterior al mismo, con la finalidad de poder evaluar aspectos positivos y negativos de manera individual en la atención hacia el cliente y poder establecer estrategias de mejora. Cabe destacar que es necesaria la presencia en distintos medios de comunicación con la finalidad de llegar a los diferentes segmentos de mercado.

4. Costo: La entrada de este proyecto al mercado permitirá al consumidor tener una nueva opción para adquirir un servicio de hospedaría en la localidad. El costo pagado por el servicio recibido está relacionado a la experiencia que el cliente vivirá, así como a la satisfacción de sus expectativas.

Se procurará que el hotel cumpla con los requerimientos de un hotel 4 estrellas acorde a la clasificación del INTUR, sin embargo, al ser un hotel de montaña podrían haber algunos requisitos que no se podrán cumplir por lo que una vez el hotel entre a la fase de operaciones se solicitara a esta entidad la supervisión y categorización del mismo.

#### 6.2.1.1 Tipo de servicio

Consiste en la creación de un Hotel de Montaña que pretende ofrecer un servicio de hospedaría a turistas tanto nacionales como internacionales, destacando así una opción para permanecer y disfrutar de la cultura y atractivos característicos de la zona. Por tal razón las áreas dentro del hotel permitirán el auténtico espacio de tranquilidad y relajación que son elementos que van acorde con el ambiente natural.

Este tipo de servicio cumple con las demandas por parte de los turistas que buscan dentro de la zona un lugar que les ofrezca calidad en su atención y confort. Es por ello que todas las áreas del hotel estarán en concordancia con el lugar.

#### 6.2.1.2 Características

La creación de este hotel de montaña en la comunidad la Garnacha, atraerá a cientos de turistas que optan por este destino vacacional, siendo la estrategia principal brindar un servicio diferenciado a cada uno de los turistas que visitan la zona y además atender las exigencias particulares según edad y preferencia de actividades. Otro aspecto importante es el precio accesible factor no determinante para ofertar un

servicio de calidad que además contará con la privacidad y seguridad que ofrece lugar, lo que permitirá que los clientes se sientan satisfechos con la atención brindada.

Además de todo ello, la comunidad con su clima agradable y sus vistas panorámicas permitirá a los huéspedes apreciar estos atractivos a través de visitas por senderos, lo que harán la estadía de los huéspedes más prolongada.

### 6.2.1.3 Clasificación

La creación del hotel se hace con fines de cubrir la demanda turística de la zona, es decir se clasifica en el sector turismo, específicamente al turismo rural y de montaña que determina un ambiente tranquilo de contacto con la naturaleza, donde se pueden realizar diferentes actividades recreativas, como caminatas por los senderos o simplemente disfrutar de una hermosa vista siendo lo que actualmente los turistas están demandando.

La experiencia de disfrutar este tipo de turismo en nuestro país constituye una oportunidad para un sector importante de la sociedad que se dedica a explotar esta actividad, lo que significa un aporte valioso a la economía mejorando así las condiciones de vida de los habitantes del lugar.

Acorde al Clasificador uniforme de las actividades económicas de Nicaragua (CUAEN – CIIU), la empresa pertenece a la gran clasificación H, división 55 correspondientes a Hoteles y Restaurantes, al grupo 551 Hoteles, campamentos y otros tipos de hospedaje temporal y la subclasificación Hoteles, siendo su código 5510-01.

#### 6.2.1.4 Usos

El hotel de montaña contará con todas las comodidades para hacer de la estadía de sus clientes una experiencia única. Cabe mencionar que todo lo que el hotel ofrecerá es de uso exclusivo para sus huéspedes, así mismo el servicio de alimentación y spa, esto debido a que existe gran parte de turistas que llegan a la zona a realizar actividades de tipo excursionista.

Otro dato importante es la característica de este hotel de montaña de tipo campestre, el cual ofrece un ambiente de tranquilidad y relajación para salir de la rutina de la ciudad.

#### 6.2.1.5 Demandantes / clientes

Según la demanda, el servicio de hotel de montaña influirá mucho el turista nacional que en su mayoría son del departamento de Estelí por la cercanía del lugar, ya que una gran cantidad de ellos llegan a disfrutar de la gastronomía en familia y que desean prolongar su estancia. Cabe mencionar que otra parte de los demandantes son turistas nacionales de los diferentes departamentos del país e incluso una buena parte de la ciudad de Managua.

También es importante destacar los turistas extranjeros, quienes tienen un gusto preferencial por el turismo rural, tanto de relajación como de aventura, donde se puede disfrutar de un ambiente diferente al de la ciudad.

Los clientes del servicio del hotel de montaña estarán conformados mayoritariamente por parejas de distintos rangos de edad, aunque también se conforman grupos de amigos y familias dispuestos a explorar y disfrutar el turismo rural que ofrece la comunidad.

#### 6.2.1.6 Servicios sustitutos

En Nicaragua el turismo de montaña ha venido creciendo poco a poco, cada vez tanto turistas nacionales como extranjeros quieren experimentar y conocer nuevos lugares y se aventuran a conocer las regiones montañosas de nuestro país.

La ruta del café que promociona el INTUR abarca los cinco departamentos de la región Norte Central de Nicaragua: Estelí, Jinotega, Madriz, Matagalpa y Nueva Segovia la cual es conocida como una región de montañas frescas y bosques de nebliselva, además ofrece un turismo cultural lleno de tradiciones vivas donde se podrán encontrar artesanías, gastronomía local y productos de exportación como el café y el tabaco.

En cuanto a los hoteles de montaña en el país más conocidos encontramos los siguientes:

Nekupe catalogado como uno de los mejores resort de montaña a nivel mundial, ubicado en el municipio de Nandaime departamento de Granada. Cuenta con 8 habitaciones, 4 villas independientes y una Residencia o Casa principal. Su precio más bajo empieza en U\$ 900.00 por noche y es requerido un mínimo de dos noches de estadía.

Hotel Selva Negra, hotel de montaña pionero en el país, ubicado en el departamento de Matagalpa en una zona cafetalera que ofrece sus servicios desde 1975. Cuenta con Chalets, cabañas, habitaciones y un hostel para grupos grandes. Sus precios oscilan desde los U\$35.00 hasta los U\$105.00 por noche.

La Sombra Eco Lodge, inaugurado en el 2005, ubicado en el departamento de Matagalpa, cuenta con 17 habitaciones y sus precios oscilan entre U\$50.00 y U\$60.00 por noche.

Hotel Escuela Laguna de San Martín. Ubicado en el municipio de la Dalia en Matagalpa, cuenta con 9 habitaciones. Un parque acuático que forma parte de sus instalaciones. El precio de sus habitaciones es de U\$63.00 por noche.

Finca Esperanza Verde. Ubicado en el municipio de San Ramón, Matagalpa. Situado en una finca Cafetalera. Cuenta con 8 cabañas. Sus precios oscilan entre los U\$ 30.00 y U\$ 75.00 por noche.

Cerca del área de influencia del proyecto en la reserva Mirafior que está a 35 Km de la ciudad de Estelí, se encuentra el Hotel Neblina del Bosque que cuenta con dos cabañas de bambú, una cabaña tipo vanguardista y 2 habitaciones en una cabaña de dos pisos. Entre las actividades que oferta este hotel están cabalgatas, tour de hongos y clases de español. Los precios van desde los 35 a los 40 dólares por persona incluyendo alimentación.

Asimismo, como parte de este estudio de mercado se realizaron entrevistas a los dueños y administradores de negocios que prestan el servicio de hospedaría en el área de estudio, recolectando información muy valiosa para determinar aspectos necesarios para el desarrollo del estudio técnico.

Uno de los primeros hoteles en prestar su servicio en la reserva Tisey - Estanzuela es la Eco-Posada Tisey, el cual es de carácter familiar, ofrece sus servicios desde el 2001, cuentan con 9 cabañas y un albergue para grupos grandes, entre las actividades que ofertan, está el senderismo, visitar al mirador el segoviano que es uno de los puntos más altos de la reserva y un vivero donde se cultivan plantas ornamentales de la zona. El precio es de 200 Córdobas por persona y esto no incluye el desayuno. Su publicidad permanente consta de un perfil de la red social Facebook. Este negocio mantiene relaciones con el INTUR y la alcaldía de San Nicolás. Actualmente realizan trabajos de expansión y mejoras en la construcción de salones para actividades. Es importante destacar que este negocio manifiesta su preocupación por el acceso al lugar debido al mal estado de las vías que conducen hacia él.

Las cabañas los volcanes son un negocio que forma parte de la cooperativa ASOPASN, el cual tiene más de once años de existencia, cuenta con cinco cabañas y ocho habitaciones. Entre las actividades que ofertan están los recorridos por senderos, visita al mirador de Apaguají, fábrica de quesos y lumbricultura. Los precios oscilan desde los diez dólares por persona en habitaciones múltiples hasta los U\$40,00 por cabaña. Su publicidad consta de un perfil de la red social Facebook, página Web de la



cooperativa, participaciones en ferias y distribución de brochures. Este negocio está afiliado al INTUR y mantiene relaciones con el Minsa, Alcaldía y Policía Nacional. La cooperativa brinda trabajo o a miembros de la comunidad.

La finca el carrizo es un negocio familiar con diez años de existencia, cuenta con dos cabañas y se encuentra actualmente en expansión para lograr una capacidad de 30 personas. Entre las actividades que ofrece son tours a la finca orgánica, cabalgatas y visita a huerta de hortalizas y plantas medicinales. Su precio es de U\$ 20,00 por habitación y su publicidad es realizada por medio de un perfil de Facebook, página web Vianica.com, y su propietario asegura que la mejor publicidad del negocio es la que se da de persona a persona. Tienen alianzas con negocios para atraer turistas en la ciudad de Estelí y en la reserva de Miraflores.

El hotel Marduk Gardens, tiene dos años de existencia, posee cuatro cabañas con capacidad para 20 personas. Tiene actividades como el senderismo, cabalgatas, tiro con arco, yoga y próximamente Rapel. Tiene un costo que oscila entre los U\$ 45.00 y U\$ 65.00 por persona e incluye el desayuno. Existe una posible expansión a dos cabañas más y este negocio mantiene relaciones con el INTUR, la alcaldía y la policía nacional.

#### 6.2.1.7 Servicios complementarios

Dentro de los servicios complementarios que harán la estadía de los turistas más placentera tenemos:

- Servicio de internet: Este servicio estará en las diferentes áreas del hotel y dentro de las cabañas, ya que es un servicio demandado por los turistas.
- Servicio de transporte: Este será proporcionado a todos los turistas que con previa solicitud realicen su reservación.
- Tours: Este servicio será un agregado a futuro y se realizará por todos los atractivos de la zona.

- Spa: Un espacio que estará disponible para todos los huéspedes del hotel, donde disfrutaran de un momento de entera relajación.

El servicio de transporte, tours y spa tendrán un costo adicional que no está incluido en el precio de la habitación.

#### 6.2.1.8 Fuente de materia prima e insumos

Para el buen funcionamiento del hotel, es necesario contemplar a diferentes proveedores que cubran la demanda de materia prima e insumos que se requieren. Como se planteó anteriormente lo que corresponde a los productos alimenticios, parte de ellos se comprará a los productores de la zona, siendo mayormente vegetales, los otros insumos tanto alimenticios como de limpieza y mantenimiento del hotel serán adquiridos en supermercados, distribuidores y casas comerciales de la ciudad de Estelí y Managua.

#### 6.2.2 Demanda histórica, actual y futura sin proyecto

La reserva Tisey – Estanzuela, es un área turística muy visitada especialmente por turistas provenientes de la ciudad de Estelí, esto debido a su cercanía y la oferta gastronómica que hay en el sector.

Para poder determinar la demanda de turistas tanto nacionales como extranjeros que se hospedan o tienen intención de hospedarse en los lugares de la reserva, así como los gustos y preferencias de estos; se realizó una encuesta que permitió obtener los resultados de este estudio de Mercado (Ver Anexo N° 1. Encuesta para Estudio de Mercado). Esta encuesta se aplicó a 266 turistas que visitaron el área de estudio del proyecto en el periodo comprendido entre el 23 de febrero al 11 de marzo del 2018, dentro de las cuales se obtuvo la siguiente información:

Dentro del rango de edades, se puede observar en un 32.7% oscilan entre 31 y 45 años y en un 29.7% entre 25 y 30, esto significa que entre estos dos rangos de edades esta la mayor afluencia de turistas tanto nacionales como extranjeros, alcanzando así un 62.4% del total de la población participante en el estudio. No obstante, existe un rango menor de 25 años con un 17.3% y solamente un 16.9% están entre las edades de 46 a 60 y un 3.4% mayor de 60. Por lo que podemos observar que dentro de este último segmento hay poca afluencia de Turistas debido a las características de la zona. (Ver Gráfico N° 4. Rango de Edades)

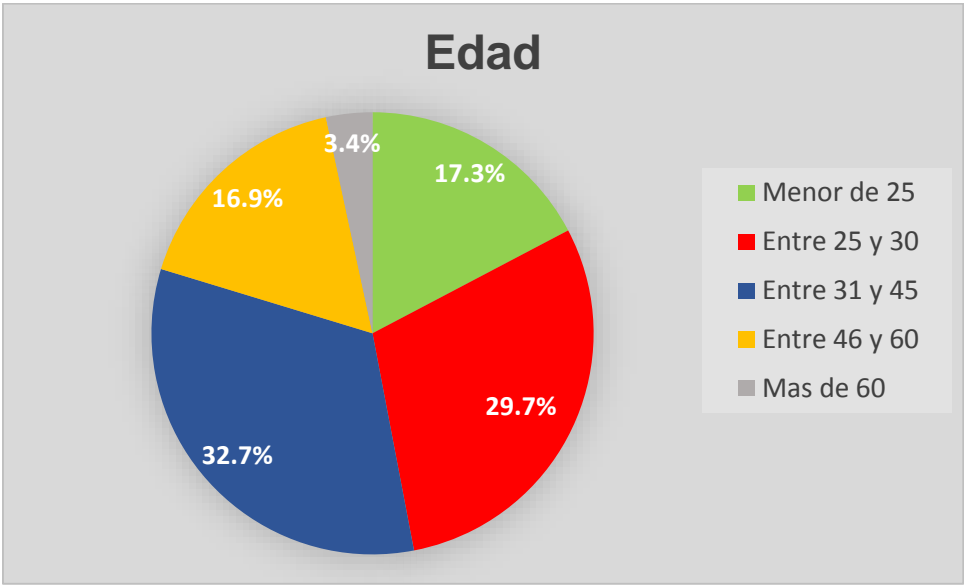


Gráfico No 4. Rango de Edades  
Fuente: Elaboración propia

En lo referente al sexo de los encuestados, gráficamente se observa que dentro de este aspecto el 58% de los visitantes pertenecen al sexo femenino y un 42% es del sexo masculino, predominando de esta manera el sexo femenino. (Ver Gráfico N° 5. Sexo)

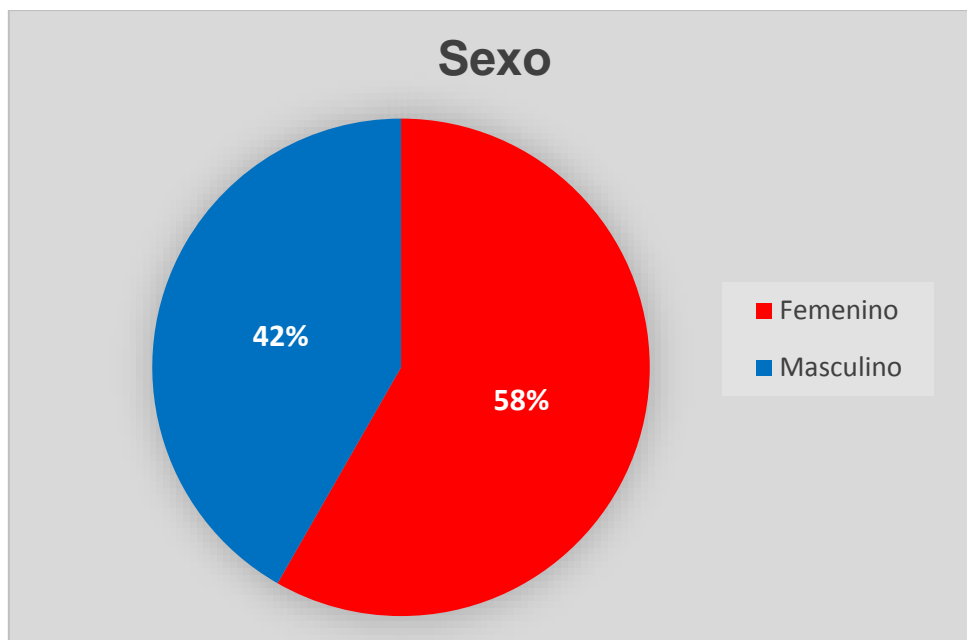


Gráfico No 5. Sexo

Fuente: Elaboración propia

Conocer el lugar de residencia de los turistas, es de suma importancia ya que a través de este análisis podemos observar la procedencia de estos. El estudio demuestra que la mayor parte de visitantes pertenecen al departamento de Estelí, sin embargo, cabe mencionar que existe un porcentaje de estos turistas que no pernocta en el lugar, más bien disfrutan de la gastronomía de la zona y regresan a sus hogares. Existen dos grupos importantes de visitantes conformados por aquellos turistas nacionales que provienen de la ciudad capital y el grupo de extranjeros que juntos logran conformar un 36 por ciento de la población encuestada. En menor escala también visitan la zona algunos pobladores de la región norte del país y una minoría predominante por los departamentos de Masaya, Carazo y Granada. (Ver Tabla N° 2. Lugar de Residencia y Gráfico N° 6. Lugar de Residencia)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Estelí	134	50,4	50,4	50,4
	Nueva Segovia	15	5,6	5,6	56,0
	Matagalpa	8	3,0	3,0	59,0
	Masaya	5	1,9	1,9	60,9
	Carazo	7	2,6	2,6	63,5
	Granada	1	,4	,4	63,9
	Managua	59	22,2	22,2	86,1
	Extranjero	37	13,9	13,9	100,0
	<b>Total</b>	<b>266</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

Tabla No 2. Lugar de Residencia

Fuente: Elaboración propia

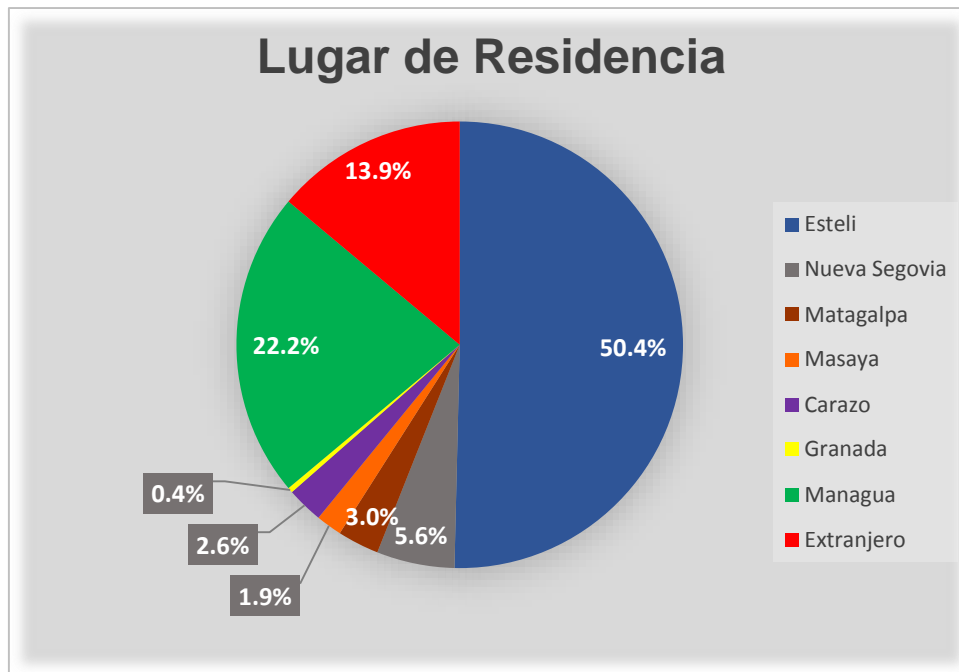


Gráfico No 6. Lugar de Residencia

Fuente: Elaboración propia

Según la entrevista realizada a los dueños o administradores de los negocios de hospedaría en la zona, en la procedencia de sus huéspedes predomina el turista nacional a excepción de la finca el carrizo donde es notable la mayoría de los visitantes extranjeros. (Ver Gráfico N° 7. Procedencia de Huéspedes)

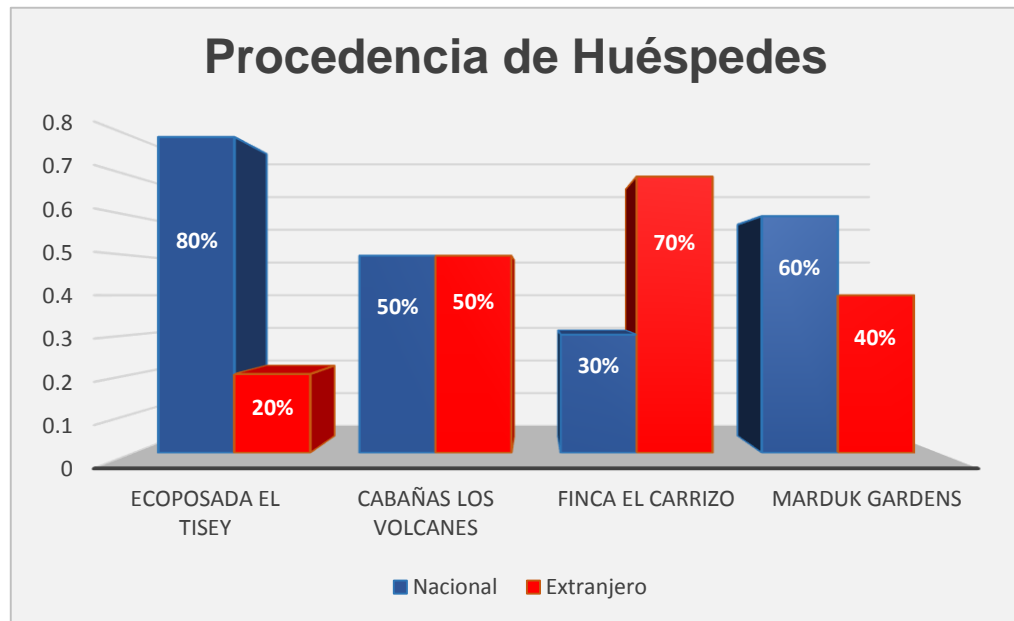


Gráfico No 7. Procedencia de Huéspedes  
Fuente: Elaboración propia

La frecuencia con que los turistas visitan el corredor turístico Tisey – Estanzuela, está determinada por un 32.7% que llegan una o más veces cada tres meses, esto se debe a que la mayoría son de Estelí y visitan continuamente el lugar. En un 24.8% los que van al menos una vez cada seis meses y un 25.6% al menos una vez anualmente. Estos porcentajes son sustentados por dueños de negocios en la zona donde aducen que las temporadas donde llegan mayores turistas es en la época de semana santa, los meses de junio y julio y vacaciones de fin de año. También se muestra el 16.5% que están visitando por primera vez el lugar. (Ver Gráfico N° 8. Frecuencia de Visita)

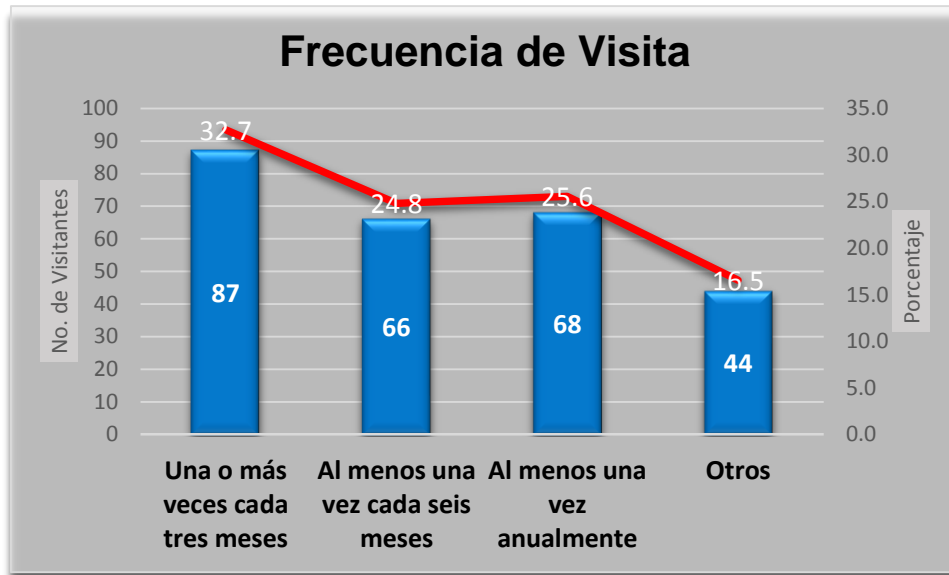


Gráfico No 8. Frecuencia de visita

Fuente: Elaboración propia

De las personas encuestadas que al menos una vez se han hospedado en un hotel de montaña, gráficamente se puede observar que en un 71 por ciento ha respondido de manera positiva y solamente un 29 por ciento de manera negativa. De estos visitantes que si se han hospedado su estadía promedio en un 62 por ciento es de una noche, un 33 por ciento de dos noches y en un 5 por ciento se hospedan de 3 noches a más. (Ver Gráfico N° 9. Estadía Promedio)

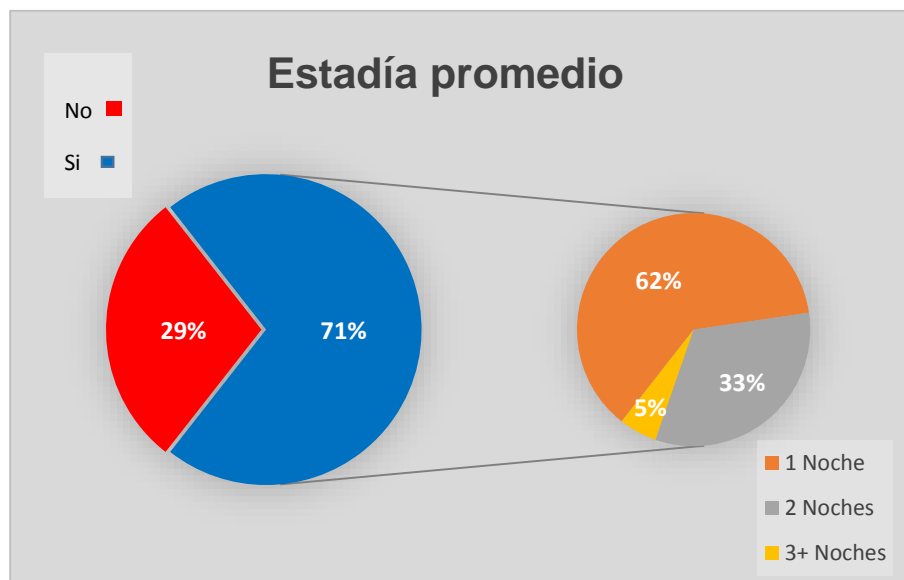


Gráfico No 9. Estadía promedio

Fuente: Elaboración propia

Del total de la población encuestada un 34 por ciento asegura haberse hospedado en alguno de los lugares que prestan el servicio en el corredor turístico mientras que un 66 por ciento afirma no haberse hospedado. (Ver Gráfico N° 10. Hospedado en el corredor Tisey - Estanzuela)

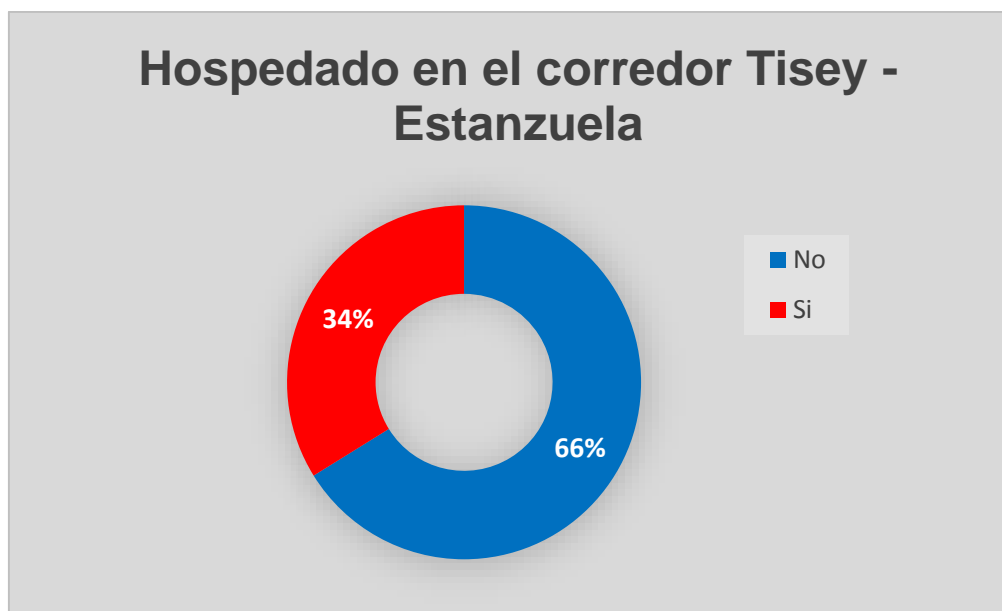


Gráfico No 10. Hospedado en el corredor Tisey - Estanzuela

Fuente: Elaboración propia

Para determinar quiénes son los competidores más fuertes y que tipo de hospedaje prefiere el turista se indagó en que establecimientos se han hospedado o han tenido la intención de hacerlo; observándose que Ecoposada el Tisey puntea con un 43.2% siendo este el lugar que por más tiempo ha ofrecido el servicio. Seguidamente está el hotel de montaña Marduk Gardens, que es un sitio relativamente nuevo el cual ofrece muchas más comodidades en comparación a los otros negocios. Cabañas los Volcanes y Finca el Carrizo tienen una demanda muy similar entre el 12 y 13 por ciento.

Es importante señalar que existe dentro de la comunidad una casa comunal que ofrece alojamiento grupal y que un 5.7% de las personas encuestadas se ha hospedado ahí, ya que la característica de este lugar es la estancia de personas que asisten a realizar actividades religiosas.



De manera informal existe también comunitarios que rentan cuartos dentro de su casa de habitación para dar respuesta a la demanda de los turistas. (Ver Gráfico N° 11. Hoteles del corredor Tisey - Estanzuela)

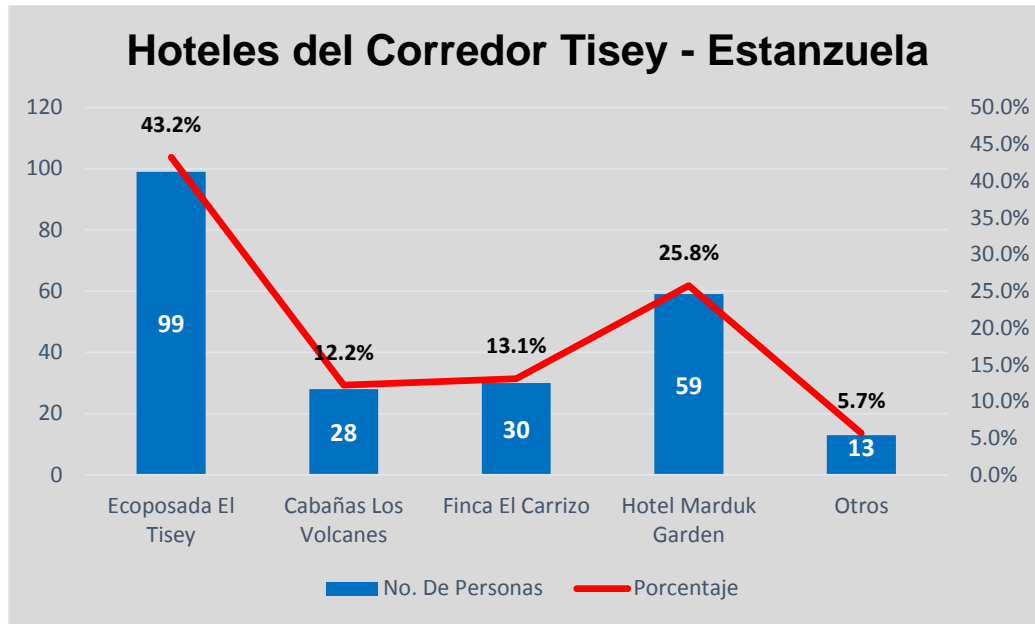


Gráfico No 11. Hoteles del corredor Tisey - Estanzuela  
Fuente: Elaboración propia

La calidad de los servicios implica establecer estrategias o aspectos para satisfacer la necesidad de los clientes, por lo cual los turistas han manifestado en un 50.2% que la razón por la cual visita o visitaría los hoteles antes mencionados es por la atención y confort. El otro aspecto importante para recalcar es que los visitantes se sienten atraídos por las actividades que ofrece el lugar ya que un 24.2% considera las actividades del lugar una razón importante para visitarla. Tan solo un 11.8 por ciento de la población considera importante el servicio de alimentación y un 8.1% el precio. (Ver Gráfico N° 12. Razón de visita)

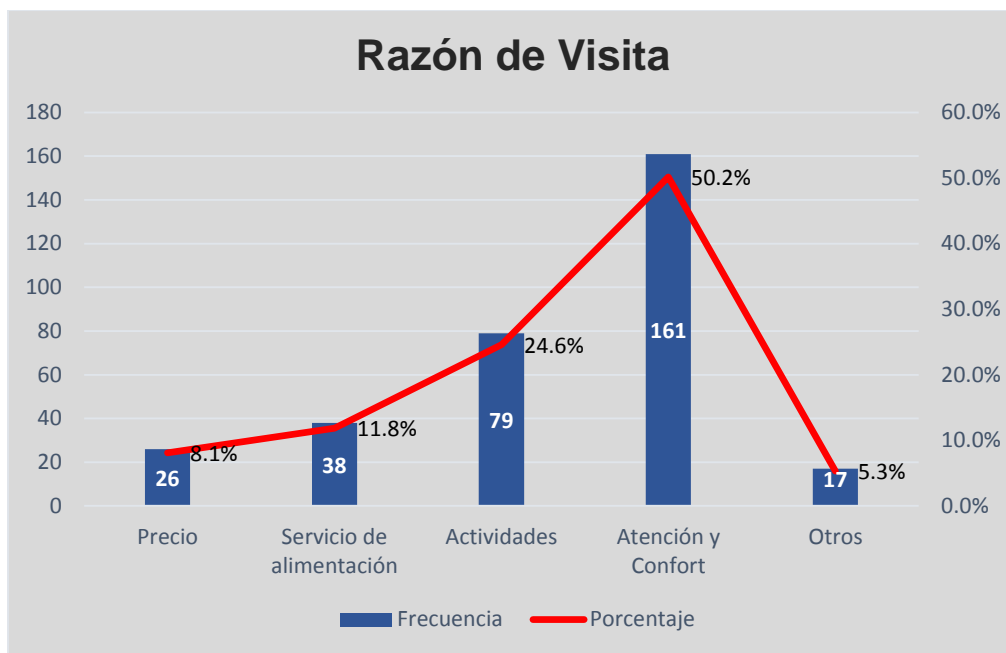


Gráfico No 12. Razón de visita

Fuente: Elaboración propia

La percepción que tiene el turista del lugar es que es apto para el descanso y relajación ya que un 33.3% prefiere este tipo de actividades, o actividades pasivas como los son las caminatas y senderismo o actividades relacionadas a la gastronomía las que destacan con un 25.8% y un 18.3% respectivamente. Las actividades menos puntuadas son aquellas que requieren un poco más de esfuerzo físico como el turismo rural y las actividades de deporte extremo. (Ver Tabla N° 3. Actividades y Gráfico N° 13. Actividades)

		Respuestas		Porcentaje de casos
		Nº	Porcentaje	
Actividades prefiere en un hotel de montaña	Descanso y relajación	200	33.3%	75.2%
	Turismo rural y comunitario	79	13.2%	29.7%
	Deportes extremos	56	9.3%	21.1%
	Caminatas y senderismo	155	25.8%	58.3%
	Gastronomía y cultura	110	18.3%	41.4%
<b>Total</b>		<b>600</b>	<b>100.0%</b>	<b>225.6%</b>

a. Agrupación de dicotomías. Tabulado el valor 1.

Tabla No 3. Actividades

Fuente: Elaboración propia

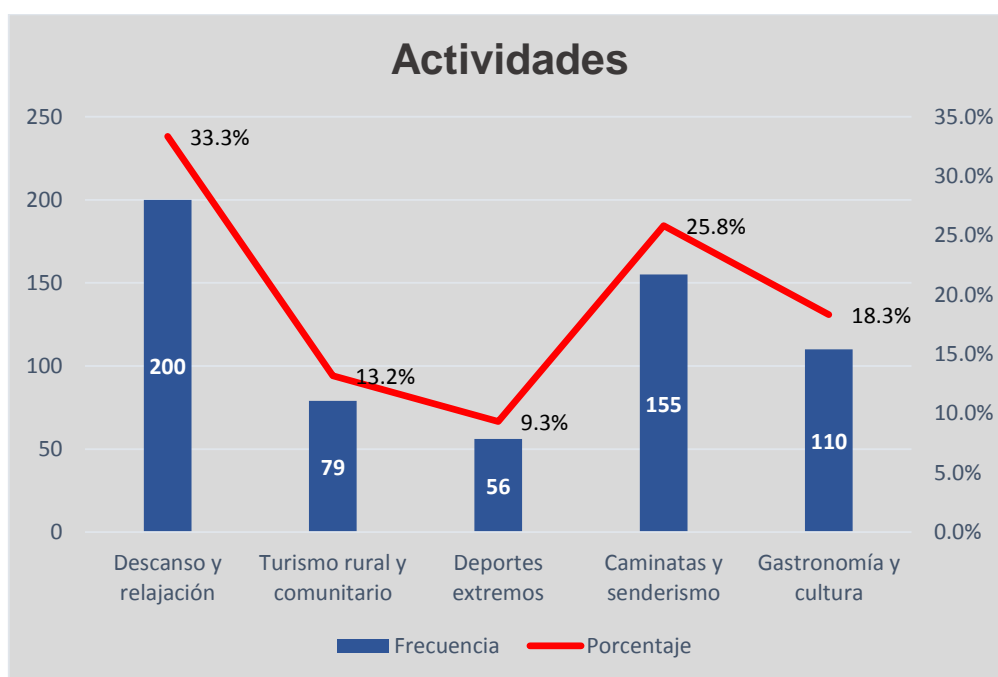


Gráfico No 13. Actividades

Fuente: Elaboración propia

Fue necesario indagar acerca de la preferencia en lo referente al servicio de alimentación que prefiere el turista que se hospeda, encontrándose que 68.8% prefiere un servicio todo incluido sin embargo hay un 23.4% que prefieren solo el desayuno y tener la oportunidad de degustar gastronomía de otros locales en la zona. Minoritariamente un 5.9% prefieren una mini cocina en la habitación y preparar sus propios alimentos. Sin embargo, acorde a la información recopilada por la entrevista que se realizó a dueños y administradores de negocios que ofrecen el servicio de hospedaría, ninguno de los negocios ofrece el servicio de alimentación todo incluido alegando poca rentabilidad en ello; solamente un negocio ofrece el desayuno incluido en el precio de la habitación. (Ver Tabla N° 4. Alimentación y Gráfico N° 14. Alimentación)

		Respuestas		
		Nº	Porcentaje	Porcentaje de casos
Servicio de Alimentación Preferido	Todo incluido	185	68.8%	70.1%
	Solo Desayuno	63	23.4%	23.9%
	Mini cocina en la habitación	16	5.9%	6.1%
	Sin alimentación	2	.7%	.8%
	Otros	3	1.1%	1.1%
<b>Total</b>		<b>269</b>	<b>100.0%</b>	<b>101.9%</b>
a. Agrupación de dicotomías. Tabulado el valor 1.				

Tabla No 4. Alimentación  
Fuente: Elaboración propia

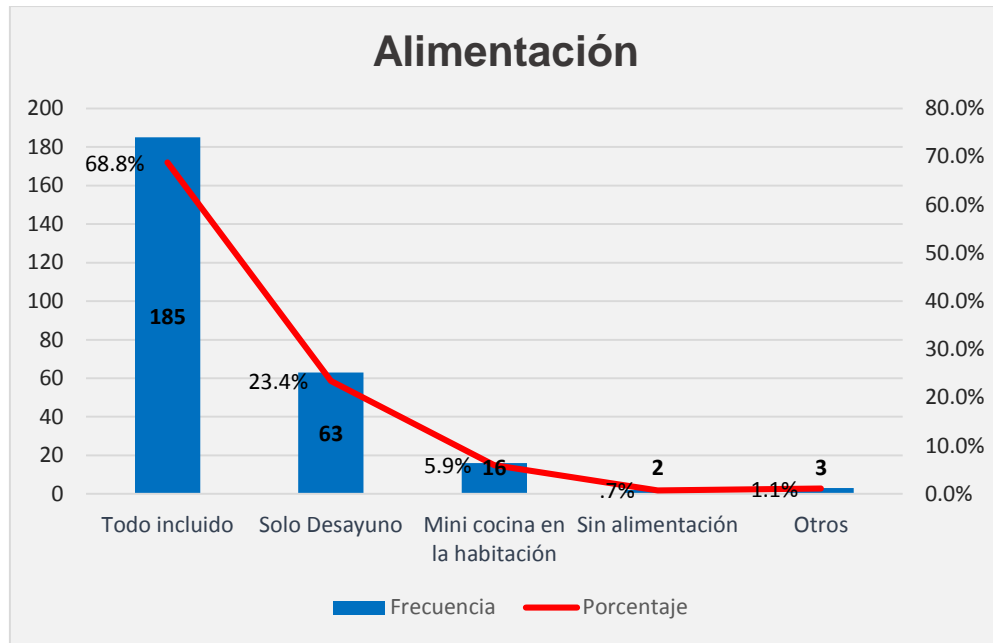


Gráfico No 14. Alimentación  
 Fuente: Elaboración propia

Con la finalidad de indagar el nivel de importancia de los servicios que debe ofrecer un hotel de montaña se elaboró una escala Likert en la cual se permitió elegir tres niveles de importancia para cada parámetro a evaluar donde se concluye que los aspectos de mayor importancia según los turistas encuestados son la calidad y calidez en el servicio, la seguridad y privacidad, así como el confort y el servicio de alimentación. Los aspectos que tienen una importancia media son el acceso al lugar, el parqueo y las actividades que oferte el negocio. Solamente la conectividad y acceso tecnológico fue considerado no importante en un hotel de montaña por la mayoría de los encuestados. (Ver Gráfico N° 15. Importancia de estancia en el hotel)

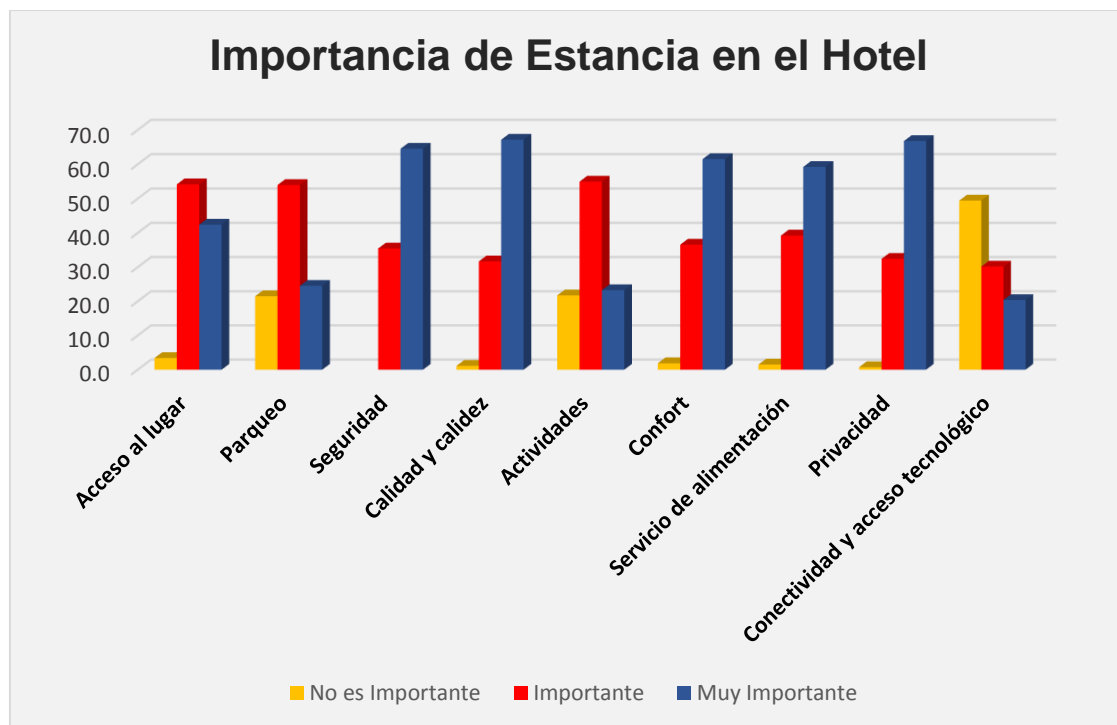


Gráfico No 15. Importancia de estancia en el hotel

Fuente: Elaboración propia

El medio más influyente en los turistas encuestados son los medios digitales, las Redes sociales y el Internet son los que obtuvieron puntajes más altos, seguido de la recomendación de amistades y familiares y la televisión. Las vallas y mantas publicitarias, revistas, radio y periódicos son los medios menos influyentes. (Ver Tabla N° 5. Influencia de Medios de Información y Gráfico N° 16. Influencia de medios)

Medio que más Influye		Respuestas		Porcentaje de casos
		Nº	Porcentaje	
Medio que más Influye	TV	67	12.7%	25.2%
	Radio	10	1.9%	3.8%
	Internet	145	27.5%	54.5%
	Redes Sociales	147	27.9%	55.3%
	Revistas	24	4.6%	9.0%
	Periódicos	5	.9%	1.9%
	Recomendación de amistades o familiares	101	19.2%	38.0%
	Vallas y mantas publicitarias	28	5.3%	10.5%
<b>Total</b>		<b>527</b>	<b>100.0%</b>	<b>198.1%</b>

a. Agrupación de dicotomías. Tabulado el valor 1.

Tabla No 5. Influencia de Medios de Información

Fuente: Elaboración propia

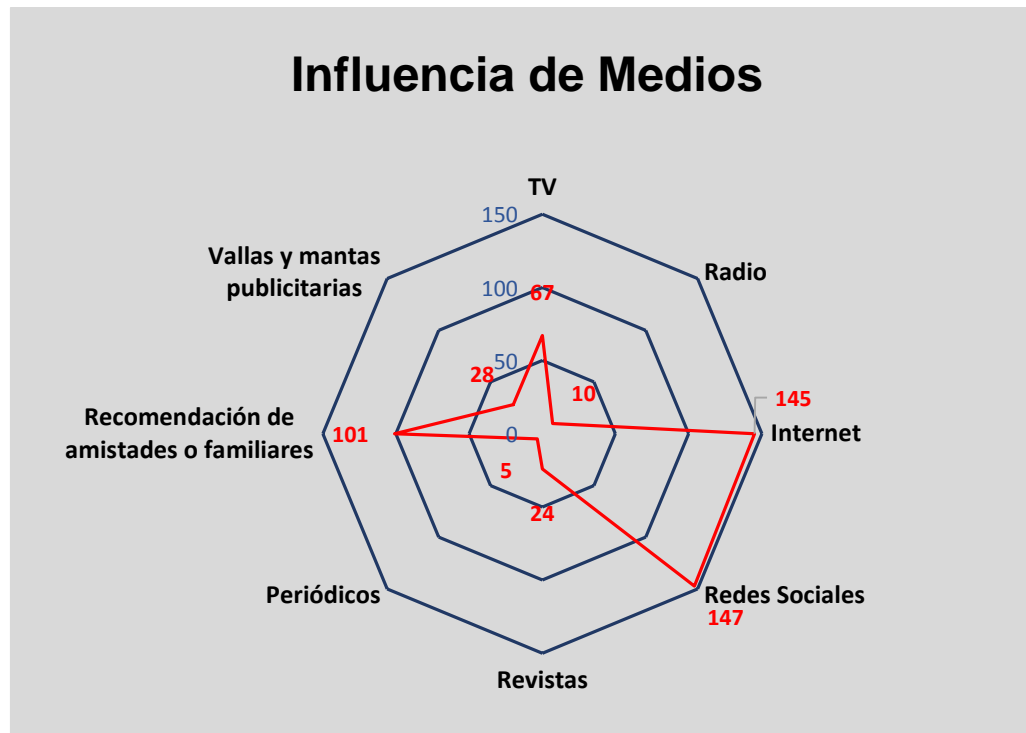


Gráfico No 16. Influencia de medios

Fuente: Elaboración propia

En lo referente al medio más utilizado para realizar el procedimiento de reserva lidera la vía telefónica con el mayor puntaje, seguido por la reservación por medio de la página web del hotel. En menor medida se encuentran las redes sociales, el E-mail y las reservaciones por terceros en línea. El medio menos utilizado según los encuestados son las agencias de viajes. (Ver Gráfico N° 17. Reservación)

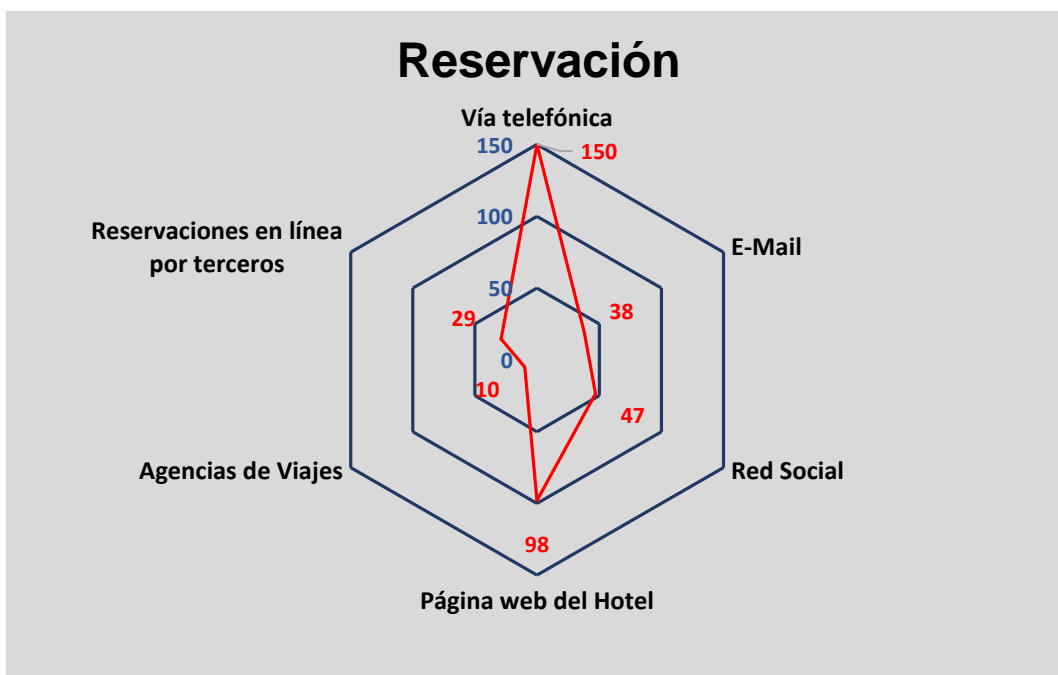


Gráfico No 17. Reservación

Fuente: Elaboración propia

### 6.2.3 Oferta histórica, actual y futura sin proyecto

La comunidad la Garnacha, del departamento de Estelí, es muy visitada por turistas tanto nacionales como internacionales debido a la belleza natural y clima agradable que posee. Cabe destacar que esta comunidad es parte de la Reserva Tisey – Estanzuela, la cual forma parte de la Ruta del café.

La oferta turística de la comunidad es limitada en cuanto a infraestructura e inversión turística, debido a que existen lugares donde los turistas pueden hospedarse,



pero estos no prestan las condiciones necesarias para que ellos puedan quedarse en el lugar y los que tienen mejores condiciones su precio es alto.

La Garnacha tiene como atractivos turísticos, su clima agradable, miradores, artesanía en piedra, su gastronomía, entre otros aspectos que la vuelven un lugar interesante para cada uno de sus visitantes, siendo así que en los últimos años ha venido incrementando su actividad turística.

Es por ello la importancia de crear un lugar que preste las condiciones y que tenga la capacidad de albergar a los diferentes tipos de turistas que llegan a la comunidad, los cuales pernoctan en el lugar.

#### 6.2.4 La demanda potencial insatisfecha en el mercado

Habiendo definido que si existe un mercado potencial que conformaría la posible clientela de este proyecto es necesario calcular la demanda potencial teniendo en cuenta todas las particularidades del área de estudio y de la población.

Para calcular esta demanda potencial se ha calculado la máxima demanda posible para todos los oferentes en la zona de estudio y poder partir desde esta base a un pronóstico de demanda.

El universo poblacional consta de 55,000 turistas al año en la región de las Segovias, de los cuales muchos transitan obligatoriamente por la ciudad de Estelí. Según el documento de investigación Segmentos de Mercado Potenciales para los Clústeres de Jinotega y Estelí, un 44% de los de los visitantes realizan actividades netamente turísticas, es decir son viajes de placer y no de negocios (Ver Gráfico N° 18. Composición del mercado), y de los mismos un 57% visita el área de la Reserva Tisey Estanzuela, La Ecosada Tisey y la Comunidad de la Garnacha (Ver Gráfico N° 19. Destinos preferidos); que delimita el área de influencia para este proyecto. (USAID, 2012, págs. 28,29)



Gráfico No 18. Composición del Mercado  
Fuente: Elaboración propia



Gráfico No 19. Destinos preferidos  
Fuente: Elaboración propia

Se procedió a realizar los cálculos de demanda potencial del negocio estimando captar de forma pasiva un 15% de la demanda, esto debido a la incertidumbre y el margen de error que pudiese existir en los datos.

Por tanto, la demanda proyectada para el primer año sería de 2,069 huéspedes lo que implica 1,035 rentas de cabañas el primer año (Ver Tabla N° 6. Demanda potencial anual).

<b>Demanda Potencial Anual</b>	
Universo Poblacional	55,000.00
Turistas Nacionales y Extranjeros en actividades de ocio, descanso y recreación	44%
Total, Población en Actividades Turísticas en la Región	24,200.00
Turistas Visitando el área de influencia del proyecto	57%
Demanda Potencial del Mercado	13,794.00
Porcentaje de demanda a captar	15%
<b>Demanda Potencial del Negocio</b>	<b>2,069.00</b>
<b>Ocupación en base a 2 Personas</b>	<b>1,035.00</b>

Tabla No 6. Demanda potencial anual

Fuente: Elaboración propia

### 6.2.5 El proyecto en el mercado

La creación del hotel de montaña significa la entrada de un nuevo competidor en el mercado, siendo ya con este el quinto servicio de este tipo, pero con la particularidad de ser una opción distinta y diferenciada, en cuanto a calidad, comodidad y accesibilidad de precio.

Cabe mencionar que este proyecto causará impacto en la zona, ya que atraerá a más turistas tanto nacionales como internacionales, debido a las características de

este. Asimismo, existe la posibilidad de un nuevo segmento de turistas que sería aquel que vea la posibilidad de un lugar en el cual se puede pernoctar y no así el turista de tipo excursionista que solo llegue al lugar durante el día.

De igual manera, el proyecto tendrá un impacto turístico en los demás negocios existentes en la zona ya que muchos de los turistas que se hospeden en el hotel pueden visitar estos lugares para demandar los productos o servicios que ellos ofrecen al público.

#### 6.2.6 El precio del servicio

Siendo la fijación de precios el factor conductor más importante de la rentabilidad del negocio, el sistema de precios está basado en la competencia donde se eligió un precio intermedio entre los competidores con precios más bajos y más altos y se tomó en cuenta la diferenciación, servicio y ventajas competitivas en relación con los otros negocios sin dejar de lado los costos para establecer el precio mínimo y punto de equilibrio.

Las entrevistas llevadas a cabo en el estudio de mercado muestran que el competidor con precios más elevados el cual alcanza la suma de \$130 hasta los \$200 dólares americanos mientras que la competencia con precios más bajos oscila entre \$20 y \$35 dólares americanos.

Por tanto, se definió un precio de \$60.00 por habitación en base a ocupación de dos personas, incluyendo el desayuno. Estando este por encima del precio mínimo y que garantizará la rentabilidad del negocio manteniendo un nivel de ocupación considerable y del mismo modo es un precio accesible tanto para el turista nacional como extranjero.

En lo referente al precio dispuesto a pagar por noche en una habitación en base a dos personas y tomando en cuenta las respuestas a los aspectos anteriores se obtiene que no hay grandes diferencias entre los rangos establecidos ya que tan solo existe un margen de 6 puntos entre los que están dispuestos a pagar menos de los

que están dispuestos a pagar más. Un 28.7% está dispuesto a pagar U\$ 34.00 o menos, en los rangos medios, de U\$35.00 a U\$50.00 y de U\$51.00 a U\$80.00 se obtuvieron porcentajes similares, 24.9% y 24.2% respectivamente. Y un 22.3% está dispuesto a pagar más de U\$ 80.00. (Ver Tabla N° 7. Precio y Gráfico N° 20. Precio)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	U\$ 34.00 o Menos	76	28.6	28.7	28.7
	U\$ 35.00 - U\$ 50.00	66	24.8	24.9	53.6
	U\$ 51.00 - U\$ 80.00	64	24.1	24.2	77.7
	Más de U\$ 80.00	59	22.2	22.3	100.0
	Total	265	99.6	100.0	
Perdidos	Sistema	1	.4		
<b>Total</b>		<b>266</b>	<b>100.0</b>		

Tabla No 7. Precio

Fuente: Elaboración propia

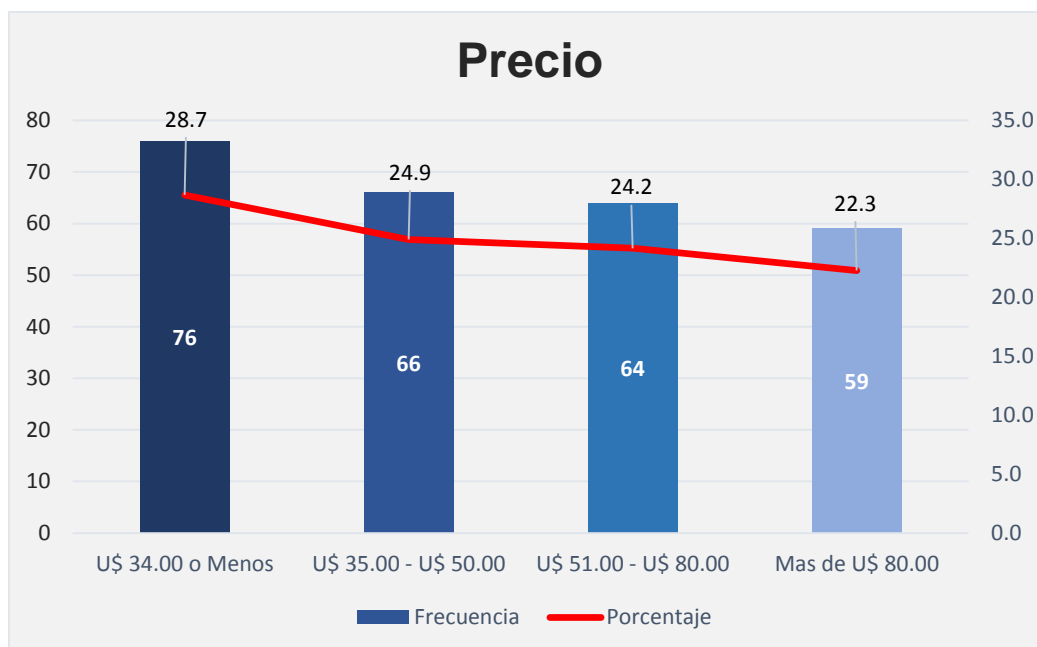


Gráfico No 20. Precio

Fuente: Elaboración propia

### 6.2.7 La comercialización

Para que este proyecto pueda tener el éxito esperado es necesario realizar campañas de promoción y publicidad constantes que permitan dar a conocer el negocio y no sólo a nivel nacional, sino que también a nivel internacional.

Acorde a los resultados de este estudio de mercado será indispensable la creación de una página web para este hotel, así como un adecuado manejo en las distintas redes sociales que son hoy en día un medio muy efectivo para promocionar cualquier negocio.

A su vez es necesaria la participación en ferias de turismo, relación con medios de comunicación, programas televisivos que promueven el turismo y la cooperación en ambas vías con organizaciones e instituciones enfocadas a desarrollar el turismo nacional.

Se considera necesario también registrar el negocio en páginas web de reservas para hoteles ya que este servicio no tiene ningún costo permanente, y sólo cobra un mínimo porcentaje si un huésped realiza la reservación a través de su página.

No se debe descartar que la publicidad de persona a persona sigue teniendo un alto grado de efectividad, y la satisfacción generada en cada cliente puede generar un efecto bola de nieve que permita alcanzar los niveles de ocupación deseados por el negocio.

### 6.2.8 Presupuesto de ventas

El hotel de montaña en su presupuesto de ventas refleja todas las metas que desea alcanzar, así como sus planes para la operación del mismo. Para conocer la rentabilidad y el volumen de ventas estimados, se proyecta un incremento del 2% anual llegando así al número estimado de personas que harán uso de cabañas rentadas mensualmente en base a su ocupación doble. (Ver Tabla N° 8. Presupuesto de ventas en Anexo N° 4)

La importancia radica en que a través de este presupuesto se toman decisiones en función de los datos obtenidos del mismo, ya que son datos que influyen directamente en el nivel de producción. Es decir, si el hotel determina que su nivel de ocupación será elevado, deberá así aumentar el número de habitaciones para satisfacer la demanda.

Vale mencionar que la proyección de ventas es pasiva, debido a que el Hotel debe tener un límite de crecimiento y una capacidad de ocupación definida que no interfiera en la calidad del servicio ni en el ambiente de tranquilidad, relajación y privacidad ofrecido a los clientes.

### 6.3 Estudio Técnico

#### 6.3.1 Tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto está definido por la demanda pronosticada, así como por la capacidad de inversión del dueño del proyecto. Por tanto, se determina que el hotel de montaña contará con 5 cabañas con un área de construcción de 30 metros cuadrados que pueden albergar a 4 personas por cabaña para un total de 20 personas de capacidad para las instalaciones en su conjunto.

Un área de recepción, cocina y comedor con un área de construcción de 80 metros cuadrados. Un spa y sauna con área de construcción de 20 metros cuadrados, una plataforma de yoga de 30 metros cuadrados, y la instalación de un Jacuzzi con capacidad para 12 personas. Una laguna artificial de más de 2,500 metros cuadrados con un quiosco de degustaciones en el centro. Todos estos servicios serán únicamente y de uso exclusivo para los huéspedes del hotel.

En lo referente a la capacidad máxima del hotel será limitada a 20 personas, con una distribución uniforme de 4 personas por cabaña. La capacidad del comedor será para los mismos 20 comensales, contará con 5 mesas con cuatro sillas. Sin

embargo, el hotel brindara servicio a las habitaciones si el cliente lo solicita. El Spa y Sauna tendrá una capacidad de atención para dos personas a la vez y la plataforma de Yoga estará habilitada para 8 - 10 personas. El área de parqueo contará con espacio suficiente para aparcar hasta 7 vehículos.

### 6.3.2 Localización del proyecto

Para definir la micro localización del proyecto se evaluó por medio de una matriz de ponderación de puntos, posibles locaciones en las que se hubiese podido instalar un hotel de montaña. Para ello se consideraron lugares dentro de reservas protegidas como lo son la Reserva Mirafior y la Reserva Tisey Estanzuela, evaluándose La Comunidad, La Garnacha, Puertas Azules y Estanzuela. (Ver Tabla N°. 9 Micro localización)

<b>Propuestas Micro localización</b>				
<b>Parámetros de Evaluación</b>	<b>Puntuación</b>	<b>La Garnacha</b>	<b>Puertas Azules</b>	<b>Estanzuela</b>
<b>Servicios Básicos</b>	30%	25%	15%	10%
<b>Afluencia Turística</b>	30%	30%	25%	30%
<b>Vías de Comunicación y acceso</b>	20%	15%	10%	15%
<b>Cercanía a la Ciudad y Proveedores</b>	10%	6%	4%	9%
<b>Paisajismo y Actividades Comunitarias</b>	10%	10%	10%	5%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>86%</b>	<b>64%</b>	<b>69%</b>

Tabla No 9. Micro localización

Fuente: Elaboración Propia

Tomando en cuenta los resultados de la matriz de ponderación y considerando que el dueño del proyecto es propietario de un área de cinco manzanas de terreno en la ubicación anteriormente descrita; se elige esta ubicación para el desarrollo de este proyecto.



El proyecto estará localizado en la comunidad La Garnacha perteneciente al municipio de San Nicolás, departamento de Estelí. La dirección es de la casa guardabosques 100 metros al sur y las coordenadas son las siguientes: 12° 58' 14.4" N; 86° 22' 49.9" W (Ver Figura N° 1. Ubicación de la Comunidad la Garnacha y Figura N° 2. Localización del proyecto en Anexos N° 5 y 6)

#### 6.3.2.1 Condiciones de accesibilidad

En la actualidad hay dos vías de acceso hacia la ubicación del proyecto las cuales se describen a continuación:

La primera ruta consiste en tomar la salida sur de la carretera panamericana en la ciudad de Estelí, desviarse hacia la carretera que conduce a la cascada La Estanzuela, seguir por esta vía por catorce kilómetros, y luego tomar el desvío hacia la derecha por dos kilómetros que conduce hacia la comunidad La Garnacha. En esta ruta solamente hay dos km de adoquinado desde la ciudad de Estelí hasta la comunidad Los Jobs; el resto es un camino de macadán para el cual se recomienda preferiblemente utilizar vehículos de doble tracción. El tiempo de viaje estimado es de 45 Minutos (Ver Figura N° 3. Ruta Estelí – La Garnacha vía la Estanzuela en Anexo N° 7).

La segunda ruta consiste en tomar la salida sur de la carretera panamericana en la ciudad de Estelí y continuar en dirección a Managua por diez kilómetros, desviarse en el empalme de San Nicolás y recorrer diez kilómetros hasta llegar al rancho Don Luis, tomar el desvío hacia la comunidad de la Tejera por cuatro kilómetros y luego desviarse hacia la izquierda por dos kilómetros hasta llegar a la comunidad La Garnacha. Esta ruta presenta mejores condiciones ya que 18 kilómetros se recorren entre pavimento y adoquín y tan sólo seis kilómetros en camino de macadán el cual es accesible en toda temporada. La duración estimada del viaje es de 42 minutos (Ver Figura N° 4. Ruta Estelí - La Garnacha vía carretera a San Nicolás en Anexo N° 8)

Desde la ciudad de Managua o el sur y occidente del país se puede acceder desde la carretera panamericana norte hasta llegar al empalme de San Nicolás y seguir la

ruta descrita anteriormente. La duración estimada del viaje es de 2 horas y 37 minutos (Ver Figura No 5. Ruta Managua - La Garnacha en Anexo N° 9)

#### 6.3.2.2 Condiciones de seguridad de la zona de localización del proyecto

En lo referente a la seguridad, la comunidad La Garnacha es atendida por la delegación policial del municipio de San Nicolás, quienes frecuentemente visitan la comunidad, mayormente los fines de semana, garantizando el orden y la seguridad y en algunas ocasiones regulando el tránsito debido a ser un sector de concurrencia turística.

#### 6.3.2.3 Infraestructura existente

##### 6.3.2.3.1 Infraestructura de transporte

Al presente no existe transporte público hasta la comunidad. Los turistas que visitan la comunidad preferiblemente toman en la terminal sur de la ciudad de Estelí, los buses que viajan hacia la Estanzuela y la Comunidad la Tejera. Los Turistas bajan en el comedor la Estancia y caminan dos kilómetros para llegar a la comunidad. Este bus tan solo realiza dos recorridos por día. Otra opción con más frecuencias en cantidad de viajes (siete en total) y horarios; es tomar los buses que se dirigen al municipio de San Nicolás y caminar por 6 kilómetros desde el Rancho Don Luis.

En la actualidad existen proyectos de adoquinado desde la comunidad Los Jobsos hasta el Rancho Don Luis, pero se desconoce la fecha de ejecución, del mismo.

#### 6.3.2.3.2 Infraestructura de telecomunicaciones

En la comunidad no existe infraestructura para telefonía convencional, sin embargo, si lo hay para telefonía celular, provista por la empresa claro a través de una antena con tecnología 2G, lo que permite buena comunicación de voz, pero deficiente comunicación en datos. Sin embargo, existe una empresa que provee servicio de internet satelital a precios accesibles.

En cuanto a la cobertura televisiva, tienen alcance la mayoría de los canales nacionales y existe cobertura para televisión satelital en la zona. En lo referente a radioemisoras, la recepción es muy buena debido a la altura del lugar donde incluso se sintonizan radios de los vecinos países de El Salvador y Honduras.

#### 6.3.2.3.3 Infraestructura energética

Existe cobertura de distribución de energía eléctrica por la empresa Unión Fenosa, actualmente la propiedad cuenta con el servicio de 110V. A su vez el lugar es apto para la generación de energía solar y eólica.

#### 6.3.2.3.4 Infraestructura de saneamiento

La comunidad es abastecida de agua potable por un proyecto privado perteneciente a la misma, para el cual se creó un comité de agua potable y saneamiento, que protege la vertiente de agua, así como el mantenimiento al reservorio y las líneas de distribución. La propiedad no cuenta con pozo y depende del servicio provisto.

No existe una red de aguas negras en la comunidad, por lo que el proyecto contempla la instalación de biodigestores prefabricados en el proceso de construcción garantizando de esta manera la higiene y evitando un impacto ambiental negativo en los suelos.

#### 6.3.2.3.5 Infraestructura sanitaria

La comunidad no cuenta con puesto de salud, y el centro de atención más cercano se encuentra a 10 kilómetros en el municipio de San Nicolás, el cual atiende emergencias, y atención primaria. En casos de gravedad los pacientes son trasladados al Hospital departamental de la ciudad de Estelí, por medio de las ambulancias con las que cuenta el centro.

#### 6.3.2.3.6 Infraestructura interna

La propiedad cuenta con infraestructura actual que consta de una casa de 81 metros cuadrados donde la cual se pretende acondicionar como administración. Existe también una casa de 25 metros cuadrados la cual funcionará como bodega. A su vez existe el camino de entrada a la propiedad hasta donde será el área de parqueo, sin embargo, este camino necesita mejoras.

### 6.3.3 Proceso productivo y tecnología

#### 6.3.3.1 Proceso productivo

El proceso productivo del hotel comienza con los métodos de reserva por los cuales el huésped garantizará su estadía en el hotel. Entre estos métodos se cuenta con reservaciones por medio de la página web del hotel, redes sociales y vía telefónica,

para estos últimos métodos será necesario un depósito bancario para garantizar la reserva.

Una vez el cliente arriba al hotel será necesario presentarse en el lobby para realizar su proceso de chek-in donde se mostrará identificación de los huéspedes y se firmará contrato de arrendamiento y responsabilidad. Se realizará la cancelación total por la habitación en este momento. Una vez haya concluido este proceso el huésped será acompañado a la cabaña asignada y se le hará entrega de llaves de la misma. A su vez se le darán orientaciones y recomendaciones del lugar y de las actividades. La entrada a la habitación se realizará a la 1:00 pm.

En caso de que los huéspedes deseen los servicios de almuerzo y cena deben notificar de previo a la recepción. De la misma manera se deben solicitar los servicios de spa u otras actividades de pago en el hotel.

El desayuno incluido será servido en el comedor desde las 7:00 hasta las 10:00 de la mañana. Se proveerá servicio a la habitación si el cliente lo solicita.

La hora de salida será a las 11:00 am. Y los huéspedes deben anunciar su retiro del hotel en el lobby donde se cerrará la cuenta y se realizarán los cobros por otros servicios que el cliente haya requerido. El personal de conserjería o servicios múltiples realizará una inspección rápida de la cabaña para verificar que no hay daños que puedan ser cargados a la cuenta del cliente y notificará vía radio a la recepción.

#### 6.3.3.2 Tecnología

En lo referente a la tecnología utilizada para los procesos del hotel, será indispensable la contratación del servicio de internet, para poder tener acceso a la página web del hotel y el sistema de reservas, a su vez tener acceso a redes sociales y dar respuesta a las consultas de clientes potenciales.

Será necesaria una planta telefónica en la recepción para atender las reservas que se hagan por esta vía, así como el contacto con proveedores que garantice un excelente servicio.

Se deben adquirir tres radios comunicadores para poder estar en contacto con el personal y atender de esta manera más eficaz los requerimientos de los huéspedes.

El hotel proveerá en el lobby y comedor acceso wi-fi para aquellos huéspedes que desearan o necesiten conexión a internet y además se trabajará con un software que registrará toda la información relacionada a los huéspedes, control de estadía y costos.

#### 6.3.4 Ingeniería del proyecto

La ingeniería de este proyecto abarca dos aspectos que logran la operatividad y funcionamiento del mismo y que a su vez tienen una gran incidencia en los costos de ejecución. Estos aspectos son un balance de obras físicas donde se detalla todo lo concerniente a la edificación de estructuras necesarias para el hotel, así como un balance de equipos y suministros imprescindibles para poder dar los servicios ofertados y requerido por los clientes.

##### 6.3.4.1 Balance de obras físicas

Para que el proyecto pueda operar es necesaria la inversión en la construcción de obras físicas que darán paso a la infraestructura necesaria para que los clientes tengan acceso al servicio.

La edificación consta del mejoramiento de 130 metros de camino, la construcción de 5 cabañas de 30 metros cuadrados, recepción y cocina comedor con un área de 80 metros cuadrados, spa con un área de 20 metros cuadrados, plataforma de yoga con área de 30 metros cuadrados, mejoramiento de 250 metros lineales de senderos, habilitación de parqueo para 7 vehículos y la instalación de un Jacuzzi para 12 personas, construcción de laguna Artificial y quiosco de degustaciones. La realización de estas obras será adjudicada a una empresa constructora que presenta un costo

total de U\$57,820.00 dólares. (Ver Tabla N° 10. Presupuesto de obras en Anexo N° 15)

A su vez se presentan planos y perfiles propuestos de las cabañas, así como el área de lobby y cocina - comedor, y un plano de conjunto de las instalaciones. (Ver Figura N° 6. Plano de cabañas en Anexo N° 10, Figura N° 7. Perfil del modelo de cabañas en Anexo N° 11, Figura N° 8. Plano de recepción, cocina y comedor en Anexo N° 12, Figura N° 9. Perfil del modelo de recepción, cocina y comedor en Anexo N° 13, Figura N° 10. Distribución de cabaña de las instalaciones del hotel en Anexo N° 14)

#### 6.3.4.2 Balance de equipos

La adquisición de equipo y mobiliario es parte fundamental para el funcionamiento del hotel, por cuanto se procedió realizar listado de los mismos según las áreas en las que funcionarán o instalarán.

El proceso de indagación y cotizaciones en distintas casas comerciales brindó la información recopilada (Ver Tabla N° 11. Presupuesto de Equipos en Anexo N° 15), la cual refleja que el monto de inversión en los equipos necesarios para adecuar el hotel de manera que se pueda dar un servicio de excelente calidad, el cual asciende a U\$ 15,524.00 dólares donde se refleja todos los componentes necesarios para habilitar las diferentes áreas del hotel como lo son las habitaciones, cocina y comedor, lobby y recepción, sauna y lavandería.

#### 6.3.5 Costos

Los costos juegan un papel muy importante en la ejecución de este proyecto ya que el mismo determinará el margen de variación de los precios ofrecidos al mercado. En el negocio de hotelería los costos para prestar el servicio juegan un papel decisivo en la toma de decisiones, ya que hay costos que se predicen fácilmente como son los costos fijos, sueldos, servicios básicos, Internet, etc. Existen costos que dependerán

de la relación al volumen de huéspedes en el hotel conformando estos los costos variables. A continuación, se describen todos los costos contemplados en este proyecto.

#### 6.3.5.1 Inversión Fija

Las inversiones fijas de este proyecto contemplan todas las obras físicas que se realizarán en el terreno, así como las adquisiciones de equipos y materiales necesarios para la puesta en marcha del hotel. Es necesario hacer énfasis que en este proyecto no se plasma el valor del terreno como inversión fija ya que este es un aporte de capital del dueño del proyecto. El resumen de inversiones fijas se puede observar una Inversión inicial, donde su monto asciende a U\$ 73,344.00 dólares. (Ver Tabla N° 12. Inversión Inicial, Tabla N° 10. Presupuesto de obras y Tabla N° 11. Presupuesto de Equipos en Anexo N° 15)

#### 6.3.5.2 Depreciación

Las inversiones a las cuales se ha incurrido en este proyecto poseen activos fijos, los cuales, anualmente sufren un desgaste normal por uso, provocando que el activo vaya perdiendo valor, por ello es necesario considerar el valor de depreciación de las inversiones que contempla la depreciación de obras físicas, materiales y equipos con un total de \$4,443.40 en su depreciación anual para un periodo de 10 años que es la duración del proyecto. (Ver Tabla No 13. Depreciación en Anexo N° 16)

#### 6.3.5.3 Inversión diferida

Las inversiones diferidas necesarias para la ejecución y operación de este proyecto constan de un estudio topográfico y de suelos para determinar la ubicación más conveniente de las cabañas y establecer los cimientos de las mismas. A su vez



será necesario incurrir en los gastos legales de constitución y de registro de patentes para el hotel, así como los permisos y licencias emitidos por la policía nacional, alcaldía municipal e Intur. (Ver Tabla N° 14. Inversión diferida)

<b>Inversión Diferida</b>	
<b>Inversiones Diferidas</b>	<b>Monto</b>
Estudio de Suelos y Topográfico	\$ 400.00
Gastos de Constitución y Patente	\$ 800.00
Permisos y Licencias de Operación	\$ 2,000.00
<b>Total Inversiones Diferidas</b>	<b>\$ 3,200.00</b>

Tabla No 14. Inversión Diferida

Fuente: Elaboración Propia

#### 6.3.5.4 Amortización diferida

La amortización diferida para este proyecto se plasma en la Tabla N° 15. Amortización diferida en Anexo N° 17, donde el estudio topográfico y de suelos y los gastos legales y de constitución se realiza en un solo momento más no así, para los permisos y licencias que se amortizarán anualmente.

#### 6.3.5.5 Gastos de instalación

Los Gastos de instalación para este proyecto no son cuantiosos ya que la empresa constructora entregará las instalaciones acabadas, los prestadores de servicios correrán con los gastos de instalaciones necesarias para la operatividad de los mismos (Internet, Telefonía). Los aspectos en los que si incurrirá la empresa será en la capacitación a colaboradores y el transporte de algunos equipos necesarios para la operación del hotel. Estos gastos rondan los U\$ 700.00 Dólares. (Ver Tabla N° 16. Gastos de instalación)

<b>Gastos de Instalación</b>	
<b>Gastos</b>	<b>Monto</b>
Capacitaciones al Personal	\$ 400.00
Transporte de Equipos	\$ 300.00
<b>Total Gastos de Instalación</b>	<b>\$ 700.00</b>

Tabla No 16. Gastos de Instalación

Fuente: Elaboración Propia

### 6.3.5.6 Inversión en capital de trabajo

Para realizar un correcto análisis de este proyecto, es necesario calcular el capital de trabajo, el cual es el monto de dinero que garantice la disponibilidad de recursos para poder financiar los costos no cubiertos al iniciar las operaciones.

En la Tabla N° 17. Capital de trabajo, se puede observar que el valor del capital de trabajo para el hotel es de U\$ 3,644.75, correspondiente al 1er mes, por ser el mayor déficit acumulado en el que contempla el gasto en salarios, servicios básicos, insumos y gastos en publicidad y promoción.

<b>Capital de Trabajo</b>	
<b>Gastos Administrativos y Operacionales</b>	<b>Monto</b>
Salarios	\$ 2,794.75
Servicios Básicos	\$ 350.00
Insumos	\$ 400.00
Publicidad y Promoción	\$ 100.00
<b>Capital de Trabajo</b>	<b>\$ 3,644.75</b>

Tabla No 17. Capital de Trabajo

Fuente: Elaboración Propia

### 6.3.5.7 Plan global de inversión (resumen de la inversión)

Las inversiones totales ascienden a la cifra de U\$ 80,888.75. Según lo mostrado en la Tabla N° 18. Plan global de Inversión, las inversiones fijas de obras físicas y materiales y equipos son los principales componentes de la inversión final.

<b>Plan Global de Inversión</b>	
<b>Inversiones</b>	<b>Monto</b>
Inversiones Fijas	\$ 73,344.00
Inversiones Diferidas	\$ 3,200.00
Gastos de Instalación	\$ 700.00
<b>Total de Inversiones</b>	<b>\$ 77,244.00</b>
Capital de Trabajo	\$ 3,644.75
<b>Total Inversiones + CT</b>	<b>\$ 80,888.75</b>

Tabla No 18. Plan Global de Inversión

Fuente: Elaboración Propia

### 6.3.5.8 Los costos de operación anual

#### 6.3.5.8.1 Costos Fijos

Los costos fijos son costos que ya están estipulados para todo el período y no se ven afectados por el volumen de clientes que se reciban por mes. Dentro de estos costos están los servicios básicos como la luz, agua, teléfono, Internet y otros como los salarios y gastos administrativos. (Ver Tabla N° 19. Costos Fijos en Anexo N° 18)

#### 6.3.5.8.2 Costos Variables

Los costos variables corresponden a aquellos gastos necesarios para la operación pero que dependen de la demanda, por tanto, tienen una relación positiva con la cantidad de huéspedes. En la Tabla N° 20. Costos Variables en Anexo N° 19, se muestran los costos variables en los que se debe incurrir proyectados a 10 años.

#### 6.3.6 Aspectos organizacionales y administrativos

##### 6.3.6.1 Ejecución del proyecto

La ejecución del proyecto estará supervisada por los dueños del mismo, por lo cual estarán al tanto de los avances de obras físicas, las compras de materiales y equipos, la selección, contratación y capacitación del personal, así como de la puesta en operación del proyecto.

El diagrama de Gantt muestra las actividades necesarias para la ejecución del proyecto, las actividades que preceden a otras, así como también las fechas de inicio y finalización de las mismas. (Ver Figura N° 11. Diagrama de Gantt en Anexo N° 20)

##### 6.3.6.2 Operación del proyecto

La correcta operación del proyecto es vital para lograr los objetivos de mercado, es por ello que la estructura organizacional debe estar acorde para un funcionamiento correcto de la organización; por tanto, la toma de decisiones gerenciales estarán a cargo del dueño del proyecto y se omiten juntas directivas que puedan generar costos operativos innecesarios para el mismo.

Los requerimientos de talento humano para este proyecto son de 6 personas colaborando permanentemente y una persona de manera temporal. Se procurará contratar prioritariamente mano de obra local.

Para brindar un servicio de calidad será necesario contratar un administrador – recepcionista, una conserje, una persona encargada de servicios generales y una cocinera, y dos responsables de seguridad. La persona encargada de atender el Spa y Sauna será contratada solo cuando el huésped requiera estos servicios. En el Gráfico N° 21. Estructura Organizacional podemos observar cómo estará organizado el hotel.

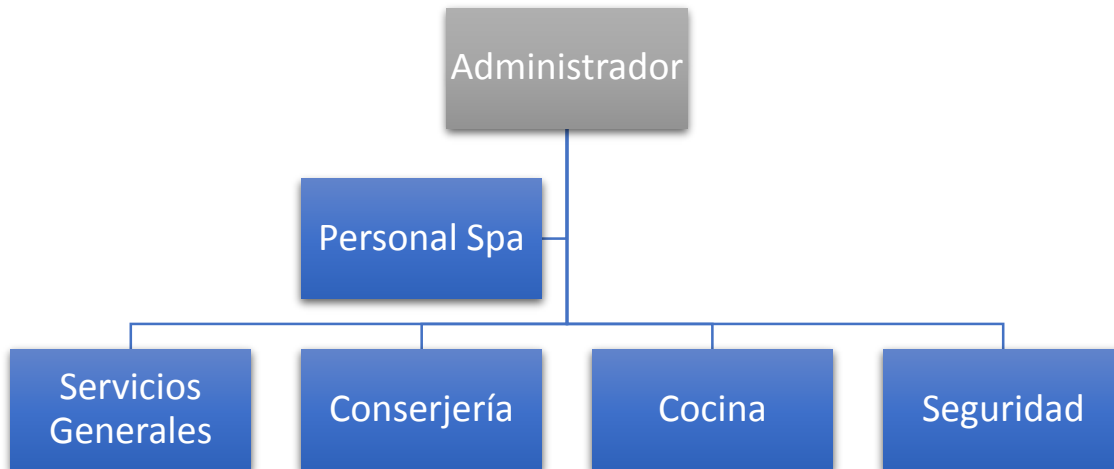


Gráfico No 21. Estructura Organizacional

Fuente. Elaboración Propia.

En caso de demanda de más personal, se podrá contratar mano de obra local por temporada según requerimiento.

A continuación, se describen los puestos, funciones y requisitos para el proceso de selección y contratación de los mismos.

### **Administrador**

Responsable del manejo administrativo y de las operaciones de la empresa, también estará a cargo del manejo de los recursos financieros administración de caja, así como del análisis y preparación de informes sobre estados financieros y demás

reportes necesarios para la toma de decisiones, gestión de procesos de marketing y campaña de publicidad por distintos medios.

Realizar la gestión de reservas y dar primera atención a los huéspedes, supervisar todos los procesos de atención y de calidad del servicio, a él se reportarán el resto de los puestos del hotel. El perfil está detallado en la Tabla N° 21. Perfil del (a) administrador.

<b>Perfil: Administrador</b>	
<b>Grado Académico</b>	Licenciado en Administración Turística y Hotelera, Administración de Empresas, Marketing o Carreras afines.
<b>Experiencia mínima</b>	1 a 3 Años
<b>Idiomas</b>	Español – Ingles
<b>Destrezas Personales</b>	Trabajo en Equipo, Creatividad, Buenas relaciones humanas, manejo de situaciones de crisis.
<b>Edad</b>	25 – 45 Años

Tabla N° 21. Perfil del (a) Administrador  
Fuente: Elaboración propia

### **Asistente de Cosmetología**

Encargado de brindar los servicios ofertados por el spa a los huéspedes que los soliciten, (manicure, pedicure, masajes, tratamientos faciales, entre otros). Dar el servicio de masajes y terapias de relajación en el área del SPA a los huéspedes. (Ver Tabla N° 22. Perfil del (a) asistente de cosmetología)

<b>Perfil: Asistente de Cosmetología</b>	
<b>Grado Académico</b>	Mínimo Bachiller, Estudios en el área de cosmetología, cursos, seminarios, etc.
<b>Experiencia mínima</b>	1 a 3 Años
<b>Idiomas</b>	Español - Conocimiento de Inglés Básico
<b>Destrezas Personales</b>	Excelente presentación, Buenas relaciones humanas y comunicativas, ética profesional, destrezas en sus labores.
<b>Edad</b>	21 – 35 Años

Tabla N° 22. Perfil del (a) asistente de cosmetología  
Fuente: Elaboración propia

### **Responsable Servicios Múltiples**

Encargado del mantenimiento en General de las instalaciones. Reparaciones menores de fontanería y electricidad, trabajos de limpieza y jardinería, así como el mantenimiento y producción de la huerta. (Ver Tabla N° 23. Perfil del Responsable de Servicios Múltiples)

<b>Perfil: Responsable de Servicios Múltiples</b>	
<b>Grado Académico</b>	Mínimo Primaria concluida, Conocimientos de Jardinería
<b>Experiencia Mínima</b>	Indispensable
<b>Idiomas</b>	Español
<b>Destrezas Personales</b>	Trabajo en equipo, proactivo, alto grado de servicio, destreza en sus labores.

Tabla N° 23. Perfil del Responsable de Servicios Múltiples  
Fuente: Elaboración propia

## Conserje

Encargada de la limpieza de las habitaciones y demás áreas en común en las instalaciones del hotel, atención a los huéspedes en necesidades y servicios que soliciten, estará a cargo de los servicios de lavandería. (Ver Tabla N° 24. Perfil del conserje)

<b>Conserje</b>	
<b>Grado Académico</b>	Mínimo Primaria concluida.
<b>Experiencia Mínima</b>	No Indispensable
<b>Idiomas</b>	Español
<b>Destrezas Personales</b>	Trabajo en equipo, proactivo, alto grado de servicio, destreza en sus labores.

Tabla N° 24: Perfil de Conserje

Fuente: Elaboración propia

## Responsable de Cocina

Encargada de la preparación y presentación de los alimentos y bebidas para consumo de huéspedes, garantizar la higiene y sanidad en todos los procesos del área de cocina. Elaboración de propuestas de menú y con la finalidad de satisfacer los gustos de los comensales. (Ver Tabla N° 25. Perfil del responsable de cocina)



<b>Responsable de Cocina</b>	
<b>Grado Académico</b>	Mínimo Bachillerato concluido. Cursos Técnicos de cocina.
<b>Experiencia Mínima</b>	2 a 3 años
<b>Idiomas</b>	Español
<b>Destrezas Personales</b>	Trabajo en equipo, excelente presentación, buenos hábitos de higiene, destreza en sus labores.

Tabla N° 25: Perfil del Responsable de Cocina

Fuente: Elaboración propia

### **Responsable de Seguridad**

Encargado de resguardar la integridad física de las personas, las instalaciones, y los vehículos. Debe llevar control de acceso al lugar y registro de entradas y salidas de huéspedes. (Ver Tabla N° 26. Perfil del responsable de seguridad)

<b>Responsable de Seguridad</b>	
<b>Grado Académico</b>	Mínimo Primaria concluida.
<b>Experiencia Mínima</b>	2 años
<b>Idiomas</b>	Español
<b>Destrezas Personales</b>	Trabajo en equipo, proactivo, alto grado de servicio, gentileza, excelente condición física, Licencia de portación de armas.

Tabla N° 26. Perfil del Responsable de Seguridad

Fuente: Elaboración propia

## 6.3.7 Aspectos legales

### 6.3.7.1 Forma Jurídica

La constitución de la empresa se realizará como persona jurídica a forma de sociedad anónima.

Para la legalización y permisos necesarios para la operación del hotel es necesario realizar una serie de procedimientos normados que exigen las distintas leyes de Nicaragua. A continuación, se describen a forma de resumen estos procedimientos.

#### 6.3.7.1.1 Constitución de sociedad anónima

Los siguientes procedimientos se deben realizar en la ventanilla única de inversiones.

- Pagar inscripciones registrales.
- Solicitar inscripciones registrales.
- Retirar inscripciones registrales
- Solicitar inscripción de poder General de administración.
- Retirar inscripción del poder General de administración.
- Revisar documentos.
- Solicitar inscripción como contribuyente.
- Solicitar constancia de matrícula municipal.
- Pagar aval ambiental.
- Retirar constancia de matrícula municipal.

#### 6.3.7.1.2 Título de licencia como prestador de servicios turísticos

Los procesos a continuación descritos deben realizarse ante el Instituto Nicaragüense de Turismo, INTUR.

- Solicitar título de licencia de operación.
- Recibir inspección en el establecimiento.
- Pagar tarifa de licencia.
- Retirar la licencia de operación.

#### 6.3.7.1.3 Aprobación del proyecto para incentivos de la ley 306

Para poder beneficiarse de la ley 306 de incentivos al turismo nicaragüense es necesaria la aprobación del proyecto por parte del Instituto Nicaragüense de Turismo, INTUR donde se deben realizar los siguientes procedimientos:

- Solicitar información.
- Pagar y obtener formulario.
- Solicitar aprobación del proyecto.
- Recibir notificación de aprobación del proyecto.
- Retirar certificación de resolución de la junta de incentivos turísticos.
- Pagar publicación en la gaceta.
- Solicitar la fianza de cumplimiento.
- Entregar fianza de cumplimiento y recibo de pago de publicación en la gaceta.
- Firmar contrato turístico de inversión y promoción.

#### 6.3.7.1.4 Exoneración de derechos e impuestos de importación y/o del IVA

Los siguientes procedimientos para poder obtener los beneficios de la ley 306 se deben realizar ante el Instituto Nicaragüense de Turismo INTUR y el Ministerio de Hacienda y Crédito Público MHCP.

- Solicitar exoneración (INTUR).
- Retirar resolución (INTUR).
- Solicitar documento de exoneración (MHCP).
- Retirar formato de exoneración de IVA (MHCP).

#### 6.3.8 Programación de la ejecución del proyecto

A fin de realizar una adecuada programación de la ejecución del proyecto, se utilizará el programa Microsoft Project que permitirá dar el seguimiento, control y programación adecuada de las tareas y asignación de recursos a las mismas.

El diagrama de Gantt y diagrama de red generados en este programa permiten visualizar de manera gráfica las distintas fases del proyecto, así como las fechas de inicio y finalización de las distintas actividades y tareas a realizarse. También define la ruta crítica del mismo, los tiempos de holgura y la fecha de inicio de operación del proyecto. (Ver Figura N° 11. Diagrama de Gantt en Anexo N° 20 y Figura N° 12. Diagrama de Red en Anexo N° 21)

#### 6.4 Análisis de aspectos ambientales

Como parte del proceso para la ejecución y operación de este proyecto es necesario el análisis de impacto y regularización ambiental del mismo, procurando que todas las actividades relacionadas sean ecológicamente sostenibles, identificando los

posibles impactos, así como estableciendo propuestas de medidas de mitigación para contrarrestar los mismos.

Conforme a este aspecto se realizó una entrevista al dueño del proyecto, dentro de la cual se recopiló información para conocer más de la zona e indagar sobre los aspectos ambientales sobre los cuales se pretende realizar la ejecución y operación del proyecto. (Ver Anexo N° 22. Entrevista a dueño del proyecto)

#### 6.4.1 Aspectos legales ambientales

Estando la localización del proyecto en un área de reserva protegida, se hace necesario el análisis de impacto ambiental ya que cualquier modificación o alteración en el medio podría resultar en deterioro ambiental que podría ser permanente y/o duradero. Por ello es necesario tomar en cuenta la legislación establecida relacionada a proyectos de esta naturaleza. Como lo son las siguientes:

- Ley 217, ley General del medio ambiente y los recursos naturales.
- Ley 559, ley especial de delitos contra el medio ambiente y los recursos naturales.
- Decreto No. 14-99. Reglamento de áreas protegidas de Nicaragua.
- Ley No. 835, Ley de Turismo Rural y Sostenible de la República de Nicaragua.

Estas leyes y decretos conforman un marco legal donde se establecen los entes reguladores, así como las directrices, normas, procedimientos y sanciones cuando se incumple lo estipulado en las mismas.

#### 6.4.2 Caracterización ambiental

##### 6.4.2.1 Medio Físico

#### 6.4.2.1.1 Geología

Como parte del sistema de las mesas de Estelí, la zona de Tisey-La Tejera-Apaguají fue formada por el fracturamiento seguido de levantamiento en bloques de antiguos terrenos volcánicos, caracterizada por planchas de lavas derramadas durante el Plioceno, siendo las más comunes las ignimbritas, así como flujos de basalto, riolitas y andesitas, mezcladas con brechas y tobas (MARENA-PROTIERRA-CBA, pág. 3)

#### 6.4.2.1.2 Hidrología

El Área Protegida es dominada en su red hídrica por el río Estelí que drena hacia la vertiente del Atlántico; el área ofrece una red de nacientes que va desde el nacimiento del río Estelí y sus pequeños tributarios desde Almaciguera y la microcuenca La Jabonera con desagüe hacia el Atlántico. En tanto hacia la Vertiente del Pacífico drenan los nacientes del sector de la mesa El Jícaro, río Nacascolo tributarios del río Varela y los nacientes del río Salale y río Los limones hacia El Pacífico. Los usos principales del agua en el Área Protegida son principalmente para consumo humano en acuíferos, pozos o reservorios y para el uso agropecuario a nivel de fincas. En la zona de La Estanzuela se da un uso del agua para riego no controlado por medio de la extracción de aguas superficiales con motobombas. Esta extracción está causando ciertos conflictos aguas abajo por la desecación del río (Fundación de Investigación y Desarrollo Rural FIDER, 2003, págs. 26,27)

#### 6.4.2.1.3 Climatología

La precipitación varía de 1,000 mm anuales hasta 1,800 mm anuales. Las laderas escalonadas que descienden hacia el valle de Estelí son notoriamente más húmedas que las agrestes pendientes secas que caen hacia el sur, las cuales están "a la sombra" de la lluvia. La temperatura media anual de estas mesetas varía según

la altitud. En la base, la temperatura es de unos 24° C, bajando hasta 17° C en las partes altas. (MARENA-PROTIERRA-CBA, pág. 3)

#### 6.4.2.1.4 Tipología y uso de Suelos

Los suelos del área protegida predominan con una textura en la superficie Franco Arcillosa y en el subsuelo es Franco Arcillosa y Arcillosa. El drenaje interno es bueno, así como el grado de estructura; se caracterizan por la pedregosidad tanto en la superficie como en el perfil del suelo. Las rocas pueden verse en los recorridos por el área, tanto en las zonas con Bosque de Pino y Roble como en la muestra del Bosque Seco, no faltando en las áreas cultivadas y en los cortes de las vías de acceso (Fundación de Investigación y Desarrollo Rural FIDER, 2003, pág. 27)

Alrededor del área protegida la principal actividad es el cultivo de maíz, millón y frijol que se concentra al este del área generalmente en pequeñas parcelas y cultivos en menor escala de manzanilla, mostaza, repollo, papas, linaza y chilla. La ganadería extensiva se practica alrededor de toda el área. (MARENA-PROTIERRA-CBA, pág. 10)

#### 6.4.2.2 Medio biótico

##### 6.4.2.2.1 Flora

Se clasifica dentro de la zona de vida de bosque subtropical, en la transición de húmeda a tropical húmeda esto siguiendo la clasificación de Holdridge. Su riqueza florística se encuentra en 57 familias botánicas, con 169 especies de las que 100 son arbóreas y 69 arbustivas. Según la distribución de la vegetación se puede clasificar en:

- Bosque de Pinos: este tipo de bosque ocupa los rangos latitudinales más altos predominando el Pino blanco (*Pinus maximinoi*), Pino común (*Pinus oocarpa*). Estas especies están acompañadas por arbustos y herbáceas de

los géneros *Sporobolus*, *Pseudolophanthus*, *Gnaphalium*, *Eclipsa*, *Tridax* y *Conizia*. Hay especies de *Pinus maximinoi*, *Quercus segovienses*, *Solanum ochraceoferrugin* y *Aclepias similis* con características de acaparamiento.

- Bosque de Roble: predominan las especies de robles *Quercus segovienses* y *Quercus sapotifolium*, ocupando 362,64 ha.
- Bosque Mixto: predominan las especies *Quercus segovienses*, *Quercus sapotifolium* y *Pinus oocarpa* en una etapa pasada estas áreas fueron de predominancia de pinares.
- Bosque Latifoliado: dominan especialmente los bosques medianos a bajos subcaducifolios de zonas cálidas y semi-húmedas y bosques medianos a altos de zonas muy frescas y húmedas. Bosques secos, bosques de galería con especies como las Ingas y géneros *Ficus* y *Cecropia*. (Anónimo, s.f.)

#### 6.4.2.2.2 Fauna

Evaluaciones ecológicas reportan que la fauna se ha disminuido considerablemente debido a la intervención del hombre con la destrucción del hábitat y la cacería indiscriminada. Entre las especies que habitan la zona se pueden listar:

Mamíferos: ardillas gris (*Sciurus variegatoides*), zorro mión (*Conepatus semistriatus*), zorrillo segoviano (*Sphilogale angustifrons*) y conejos (*Oryctolagus cuniculus*).

Réptiles: serpiente boa (*Nasua narica*), serpiente coral (*Micrurus frontales*), cascabel (*Crotalus durissus*), perro zompopo (*Hemidactylus frenatus*).

Aves: carpinteros caretos (*Melanerpes formicivorus*), zopilotes (*Coragyps atratus*) y aves pescadoras Jiñocuabo (*Bursera simaruba*), Jocote jobo (*Spondias mombin*L.) (Anónimo, s.f.)



#### 6.4.2.3 Aspectos socioeconómicos y culturales de la población

La comunidad La Garnacha está compuesta por una población de 160 habitantes, que residen en 40 casas. La población se dedica a actividades agrícolas y agropecuarias, pero también a actividades turísticas y artesanales.

La comunidad es reconocida por la fabricación de quesos madurados, artesanías en madera y marmolina, producción de hortalizas con técnicas orgánicas y plantas medicinales.

En el ámbito cultural el nombre TISEY significa “Engañador” de origen Sumo; para el Dr. Alejandro Dávila Bolaños se deriva de Ticelt o Toci, deidad mítica Náhuatl. También significa Abuela o Hechicera, en Ulúa. Otro recurso cultural importante de la zona son Las leyendas de la Cueva del Duende (esta leyenda está asociada a enamorar muchachas bonitas, pero también al cuidado de los venados y de la fauna silvestre por parte de los duendes), las que pueden ser narradas a los visitantes (Fundación de Investigación y Desarrollo Rural FIDER, 2003, pág. 35)

Es importante destacar la relevancia cultural de las esculturas en piedra en el cerro el Jalacate las cuales han venido siendo elaboradas por muchos años por el artista campesino y escultor don Alberto Gutiérrez.

#### 6.4.3 Identificación, evaluación y valoración de impactos ambientales

La identificación, evaluación y valoración de los impactos consiste en el análisis de todas las actividades que se realizan dentro del proyecto, determinando los efectos negativos y positivos que potencialmente pueden ocurrir durante las mismas.

Para realizar este análisis, se subdividen las actividades en actividades de ejecución y actividades de operación.

Las actividades de la ejecución son:

- Preparación del terreno.

- Mejoramiento del camino.
- Instalación del tendido y tubería de agua potable.
- Construcciones.
- Mejoramiento en senderos.
- Parqueo.
- Instalación de equipos.

Las actividades de la operación son:

- Limpieza y mantenimiento.
- Manejo de residuos sólidos.
- Manejo de aguas residuales.
- Presencia de huéspedes.
- Riesgos de incendio.
- 

Los factores ambientales a tomar en cuenta para este análisis son los siguientes:

Medio físico:

- Calidad del agua.
- Calidad del suelo.
- Calidad del aire.
- Niveles de ruido.

Medio biótico:

- Presencia y diversidad de fauna.
- Cobertura vegetal.
- Hábitat.

Paisaje:

- Calidad del paisaje

Medio socioeconómico:

- Salud de la población.
- Conflictos sociales.
- Actividades económicas.
- Generación de empleo.

#### 6.4.4 Resultados

En la Tabla N° 27. Matriz de Leopold en Anexo N° 25, se presenta la Matriz de Leopold para las actividades del Hotel. Se identificaron un total 46 impactos generados por las actividades en el medio físico, biótico, paisaje y socioeconómico. De estos impactos, el 69% representan impactos negativos y el 31% impactos positivos. Como se puede observar, los impactos positivos se concentran en las actividades económicas y generación de empleo por casi todas las actividades en el hotel.

También se elaboró una matriz de evaluación de impactos donde se realiza puntuación de los mismos tomando en cuenta la intensidad, la extensión o área de influencia, el momento, la persistencia, la reversibilidad, periodicidad y acumulación de los efectos en el medio. Los resultados para cada actividad versus cada factor ambiental se pueden observar en la Tabla N° 28. Matriz de Evaluación en Anexo N° 26.

La importancia de la mayoría de los impactos identificados (33%) se encuentran dentro del rango de moderado, es decir, que se pueden tomar acciones para prevenir los impactos y en caso de presentarse con medidas adecuadas se puede mitigar el mismo. En el análisis se identificaron impactos de tipo crítico asociados en su mayoría a riesgos de incendio por lo que se deben tomar medidas para minimizar este riesgo. (Ver Tabla N° 28. Matriz de Evaluación en Anexo N° 26)

#### 6.4.5 Prevención y mitigación de impactos

La prevención y mitigación de impactos conllevan a una serie de actividades en función de disminuir o en el mejor de los casos anular el daño ambiental que se podría ocasionar en el medio. A continuación, se presentan las medidas para protección de los diferentes factores ambientales que se encuentran dentro del área del Hotel, así como en su área de influencia.

Las medidas fueron clasificadas de acuerdo con los factores ambientales que se determinaron en la Evaluación de Impactos Ambientales.

##### 6.4.5.1 Protección de la calidad del agua

Para crear el menor impacto posible en el recurso será necesario supervisar el sistema de tuberías durante y posterior a la instalación del mismo, evitando conexiones fallidas que causen fugas y desperdicio de este recurso.

Los productos de limpieza que se utilicen deberán almacenarse en un lugar adecuado, evitando que éstos tengan contactos con los cuerpos de agua. Deberán estar en una superficie impermeable en caso de que haya derramamiento de los mismos.

En cuanto al manejo de aguas residuales, la construcción de las cabañas comprende la instalación de biodigestores en los cuales se dan proceso de filtración anaeróbica, lo que permite la reutilización del recurso sobre todo para actividades de riego.

Los huéspedes deben de ser informados para prevenir la contaminación del agua, así como el uso moderado de la misma.

#### 6.4.5.2 Protección de la calidad del suelo

Se deberán realizar trabajos de restauración del suelo una vez se haya concluido los procesos de construcción, mejoramiento de senderos y camino para evitar de este modo el socavamiento debido a lluvias y mayor erosión del suelo.

Evitar el derramamiento de productos químicos que contaminen el o perjudique la calidad del suelo.

#### 6.4.5.3 Protección a la calidad del aire

En lo referente a la calidad del aire se pretende en la fase de ejecución del proyecto la mínima o no integración de maquinaria pesada que provoque el levantamiento de micropartículas que contaminen el aire.

Debe darse la correcta limpieza de maleza y basura que pueda ser un foco de incendio en el lugar y minimizar este tipo de riesgo. Se deberán colocar extinguidores de fuego en todas las cabañas y áreas comunes.

En la fase de operación del proyecto se promoverá la no utilización de aerosoles y otros contaminantes del aire.

El uso de los biodigestores para aguas residuales minimiza la contaminación del aire, ya que este tipo de dispositivos está diseñado para la eliminación de los malos olores.

#### 6.4.5.4 Niveles de ruido

A excepción de la fase de construcción no habrá emisión de ruidos que alteren el ambiente de la zona. Uno de los atractivos de este hotel será el ambiente de relajación y serenidad para los huéspedes.

#### 6.4.5.5 Conservación de la presencia y diversidad de fauna, cobertura vegetal, hábitat y calidad del paisaje

- Se debe en la medida de lo posible, realizar trabajos de jardinería con vegetación local para conservar la calidad del suelo.
- Se debe procurar la creación de áreas verdes que sirvan de hábitat para especies nativas.
- Se debe orientar a los huéspedes de las medidas a tomar al contacto con la flora y fauna local.

#### 6.4.5.6 Prevención de la afectación a la salud de los pobladores

Aunque es muy poco probable que este proyecto afecte la salud de los pobladores de la comunidad; se presentan algunas medidas que deben tomarse a manera de prevención.

- Correcto manejo de residuos sólidos y líquidos.
- Orientar a los huéspedes de medidas que deben de ser tomadas para evitar accidentes y contaminación.

#### 6.4.5.7 Prevención de conflictos sociales

Para evitar conflictos sociales durante la ejecución y operación de este proyecto es necesaria la buena relación con los pobladores de la comunidad. Creando conciencia acerca de los impactos positivos que tendrá el proyecto, así como la posible inclusión de proyectos sociales para la comunidad.

El cumplimiento de este plan de mitigación disminuirá en gran medida la posibilidad de un conflicto social.

#### 6.4.5.8 Prevención del riesgo y accidentes laborales

Dentro de las actividades económicas y el empleo existe la posibilidad de riesgos y accidentes laborales los cuales deben contemplarse en los planes de capacitación del proyecto.

Será necesario proveer a los colaboradores de la indumentaria y equipo de seguridad para proteger su integridad física durante sus labores, así como mantener continuas capacitaciones para evitar cualquier tipo de accidente dentro del hotel.

### 6.5 Estudio y evaluación financiera

#### 6.5.1 Inversiones de capital a realizar

Las inversiones de capital para la puesta en marcha del hotel se estiman en U\$ 80,888.75 y están basadas en las construcciones de obras físicas, equipamiento e insumos necesarios más un fondo de capital necesario para arrancar las operaciones y garantizar un correcto funcionamiento de las instalaciones. (Ver Tabla N° 18. Plan Global de inversión, pág. N° 73)

Dentro de estas inversiones están, las inversiones fijas que ascienden en \$73,344.00 las cuales determinan la adquisición de activos que van a servir para el funcionamiento del hotel, las inversiones diferidas con un total de \$3,200.00 dentro del cual contempla la compra de servicios o derechos que son necesarios para el proyecto, los gastos de instalación son gastos de acuerdo a las necesidades para la operación como lo es capacitación del personal y transporte de equipos, con un total de \$ 700.00. De igual manera está el capital de trabajo con \$3,644.75 que no son más que los recursos que requiere el hotel para su operación.

### 6.5.2 Los costos de operación

Para estimar los costos, los mismos se subdividieron en costos fijos y variables. En los costos fijos se incluyen los salarios, gastos de marketing o publicidad, servicios básicos e insumos de mantenimiento y limpieza, con un total de \$51,713.25 proyectado al año 10. Los costos variables por su parte están afectados por la demanda, por tanto, las amenidades de baño en las habitaciones (jabón de baño, shampoo, papel higiénico, etc.), los insumos de alimentos y bebidas y los insumos para los servicios de spa están definidos como costos variables que asciende a un total de \$13,853.51 para el año 10. A estos costos se le aplicó en el flujo de fondos un 5% de inflación anual. (Ver Tabla N° 19. Costos Fijos en Anexo N° 18 y Tabla N° 20. Costos Variables en Anexo N° 19)

### 6.5.3 Ingresos del proyecto

El principal objetivo del hotel es brindar el servicio de hospedaje a los turistas que visitan el área, y es de esta actividad de donde provienen principalmente sus ingresos, sin embargo, para complementar el servicio de hospedaje, es necesario brindar servicios adicionales como el de alimentación y de Spa, por tanto, el proyecto tiene tres fuentes de ingresos.

#### 6.5.3.1 Ingresos por hospedaje

El ingreso por hospedaje se calcula mediante el precio por la demanda anual pronosticada en la Tabla N° 29. Ingresos en Anexo N° 27, el precio establecido es de \$ 60 y la demanda tiene un incremento del 2% anual. Lo que genera un total de U\$ \$947,435.56 en el periodo de vida establecido en el proyecto.



### 6.5.3.2 Ingresos por alimentación

Los ingresos por alimentación estarán dados por el consumo que realicen los clientes en el comedor. En este caso no se incluye el desayuno ya que está incluido en el costo. Se estima que un 40% de huéspedes realicen el almuerzo dentro de las instalaciones y un 60% la cena. Se toma un precio promedio para cada tiempo de comida. (Ver Tabla N° 29. Ingresos en Anexo N° 27)

### 6.5.3.3 Ingresos por Spa

Los ingresos del servicio de Spa están determinados por un costo promedio de los distintos tratamientos ofertados como los son el sauna, masajes, mascarillas y tratamientos de pedicure y manicure. Se estima que un 30% de los huéspedes compren al menos un servicio. (Ver Tabla N° 29. Ingresos en Anexo N° 27)

### 6.5.4 Flujo de fondos del proyecto

El Flujo de fondos como instrumento de análisis financiero permite determinar la rentabilidad del proyecto a largo plazo. Para efectos de cálculo y acorde al modelo del INTUR los datos se proyectan a 10 años. Procurando una mayor asertividad en los datos se toma en cuenta una tasa de inflación del 5%.

La tasa de impuestos sobre la renta es del 6% aplicando el beneficio obtenido por la ley 306 de incentivos al turismo. Para efectos de cálculo se asume un 80% de exención sobre el 20% de utilidades.

Se realiza un flujo de fondos sin financiamiento y otro con financiamiento para poder hacer una comparativa y determinar la necesidad de apalancamiento financiero para este proyecto. Los resultados del flujo neto a través de los fondos con préstamo tienen un total de \$ 35,184.91 al término de los 10 años y el total del flujo neto con fondos sin préstamo es de \$ 64,094.91. (Ver Tabla N° 31. Flujo de fondo con préstamo en Anexo

Nº 29, Tabla Nº 30. Flujo de fondo sin préstamo en Anexo Nº 28 y Anexo Nº 36. Tabla Nº 37. Resumen de Flujo de Efectivo)

### 6.5.5 Indicadores financieros

#### 6.5.5.1 Valor actual neto (VAN)

El Valor Actual Neto (VAN) indica si conviene o no la realización de un proyecto si su valor es superior o igual a cero. Acorde a los cálculos realizados mediante el flujo de efectivo, utilizando una tasa de descuento del 15%, se obtuvo un valor actual neto de U\$ \$97,982.69, por tanto, se acepta el proyecto ya que el resultado es positivo. (Ver Tabla Nº 31. Flujo de fondo con préstamo en Anexo Nº 29)

Fórmula del VAN o Valor Actual Neto:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+k)^t} - I_0$$

Donde cada incógnita significa:

- $V_t$  representa los flujos de caja en cada periodo  $t$ .
- $I_0$  es la cantidad de dinero inicial de la inversión.
- $n$  indica el número de períodos que se consideran.
- $k$  se refiere al tipo de interés definido.

### 6.5.5.2 Tasa interna de retorno

El flujo de efectivo también permite la estimación de la tasa interna de retorno (TIR), la cual representa la tasa de rentabilidad del proyecto que el inversionista recibirá. En este caso la TIR tiene un valor del 79%, que es mayor a la tasa de descuento lo que indica una alta rentabilidad del proyecto. (Ver Tabla N° 31. Flujo de fondo con préstamo en Anexo N° 29)

Fórmula de la TIR o Tasa Interna de Retorno

$$\text{TIR} = \sum_{t=1}^n [ \text{FC}_t / (1+i)^t ] - I_0 = 0$$

Donde:

Io: Inversión Inicial

FC: Flujo de caja del proyecto (ingresos menos egresos)

i: tasa de descuento o costo de oportunidad del capital

t: tiempo

n: vida útil del proyecto

### 6.5.5.3 Relación beneficio costo

La relación beneficio costo se obtiene de dividir las utilidades entre los costos totales. Para este proyecto tiene un Valor del 48%, lo que implica que por cada dólar invertido se obtienen 48 centavos de ganancia, lo que es altamente atractivo para el dueño del proyecto. (Ver Tabla N° 31. Flujo de fondo con préstamo en Anexo N° 29)

La fórmula que se utiliza es:

$$B/C = \frac{\sum_{i=0}^n \frac{V_i}{(1+i)^n}}{\sum_{i=0}^n \frac{C_i}{(1+i)^n}}$$

Dónde:

B/C = Relación Beneficio / Costo

Vi = Valor de la producción (beneficio bruto)

Ci = Egresos (i = 0, 2, 3,4...n)

i = Tasa de descuento

#### 6.5.5.4 Punto de equilibrio

Como una aproximación del volumen de los turistas necesarios para cubrir los costos se calculó el Punto de Equilibrio conociendo de este modo el volumen óptimo de clientes, mediante el cual el hotel pueda igualar sus ingresos a sus costos y no tener ni pérdida ni ganancia. El resultado se obtuvo por medio de la siguiente fórmula:

$$Q = \frac{CF}{P - CV}$$

Donde:

P: precio de venta unitario.

Cv: costo variable unitario.

CF: costos fijos.

Según este análisis, el volumen de huéspedes requeridos para llegar al equilibrio es de 48 rentas por mes, equivalente a U\$ 4,161.33 en ventas mensuales.

#### 6.5.5.5 Período de recuperación

El periodo de recuperación deduce en qué momento de la operatividad del proyecto se recuperará la inversión inicial y empezará a generar utilidades para el inversionista; acorde a los cálculos realizados en la Tabla N° 32. Periodo de Recuperación en Anexo N° 30, se puede observar que el periodo de recuperación para este proyecto es de 5.38 Años es decir 5 años y cuatro meses.

#### 6.5.6 Análisis de sensibilidad del proyecto

El análisis de sensibilidad permite evaluar el estudio de la posible variación de elementos o eventualidades que determinan una inversión de forma que, en función de alguno de los criterios de valoración, se cumpla que la inversión es rentable o no.

Para este estudio se ha decidido realizar cuatro escenarios distintos para poder hacer una comparativa de los resultados alterando ciertos valores que en la realidad podrían influir en el proyecto.

En primer orden se establece un incremento del 15% en los costos, tanto fijos como variables; lo que causa un impacto en el flujo de caja por ende en los indicadores financieros analizados.

En un segundo escenario, se simula un 15% de incremento en los costos de construcción, lo que implicaría un aumento considerable de la inversión fija que de igual manera impactaría en los resultados.

En un tercer momento se analiza una disminución de la demanda en un 15%, esto podría llegarse a dar por varias situaciones como lo serían desastres naturales,

problemas macroeconómicos y/o políticos. Lo que causa un gran impacto en el turismo.

Finalmente se analiza una mezcla entre un 15% de aumento en los costos de construcción, así como un 15% de disminución de la demanda, que resultaría en un escenario muy complejo para la rentabilidad del proyecto.

Los resultados del análisis de sensibilidad los podemos observar en la Tabla N° 33. Análisis de sensibilidad del Anexo N° 31.

#### 6.5.7 Planes de financiamiento

Se estima que para la construcción, ejecución y operación de este proyecto será necesario un financiamiento en un 80% de sus costos totales por medio de instituciones bancarias.

Los cálculos de los flujos de fondos ponen en evidencia la necesidad de financiar el proyecto para disminuir los riesgos y aumentar los rendimientos, por tanto, se procedió a solicitar información de financiamiento por la institución LAFISE BANCENTRO de la ciudad de Estelí, donde se facilitó una tabla de pagos por un monto total de U\$ 64,711.00 dólares que equivalen al 80% de la inversión antes descrito.

Se puede observar en la Tabla N° 34. Plan de pagos en Anexo N° 32, facilitada por la institución bancaria el plan de pagos mensual o amortizaciones a la deuda, del mismo modo en las Tablas N° 35 y 36. Amortizaciones al capital en Anexo N° 33, se plasma el plan de pagos anual donde se reflejan las amortizaciones a capital y pago de intereses generados por la deuda.

### 6.5.8 Análisis integral de los criterios de evaluación

El estudio y evaluación financiera, permite en este proyecto evaluar la factibilidad para la ejecución y operación del mismo, permitiendo corroborar que la instalación de un hotel en la comunidad La Garnacha es una inversión altamente rentable.

Se ha determinado que es necesario el apalancamiento financiero para el proyecto en un 80% del capital total de inversión.

Por medio del análisis del VAN el cual da como resultado U\$ 90,836.58 el cual es positivo o mayor a 0 (principio que es requerido para que un negocio sea rentable), así como a través del análisis de la TIR con la que se obtiene un resultado del 82%, la cual es mayor al 15% que es la tasa de rentabilidad plasmada. Esto permite determinar que las ganancias que se obtendrían de llevarse a cabo el negocio serían altamente aceptables y rentables.

En cuanto a la relación beneficio - costo se obtiene un resultado del 48% y el punto de equilibrio es igual a 48 rentas por mes equivalente a U\$ 4,161.33 dólares por mes donde se estaría cumpliendo con las obligaciones de pago.

Referente al periodo de recuperación se determina que es de 5 años y cuatro meses lo que resulta muy atractivo al inversionista.

En el análisis de sensibilidad se han expuesto varias situaciones que pondrían en riesgo la inversión, determinándose que aún en los escenarios más pesimistas planteados en este estudio, el proyecto continúa siendo rentable.

Es importante hacer énfasis en la exoneración del 80% del impuesto establecido en la ley 306 de incentivos al turismo ya que impacta de manera significativa la viabilidad y alta rentabilidad del proyecto.

## 7. Conclusiones

La dinámica de la industria turística en Nicaragua experimenta cambios positivos que dirigen a un crecimiento sostenido en las inversiones a este rubro económico. Los esfuerzos realizados en promoción del turismo, incentivos al sector para el desarrollo de la industria y la variedad de actividades que se pueden realizar en el país sin recorrer grandes distancias son factores que contribuyen a la estabilidad y que generan un panorama atractivo y de confianza en este tipo de inversiones.

Habiendo realizado los distintos estudios de prefactibilidad para la instalación de un hotel y de montaña en la comunidad La Garnacha, se puede determinar que:

- Existe un segmento de mercado no cautivo e insatisfecho, que busca lugares de descanso con ciertas condiciones de comodidad y que son demandantes de un servicio de calidad a precios accesibles, situación que resuelve la ejecución y operación de este proyecto.
- Técnicamente es posible la instalación de un hotel de montaña en el área de estudio ya que existe la mano de obra, insumos, proveedores y que acceso a financiamiento, que permitan la construcción y operatividad del hotel con capacidad suficiente para satisfacer la demanda.
- Toda actividad que se desarrolle en el medio natural altera al mismo. El impacto ambiental generado con la construcción de este hotel se minimiza, ya que las actividades que causan un impacto negativo no son permanentes y se toman medidas de mitigación para contrarrestar todos los impactos.
- Financieramente este proyecto ha sido analizado con distintos indicadores que muestran viabilidad económica con un Valor Actual Neto de U\$ \$88,373.79, una Tasa Interna de Retorno del 79% y una relación beneficio costo del 48%, donde fueron tomados en cuenta los aspectos de inflación, así como la realización de análisis de sensibilidad alterando variables que podrían surgir durante la



ejecución y operación del proyecto, obteniendo resultados favorables a los mismos.

Por tanto, se puede concluir este proyecto es rentable, viable y factible no solamente en el aspecto económico por medio de la generación de empleos y utilidades a los inversionistas; sino que también tiene un impacto social positivo, aportando significativamente a la comunidad; promoviendo la responsabilidad social, creando un mayor aporte al sentido de pertenencia y responsabilidad del cuidado del ecosistema en la vida de los miembros de la comunidad y huéspedes del hotel.

## 8. Recomendaciones

Acorde a los resultados obtenidos en este estudio de prefactibilidad se brindan las siguientes recomendaciones.

- Realizar periódicamente evaluaciones administrativas y de personal garantizando el correcto funcionamiento y desempeño de los colaboradores de manera que garantice un excelente servicio a los clientes.
- Mantener la calidad de atención en el servicio en todas las actividades resultantes de la operación del hotel, lo cual marcará la diferenciación para los huéspedes.
- Capacitar continuamente al talento humano de modo que la mejora continua sea una ventaja competitiva en la organización.
- Promover la innovación y creatividad en la generación de servicios complementarios en el hotel que permitan la nueva generación de empleos y mayor satisfacción en los huéspedes.
- Crear alianzas con otros negocios relacionados al turismo en la comunidad y comunidades aledañas con la finalidad de sumar esfuerzos para gestionar la mejora del camino.
- Una vez establecidas las relaciones y alianzas con la comunidad, otros negocios y entidades gubernamentales se recomienda la creación en conjunto de brigadas contraincendios ya que es un peligro latente en la comunidad y de esta manera se estaría minimizando el daño que podría causar una eventualidad de este tipo.

- Durante la conclusión de este estudio se rumora la entrada de un nuevo competidor que pretende instalar un hotel de lujo en una locación cercana. Esta información no pudo ser corroborada, sin embargo, se observó movimiento de maquinaria pesada en el lugar. Por tanto, se recomienda analizar el impacto posible en la captación de demanda que podría tener este otro proyecto, así como la afectación a las proyecciones realizadas para este estudio.
- Lamentablemente el país ha entrado en una crisis social, económica y política que en la actualidad afecta a la actividad turística por tanto se recomienda reprogramar las fechas de inicio para la ejecución y operación del proyecto hasta que se haya normalizado esta situación. A su vez se recomienda crear planes de contingencia que permitan la solvencia económica del proyecto ante situaciones de esta índole u otra como lo podrían ser desastres naturales.

## 9. Referencias bibliográficas

- Anónimo. (s.f.). *www.ecured.cu/Tisey\_Estanzuela*.
- Aragon, W. (02 de 10 de 2007). Turismo decaído en Madriz y Estelí. *La Prensa*.
- Arauz, A., & Urbina, S. (s.f.). *Estrategias de desarrollo del turismo ornitológico, en la Reserva El Tisey. Caso La Almaciguera como zona núcleo*. Estelí: FAREM.
- Baca, G. (2001). *Evaluación de Proyectos*. México: McGraw Hill.
- Banco Central de Nicaragua. (2017). *Encuesta de Turismo II Trimestre*. Managua: Autor.
- Banco Central de Nicaragua. (Abril 2018). *Cuenta Satélite de Turismo de Nicaragua 2017*. Managua.
- Banco Central de Nicaragua. (Junio 2017). *Encuesta de Turismo I Trimestre 2017*. Managua: Autor.
- Banco Central de Nicaragua. (Mayo 2017). *Cuenta Satélite de Turismo de Nicaragua 2016*. Managua: Autor.
- Castro, Y., Gaitán, J., & Tapia, C. (2015). *Contribución del sector turístico nicaragüense en los aspectos económico,*. Managua.
- Centro Humboldt. (2008). *Informe Productivo Turismo*. Nicaragua: Autor.
- Cruz, M., Rodríguez, L., & Rugama, A. (2015). *Propuesta de desarrollo turístico sostenible en la finca El Jalacate, municipio de Estelí en el II semestre del año 2014*. Estelí: Farem.
- De la Torre, Ó. (1992). *El Turismo, Fenómeno Social*. México: 7ª reimpresión, Fondo de Cultura Económica.
- EPYPSA, AFI, TEA CEGOS. (2011). *Plan Estratégico de Marketing del Plan Nacional de Desarrollo Turístico Sostenible*.
- EPYPSA, AFI, TEA CEGOS. (2011). *Plan Nacional de Desarrollo Turístico Sostenible*.
- Escuela Nacional de Hotelería. (2008). *Introducción al Turismo*. Managua: Autor.
- Freeman, D. (2016). *Gestión Administrativa de pequeñas empresas turísticas rurales sostenibles en la Reserva Natural Tisey - Estanzuela para el primer semestre 2016*. Estelí, Nicaragua: Tesis Inédita de Maestría. Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua.
- Fundación de Investigación y Desarrollo Rural FIDER. (2003). *Plan de Manejo Reserva Natural Tisey - Estanzuela*. Estelí: Autor.
- Fundación Nicaraguense para el Desarrollo Económico y Social. (2017). *Primer Informe de Coyuntura Económica de Nicaragua 2017*. Managua: Autor.
- FUNICA. (2007). *Autoevaluación a la asociación programa agrícola san nicolas*. Estelí: Autor.

- Hernández, D. (1982). *Planificación Turística: Un enfoque Metodológico*. México: Trillas.
- Instituto Nicaragüense de Turismo. (2017). *Boletín de Estadísticas de Turismo del año 2016*. Managua: Autor.
- MARENA-PROTIERRA-CBA. (s.f.). *Evaluación y Redefinición del Sistema de Áreas Protegidas Meseta del Tisey -La Tejera - La Estanzuela*. Estelí: Autor.
- Matamoros, C. (2008). *Estudio de Factibilidad de Hotel de Montaña en Jalaca, Talanga, Francisco Morazán*. Tegucigalpa - Honduras: Tesis Inédita de Maestría. Universidad Nacional Autónoma de Honduras.
- Morales, S. S. (2009). *Prpuesta de un Plan de Desarrollo Turístico para el municipio de Corinto*. León, Nicaragua: Tesis Inédita de Licenciatura. Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua.
- Organización Mundial del Turismo. (2014). *Entender el Turismo: Conceptos Básicos*. Obtenido de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo>
- Organización Mundial del Turismo. (2015). *Notas Metodologicas de la Base de Datos de Estadística de Turismo*. Madrid: Autor.
- Rivas, J., Mireia, P., Laura, S., & Laura., S. (2008). *Proyecto Ecoturistico Integrado en la Reserva Natural El Tisey - Estanzuela*. Estelí.
- Sanchez, M., & Tapia, R. (2015). Economía Campesina en la comunidad la Garnacha, Estelí, Nicaragua. *Revista Electrónica de Investigación en Ciencias Económicas*, 214.
- Santamaría, Z., & Baca, P. (2009). *Definición de la Política y Estrategias para el Turismo Rural Sostenible de Nicaragua*. Managua: INTUR.
- Sapag, N. (2008). *Preparación y Evaluación de Proyectos*. Bogotá: McGraw Hill.
- Schatan, C., Montiel, M., & Romero, I. (2010). *Cambio Climático y Retos para el Sector Turismo en Centroamérica*. México: CEPAL.
- Torres, A., & Perez, O. (2006). *Plan Estratégico de Desarrollo Administrativo Turístico para el comanejo del Salto de la Estanzuela*. Estelí: UNI.
- USAID. (2012). *Investigación: Segmentos de Mercado Potenciales para los Clústeres de Jinotega y Estelí*. Managua: Autor.
- Vasquez, V. (7 de Febrero de 2016). Turismo en el Tisey. *La Prensa*.
- Zapata, S., & Plazaola, B. (2009). *Definición de la Política y Estrategias para el Turismo Rural Sostenible de Nicaragua*. Managua: Instituto Nicaraguense de Turismo.

## 10. Anexos

### Anexo 1. Encuesta para Estudio de Mercado



#### Encuesta de Estudio de Pre Factibilidad de un Hotel de Montaña.

Esta encuesta se realiza con fines educativos para recolectar información acerca de la instalación de un hotel de montaña en la comunidad “La Garnacha” del departamento de Estelí.

1. Edad: Menor de 25  Entre 25 y 30  Entre 31 y 45  Entre 46 y 60   
60 +

2. Sexo: F  M

3. Lugar de Residencia \_\_\_\_\_

4. ¿Con qué frecuencia visita el corredor turístico Tisey-Estanzuela?

Una o más veces cada tres meses  Al menos una vez cada seis meses   
Al menos una vez anualmente  Otros \_\_\_\_\_

5. ¿Alguna vez se ha hospedado en algún hotel de Montaña? Sí  No

6. En caso de responder “Sí” a la pregunta anterior, ¿De cuántas noches es su estadía promedio? 1 Noche  2 Noches  3+ Noches

7. ¿Alguna vez se ha hospedado en algún hotel del corredor turístico Tisey-Estanzuela?  Sí  No

8. ¿En cuál de los siguientes hoteles del corredor turístico Tisey-Estanzuela se ha hospedado o ha tenido intención de hospedarse? (puede seleccionar más de una respuesta).  
Ecoposada El Tisey  Cabañas Los Volcanes

Finca El Carrizo  Hotel Marduk Garden

Otros (Favor Mencione) \_\_\_\_\_

9. ¿Por cuál de las siguientes razones visita o visitaría los lugares mencionados en la pregunta anterior?

Precio  Servicio de alimentación  Actividades  Atención y Confort

Otros (Favor Mencione) \_\_\_\_\_

10. ¿Qué tipo de actividades prefiere en un hotel de montaña? (puede seleccionar más de una respuesta).

Descanso y relajación  Turismo Rural y Comunitario  Deportes extremos

Caminatas y senderismo  Gastronomía y cultura

11. ¿Referente al servicio de alimentación que tipo de servicio prefiere usted?

Todo incluido (almuerzo, desayuno y cena)  Solo Desayuno

Mini cocina en la habitación.  Sin alimentación.  Otros \_\_\_\_\_

12. ¿Qué nivel de importancia tiene para usted los siguientes aspectos para su estancia en un hotel de montaña?

Aspecto	Nivel de Satisfacción		
	No es Importante	Importante	Muy Importante
1. Acceso al lugar			
2. Parqueo			
3. Seguridad			
4. Calidad y calidez en el servicio			
5. Actividades			

6. Confort			
7. Servicio de alimentación			
8. Privacidad			
9. Conectividad y acceso tecnológico			

13. De acuerdo con los aspectos mencionados anteriormente, ¿Cuánto está dispuesto a pagar por habitación para dos personas en un hotel de montaña?

Favor estipule la cantidad en Dólares Americanos. U\$ \_\_\_\_\_

14. ¿Qué medio de información influye más en usted para la elección de un destino vacacional?

TV  Radio  Internet  Redes Sociales  Revistas  Periódicos

Recomendación de amistades o familiares  Vallas y mantas publicitarias

15. Cuando usted realiza una reservación para hospedarse en un hotel lo realiza por:

Vía telefónica  E-mail  Red Social

Página web del Hotel  Agencias de Viajes

Reservaciones en línea por terceros (Booking.com, Hoteles.com Air B&B).

Agradecemos su tiempo por colaborar con nuestro estudio.



Anexo 2. Encuesta para Estudio de Mercado, traducida en Ingles para los Turistas Extranjeros



**Mountain Hotel at La Garnacha Survey**

This survey is conducted for educational purposes to collect information about the installation of a mountain hotel in the community "La Garnacha" in Estelí.

1. Age: Less than 25  Between 25 and 30  Between 31 and 45   
Between 46 and 60  60 +

2. Sexo: F  M

3. Place of Residence \_\_\_\_\_

4. How often do you visit the natural reserve Tisey-Estanzuela?

One or more times every three months  At least once every six months.   
At least once annually  Other (Please Specify) \_\_\_\_\_

5. Have you ever stayed at a Mountain hotel? Yes  No

6. If your answer was "Yes" in last question, ¿How many nights is your avererge stay?  1 Night  2 Nights  3+ Nights

7. Have you ever stayed at a hotel in the natural reserve Tisey-Estanzuela?

Yes  No

8. In which of the following hotels of the Tisey-Estanzuela natural reserve have you stayed or have you intended to stay? (You can select more than one answer).

Ecoposada El Tisey  Los Volcanes Cabins  Finca El Carrizo   
Marduk Garden  Other (Please Specify) \_\_\_\_\_

9. For which of the following reasons do you visit or you will visit the places mentioned in the previous question?

Price  Dining and Food  Activities  Comfort and Service

Other (Please Specify) \_\_\_\_\_

10. What kind of activities do you prefer in a mountain hotel? (You can select more than one answer).

Rest and Relaxation  Rural and Community Tourism  Extreme Sports

Hiking  Gastronomy and Culture

11. Regarding the Food Service which type of service do you prefer?

All Inclusive (three meals)  Bed & Breakfast  In Room Mini Kitchen

No food Service.  Other (Please Specify) \_\_\_\_\_

12. How important are the following aspects for you to stay in a mountain hotel?

Aspect			
	Is Not Important	Important	Very Important
1. Acces to the place			
2. Parking			
3. Security			
4. Quality and Warmth in the Service			
5. Activities			
6. Comfort			
7. Dining and Food			
8. Privacy			
9. Connectivity and Technological Access (Wi-fi)			

13. According to the aspects mentioned above How much are you willing to pay per room (double occupancy) per night in a mountain hotel?

American Dollars. U\$ \_\_\_\_\_

14. Which social media influences you the most in choosing a vacational destiny?

TV  Radio  Internet  Social Networks  Magazines  Newspapers

Recommendation of Friends or Relatives  Street Advertising

15. When you make a reservation to stay at a hotel, you do it by

Telephone  E-mail  Social Networks  Hotel WebPage  Travel   
Agency

Online reservations by other Web Pages (Booking.com, Hoteles.com, Air B&B).

We appreciate your time to collaborate with our survey.

### Anexo 3. Entrevista para el Estudio de Mercado



#### **Entrevista a Dueños – Propietarios o Gerentes de Hoteles en el Sector**

Esta entrevista se realiza con fines educativos para recolectar información acerca de Hoteles en el Corredor turístico Tisey - Estanzuela.

1. ¿Cuántos años de existencia tiene este negocio?
2. ¿Qué tipo de turista visita más su establecimiento Nacionales o turistas extranjeros? Especifique porcentaje.
3. ¿Con cuántas habitaciones - cabañas cuenta el establecimiento?
4. ¿Cuál es el promedio de ocupación mensual?
5. ¿Qué actividades ofrece el local a los turistas?
6. ¿Qué tipo de servicio de alimentación ofrece?
7. ¿Cuál es el rango de precios por noche en este establecimiento?
8. ¿Qué tipo de publicidad o promoción realiza?
9. ¿Existe uso de medios digitales en la promoción del establecimiento?
10. ¿En qué porcentaje el cliente regresa a hospedarse en este establecimiento?
11. ¿Existen planes de expansión y/o mejora para este establecimiento?
12. ¿Cuál es el apoyo de INTUR? ¿Están inscritos o registrado, que otros reglamentos cumplen, existen alianzas con, Policía, Minsa u otras instituciones?
13. ¿Crea Algún impacto en el negocio el acceso al local?
14. ¿Cómo es la relación del negocio en cuanto a proveedores?

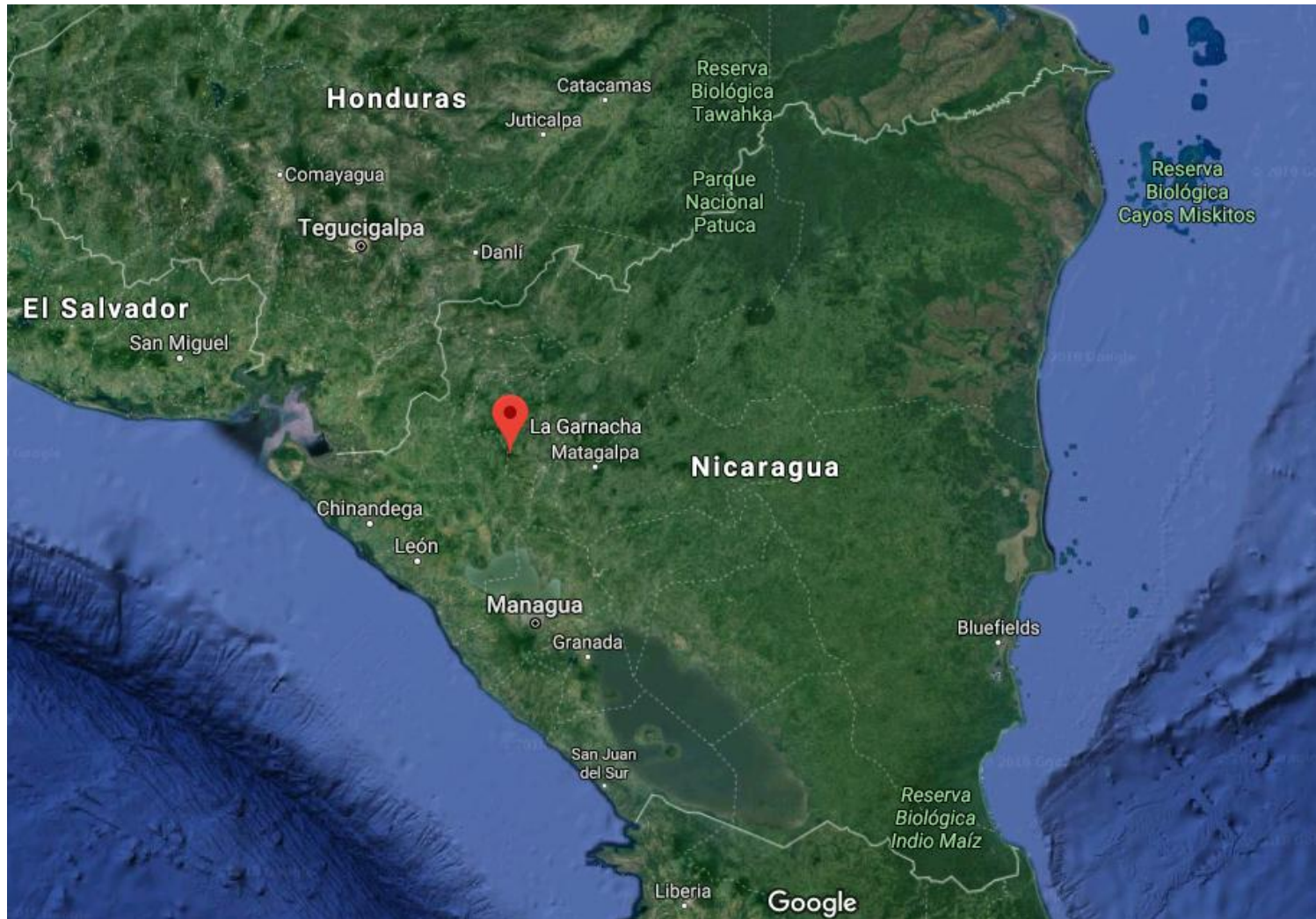
Agradecemos su colaboración a nuestro estudio.

Anexo No 4. Tabla No 8: Presupuesto de ventas

Proyección de Demanda (Incremento Anual del 2%)														
Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total Anual	No. Estimado de Personas
Demanda Año 1	70	70	125	125	70	70	110	70	70	60	70	125	1035	2070
Demanda Año 2	71	71	128	128	71	71	112	71	71	61	71	128	1056	2111
Demanda Año 3	73	73	130	130	73	73	114	73	73	62	73	130	1077	2154
Demanda Año 4	74	74	133	133	74	74	117	74	74	64	74	133	1098	2197
Demanda Año 5	76	76	135	135	76	76	119	76	76	65	76	135	1120	2241
Demanda Año 6	77	77	138	138	77	77	121	77	77	66	77	138	1143	2285
Demanda Año 7	79	79	141	141	79	79	124	79	79	68	79	141	1166	2331
Demanda Año 8	80	80	144	144	80	80	126	80	80	69	80	144	1189	2378
Demanda Año 9	82	82	146	146	82	82	129	82	82	70	82	146	1213	2425
Demanda Año 10	84	84	149	149	84	84	131	84	84	72	84	149	1237	2474

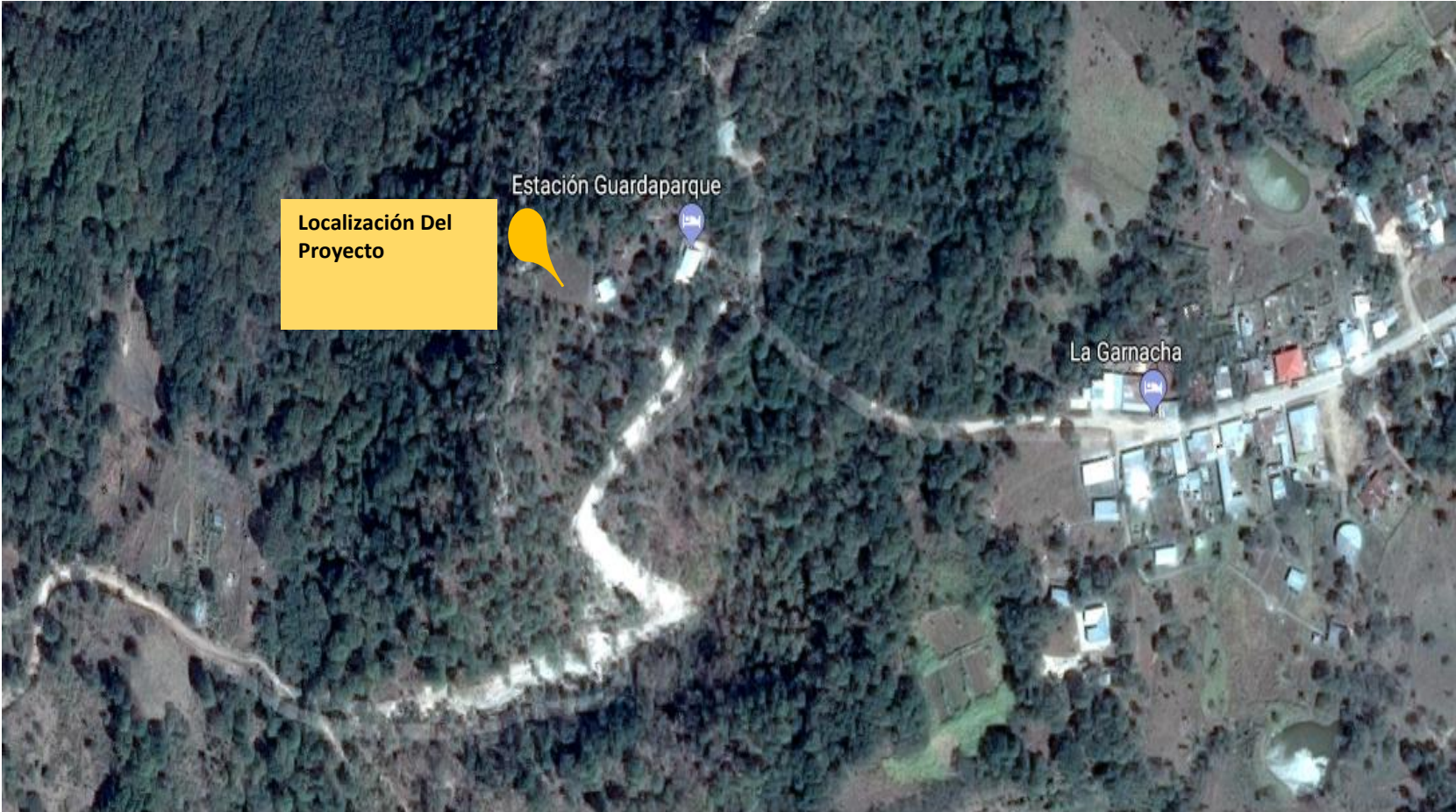
\*Número de cabañas rentadas mensualmente en base a ocupación doble

Anexo 5. Figura No 1. Ubicación de la comunidad La Garnacha



Fuente: Google Maps

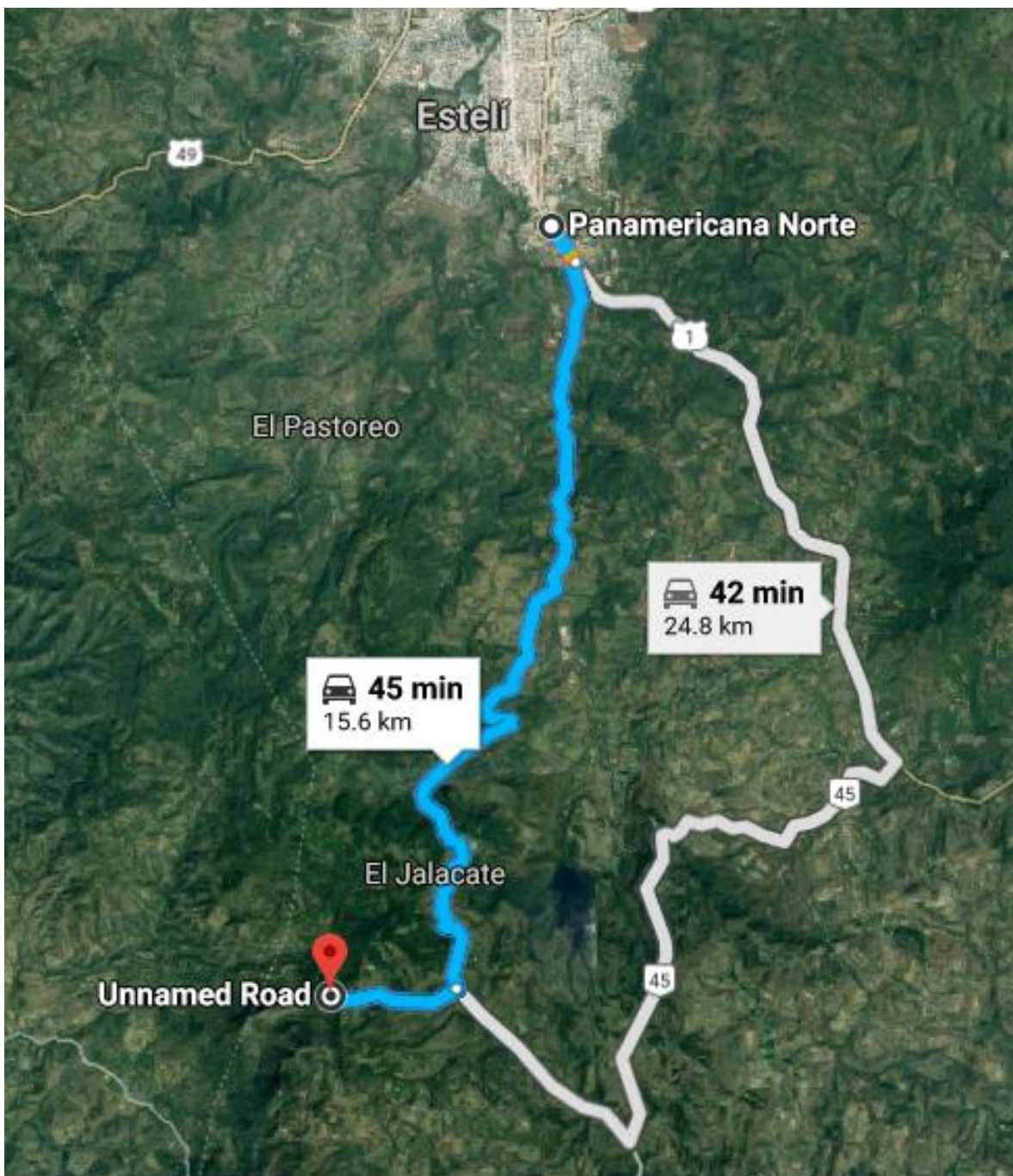
Anexo 6. Figura No 2. Localización del proyecto



Fuente: Google Maps.

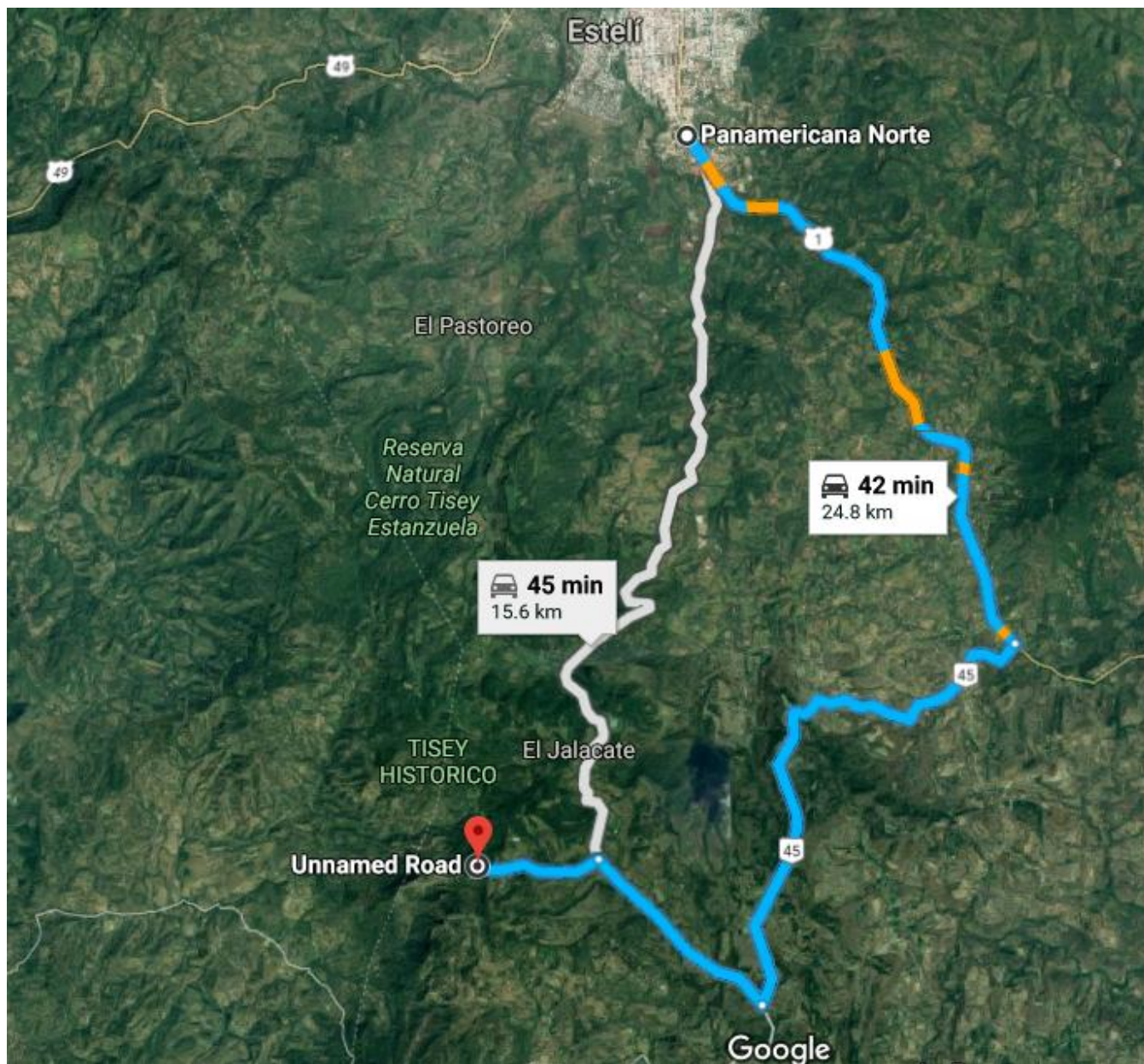


Anexo No 7. Figura No 3. Ruta Estelí – La Garnacha vía la Estanzuela



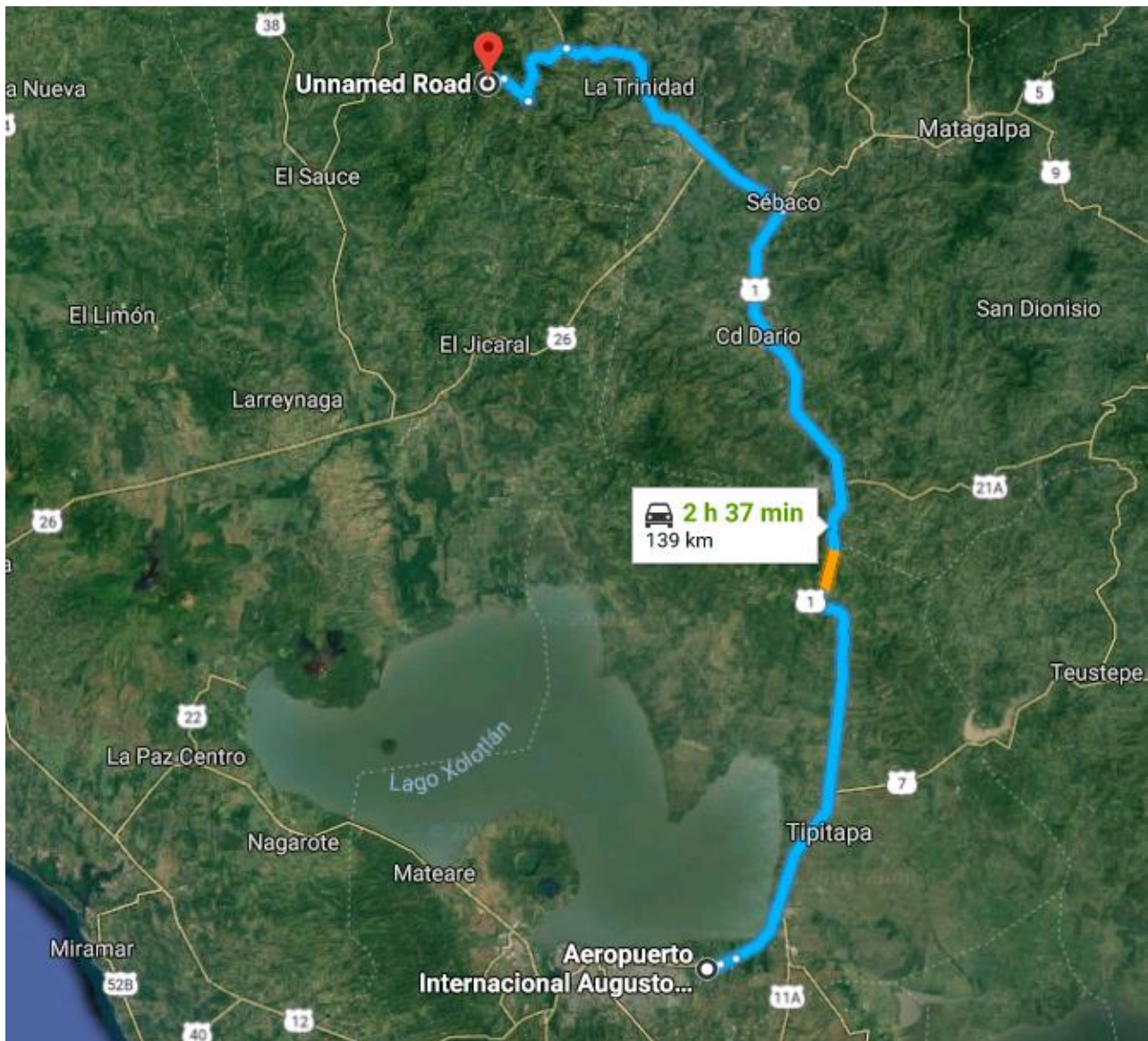
Fuente: Google Maps

Anexo No 8. Figura No 4. Ruta Estelí - La Garnacha vía carretera a San Nicolás



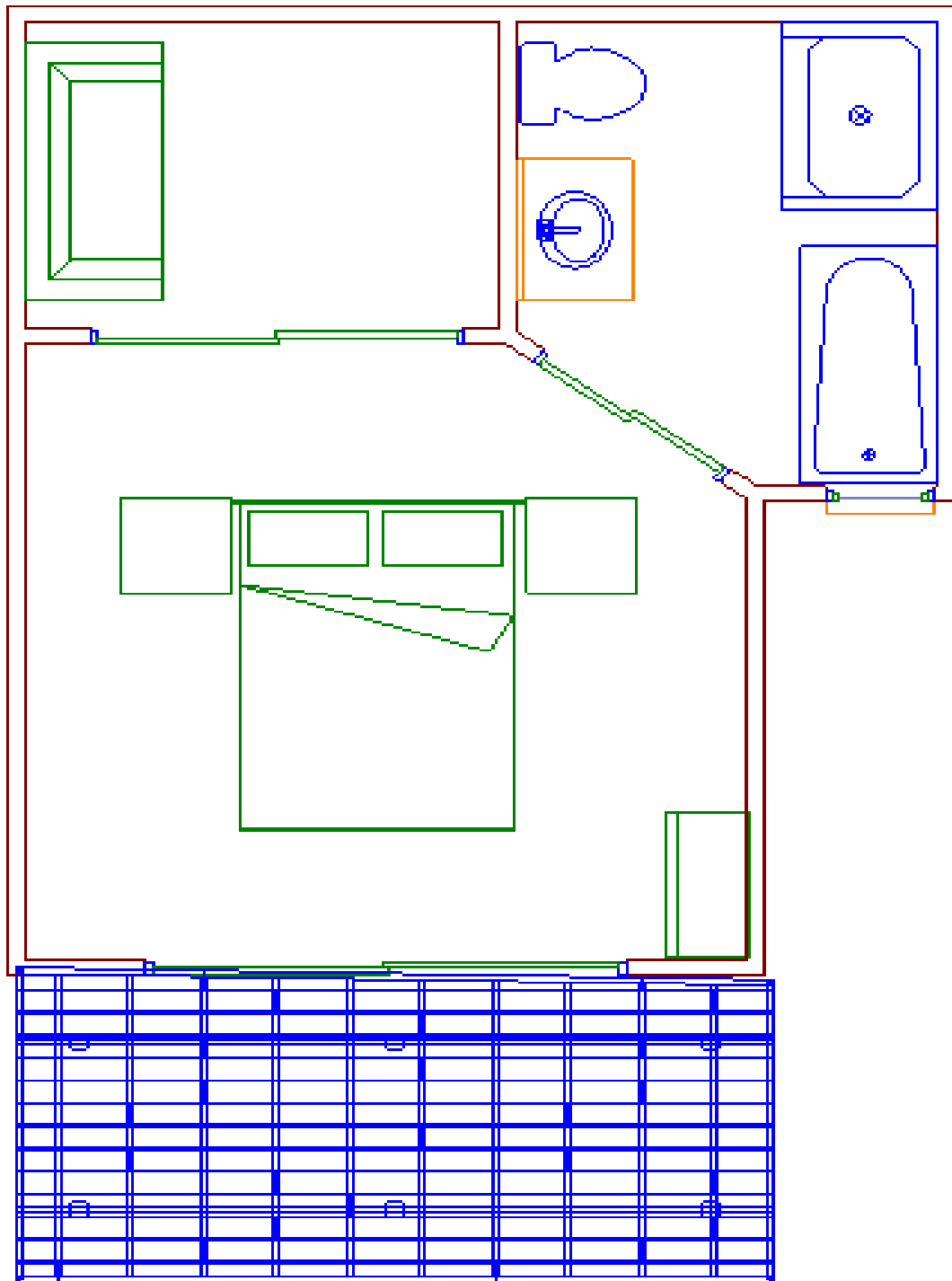
Fuente: Google Maps

Anexo No 9. Figura No 5. Ruta Managua - La Garnacha



Fuente: Google Maps

Anexo No 10. Figura No 6. Plano de Cabañas



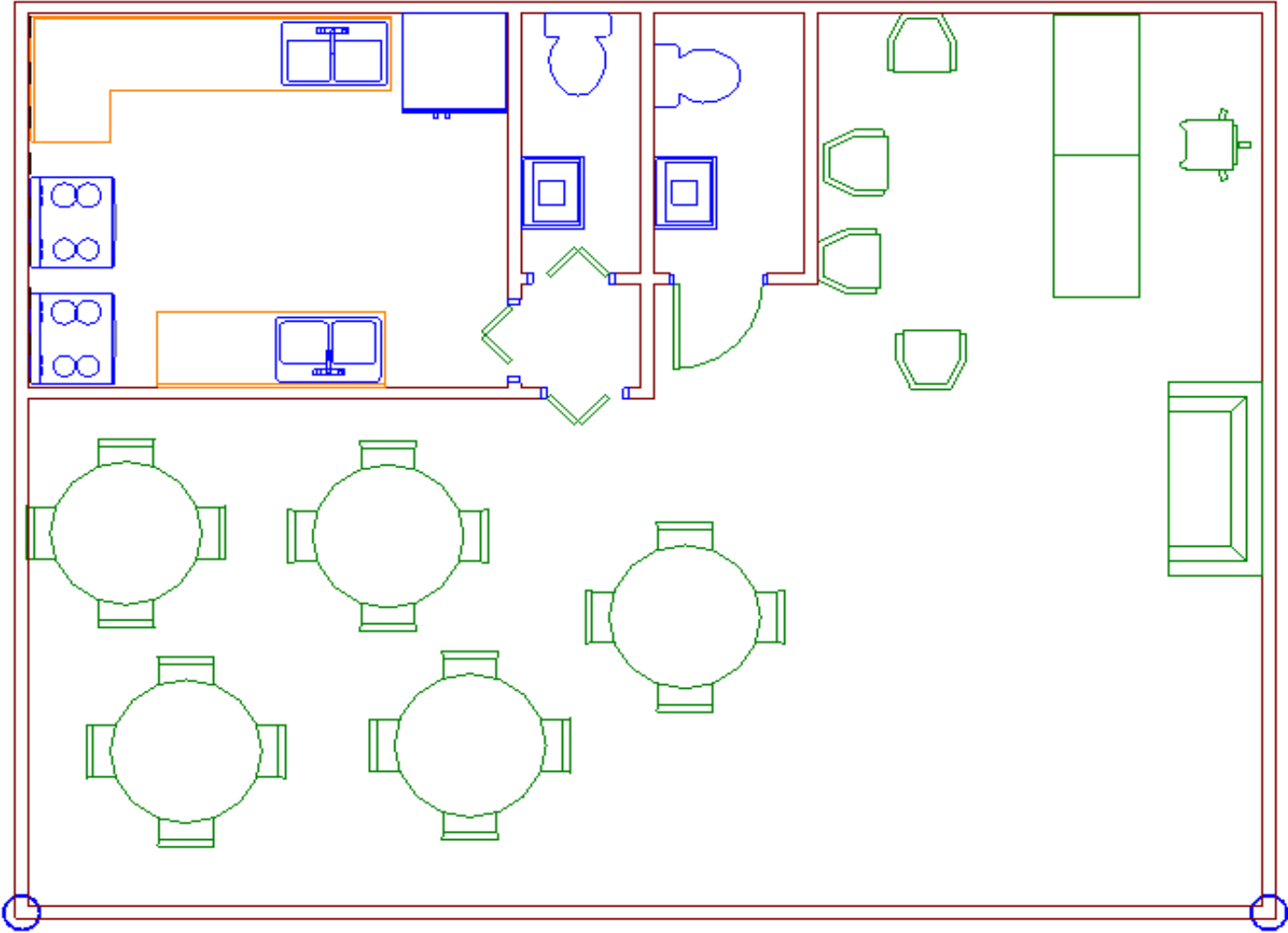
Fuente. Elaboración Propia

Anexo No 11. Figura No 7. Perfil del modelo de cabañas



Fuente. Elaboración Propia.

Anexo No 12. Figura No 8. Plano de la recepción, cocina y comedor



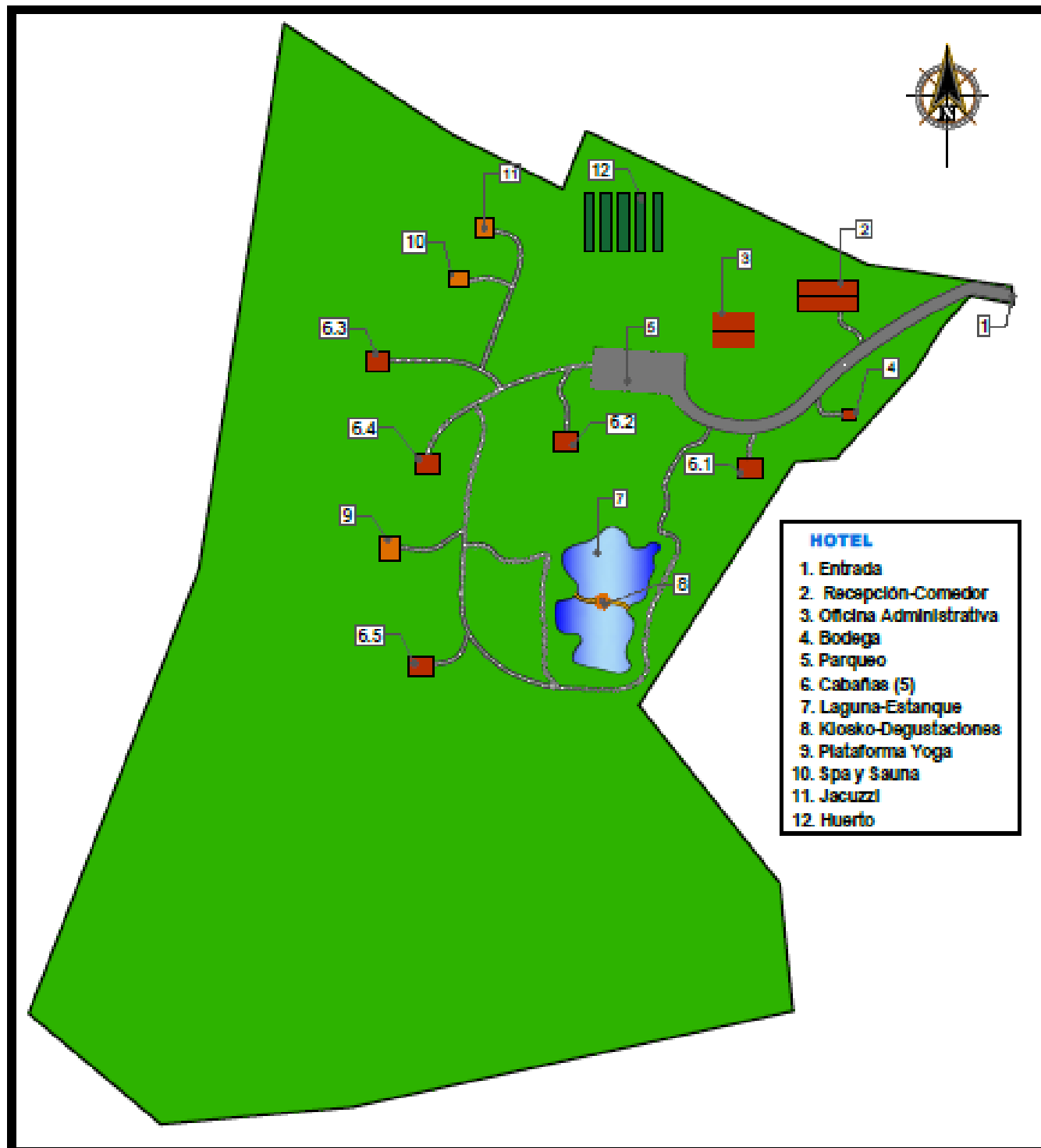
Fuente. Elaboración Propia.

Anexo No 13. Figura No 9. Perfil del modelo de recepción, cocina y comedor



Fuente. Elaboración Propia.

Anexo No 14. Figura No 10. Distribución de las instalaciones del hotel



Fuente. Elaboración Ing. Melissa Ruiz



Anexo No 15. Tabla No 10. Presupuesto de Obras

Presupuesto de Obras			
Descripción de la Obra	Cantidad	Precio	Total
Mejoramiento de Camino 130 mts	130	\$ 30.00	\$ 3,900.00
Construcción de Cabaña 30 mts <sup>2</sup>	5	\$ 5,800.00	\$ 29,000.00
Construcción de Recepción y Comedor 80mts 2	1	\$ 8,300.00	\$ 8,300.00
Construcción de Spa 20 mts 2	1	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00
Construcción de Plataforma de Yoga 30 mts <sup>2</sup>	1	\$ 480.00	\$ 480.00
Mejoramiento en Senderos 250 mts	250	\$ 7.00	\$ 1,750.00
Parqueo 7 Vehículos	1	\$ 390.00	\$ 390.00
Jacuzzi	1	\$ 7,000.00	\$ 7,000.00
Construcción de Laguna	1	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00
Quiosco de Degustaciones	1	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00
		<b>Total</b>	<b>\$ 57,820.00</b>

Tabla No 10. Presupuesto de Obras

Fuente: Ing. Melissa Ruiz

Anexo N° 16. Tabla No 11. Presupuesto de Equipos

<b>Presupuesto de Equipos</b>			
<b>Descripción de Equipo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio</b>	<b>Total</b>
<b>Habitaciones</b>			
Cama King Size	5	\$ 775.00	\$ 3,875.00
Sofá Cama	5	\$ 125.00	\$ 625.00
Ropa de Cama	10	\$ 65.00	\$ 650.00
Toallas	40	\$ 7.00	\$ 280.00
Mesas de Noche	10	\$ 15.00	\$ 150.00
Lámparas	10	\$ 10.00	\$ 100.00
Cafeteras	5	\$ 53.00	\$ 265.00
Hamacas	5	\$ 35.00	\$ 175.00
Televisores 32"	5	\$ 245.00	\$ 1,225.00
<b>Cocina y Comedor</b>			
Estufas	2	\$ 204.00	\$ 408.00
Horno Microondas	1	\$ 71.00	\$ 71.00
Licuadaora	1	\$ 33.00	\$ 33.00
Refrigeradora	1	\$ 350.00	\$ 350.00
Mantenedora	1	\$ 435.00	\$ 435.00
Utensilios de Cocina	1	\$ 800.00	\$ 800.00
Juegos de Mesas	5	\$ 360.00	\$ 1,800.00
<b>Lobby y Recepción</b>			
Computadora	1	\$ 420.00	\$ 420.00
Planta Telefónica	1	\$ 35.00	\$ 35.00
Radio Comunicadores	3	\$ 150.00	\$ 450.00
Silla Secretarial	1	\$ 75.00	\$ 75.00
Juego de Sillones	1	\$ 430.00	\$ 430.00
Stand del Lobby	1	\$ 350.00	\$ 350.00
<b>Sauna</b>			
Camilla de Masajes	1	\$ 150.00	\$ 150.00
Sillones de Patio	2	\$ 700.00	\$ 1,400.00
Vaporizadores para cuarto de Sauna	2	\$ 55.00	\$ 110.00
<b>Lavandería</b>			
Lavadora	1	\$ 435.00	\$ 435.00
Secadora	1	\$ 427.00	\$ 427.00
		<b>Total</b>	<b>\$ 15,524.00</b>

Fuente: Elaboración Propia

Anexo No 17. Tabla N° 12. Inversión Inicial

<b>Inversión Inicial</b>	
<b>Inversiones Fijas</b>	<b>Monto</b>
Obras Físicas	\$ 57,820.00
Materiales y Equipos	\$ 15,524.00
<b>Total Inversiones Fijas</b>	<b>\$ 73,344.00</b>

Tabla N° 12. Inversión Inicial

Fuente: Elaboración Propia

Anexo N° 18. Tabla N° 13. Depreciación

Depreciación						
Inversiones Fijas	Valor	Vida Útil	% de Depreciación	Depreciación Anual	Depreciación Acumulada en 10 Años	Valor Contable
Obras Físicas	\$ 57,820.00	20	5%	\$ 2,891.00	\$ 28,910.00	\$ 28,910.00
Materiales y Equipos	\$ 15,524.00	10	10%	\$ 1,552.40	\$ 15,524.00	\$ -
<b>Total depreciación Anual</b>				<b>\$ 4,443.40</b>	<b>Valor de Rescate</b>	<b>\$ 28,910.00</b>

Fuente: Elaboración Propia

Anexo N° 19. Tabla N° 15. Amortización Diferida

Amortización Diferida										
Inversiones Diferidas/Año	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Estudio de Suelos y Topográfico	\$ 400.00									
Gastos de Constitución y Patente	\$ 800.00									
Permisos y Licencias de Operación	\$ 200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00
<b>Total Amortización Anual</b>	<b>\$1,400.00</b>	<b>\$200.00</b>	<b>\$200.00</b>	<b>\$200.00</b>	<b>\$200.00</b>	<b>\$200.00</b>	<b>\$200.00</b>	<b>\$200.00</b>	<b>\$200.00</b>	<b>\$200.00</b>

Tabla N° 15. Amortización Diferida

Fuente: Elaboración Propia

Anexo N° 20. Tabla N° 19. Costos Fijos

Costos Fijos			
Ítem	Costo Mensual	Costo Anual	Costo con Liquidación Año 10
Servicios Básicos	\$ 350.00	\$ 4,200.00	\$ 4,200.00
Publicidad y Promoción	\$ 100.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00
Salarios	\$ 2,794.75	\$ 33,537.02	\$ 41,513.25
Insumos	\$ 400.00	\$ 4,800.00	\$ 4,800.00
<b>Total Costos Fijos</b>	<b>\$ 3,644.75</b>	<b>\$43,737.02</b>	<b>\$51,713.25</b>

Tabla N° 19. Costos fijos

Fuente: Elaboración Propia

Anexo N° 21. Tabla N° 20. Costos variables

Costos Variables											
Ítem	Costo	Costo Anual									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Amenidades	\$ 2.10	\$ 2,173.50	\$ 2,216.97	\$ 2,261.31	\$ 2,306.54	\$ 2,352.67	\$ 2,399.72	\$ 2,447.71	\$ 2,496.67	\$ 2,546.60	\$ 2,597.53
Alimentos y Bebidas (Desayuno)	\$ 1.20	\$ 2,484.00	\$ 2,533.68	\$ 2,584.35	\$ 2,636.04	\$ 2,688.76	\$ 2,742.54	\$ 2,797.39	\$ 2,853.34	\$ 2,910.40	\$ 2,968.61
Alimentos y Bebidas (Almuerzo)	\$ 2.00	\$ 1,656.00	\$ 1,689.12	\$ 1,722.90	\$ 1,757.36	\$ 1,792.51	\$ 1,828.36	\$ 1,864.92	\$ 1,902.22	\$ 1,940.27	\$ 1,979.07
Alimentos y Bebidas (Cena)	\$ 3.00	\$ 3,726.00	\$ 3,800.52	\$ 3,876.53	\$ 3,954.06	\$ 4,033.14	\$ 4,113.81	\$ 4,196.08	\$ 4,280.00	\$ 4,365.60	\$ 4,452.91
Spa	\$ 2.50	\$ 1,552.50	\$ 1,583.55	\$ 1,615.22	\$ 1,647.53	\$ 1,680.48	\$ 1,714.09	\$ 1,748.37	\$ 1,783.33	\$ 1,819.00	\$ 1,855.38
<b>Total Costos Variables</b>	<b>\$ 10.80</b>	<b>\$ 11,592.00</b>	<b>\$ 11,823.84</b>	<b>\$ 12,060.32</b>	<b>\$ 12,301.52</b>	<b>\$ 12,547.55</b>	<b>\$ 12,798.50</b>	<b>\$ 13,054.47</b>	<b>\$ 13,315.56</b>	<b>\$13,581.88</b>	<b>\$ 13,85351</b>

Tabla N° 20. Costos Variables

Fuente: Elaboración Propia

# Anexo N° 22. Figura N° 11. Diagrama de Gantt

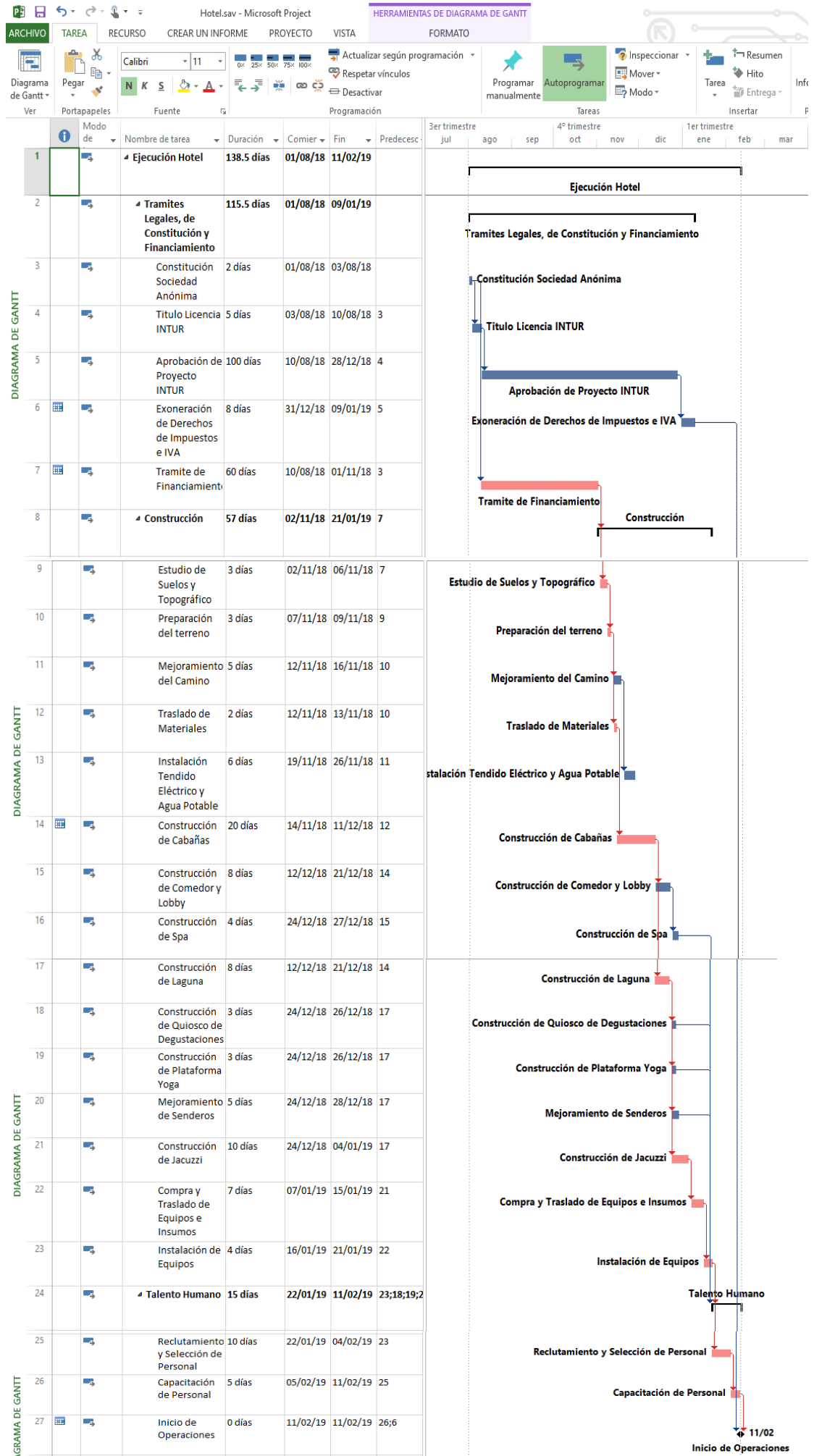


Figura N° 11. Diagrama de Gantt

Fuente: Elaboración Propia



Anexo N° 23. Figura N° 12. Diagrama de Red

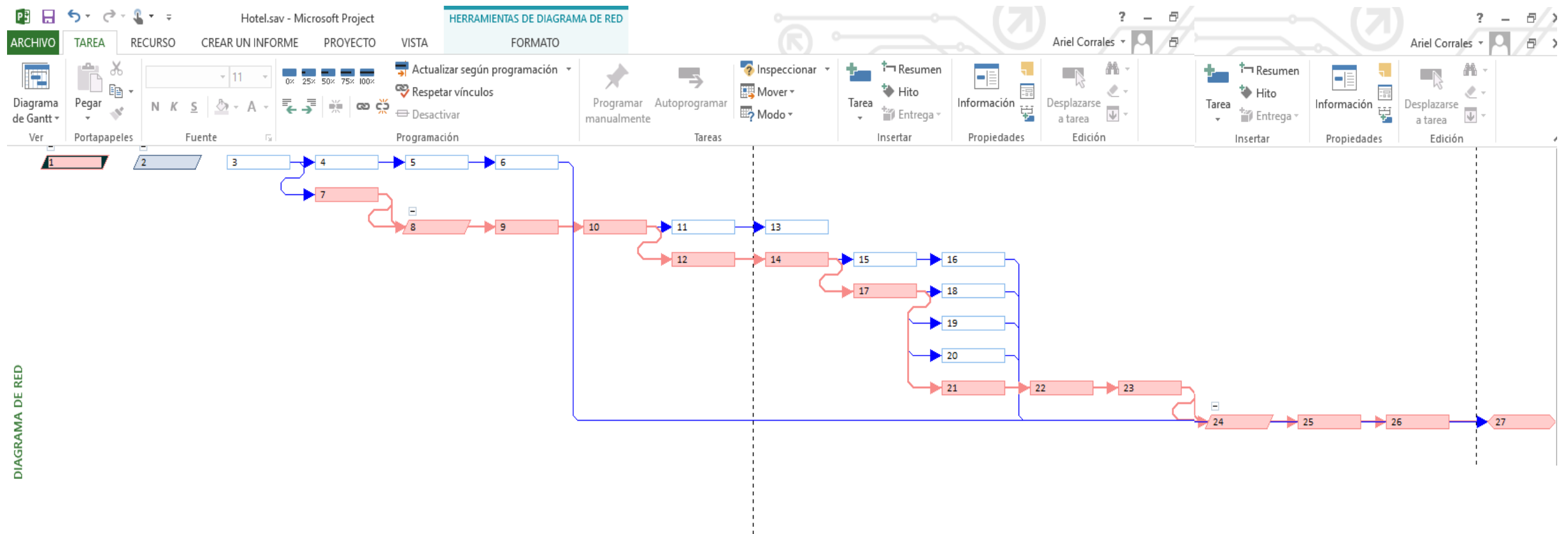


Figura N° 12. Diagrama de Red  
Elaboración Propia

## Anexo N° 24. Entrevista a dueño del proyecto



### **Entrevista a Dueño del Proyecto de Estudio Técnico y Aspectos Legales y Organizacionales de la Empresa.**

Esta entrevista se realiza con la finalidad de recolectar información necesaria para completar el estudio técnico y los aspectos legales, organizacionales e institucionales para la ejecución del proyecto.

1. ¿Cuál es la ubicación específica en la que se desarrollará el proyecto?
2. ¿Por qué se elige esta ubicación y que condiciones determinan la misma?
3. ¿Existen condiciones de accesibilidad, seguridad, legalidad en cuanto a la propiedad en esta ubicación?
4. ¿Existe infraestructura de transporte, telecomunicación, energética, suministro de agua potable y servicios de salud?
5. ¿En lo referente al tamaño del proyecto ¿qué criterios se han tomado en cuenta para definir la capacidad del local?
6. ¿Se ha conceptualizado el diseño del local?
7. ¿Qué infraestructura se contempla y cuál es la distribución planificada?
8. ¿Qué maquinaria, equipo y mobiliario será necesario para la construcción y operación del proyecto?
9. ¿Existen proveedores en el mercado nacional para los insumos y suministros necesarios para el proyecto?

10. ¿Se contempla realizar alguna importación de bienes necesarios para el desarrollo y operación del proyecto?
11. ¿Qué procesos legales y permisos se deben realizar para la constitución y operación de la empresa?
12. ¿Cuál será la constitución legal o razón social de la empresa?
13. ¿Cómo estará conformada la organización interna de la empresa?
14. ¿Se contempla política de formación y capacitación al personal?



### **Entrevista a Dueños de Proyecto de Impacto Ambiental.**

La siguiente entrevista se realiza con el fin de recolectar información acerca de los requerimientos y procesos de la ejecución del proyecto relacionada al impacto ambiental que causaría el desarrollo de este.

1. ¿Cumple la ejecución de este proyecto con el marco legal establecido por las autoridades ambientales para la ejecución de este?
2. ¿Se ha realizado o se piensa realizar una caracterización socio ambiental del lugar donde se ejecutará el proyecto?
3. ¿Qué otras alternativas se consideran o existen a la ejecución de este proyecto?
4. ¿Cuáles son los posibles riesgos naturales que se identifican al ejecutar este proyecto?
5. ¿Qué riesgos ocupacionales y ambientales podrían surgir al ejecutar este proyecto?
6. ¿Se cuenta con un plan de manejo ambiental?
7. ¿Existe un plan de prevención y mitigación de impactos?
8. ¿Cómo se manejarán los residuos y desechos generados durante la construcción y operación del proyecto?
9. ¿Se contemplan programas de comunicación, capacitación y educación ambiental?
10. ¿Cómo se llevarán a cabo los planes de contingencia durante la operación del proyecto?

Anexo N° 26. Tabla N° 27. Matriz de Leopold

Matriz de Leopold													
Medio	Factor Ambiental	Actividades Ejecución						Actividades Operación					
		Preparación del Terreno	Mejoramiento del camino	Instalación del tendido Elect. Y Agua	Construcciones	Mejoramiento en senderos	Parqueo	Instalación de equipos	Limpieza y mantenimiento	Manejo de residuos sólidos	Manejo de aguas residuales	Presencia de huéspedes	Riesgos de incendio
Físico	Calidad del Agua												
	Calidad del Suelo												
	Calidad del Aire												
	Nivel de Ruido												
Biótico	Presencia y diversidad de Fauna												
	Cobertura vegetal												
	Hábitat												
Paisaje	Calidad del Paisaje												
Socioeconómico	Salud de la Población												
	Conflictos Sociales												
	Actividades Económicas												
	Empleo												

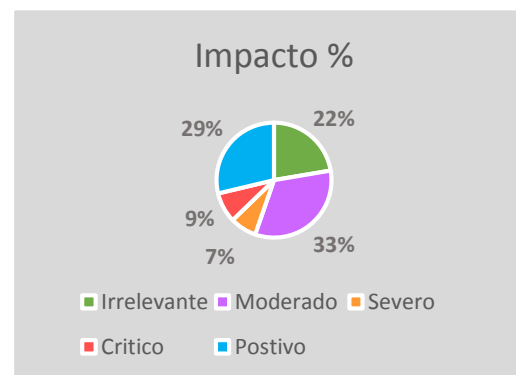
<b>Impacto Positivo:</b>		31%
<b>Impacto Negativo:</b>		69%

Tabla N° 27. Matriz de Leopold  
Fuente: Elaboración propia

Anexo N° 27. Tabla N° 28. Matriz de Evaluación

Matriz de Evaluación de Impactos													
Medio	Factor Ambiental	Actividades Ejecución						Actividades Operación					
		Preparación del Terreno	Mejoramiento del camino	Instalación del tendido Elec, Agua	Construcciones	Mejoramiento en senderos	Parqueo	Instalación de equipos	Limpieza y mantenimiento	Manejo de residuos sólidos	Manejo de aguas residuales	Presencia de huéspedes	Riesgos de incendio
Físico	Calidad del Agua			22			10	10	28	15	31	23	30
	Calidad del Suelo	20	23	20	26	20	27			20	15		28
	Calidad del Aire				21				23	25	25	15	35
	Nivel de Ruido	20	22		26		22	13				19	26
Biótico	Presencia y diversidad de Fauna	16		10	22	15	21		13			15	35
	Cobertura vegetal	21	14		20	20	27		10	13	22		35
	Hábitat	10			21	15	23				12	12	35
Paisaje	Calidad del Paisaje	10	20	20	28	20	20	10		21	15	21	40
Socioeconómico	Salud de la Población												40
	Conflictos Sociales		27							23	23		25
	Actividades Económicas	30	30	30	35	30	30	35	35	35	35	35	35
	Empleo	30	30	30	35	30	30	35	35	35	35	35	35

Rango	Importancia	Color	Impacto %
<19	Irrelevante	Verde	21
>=19 y <27	Moderado	Púrpura	31
>=27 y <35	Severo	Naranja	7
>=35	Critico	Rojo	8
Rango Abierto	Positivo	Azul	27



Anexo N° 28. Tabla N° 29. Ingresos

Ingresos												
Item	Precio	Ingreso Anual										Totales
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Ventas	\$ 60.00	\$62,100.00	\$63,342.00	\$64,608.84	\$ 65,901.02	\$67,219.04	\$68,563.42	\$69,934.69	\$71,333.38	\$ 72,760.05	\$ 74,215.25	\$ 679,977.67
Ingresos por Almuerzos	\$ 7.00	\$ 5,796.00	\$ 5,911.92	\$ 6,030.16	\$ 6,150.76	\$ 6,273.78	\$ 6,399.25	\$ 6,527.24	\$ 6,657.78	\$ 6,790.94	\$ 6,926.76	\$ 63,464.58
Ingresos por Cenas	\$ 10.00	\$12,420.00	\$12,668.40	\$12,921.77	\$ 13,180.20	\$13,443.81	\$13,712.68	\$13,986.94	\$14,266.68	\$ 14,552.01	\$ 14,843.05	\$ 135,995.53
Servicios de Spa	\$ 10.00	\$ 6,210.00	\$ 6,334.20	\$ 6,460.88	\$ 6,590.10	\$ 6,721.90	\$ 6,856.34	\$ 6,993.47	\$ 7,133.34	\$ 7,276.00	\$ 7,421.52	\$ 67,997.77
<b>Total Ingresos</b>	<b>\$ 87.00</b>	<b>\$86,526.00</b>	<b>\$88,256.52</b>	<b>\$90,021.65</b>	<b>\$ 91,822.08</b>	<b>\$93,658.53</b>	<b>\$95,531.70</b>	<b>\$97,442.33</b>	<b>\$99,391.18</b>	<b>\$ 101,379.00</b>	<b>\$ 103,406.58</b>	<b>\$ 947,435.56</b>

Tabla N° 29. Ingresos

Fuente: Elaboración Propia

Anexo N° 29. Tabla N° 30. Flujo de fondo sin préstamo

Flujo de Fondos Sin Préstamo											
Año	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>Ingresos</b>											
Ventas		\$ 86,526.00	\$ 88,256.52	\$ 90,021.65	\$ 91,822.08	\$ 93,658.53	\$ 95,531.70	\$ 97,442.33	\$ 99,391.18	\$ 101,379.00	\$ 103,406.58
<b>Egresos</b>											
Costos Fijos		\$ 43,737.02	\$ 43,737.02	\$ 43,737.02	\$ 43,737.02	\$ 43,737.02	\$ 43,737.02	\$ 43,737.02	\$ 43,737.02	\$ 43,737.02	\$ 51,713.25
Costos Variables		\$ 11,592.00	\$ 12,415.03	\$ 12,663.33	\$ 12,916.60	\$ 13,174.93	\$ 13,438.43	\$ 13,707.20	\$ 13,981.34	\$ 14,260.97	\$ 14,546.19
Depreciación		\$ 4,443.40	\$ 4,443.40	\$ 4,443.40	\$ 4,443.40	\$ 4,443.40	\$ 4,443.40	\$ 4,443.40	\$ 4,443.40	\$ 4,443.40	\$ 4,443.40
<b>UAI</b>		<b>\$ 26,753.58</b>	<b>\$ 27,661.06</b>	<b>\$ 29,177.89</b>	<b>\$ 30,725.06</b>	<b>\$ 32,303.17</b>	<b>\$ 33,912.84</b>	<b>\$ 35,554.71</b>	<b>\$ 37,229.41</b>	<b>\$ 38,937.61</b>	<b>\$ 32,703.74</b>
Impuesto S/Renta		\$ 1,605.21	\$ 1,659.66	\$ 1,750.67	\$ 1,843.50	\$ 1,938.19	\$ 2,034.77	\$ 2,133.28	\$ 2,233.76	\$ 2,336.26	\$ 1,962.22
<b>Utilidad Neta</b>		<b>\$ 25,148.36</b>	<b>\$ 26,001.40</b>	<b>\$ 27,427.22</b>	<b>\$ 28,881.56</b>	<b>\$ 30,364.98</b>	<b>\$ 31,878.07</b>	<b>\$ 33,421.42</b>	<b>\$ 34,995.65</b>	<b>\$ 36,601.35</b>	<b>\$ 30,741.51</b>
Depreciación		\$ 4,443.40	\$ 4,443.40	\$ 4,443.40	\$ 4,443.40	\$ 4,443.40	\$ 4,443.40	\$ 4,443.40	\$ 4,443.40	\$ 4,443.40	\$ 4,443.40
Préstamo											
Inversión	\$ -77,244.00										
Capital de Trabajo	\$ -3,644.75										
Amortización											
Valor de Rescate											\$ 28,910.00
<b>Flujo Neto de Efectivo</b>	<b>-80888.752</b>	<b>\$ 29,591.76</b>	<b>\$ 30,444.80</b>	<b>\$ 31,870.62</b>	<b>\$ 33,324.96</b>	<b>\$ 34,808.38</b>	<b>\$ 36,321.47</b>	<b>\$ 37,864.82</b>	<b>\$ 39,439.05</b>	<b>\$ 41,044.75</b>	<b>\$ 64,094.91</b>
<b>VAN</b>	<b>\$95,519.90</b>	Tasa de Descuento del 15%									
<b>TIR</b>	<b>39%</b>										
<b>RBC</b>	<b>\$ 0.48</b>										

Tabla N° 30. Flujo de fondo sin préstamo  
Fuente: Elaboración propia



Anexo N° 30. Tabla N° 31. Flujo de fondo con préstamo

Flujo de Fondos con Préstamo											
Año	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>Ingresos</b>											
Ventas		\$ 86,526.00	\$ 88,256.52	\$ 90,021.65	\$ 91,822.08	\$ 93,658.53	\$ 95,531.70	\$ 97,442.33	\$ 99,391.18	\$ 101,379.00	\$ 103,406.58
<b>Egresos</b>											
Costos Fijos		\$ 43,737.02	\$ 43,737.02	\$ 43,737.02	\$ 43,737.02	\$ 43,737.02	\$ 43,737.02	\$ 43,737.02	\$ 43,737.02	\$ 43,737.02	\$ 51,713.25
Costos Variables		\$ 11,592.00	\$ 12,415.03	\$ 12,663.33	\$ 12,916.60	\$ 13,174.93	\$ 13,438.43	\$ 13,707.20	\$ 13,981.34	\$ 14,260.97	\$ 14,546.19
Depreciación		\$ 4,443.40	\$ 4,443.40	\$ 4,443.40	\$ 4,443.40	\$ 4,443.40	\$ 4,443.40	\$ 4,443.40	\$ 4,443.40	\$ 4,443.40	\$ 4,443.40
<b>UAI</b>		<b>\$ 26,753.58</b>	<b>\$ 27,661.06</b>	<b>\$ 29,177.89</b>	<b>\$ 30,725.06</b>	<b>\$ 32,303.17</b>	<b>\$ 33,912.84</b>	<b>\$ 35,554.71</b>	<b>\$ 37,229.41</b>	<b>\$ 38,937.61</b>	<b>\$ 32,703.74</b>
Impuesto S/Renta		\$ 1,605.21	\$ 1,659.66	\$ 1,750.67	\$ 1,843.50	\$ 1,938.19	\$ 2,034.77	\$ 2,133.28	\$ 2,233.76	\$ 2,336.26	\$ 1,962.22
<b>Utilidad Neta</b>		<b>\$ 25,148.36</b>	<b>\$ 26,001.40</b>	<b>\$ 27,427.22</b>	<b>\$ 28,881.56</b>	<b>\$ 30,364.98</b>	<b>\$ 31,878.07</b>	<b>\$ 33,421.42</b>	<b>\$ 34,995.65</b>	<b>\$ 36,601.35</b>	<b>\$ 30,741.51</b>
Depreciación		\$ 4,443.40	\$ 4,443.40	\$ 4,443.40	\$ 4,443.40	\$ 4,443.40	\$ 4,443.40	\$ 4,443.40	\$ 4,443.40	\$ 4,443.40	\$ 4,443.40
Inversión	\$ -77,244.00										
Capital de Trabajo	\$ -3,644.75										
Financiamiento	\$ 64,711.00										
Amortización		\$ 18,569.61	\$ 18,569.61	\$ 18,569.61	\$ 18,569.61	\$ 18,569.61					
Valor de Rescate											\$ 28,910.00
<b>Flujo Neto de Efectivo</b>	<b>\$ -16,177.75</b>	<b>\$ 11,022.15</b>	<b>\$ 11,875.19</b>	<b>\$ 13,301.01</b>	<b>\$ 14,755.35</b>	<b>\$ 16,238.77</b>	<b>\$ 36,321.47</b>	<b>\$ 37,864.82</b>	<b>\$ 39,439.05</b>	<b>\$ 41,044.75</b>	<b>\$ 64,094.91</b>
<b>VAN</b>	<b>\$ 97,982.69</b>	Tasa de Descuento del 15%									
<b>TIR</b>	<b>82%</b>										
<b>RBC</b>	<b>\$ 0.48</b>										

Tabla N° 31. Flujo de fondo con préstamo  
Fuente: Elaboración propia

Anexo N° 31. Tabla N° 32. Periodo de recuperación

Período de Recuperación		
Año	Flujo	Acumulado
1	\$ 11,022.15	\$ 11,022.15
2	\$ 11,875.19	\$ 22,897.34
3	\$ 13,301.01	\$ 36,198.35
4	\$ 14,755.35	\$ 50,953.70
5	\$ 16,238.77	\$ 67,192.47
6	\$ 36,321.47	\$ 103,513.94
Inversión Inicial	\$ 80,888.75	
Ultimo Flujo	\$ 36,321.47	
Por Recuperar	\$ 13,696.28	
PR Años	\$ 0.38	
PR meses	\$ 4.53	
<b>Per. De Recuperación=5+4=5 Años y 4 meses</b>		

Tabla N° 32. Periodo de recuperación

Fuente: Elaboración propia

Anexo N° 32. Tabla N° 33. Análisis de sensibilidad

<b>Análisis de Sensibilidad</b>				
<b>Escenario</b>	<b>VAN</b>	<b>TIR</b>	<b>RBC</b>	<b>PQ</b>
Flujo Proyectado	\$ 97,982.69	82%	0.48	48
Aumento de 15% en Costos de Operación	\$ 57,296.99	47%	0.31	56
Aumento de 15% en Costos de Construcción	\$ 90,512.19	59%	0.47	48
Disminución de la Demanda 15%	\$ 41,565.67	38%	0.31	48
Aumento de 15% en Costos de Construcción y Disminución del 15% en la demanda	\$ 34,095.17	30%	0.30	48

Tabla N° 33. Análisis de sensibilidad

Fuente: Elaboración propia

Anexo N° 33. Tabla N° 34. Plan de pagos

							Calcular
<b>CLIENTE:</b>							
<b>PRESTAMO:</b>							
<b>PLAZO MESES</b>							60
<b>FINANCIAMIENTO:</b>							64.711,00
<b>TASA INICIAL FIJA (6 MESES) **:</b>							15,00000%
<b>PAGOS MENSUALES:</b>							1.547,47
<b>FECHA DEL DESEMBOLSO:</b>							5-May-18
<b>FECHA DE INICIO DEL PAGO:</b>							5-Jun-18
<b>PAGO MENSUAL CON SEGUROS:</b>							1.547,47
<b>TOTAL INTERESES PAGADOS AL VENCIMIENTO (Estimados debido a la variación de tasa trimestral)</b>							28,137,16
<b>TASA COSTO EFECTIVA ANUAL</b>							
<b>TABLA DE REFERENCIA PARA PERIODO DE TASA FIJA (6 meses) - POSTERIORMENTE VARIABLE.</b>							
meses de cambio MARZO, JUNIO, SEPTIEMBRE y DICIEMBRE.							
**Cuotas sujetas a variaciones de tasa según (tasa pasiva promedio ponderada del BCN + índice fijo BANCO de 5.18%)							
En caso de préstamo en cordobas, aplica mantenimiento de valor ajustado mensualmente.							
FECHA	CUOTA NO.	Monto de cuota	PRIN. PAG.	INT. ACUM.	Seg. del bien	Seg. Vida	SALDO
5-May-18	0				0,00	0,00	64.711,00
5-Jun-18	1	1.547,47	711,62	835,85	0,00	0,00	63.999,38
5-Jul-18	2	1.547,47	747,48	799,99	0,00	0,00	63.251,90
5-Aug-18	3	1.547,47	730,47	817,00	0,00	0,00	62.521,44
5-Sep-18	4	1.547,47	739,90	807,57	0,00	0,00	61.781,54
5-Oct-18	5	1.547,47	775,20	772,27	0,00	0,00	61.006,34
5-Nov-18	6	1.547,47	759,47	788,00	0,00	0,00	60.246,87
5-Dec-18	7	1.547,47	794,38	753,09	0,00	0,00	59.452,48
5-Jan-19	8	1.547,47	779,54	767,93	0,00	0,00	58.672,94
5-Feb-19	9	1.547,47	789,61	757,86	0,00	0,00	57.883,33
5-Mar-19	10	1.547,47	872,16	675,31	0,00	0,00	57.011,17
5-Apr-19	11	1.547,47	811,08	736,39	0,00	0,00	56.200,09
5-May-19	12	1.547,47	844,97	702,50	0,00	0,00	55.355,12
5-Jun-19	13	1.547,47	832,47	715,00	0,00	0,00	54.522,66
5-Jul-19	14	1.547,47	865,94	681,53	0,00	0,00	53.656,72
5-Aug-19	15	1.547,47	854,40	693,07	0,00	0,00	52.802,32
5-Sep-19	16	1.547,47	865,44	682,03	0,00	0,00	51.936,88
5-Oct-19	17	1.547,47	898,26	649,21	0,00	0,00	51.038,62
5-Nov-19	18	1.547,47	888,22	659,25	0,00	0,00	50.150,40
5-Dec-19	19	1.547,47	920,59	626,88	0,00	0,00	49.229,81
5-Jan-20	20	1.547,47	911,58	635,89	0,00	0,00	48.318,23
5-Feb-20	21	1.547,47	923,36	624,11	0,00	0,00	47.394,87
5-Mar-20	22	1.547,47	974,78	572,69	0,00	0,00	46.420,09
5-Apr-20	23	1.547,47	947,88	599,59	0,00	0,00	45.472,21
5-May-20	24	1.547,47	979,07	568,40	0,00	0,00	44.493,15
5-Jun-20	25	1.547,47	972,77	574,70	0,00	0,00	43.520,38
5-Jul-20	26	1.547,47	1.003,46	544,00	0,00	0,00	42.516,91
5-Aug-20	27	1.547,47	998,29	549,18	0,00	0,00	41.518,62
5-Sep-20	28	1.547,47	1.011,19	536,28	0,00	0,00	40.507,44
5-Oct-20	29	1.547,47	1.041,13	506,34	0,00	0,00	39.466,31
5-Nov-20	30	1.547,47	1.037,70	509,77	0,00	0,00	38.428,61
5-Dec-20	31	1.547,47	1.067,11	480,36	0,00	0,00	37.361,50
5-Jan-21	32	1.547,47	1.064,88	482,59	0,00	0,00	36.296,62
5-Feb-21	33	1.547,47	1.078,64	468,83	0,00	0,00	35.217,98
5-Mar-21	34	1.547,47	1.136,58	410,88	0,00	0,00	34.081,39
5-Apr-21	35	1.547,47	1.107,25	440,22	0,00	0,00	32.974,14
5-May-21	36	1.547,47	1.135,29	412,18	0,00	0,00	31.838,84
5-Jun-21	37	1.547,47	1.136,22	411,25	0,00	0,00	30.702,63
5-Jul-21	38	1.547,47	1.163,69	383,78	0,00	0,00	29.538,94
5-Aug-21	39	1.547,47	1.165,92	381,54	0,00	0,00	28.373,01
5-Sep-21	40	1.547,47	1.180,98	366,48	0,00	0,00	27.192,03
5-Oct-21	41	1.547,47	1.207,57	339,90	0,00	0,00	25.984,46
5-Nov-21	42	1.547,47	1.211,84	335,63	0,00	0,00	24.772,62
5-Dec-21	43	1.547,47	1.237,81	309,66	0,00	0,00	23.534,81
5-Jan-22	44	1.547,47	1.243,48	303,99	0,00	0,00	22.291,34
5-Feb-22	45	1.547,47	1.259,54	287,93	0,00	0,00	21.031,80
5-Mar-22	46	1.547,47	1.302,10	245,37	0,00	0,00	19.729,70
5-Apr-22	47	1.547,47	1.292,63	254,84	0,00	0,00	18.437,07
5-May-22	48	1.547,47	1.317,01	230,46	0,00	0,00	17.120,06
5-Jun-22	49	1.547,47	1.326,34	221,13	0,00	0,00	15.793,73
5-Jul-22	50	1.547,47	1.350,05	197,42	0,00	0,00	14.443,68
5-Aug-22	51	1.547,47	1.360,91	186,56	0,00	0,00	13.082,78
5-Sep-22	52	1.547,47	1.378,48	168,99	0,00	0,00	11.704,29
5-Oct-22	53	1.547,47	1.401,17	146,30	0,00	0,00	10.303,13
5-Nov-22	54	1.547,47	1.414,39	133,08	0,00	0,00	8.888,74
5-Dec-22	55	1.547,47	1.436,36	111,11	0,00	0,00	7.452,38
5-Jan-23	56	1.547,47	1.451,21	96,26	0,00	0,00	6.001,17
5-Feb-23	57	1.547,47	1.469,95	77,52	0,00	0,00	4.531,22
5-Mar-23	58	1.547,47	1.494,61	52,86	0,00	0,00	3.036,61
5-Apr-23	59	1.547,47	1.508,25	39,22	0,00	0,00	1.528,36
5-May-23	60	1.547,47	1.528,36	19,10	0,00	0,00	0,00

Tabla N° 34. Plan de Pagos

Fuente: Banco LAFISE

Anexo N° 34. Tabla N° 35. Amortización al capital

<b>CAPITAL</b>	\$64,711.00
<b>PERIODOS</b>	60
<b>TASA POR PERIODO</b>	1.27%
<b>TASA ANUAL</b>	15%
<b>PERIODOS EN EL AÑO</b>	12
<b>PAGO</b>	-\$1,547.47

Tabla N° 35. Amortización al capital

Fuente: Elaboración propia

Anexo N° 35. Tabla N° 36. Amortización al capital

TABLA DE AMORTIZACION DE LA DEUDA							
PERIODO	SALDO INICIAL	DIVIDENDO	PAGO CAPITAL	PAGO INTERES	SALDO FINAL	PAGOS ANUALES	INTERESES ANUALES
					64711		
1	64711	-\$1,547.47	-\$725.90	-\$821.57	\$63,985.10		
2	\$63,985.10	-\$1,547.47	-\$735.12	-\$812.35	\$63,249.98		
3	\$63,249.98	-\$1,547.47	-\$744.45	-\$803.02	\$62,505.53		
4	\$62,505.53	-\$1,547.47	-\$753.90	-\$793.56	\$61,751.63		
5	\$61,751.63	-\$1,547.47	-\$763.47	-\$783.99	\$60,988.15		
6	\$60,988.15	-\$1,547.47	-\$773.17	-\$774.30	\$60,214.99		
7	\$60,214.99	-\$1,547.47	-\$782.98	-\$764.48	\$59,432.00		
8	\$59,432.00	-\$1,547.47	-\$792.92	-\$754.54	\$58,639.08		
9	\$58,639.08	-\$1,547.47	-\$802.99	-\$744.48	\$57,836.09		
10	\$57,836.09	-\$1,547.47	-\$813.19	-\$734.28	\$57,022.90		
11	\$57,022.90	-\$1,547.47	-\$823.51	-\$723.96	\$56,199.39		
12	\$56,199.39	-\$1,547.47	-\$833.96	-\$713.50	\$55,365.43	18569.6097	-\$9,224.04
13	\$55,365.43	-\$1,547.47	-\$844.55	-\$702.91	\$54,520.88		
14	\$54,520.88	-\$1,547.47	-\$855.27	-\$692.19	\$53,665.60		
15	\$53,665.60	-\$1,547.47	-\$866.13	-\$681.33	\$52,799.47		
16	\$52,799.47	-\$1,547.47	-\$877.13	-\$670.34	\$51,922.34		
17	\$51,922.34	-\$1,547.47	-\$888.27	-\$659.20	\$51,034.07		
18	\$51,034.07	-\$1,547.47	-\$899.54	-\$647.92	\$50,134.53		
19	\$50,134.53	-\$1,547.47	-\$910.96	-\$636.50	\$49,223.57		
20	\$49,223.57	-\$1,547.47	-\$922.53	-\$624.94	\$48,301.04		
21	\$48,301.04	-\$1,547.47	-\$934.24	-\$613.23	\$47,366.79		
22	\$47,366.79	-\$1,547.47	-\$946.10	-\$601.36	\$46,420.69		
23	\$46,420.69	-\$1,547.47	-\$958.11	-\$589.35	\$45,462.58		
24	\$45,462.58	-\$1,547.47	-\$970.28	-\$577.19	\$44,492.30	18569.6097	-\$7,696.48
25	\$44,492.30	-\$1,547.47	-\$982.60	-\$564.87	\$43,509.70		
26	\$43,509.70	-\$1,547.47	-\$995.07	-\$552.40	\$42,514.63		
27	\$42,514.63	-\$1,547.47	\$1,007.71	-\$539.76	\$41,506.93		
28	\$41,506.93	-\$1,547.47	\$1,020.50	-\$526.97	\$40,486.43		

29	\$40,486.43	-\$1,547.47	\$1,033.46	-\$514.01	\$39,452.97		
30	\$39,452.97	-\$1,547.47	\$1,046.58	-\$500.89	\$38,406.40		
31	\$38,406.40	-\$1,547.47	\$1,059.86	-\$487.60	\$37,346.53		
32	\$37,346.53	-\$1,547.47	\$1,073.32	-\$474.15	\$36,273.21		
33	\$36,273.21	-\$1,547.47	\$1,086.95	-\$460.52	\$35,186.27		
34	\$35,186.27	-\$1,547.47	\$1,100.75	-\$446.72	\$34,085.52		
35	\$34,085.52	-\$1,547.47	\$1,114.72	-\$432.75	\$32,970.80		
36	\$32,970.80	-\$1,547.47	\$1,128.87	-\$418.59	\$31,841.93	18569.6097	-\$5,919.24
37	\$31,841.93	-\$1,547.47	\$1,143.21	-\$404.26	\$30,698.72		
38	\$30,698.72	-\$1,547.47	\$1,157.72	-\$389.75	\$29,541.00		
39	\$29,541.00	-\$1,547.47	\$1,172.42	-\$375.05	\$28,368.59		
40	\$28,368.59	-\$1,547.47	\$1,187.30	-\$360.17	\$27,181.28		
41	\$27,181.28	-\$1,547.47	\$1,202.38	-\$345.09	\$25,978.91		
42	\$25,978.91	-\$1,547.47	\$1,217.64	-\$329.83	\$24,761.27		
43	\$24,761.27	-\$1,547.47	\$1,233.10	-\$314.37	\$23,528.17		
44	\$23,528.17	-\$1,547.47	\$1,248.76	-\$298.71	\$22,279.41		
45	\$22,279.41	-\$1,547.47	\$1,264.61	-\$282.86	\$21,014.80		
46	\$21,014.80	-\$1,547.47	\$1,280.67	-\$266.80	\$19,734.14		
47	\$19,734.14	-\$1,547.47	\$1,296.92	-\$250.54	\$18,437.21		
48	\$18,437.21	-\$1,547.47	\$1,313.39	-\$234.08	\$17,123.82	18569.6097	-\$3,851.50
49	\$17,123.82	-\$1,547.47	\$1,330.06	-\$217.40	\$15,793.76		
50	\$15,793.76	-\$1,547.47	\$1,346.95	-\$200.52	\$14,446.80		
51	\$14,446.80	-\$1,547.47	\$1,364.05	-\$183.42	\$13,082.75		

52	\$13,082.75	-\$1,547.47	\$1,381.37	-\$166.10	\$11,701.38		
53	\$11,701.38	-\$1,547.47	\$1,398.91	-\$148.56	\$10,302.48		
54	\$10,302.48	-\$1,547.47	\$1,416.67	-\$130.80	\$8,885.81		
55	\$8,885.81	-\$1,547.47	\$1,434.65	-\$112.81	\$7,451.15		
56	\$7,451.15	-\$1,547.47	\$1,452.87	-\$94.60	\$5,998.28		
57	\$5,998.28	-\$1,547.47	\$1,471.31	-\$76.15	\$4,526.97		
58	\$4,526.97	-\$1,547.47	\$1,489.99	-\$57.47	\$3,036.98		
59	\$3,036.98	-\$1,547.47	\$1,508.91	-\$38.56	\$1,528.07		
60	\$1,528.07	-\$1,547.47	\$1,528.07	-\$19.40	-\$0.00	18569.6097	-\$1,445.79

Tabla N° 36. Amortización al capital

Fuente: Elaboración propia



Anexo N° 36. Tabla N° 37. Resumen de Flujo de Efectivo

Resumen Flujo de Efectivo		
	Sin Financiamiento	Con Financiamiento
<b>Ingresos</b>	\$ 1,020,779.56	\$ 1,020,779.56
<b>Egresos</b>	\$ 641,974.04	\$ 734,822.09
<b>Flujo Neto</b>	\$ 378,805.52	\$ 285,957.47
<b>VAN</b>	\$ 95,519.90	\$ 97,982.69
<b>TIR</b>	39%	82%
<b>RBC</b>	\$ 0.48	\$ 0.48
<b>PE</b>	\$ 4,161.33	\$ 4,161.33

Tabla N° 37. Resumen de Flujo de Efectivo

Fuente: Elaboración propia

Anexo N° 37. Cronograma de Actividades

N°	Actividades	2017																2018											
		Septiembre				Octubre				Noviembre				Diciembre				Enero				Febrero				Marzo			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elección del Tema		■	■																									
2	Delimitación del Tema			■																									
3	Definición del problema de Investigación				■	■																							
4	Elaboración de los Objetivos						■	■																					
5	Justificación de la Investigación				■	■																							
6	Desarrollo del Marco Teórico				■	■	■	■																					
7	Diseño Metodológico				■	■																							
	Tipo de Investigación					■																							
	Operacionalización de variables					■	■																						
	Definición de la Muestra					■	■																						
	Diseño de Instrumento							■	■																				
	Revisión del Instrumento								■	■	■																		
	Validación y fiabilidad del Instrumento									■	■	■																	
8	Trabajo de Campo												■	■	■	■													
9	Procesamiento de Datos														■	■	■	■	■										
10	Análisis de Datos																■	■	■	■									
12	Informe Final																						■						
13	Presentación del Estudio																							■					

## Anexo N° 38. Constancias de Validación de instrumentos

### Validación de instrumentos

#### A quien concierne:

Reciba un cordial saludo.

Por este medio, hago constar que los integrantes de la tesis **Luisa Marisela Mairena Montenegro** y **Ariel Enrique Corrales Herrera**, actualmente están realizando la Maestría en **Administración de Empresas** impartida por UPOLI – Estelí y cuyo tema de investigación para culminar el plan de estudio consiste en la formulación de un “Estudio de Pre Factibilidad para la creación de un Hotel de Montaña en la Comunidad la Garnacha, Estelí para el año 2019” han presentado sus instrumentos para su debida validación.

Para ello, se revisaron los instrumentos conforme a objetivos y matriz de operacionalización de variables, realizándose los cambios pertinentes en cuanto a validación de cantidad de turistas, días de pernoctar, agentes que apoyan al sector, registro en instituciones como INTUR, redacción y ortografía, preguntas sobre las inversiones legales y pre operativos para el proyecto de inversión.

Por todo lo anterior, considero que los instrumentos pueden ser aplicados y que brindarán la información requerida.

Extiendo la presente para los fines que se estime conveniente, dado en la ciudad de Estelí a los tres días del mes de marzo del año dos mil dieciocho.

Atentamente,



**MSc. Flor Idalia Lanuza Gámez**

Cc. Archivo



## CONSTANCIA

Visto el protocolo de proyecto del **“Estudio de Prefactibilidad para la creación de un Hotel de Montaña en la Comunidad la Garnacha, Esteli para el año 2018”** y revisado los contenidos en el estudio de Mercado, Técnico y Financiero que conforman los instrumentos de investigación para la elaboración del protocolo para dicho proyecto se hace constar que son coherentes y adecuados para el análisis de prefactibilidad y tipo de estudio a realizar.

A petición de los maestrantes:

- Luisa Marisela Mairena Montenegro.
- Ariel Enrique Corrales Herrera.

Se extiende la presente a los 05 días del mes de diciembre del año 2017.

Lic. Jorge Cayuso Luna  
Docente Formulación y Evaluación de Proyectos.  
UPOLI RUR - Esteli

## Validación de entrevista para el Estudio Ambiental

### CONSTANCIA

Por medio de la presente hago constar que he revisado, con fines de validación, la entrevista utilizada como instrumento de recopilación de datos para la **Evaluación de Impacto Ambiental** en el "Estudio de Prefactibilidad para la creación de un **Hotel de Montaña en la Comunidad la Garnacha, Estelí para el año 2018**" elaborado por los estudiantes Luisa Marisela Mairena y Ariel E. Corrales H. Ambos cursantes de la maestría en administración de Empresas impartida por la Universidad Politécnica de Nicaragua en su recinto regional de la ciudad de Estelí.

Se manifiesta que el instrumento contiene los aspectos elementales y necesarios para la Evaluación de Impacto Ambiental y recoge la información necesaria para la ejecución del proyecto considerando que el área referencial de ejecución se encuentra en una reserva forestal protegida.

Emitido el 07 de diciembre del año 2017, a solicitud de la parte interesada.

  
Ing. René Antonio Toruño Pérez  
Regente Forestal  
RFT0092



Anexo N° 39. Imágenes del Sitio

