



Tesis para optar al título de Máster en Administración de
Empresas

**Estudio de prefactibilidad para construcción y
equipamiento de un centro turístico y recreativo ubicado
en el municipio de Totogalpa, departamento de Madriz en
el año 2019.**

Maestranes

Lic. Geniessell María Omeir Martínez

Lic. Vania Lorena Solís Montoya

Tutor

M. Sc. Sergio J. Navarro Hudiel

Estelí, noviembre 2018



Estudio de prefactibilidad para construcción y equipamiento de un centro turístico y recreativo ubicado en el municipio de Totogalpa, departamento de Madriz en el año 2019.

Maestranes

Lic. Geniessell María Omeir Martínez
Lic. Vania Lorena Solís Montoya

Tutor

M. Sc. Sergio J. Navarro Hudiel

Estelí, noviembre 2018

DEDICATORIA

A Dios, por proveernos todo cuanto tenemos y guiarnos en nuestro camino.

A nuestras familias, por el inmenso amor y apoyo que nos han brindado.

A nuestros docentes, que nos han impulsan siempre a la mejor continua y formación profesional permanente.

A nuestro tutor, por dirigirnos y enrumbarnos en la consecución de este preciado objetivo.

A nuestros lectores, quienes encontrarán un escrito que sirva de referencia para sus futuras investigaciones.

RESUMEN EJECUTIVO

La actividad turística en Nicaragua se ha consolidado como una de las actividades económicas más atractivas en cuanto a inversión y rentabilidad. En los últimos años el turismo ha presentado un dinamismo y crecimiento acelerado, para 2016 las divisas por turismo alcanzaron los US\$ 640 millones de dólares, mientras que en 2017 esta cifra se elevó hasta US\$ 840 millones de dólares, significando un crecimiento del 30.9% según fuentes oficiales (Cruz, 2018, pág. 5).

Este acelerado crecimiento del turismo, debe impulsar a la sociedad a invertir y explotar una variedad de destinos turísticos, que aún no cuentan con adecuada infraestructura ni condiciones que permitan ofertar servicios que marquen la diferencia, en calidad y sean adecuados a las exigencias de los consumidores.

Por lo anterior, se consideró la idea de la construcción y equipamiento de un centro turístico y recreativo en el municipio de Totogalpa, departamento de Madriz; el cual vendría a satisfacer una demanda potencial de turistas tanto nacionales como extranjeros que visitan los atractivos turísticos de la zona, que se encuentran en su estado natural, es decir, sin ningún tipo de infraestructura física y ausencia total de la intervención del hombre.

El municipio de Totogalpa, es un lugar rico en historia y comunidades indígenas, fabricación de artesanías y manualidades propias de la región. En cuanto a la actividad turística, el municipio posee 3 atractivos naturales principales como lo son: las tres señoritas, playa Palmira y el Krike; dos de ellos se encuentran a orillas del Rio Coco a 4 kilómetros del casco urbano.

El proyecto contempla un centro turístico y recreativo que oferte a la población diversos servicios como hospedaje, alimentación, senderismo, canopy y piscina; bajo un ambiente natural, en un paisaje adornado del río y montañas de la zona. El diseño del proyecto contempla una construcción y equipamiento amigable con el medio ambiente, siendo una de las prioridades la utilización de materiales

propios de la zona, aprovechamiento de los recursos y reutilización de todo tipo de desechos a crearse dentro del centro turístico.

La demanda potencial identificada en el municipio corresponde a 6,750 turistas, de los cuales únicamente 300 obtienen cobertura de los 3 centros ofertantes con presencia en el municipio, siendo estos: un hotel, un comedor en el casco urbano, y una posada rural en las cercanías del Río Coco.

La cobertura del proyecto se estimó en 3,600 turistas, representando el 56% de la demanda potencial insatisfecha; con un horario de atención de 5 días a la semana (de jueves a lunes). El centro turístico cuenta con precios diferenciados para turistas nacionales y turistas extranjeros, para todos los servicios ofertados; contará con un personal de 5 empleados permanentes anexando 3 que serán contratados únicamente en temporada alta, para brindar una atención adecuada y de calidad.

La infraestructura del proyecto consta de 1,600 m² de los cuales la infraestructura física corresponde a 700 m², los metros restantes se destinarán a áreas verdes, mantenimiento de la cuenca del río y áreas de senderismo. Las obras civiles a realizar constan de 3 áreas administrativas: recepción, bodega y dormitorio de empleados; y 5 áreas para los clientes: piscina, restaurante, canopy, cabañas y senderismo.

La inversión inicial para la puesta en marcha del proyecto corresponde a C\$ 2,266,158.11 millones de córdobas, es decir US\$ 793,155.34 dólares; el cual se destina a inversión en infraestructura física, inversión en intangibles y capital de trabajo. Dicho monto se establece en un 35% facilitado por el Instituto Nicaragüense de Turismo en su programa Fideicomiso en conjunto con el Banco de la Producción BANPRO, el cual apoya con capital a pequeñas y medianas empresas de turismo, con una tasa del 8.33% a un plazo máximo de 5 años. Mientras que el 65% del monto restante, se plantea como aporte de los socios.

La evaluación financiera del proyecto se realizó con el financiamiento

planteado anteriormente, con una TREMA máxima del 40% obteniendo resultados rentables con un VAN positivo y una TIR del 65%, respaldados por una relación costo-beneficio de C\$ 1.53 córdobas.

El análisis de impacto ambiental se realizó a través del Método de Leopold, a partir del análisis de indicadores de magnitud e importancia de las diferentes variables ambientales: aire, suelo, agua, empleo y sonido. Según la matriz se obtuvo un valor de 0, interpretándose como neutro, la cual es la condición mínima para ejecutar el proyecto. Sin embargo, el proyecto posee una serie de recomendaciones y diseños amigables con el medio ambiente, comprometidos con el reciclaje y reutilización; siendo una importante consideración para aprobar la ejecución del proyecto.

De acuerdo a lo expuesto anteriormente, se ha comprobado la viabilidad y rentabilidad de la construcción y equipamiento el centro turístico y recreativo en el municipio de Totogalpa, respaldándose en la necesidad de una explotación amigable del potencial turístico del municipio y los beneficios que se obtendrán con la realización del mismo, desde el punto de vista económico y social.

Tabla de contenido

1. INTRODUCCIÓN	1
2. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	4
2.1 Delimitación del problema de investigación	4
2.2 Formulación del problema de investigación	8
2.3 Sistematización del problema	8
2.4 Justificación	10
3. OBJETIVOS	13
3.1 Objetivo general	13
3.2 Objetivos específicos	13
4. MARCO TEÓRICO	14
4.1 Importancia socioeconómica del turismo en Nicaragua	14
4.2 Principales innovaciones turísticas y recreativas	15
4.3 Ventajas competitivas del turismo en Nicaragua	16
4.4 Elementos fundamentales en la formulación de proyectos	17
4.5 Ciclo de vida de un Proyecto	18
4.6 Clasificación de proyectos según su fin	18
4.7 Clasificación de proyectos según nivel de profundidad	19
4.7.1 Proyecto a nivel de perfil.....	20
4.7.2 Proyecto a nivel de prefactibilidad.....	20
4.7.3 Proyecto a nivel de factibilidad	21
4.8 Modelo de proyecto según Sapag Chain y Sapag Chain.....	22
4.9 Modelo de proyecto según Baca	25
4.10 Modelo de proyecto según Instituto Nicaragüense de Turismo.....	26
4.11 Modelo de proyecto de la investigación	28
4.8.1 Estudio de mercado.....	28
4.8.2 Estudio Técnico	30
4.8.3 Impacto ambiental	31
4.8.4 Aspectos legales, organizacionales e institucionales	31
4.8.5 Estudio financiero.....	32
5. DISEÑO METODOLÓGICO	33

5.1	Tipología de la investigación	33
5.2	Población y muestreo para estudio de mercado	35
5.3	Matriz de operacionalización de variables	37
5.3	Validación de instrumentos.....	39
6.	DESARROLLO DEL ESTUDIO	42
6.1	Identificación del proyecto.....	42
6.1.1.	Identificación del objeto de estudio.....	42
6.1.2	Descripción del proyecto.....	42
6.1.3	Sector y subsector al que pertenecen.....	42
6.1.4	Ubicación geográfica y cobertura del proyecto	43
6.1.5	Institución dueña del proyecto	44
6.1.6	Institución ejecutora del proyecto	44
6.1.7	Planteamiento y definición que da origen al proyecto y su evolución hasta la situación actual.....	44
6.1.8	Presentación de los diagnósticos que se han realizado al respecto y las recomendaciones previas existentes	46
6.1.9	Antecedentes del proyecto	48
6.1.10	Identificación de los recursos disponibles con que cuenta el proyecto	50
6.1.11	Objetivos del proyecto	51
6.1.12	Determinación de la contribución que el proyecto brindará al desarrollo local	52
6.1.13	Determinación, delimitación y cuantificación de los clientes del centro turístico y recreativo	53
6.2	Estudio de mercado.....	54
6.2.1	Definición de los servicios innovadores ofertados en el centro turístico	54
6.2.2	Tipificación de los servicios ofertados.....	56
6.2.3	Caracterización de la demanda en el municipio de Totogalpa	63
6.2.4	Caracterización de la oferta del municipio de Totogalpa	79
6.2.4.1	Oferta histórica y actual del municipio de Totogalpa	79
6.2.5	Demanda potencial insatisfecha en el mercado de servicios turísticos.....	80
6.2.6	El proyecto en el mercado.....	81
6.2.7	Análisis y fijación de precios para el centro turístico y recreativo.....	82
6.2.8	Comercialización del centro turístico y recreativo.....	85

6.2.9	Presupuesto de Ventas.....	87
6.3	Estudio técnico	89
6.3.1	Definición del tamaño del proyecto.....	89
6.3.2	Localización del proyecto	92
6.3.3	Proceso productivo y tecnología.....	97
6.3.4	Ingeniería del proyecto	104
6.3.5	Análisis de costos del proyecto	111
6.3.6	Aspectos organizacionales y administrativos.....	117
6.3.7	Aspectos legales	123
6.4	Análisis de aspectos ambientales	126
6.4.1	Objetivo del análisis de impacto ambiental	126
6.4.2	Aspectos generales del proyecto	126
6.4.3	Etapa de construcción	127
6.4.4	Etapa de equipamiento	128
6.4.5	Etapa de operación	129
6.4.6	Situación ambiental del área de influencia.....	129
6.4.7	Identificación y análisis de impactos ambientales	131
6.4.8	Análisis del impacto ambiental	133
6.5	Estudio y evaluación financiera	135
6.5.1	Inversiones de capital a realizar	135
6.5.2	Costos de operación.....	136
6.5.3	Ingresos del proyecto.....	137
6.5.4	Flujo de efectivo del proyecto.....	138
6.5.4.1	Flujo de efectivo con financiamiento	138
6.5.5	Indicadores financieros	139
6.5.6	Análisis de sensibilidad del proyecto	141
6.5.7	Planes de financiamiento	142
6.5.7.1	Análisis integral de los criterios de evaluación	143
7.	PROPUESTA DE PLAN DE GESTION	144
7.1	Gestión de integración.....	144
7.1.1	Acta de constitución.....	144

7.1.2 Desarrollo del plan del proyecto	146
7.2 Gestión del alcance.....	146
7.3 Gestión del tiempo	148
7.4 Gestión de Costos	150
7.5 Gestión de la Calidad	151
7.6 Gestión de Riesgos.....	154
7.7 Gestión de los Recursos Humanos	156
7.8 Gestión de la comunicación.....	157
8. CONCLUSIONES	158
9. RECOMENDACIONES	160
10. BIBLIOGRAFIA	161
11. ANEXOS	164

Índice de Tablas

Tabla 1 Servicios sustitutos en el municipio de Totogalpa.....	61
Tabla 2. Información de precios de la oferta turística actual del municipio de Totogalpa	83
Tabla 3. Precios propuestos para el centro turístico y recreativo.....	84
Tabla 4. Plan de ventas en temporada alta.....	87
Tabla 5. Plan de ventas en temporada baja	88
Tabla 6. Proyección de la capacidad anual del proyecto.....	89
Tabla 7. Detalle de la capacidad del centro turístico en temporada alta.....	90
Tabla 8. Detalle de la capacidad del centro turístico en temporada baja.....	91
Tabla 9. Detalle de materiales de construcción del centro turístico y recreativo.....	106
Tabla 10. Detalle del equipamiento del centro turístico y recreativo.....	109
Tabla 11. Detalle de la inversión fija del centro turístico y recreativo.....	111
Tabla 12. Detalle de la inversión fija del centro turístico y recreativo.....	112
Tabla 13. Detalle de inversión diferida.....	112
Tabla 14. Detalle de inversión en capital de trabajo.....	114
Tabla 15. Plan de inversión global.....	114
Tabla 16. Detalle de costos de operación anual.....	116
Tabla 17. Punto de equilibrio en temporada baja.....	116
Tabla 18. Punto de equilibrio en temporada alta.....	117
Tabla 19. Magnitud del impacto ambiental método Leopold.....	133
Tabla 20. Tabla de resumen de capital de trabajo.....	136
Tabla 21. Detalle de gastos de operación.....	137
Tabla 22. Detalle de ingreso anual promedio.....	138
Tabla 23. Resumen flujo de efectivo con financiamiento.....	139
Tabla 24. Indicadores financieros con financiamiento.....	140
Tabla 25. Indicadores financieros sin financiamiento.....	141
Tabla 26. Indicadores escenario 1.....	141
Tabla 27. Indicadores escenario 2.....	142
Tabla 28. Propuesta de actividades.....	147
Tabla 29. Estructura de desglose de trabajo.....	148
Tabla 30. Roles y responsabilidades.....	152
Tabla 31. Riesgos estimados.....	154
Tabla 32. Plan de acción para la gestión de riesgos.....	155

Índice de Gráficos

Gráfico 1. Género de los encuestados.....	65
Gráfico 2. Edad de los turistas potenciales encuestados.....	65
Gráfico 3. Relación intervalos etarios y género de los encuestados.....	66
Gráfico 4. Procedencia nacional o extranjera de los encuestados.....	66
Gráfico 5. Municipio de procedencia para los turistas potenciales nacionales.....	67
Gráfico 6. País de origen de los encuestados.....	67
Gráfico 7. Frecuencia de visitas turísticas hacia diversos destinos de su preferencia.....	68
Gráfico 8. Tipo de turismo de preferencia de los encuestados.....	69
Gráfico 9. Número de personas con que realiza actividades turísticas.....	69
Gráfico 10. Percepción sobre el municipio de Totogalpa como destino turístico.....	70
Gráfico 11. Frecuencia de visitas turísticas al municipio de Totogalpa.....	71
Gráfico 12. Centro turístico más visitado en el municipio de Totogalpa.....	71
Gráfico 13. Satisfacción respecto a las ofertas de turismo en el municipio.....	72
Gráfico 14. Su grado de satisfacción/insatisfacción lo relaciona a:.....	73
Gráfico 15. Rango de consumo por día y por persona en un centro turístico.....	73
Gráfico 16. Servicios más atractivos para el centro turístico y recreativo.....	74
Gráfico 17. Tiempo de estancia en días en los centros turísticos.....	75
Gráfico 18. Época de preferida de actividades turísticas.....	76
Gráfico 19. Tipo de comida que prefiere en el local turístico.....	77
Gráfico 20. Posibles servicios complementarios para el centro turístico y recreativo.....	77
Gráfico 21. Relaciona usted la calidad del servicio recibido con el precio pagado.....	78
Gráfico 22. Rango de gastos, por día y por persona.....	79
Gráfico 23. Canales de comercialización de mayor preferencia.....	85
Gráfico 24. Medios de comunicación de mayor alcance según los encuestados.....	86

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1. Mapa de macro localización.....	94
Ilustración 2. Mapa del municipio de Totogalpa.....	95
Ilustración 3. Microlocalización Playa Palmira.....	96
Ilustración 4. Microlocalización Playa Palmira.....	97
Ilustración 5. Sistema de producción de la empresa turística.....	98
Ilustración 6. Proceso de Atención al Cliente.....	100
Ilustración 7. Infraestructura física del proyecto.....	104
Ilustración 8. Vista aérea del Proyecto con distribución de espacios.....	105
Ilustración 9. Organigrama para la ejecución del proyecto.....	119
Ilustración 10. Organigrama para la operación del proyecto en temporada alta.....	119
Ilustración 11. Estructura organizativa de gestión del proyecto.....	152

Índice de Anexos

Anexo 1. Encuesta a turistas.....	164
Anexo 2. Entrevista 1: Tecnología de la Construcción y Equipamiento.	170
Anexo 3. Entrevista 2: Estudio Organizacional	181
Anexo 4. Entrevista 3: Estudio de Impacto Ambiental	183
Anexo 5. Matriz de Demanda Total.....	185
Anexo 6. Matriz de Demanda Potencial Insatisfecha.....	185
Anexo 7. Matriz de Tamaño del Proyecto	186
Anexo 8. Matriz de servicios y/o centros turísticos sustitutos	186
Anexo 9. Matriz de comparación de servicios y precios.	187
Anexo 10. Matriz de políticas de desarrollo para macrolocalización.	187
Anexo 11. Matriz de criterios turísticos para macrolocalización.	188
Anexo 12. Matriz de disponibilidad de recursos para microlocalización.....	188
Anexo 13. Matriz de criterios de microlocalización.	189
Anexo 14. Matriz de comparación de proveedores.....	190
Anexo 15. Matriz de Capacidad del Proyecto.	191
Anexo 16. Matriz a detalle de la Capacidad del Centro Turístico.....	192
Anexo 17. Matriz de depreciación de activo fijo.....	193
Anexo 18. Matriz de depreciación de mobiliario y equipo de oficina	193
Anexo 19. Matriz de amortización de activos intangibles	194
Anexo 20. Matriz de Gastos de Operación	194
Anexo 21. Matriz de Costos de Administración	195
Anexo 22. Matriz de Inversión Diferida	195
Anexo 23. Matriz de Capital de Trabajo.....	196
Anexo 24. Matriz de Periodo de recuperación de la inversión.....	197
Anexo 25. Matriz de financiamiento	198
Anexo 26. Matriz de Detalle de Ingresos en Temporada Alta.....	199
Anexo 27. Matriz de Detalle de Ingresos en Temporada Baja	200
Anexo 28. Matriz de Flujo con Financiamiento	201
Anexo 29. Matriz de Flujo sin Financiamiento	203
Anexo 30. Balance General Proyectado a 5 años del Proyecto.....	204
Anexo 31. Matriz de Leopold Modificada Evaluación de Impacto Ambiental	206
Anexo 32. Cronograma de Gestión del Proyecto.....	208
Anexo 33. Matriz de Probabilidad del Riesgo	211
Anexo 34. Matriz de Impacto del Riesgo.....	212
Anexo 35. Matriz de Nivel del Riesgo	213
Anexo 36. Perspectivas de diseño del proyecto	214
Anexo 37. Fotos del Área destinada para el centro turístico y recreativo.....	216
Anexo 38. Cotizaciones de materiales de construcción.....	218

1. INTRODUCCIÓN

El sector turismo ha demostrado ser en los últimos años un sector dinámico y de mucho potencial a nivel mundial, mostrando un crecimiento ininterrumpido y acelerado. Como lo afirma la Organización Mundial del Turismo (2016) durante las seis últimas décadas, el turismo ha experimentado una continua expansión y diversificación, convirtiéndose en uno de los sectores económicos de mayor envergadura y crecimiento del mundo.

En Nicaragua el turismo ha representado una opción importante de ingresos; en 2017 se percibió un total de 840 millones de dólares, representando el 5% del PIB; dejando claro su liderazgo como sector económico impulsor del crecimiento (El Nuevo Diario, 2018).

Es importante destacar, cómo la actividad turística ha venido a dinamizar economías locales y de poco crecimiento; debido a la proliferación del turismo rural comunitario; una opción innovadora, que va de acuerdo al tipo de turista que visita nuestro país y que permite que muchas familias incurran en esta actividad sin necesidad de una gran inversión.

Totogalpa es un municipio del departamento de Madriz, que posee una posición geográfica privilegiada al encontrarse sobre la vía principal en la carretera panamericana, convirtiéndola en un pueblo de fácil acceso y referencia geográfica.

Por otro lado, Totogalpa es un pueblo indígena, que aún conserva su riqueza cultural, idiosincrasia, artesanías autóctonas, lugares históricos y ambientes totalmente naturales, donde el hombre aún no ha intervenido paisaje ni recursos naturales; todo lo anterior le da a Totogalpa ciertas ventajas competitivas sobre otros municipios para establecer un centro que oferte y divulgue sus atractivos turísticos.

La presente investigación desarrolla una propuesta de proyecto a nivel de

prefactibilidad, de la construcción y equipamiento de un centro turístico y recreativo ubicado en el municipio de Totogalpa, departamento de Madriz en el año 2019.

En primera instancia, la investigación presenta un sustento sobre la problemática de origen y los objetivos que persigue; así como su marco teórico, atendiendo a los conceptos y teorías que sirvieron como directriz al documento final.

Como principal propósito la investigación consta de la realización de un estudio de mercado para demostrar la existencia de una demanda potencial insatisfecha, que de pauta a realizar estimaciones acerca de la viabilidad del proyecto. Se plantea a su vez, la construcción de un estudio técnico y organizacional, que dé las especificaciones con las cuales debe contar el centro turístico, respetando los lineamientos, normas técnicas y procedimentales adecuadas al sector turismo.

La investigación contempla un estudio financiero que analiza la viabilidad económica del proyecto, razones financieras e indicadores de rentabilidad; finalizando con un estudio de impacto ambiental que identifique los posibles riesgos de impacto sobre el ecosistema donde se establezca el centro turístico y sus medidas de mitigación ante externalidades negativas de la propuesta de proyecto turístico.

La investigación se compone de una serie de momentos que dieron como resultado la conformación de la propuesta de proyecto, en la cual se plantean instrumentos de recolección de la información tanto primaria como secundaria, entre ellos: encuestas, entrevistas a expertos sobre temas técnicos y específicos, y finalmente matrices de análisis de contenido necesaria para procesar información que da contenido a la propuesta.

Adicionalmente, se plantea un plan de gestión de proyecto, el cual da las pautas principales en cuanto a la ejecución del proyecto, principalmente de su

gestión, desglosándose en gestión de la calidad, costos, tiempo, recursos humanos y comunicación; estableciendo un cronograma con tiempos y fechas reales; así como recomendaciones puntuales en caso de llevar a cabo el proyecto.

En la parte final, se disponen las conclusiones y recomendaciones resultantes de los estudios realizados con el fin de analizar la prefactibilidad de la propuesta desde los diversos puntos de evaluación del proyecto.

Como inversionista, es importante analizar los proyectos no sólo desde el umbral económico, sino también desde las perspectivas de riqueza y recursos que ofertan los pueblos autóctonos, y del impacto que sobre ellos puede tener una inversión de la magnitud de este proyecto.

Es por ello que se destaca, el aprovechamiento de recursos propios de la zona, tanto humanos, como naturales; y la conexión que puede tener este tipo de proyectos con organismos que puedan impulsar la zona desde la perspectiva turística.

Se presenta esta propuesta de proyecto como una opción de desarrollo comunitario, que a su vez impulse nuevos desarrollos y nuevos emprendimientos, de acuerdo a las características y ventajas que la ofrece el municipio de Totogalpa.

2. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

2.1 Delimitación del problema de investigación

El turismo ha demostrado ser en los últimos años un sector dinámico y con mucho potencial a nivel mundial, mostrando un crecimiento ininterrumpido y acelerado. Como lo afirma la Organización Mundial del Turismo (2016) durante las seis últimas décadas, el turismo ha experimentado una continua expansión y diversificación, convirtiéndose en uno de los sectores económicos de mayor envergadura y crecimiento del mundo.

A nivel mundial el turismo representa el 7% de las exportaciones mundiales de bienes y servicios, frente al 6% que representaba en 2014; creciendo de manera superior a otros sectores fuertes en la economía, como el sector comercio (Organización Mundial del Turismo, 2016).

La expansión global del sector turismo, ha traído consigo, la incursión de países en vías de desarrollo a esta actividad económica, proporcionando así una alternativa de crecimiento económico y atenuación de la pobreza en dichas economías.

Nicaragua gracias a su Plan Nacional de Desarrollo Humano 2012-2016, ha introducido el turismo como una parte integral de la estrategia productiva y de crecimiento económico, con miras a mejorar la situación del empleo y reducción de la pobreza.

En el marco de la Estrategia Nacional de Desarrollo Turístico, cuyo objetivo es posicionar al país como principal destino turístico, se enmarcan acciones que impulsan la promoción y posicionamiento de la belleza escénica de sus paisajes junto a la historia, idiosincrasia y cultura de su gente y territorios; estimulando la inversión público–privada en el sector y mejorando la oferta turística, con especial atención a las empresas familiares, comunitarias y cooperativas, a la vez que se

fortalece la capacidad y liderazgo institucional del Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR) (Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional, 2013).

En la economía nacional, el sector turismo se ha convertido en una fuente vital de recursos económicos para el país, según cifras oficiales del Banco Central de Nicaragua (Banco Central de Nicaragua, 2016), en los últimos años, el sector turístico aportó un total de \$642.1 millones de dólares, significando un crecimiento del 21.6% con respecto al año 2015.

El crecimiento del sector se debe en gran magnitud a la ventaja competitiva en atracción de la inversión turística, la *Ley N°306 Ley de Incentivos Turísticos (1999)*, la cual establece una serie de beneficios como exoneraciones, créditos fiscales y concesiones, a los inversionistas directos en actividades y servicios turísticos.

Gracias a estos beneficios, el acumulado enero-abril 2017 en cuanto a inversión turística, fueron aprobados un total de 8 proyectos, por un monto de \$5.53 millones de dólares, de los cuales \$4.75 millones fueron aprobados para gozar de los beneficios fiscales. Proyectos como estos generan 319 plazas de trabajo, 248 temporal y 71 permanentes (Instituto Nicaragüense de Turismo, 2017).

El Departamento de Madriz, según la Revista digital *Vía Nica*, posee 9 atractivos turísticos entre reservas naturales, miradores, talleres de artesanías y el emblemático cañón de Somoto a unos minutos de la ciudad del mismo nombre, siendo así la actividad turística que predomina la de contacto con la naturaleza y cultura de la zona (*Vía Nica*, 2017).

Las proyecciones de turistas para el departamento de Madriz en una de las semanas más fuertes para el turismo, Semana Santa, dan indicios de la existencia de una latente demanda potencial; según *El Nuevo Diario* (2017), las cifras esperadas correspondían a los 20,000 veraneantes, además de una reservación del 80% de los hospedajes de la zona para dichas fechas.

El Instituto Nicaragüense de Turismo (2017), en su portal virtual de promoción al turismo, destaca atractivos principales en el departamento siendo estos: El Centro de Interpretación Ambiental de Somoto, el cual ofrece turismo de contacto con la naturaleza como observación de plantas ornamentales y medicinales, senderismo y hermosas vistas desde sus instalaciones. El Centro Turístico El Mirador, que cuenta con servicio de piscina, bar y restaurante. El Cañón de Somoto se describe como un lugar de aventura y apreciación de la belleza natural

Se hace evidente que el departamento no cuenta con una oferta de turismo y recreación, conglomerado en un mismo centro. Los principales destinos no poseen una infraestructura apta para las exigencias de calidad de los clientes que desean no solo apreciar la belleza natural, sino disfrutar en un mismo lugar platillos a la carta, equipación para deportes extremos y de aventura, cabañas confortables cerca del lugar, zonas con wifi, entre otros.

Con del departamento de Madriz establecido como un destino turístico, se presenta la oportunidad de diseñar un proyecto innovador, que contenga una combinación de turismo recreativo, de aventura y gastronómico, en un ambiente familiar y acogedor; permitiendo aprovechar el contacto con la naturaleza y las costumbres de un municipio histórico y con presencia de comunidades indígenas que aportan un plus para la atracción turística.

Atendiendo a los recursos turísticos de cada uno de los municipios del departamento de Madriz, el municipio de Totogalpa reúne características interesantes que ofertar al sector turismo; al ser corresponder con una cultura indígena arraigada y aun presente, lugares históricos en excelentes condiciones y paisajes hermosos donde el hombre aún no ha intervenido el ecosistema.

La falta de infraestructura y aprovechamiento de los recursos en este municipio, implica una oportunidad latente para inversionistas que deseen incursionar en el turismo natural, de aventura y amigable con la naturaleza; sin perder de vista el objetivo económico y el impacto social en los habitantes del

municipio, tanto de manera directa como indirecta.

Una propuesta de proyecto turístico que se localice en los alrededores del municipio de Totogalpa, con una oferta variada, en cuanto a turismo de recreación, aventura y naturaleza, representa una oportunidad de desarrollo y crecimiento económico en la zona; dando pauta al aprovechamiento de los recursos propios de una manera sostenible y creando las condiciones óptimas para la creación de nuevos emprendimientos.

2.2 Formulación del problema de investigación

¿La propuesta de proyecto a nivel de prefactibilidad de la construcción y equipamiento de un centro turístico recreativo ubicado en el municipio de Totogalpa, departamento de Madriz en el año 2018, podría ser viable desde el punto de vista de mercado, técnico, financiero y ambiental?

2.3 Sistematización del problema

¿De cuánto es la Demanda Potencial del Mercado de turismo del municipio de Totogalpa?

¿Cuál es la oferta que se presenta en el Mercado del turismo en el municipio de Totogalpa?

¿Quiénes son las principales empresas que compiten ofertando servicios de turismo recreativo en la región?

¿Cuáles son los precios que se pagan actualmente en el mercado del municipio de Totogalpa?

¿Cuál sería la oferta servicios turísticos y recreativos adecuada para cubrir la demanda insatisfecha del mercado de municipio de Totogalpa?

¿Cuál sería la ubicación geográfica más adecuada para el éxito del centro turístico en el municipio de Totogalpa?

¿Cuáles son los requerimientos técnicos para la construcción del proyecto?

¿Cuáles son los requerimientos legales para la construcción y equipamiento del proyecto?

¿Cuáles son los costos financieros para la realización de este proyecto?

¿Cuál es la institución financiera más conveniente para el financiamiento de este proyecto?

¿Cuál será el nivel de rentabilidad del centro turístico recreativo ubicado en el municipio de Totogalpa, departamento de Madriz?

¿Qué elementos medioambientales debe tomar en cuenta la formulación del proyecto, para ser amigable con el ecosistema del lugar?

¿Cuál será el grado de impacto ambiental de la construcción del centro turístico en el municipio de Totogalpa?

2.4 Justificación

Nicaragua posee en la actividad turística una fuente generadora de desarrollo y progreso, siendo un país privilegiado para explotar diferentes formas de turismo; actividad que puede tener un efecto multiplicador del crecimiento económico, la creación de empleos y atracción de la inversión.

En la actualidad, la actividad turística en el departamento de Madriz, se encuentra en pleno desarrollo. La demanda de turistas ha incrementado recientemente y los paraderos turísticos existentes actualmente no satisfacen al turista en sus expectativas de recreación.

Según cifras oficiales del INTUR (2017), en abril la entrada de turistas por el puesto fronterizo El Espino, localizado en el departamento de Madriz, registró un total de 10,297 turistas, ocupando el quinto puesto de importancia entre los 8 puestos más importantes del país.

En los últimos años, se han superado las expectativas de turistas, según El Nuevo Diario (2014) el cañón de Somoto es visitado por más de 2,000 personas mensualmente, lo que crea un tráfico de turistas propicio para el desarrollo de otros centros turísticos aledaños.

Es latente la falta de atención y aprovechamiento del tráfico de turistas que visitan el departamento de Madriz. Si bien es cierto, el principal atractivo de la zona es el cañón de Somoto, pero esto implica que es posible aprovechar dicha demanda y ofertar otra opción llamativa que invite al turista a aventurarse en municipios no tan conocidos y de cercanía geográfica.

El fortalecimiento del turismo en la zona es una necesidad, la cual debe ser paleada mediante la atracción de inversión, que permita desarrollar el potencial de atractivos turísticos, bajo lineamientos de respeto al ecosistema y sostenibilidad.

La propuesta de proyecto presentada se basa en la construcción y equipamiento de un centro turístico que oferte un paquete completo en diversidad

de actividades turísticas y recreativas, combinando aventura y contacto con la naturaleza, de manera que complemente la oferta global turística del departamento.

Al estudiar el potencial turístico de varios municipios del departamento de Madriz, se realizó la investigación con el municipio de Totogalpa, no solo debido a su potencial como destino turístico, sino también, debido a su alto tráfico de turistas y la cantidad de organismos ejecutores de proyectos en la zona.

El municipio de Totogalpa, que en lengua chorotega significa “Nido de Aves”, presenta ciertas ventajas competitivas que atraen al turista común en Nicaragua. Posee comunidades puramente indígenas, talleres de artesanías autóctonas, lugares históricos y bellezas naturales sin ningún tipo de explotación como ríos, bosques y miradores. Todo lo anterior, convierte a Totogalpa en un lugar propicio para el desarrollo de proyectos turísticos.

Una característica destacada es la ubicación geográfica privilegiada que posee, gracias su conexión a la vía panamericana, principal vía de acceso en el país, convierte al municipio en un lugar de fácil acceso y ubicación para turistas tanto nacionales como extranjeros.

El ecosistema de Totogalpa permite un establecimiento de un centro que pueda albergar variedad de turistas, es decir, tanto los jóvenes de aventura, como los que deseen un ambiente familiar y los que buscan estancias más relajadas y solitarias.

El impacto de un proyecto turístico de dicha magnitud contribuye en gran medida a la dinamización de la economía en primera instancia, al crear nuevas fuentes de empleo desde su fase de construcción y equipamiento, hasta su fase de funcionamiento, dejando un efecto multiplicador a su paso que permita mayores ingresos tanto directos como indirectos a los habitantes de la zona.

El impacto en el desarrollo social se visualiza en la mejora de la calidad de vida de los habitantes, no solo en materia económica, sino recreativa e innovadora, pues con la presencia de un proyecto turístico, se abren puertas para la realización de otros proyectos con nuevas ideas que vayan complementando las actividades económicas de la zona.

Al inversionista se le presenta una oportunidad de multiplicar su capital en un proyecto innovador y cuyo mercado está iniciando a desarrollarse en la zona. Es importante recalcar que la propuesta de proyecto permite aprovechar los recursos propios de la zona y garantiza una sostenibilidad del ecosistema, sin dejar de lado la creación de un beneficio económico significativo.

La presente propuesta de proyecto impulsa el potencial de Totogalpa, ofertando sus riquezas naturales y los elementos propios de su zona, con el fin de darle una visión turística que marque la pauta para el desarrollo de más proyectos que a futuro beneficien a la comunidad; y a su vez representen una oferta adecuada para los turistas tanto nacionales como extranjeros, de manera agradable y satisfactoria.

3. OBJETIVOS

3.1 Objetivo general

Realizar estudio de prefactibilidad para la construcción y equipamiento del centro turístico y recreativo ubicado en el municipio de Totogalpa, Madriz en el primer trimestre del año 2019.

3.2 Objetivos específicos

- Caracterizar mediante un estudio de mercado la demanda potencial insatisfecha, precios y empresas competidoras en el mercado de los servicios turísticos y recreativos del municipio de Totogalpa.
- Evaluar a través de un estudio técnico la mejor alternativa de producción, equipos, ubicación y mano de obra para el diseño del proyecto, así como, los requerimientos administrativos y legales para su óptimo funcionamiento.
- Determinar por medio de un estudio financiero la inversión inicial, nivel de rentabilidad y costos de la propuesta de proyecto del centro turístico y recreativo.
- Determinar el grado de impacto ambiental de la propuesta de proyecto del centro turístico y recreativo en el ecosistema del municipio de Totogalpa.
- Elaborar una propuesta de plan estratégico de gestión del proyecto del centro turístico y recreativo en el municipio de Totogalpa.

4. MARCO TEÓRICO

4.1 Importancia socioeconómica del turismo en Nicaragua

El turismo tiene ventajas comparativas bien específicas sobre otras actividades productivas. Depende de insumos que son netamente del patrimonio nacional, tal como los atractivos naturales, históricos, culturales y sociales (Castro, Gaitan, & Tapia, 2015).

Según el Banco Central (2018) el ritmo de crecimiento de la llegada de turistas a Nicaragua ha crecido a un ritmo de 9.5 entre 2015 y 2016, y de 22.6 entre 2016 y 2017. Confirmando el acelerado crecimiento que está teniendo el turismo como uno de los sectores que más dinamiza la economía del país.

Del 2014 al 2016, los ingresos por turismo han tenido un comportamiento creciente, que va desde \$ 445 millones de dólares hasta los \$ 642 millones de dólares (Banco Central de Nicaragua, 2017).

Desde hace más de una década, el turismo viene destacándose como sector líder en la producción del país, dejando atrás sectores que históricamente han representado el motor de la economía, como la agricultura, la ganadería, la exportación de carne bovina o el café.

En el año 2017, el peso del sector turismo llegó a representar 5% del producto interno bruto del país, significando una entrada de 840 millones de dólares, cuyo efecto multiplicador fue amplio en la economía nacional (El Nuevo Diario, 2018).

En enero-abril 2017, en cuanto a inversión turística, fueron aprobados un total de 8 proyectos, por un monto de \$5.53 millones de dólares, de los cuales \$4.75 millones fueron aprobados para gozar de los beneficios fiscales. Proyectos como estos generan 319 plazas de trabajo, 248 temporal y 71 permanentes (Instituto Nicaraguense de Turismo, 2017).

En Nicaragua el auge del turismo ha representado más que una fuente importante de empleo, generación de mayores ingresos, entrada de divisas y atracción de inversiones; es una oportunidad de mejora en los niveles de vida de los habitantes; por lo cual posee un peso no solo importante sino estratégico en el desarrollo socioeconómico del país.

4.2 Principales innovaciones turísticas y recreativas

La actividad turística tuvo un repunte de apoyo y dinamismo por parte de la *Ley N°835 Ley de Turismo Rural Sostenible*, publicada en La Gaceta 2013, la cual incentivó el desarrollo del turismo rural comunitario, uno de los tipos de turismo que ha innovado los últimos años la actividad turística nicaragüense.

El empuje a este tipo de turismo lo realizan principalmente en las zonas del volcán Mombacho, la Laguna de Apoyo, el archipiélago de Zapatera, las Isletas y últimamente en la comarca Malacatoya, donde surgió la iniciativa ecoturística Santa Lastenia (Duarte, 2016, pág. 1).

Por otro lado, en los últimos años se impulsaron destinos turísticos como la Ruta Colonial y de los Volcanes, en el pacífico de Nicaragua; la Ruta del Café, en el Norte; y la Ruta del Agua, en Río San Juan, proyectos que han posicionado a Nicaragua en el mapa de los países con destinos turísticos llamativos y con ofertas accesibles al bolsillo de todo tipo de turistas.

El turismo de aventura ha proliferado en Nicaragua recientemente, como una forma de innovar y presentar al turista ofertas nuevas, diferentes y llenas de diversión. Entre las principales se encuentra: el nuevo cañón de Santa María en Nueva Segovia, reserva silvestre Greenfields ubicada en la región autónoma del Caribe Sur, reserva de vida silvestre Los Guatusos en Río San Juan, trío de cascadas en El Almendro y parque de aventuras Las Nubes ubicado en Rivas (Valenzuela, 2017, pág. 6).

El sector turismo ha sido impulsado a su vez por la innovación en

divulgación, debido a la creación de páginas web creadas con el único fin de promover los destinos turísticos del país, paginas como visita Nicaragua, canatur, vía nica y la página oficial del ministerio de turismo; a su vez muchos negocios turísticos han creado sus propias páginas web y redes sociales, para dar a conocer su oferta al público.

La revista Nicaragua Turismo e Inversión (NTI) representa una manera fácil y rápida de informarse acerca del turismo en Nicaragua, fue presentada en el presente año con el nombre de Directorio Turístico Explore Nicaragua 2018; cuenta con 120 páginas en inglés y en español (Bejarano, 2018, pág. 4).

La innovación en el sector turismo, sigue siendo un reto según Valenti (2015) en el cual Nicaragua necesita desarrollar la mente innovadora en los empresarios turísticos, pues hay mucho por hacer en materia de productos turísticos. Se debe diversificar la oferta, donde los empresarios dejen de copiar e inicien a crear nuevos productos y servicios.

4.3 Ventajas competitivas del turismo en Nicaragua

El turismo goza en Nicaragua de una serie de ventajas que le permiten condiciones propicias para su desarrollo y crecimiento acelerado. Según Baltodano (2015) entre las principales ventajas competitivas de Nicaragua sobresale seguridad, pues es uno de los países más seguros de Latinoamérica, con estadísticas de criminalidad más bajas en la regio centroamericana.

Por otro lado, Avendaño (2007), establece una serie de ventajas competitivas en Nicaragua como los es mano de obra barata y el potencial aún no explotado que posee Nicaragua de bellezas naturales, y la oportunidad de practicar diversos tipos de turismo en el país. A su vez, destaca el marco accesible de atracción de la inversión que posee el turismo, con la exoneración de impuestos a inversiones en este sector económico.

Acevedo (2008), establece que Nicaragua es un atractivo turístico por dos

razones: por la autenticidad natural y cultural. Afirma que los turistas vienen porque pueden ir a playas, islas, mares, volcanes, donde hay cierto nivel de desarrollo, pero al mismo tiempo la naturaleza está presente. El aspecto cultural es una gran ventaja porque las fiestas patronales y otras manifestaciones culturales son parte de la forma de vida de los nicaragüenses.

4.4 Elementos fundamentales en la formulación de proyectos

Según Tamayo, (2003, p. 97) el término proyecto se deriva de los verbos latino Proicere y Proiectare que significan arrojar algo hacia adelante. Entonces proyecto significa el pensamiento o el diseño de hacer algo; la disposición que se hace de algo, anotando todos los elementos que deben ocurrir para su logro; la planeación y organización previa de todas las tareas y actividades necesarias para alcanzar algo.

Baca (2010) define proyecto como: “la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema, la cual tiende a resolver una necesidad humana” (p. 2). Similar al anterior, pero de manera más amplia lo conceptualiza Sapag & Sapag (2008), como:

Un proyecto es, ni más ni menos, la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendiente a resolver, entre tantos, una necesidad humana. Cualquiera que sea la idea que se pretende implementar, la inversión, la metodología o la tecnología por aplicar, ella conlleva necesariamente la búsqueda de proposiciones coherentes destinadas a resolver las necesidades de la persona humana (p. 1).

Por otro lado, León (2007), desde una óptica de materia económica lo define como: “en general un proyecto es un esfuerzo llevado a su ejecución buscando beneficios, los mismos que pueden ser económicos financieros o sociales” (p. 12).

4.5 Ciclo de vida de un Proyecto

Según Torrez (2015), “el ciclo de vida del proyecto es un sistema que involucra una serie de etapas desde que inicia el proyecto a nivel de idea hasta su desarrollo en la vida útil de operación del proyecto. Las etapas de un Proyecto de inversión se definen en su orden como la Pre inversión, Inversión y Operación” (p. 9).

Por otro lado, Rosales (1999, p. 22), indica que el ciclo de vida de un proyecto independientemente de la forma en que se conceptualice y de su naturaleza, es posible identificar cuatro fases o etapas sucesivas, las cuales han dado en llamarse: pre-inversión, promoción, negociación y financiamiento; inversión o ejecución; y operación o funcionamiento.

4.6 Clasificación de proyectos según su fin

Según León (2007, p. 24) los proyectos se clasifican en 3 tipos:

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

Proyectos de inversión pública: En este tipo de proyectos, el estado es el inversionista que coloca sus recursos para la ejecución del mismo, el estado tiene como fin el bienestar social, de modo que la rentabilidad del proyecto no es sólo económica, sino también el impacto que el proyecto genera en la mejora del bienestar social en el grupo beneficiado o en la zona de ejecución, dichas mejoras son impactos indirectos del proyecto, como por ejemplo generación de empleo, tributos a reinvertir u otros.

Proyectos de inversión social: Un proyecto social sigue el único fin de generar un impacto en el bienestar social, generalmente en estos proyectos no se

mide el retorno económico, es más importante medir la sostenibilidad futura del proyecto, es decir si los beneficiarios pueden seguir generando beneficios a la sociedad, aun cuando acabe el período de ejecución del proyecto.

A su vez, León (2007, p.25) establece una clasificación derivada únicamente para los proyectos privados en función al impacto en la empresa:

Creación de nuevas unidades de negocios o empresas: En este caso un proyecto se refiere a la creación de un nuevo producto o servicio, estos proyectos típicos tienen flujos de ingresos y costos, asimismo tienen una inversión que permita iniciar la producción del nuevo bien o servicio, evaluándose la rentabilidad del producto.

Cambios en las unidades de negocios existentes: En este tipo de proyectos no se crea ningún producto o servicio, simplemente se hacen cambios en las líneas de producción, estos cambios pueden darse ya sea maquinaria nueva cambiando a la maquinaria antigua, o se hacen reducción de equipos por tercerización de la producción, también es posible ampliar la producción con maquinaria adicional, es probable que en muchos casos la inversión a realizar sea mínima o cero.

4.7 Clasificación de proyectos según nivel de profundidad

Baca (2010) establece 3 niveles de profundidad para la evaluación de proyectos según su contenido. El primero a nivel de perfil que se presenta como una “gran visión o identificación de la idea” (p. 5); este se elabora a partir de información ya existente y la experiencia del investigador, por otro lado solo ofrece cálculos globales acerca de costos e ingresos, sin entrar a la investigación de campo.

El nivel de prefactibilidad, Baca (2010), lo define como un “estudio que profundiza el examen en fuentes secundarias y primarias en investigación de mercado, detalla la tecnología que se empleará, determina los costos totales y la

rentabilidad económica del proyecto y es la base en que se apoyan los inversionistas”.

Baca (2010), finaliza con el nivel más completo conocido como proyecto definitivo, el cual se diferencia del anterior, por tratar los puntos finos, es decir, “no sólo deben presentarse los canales de comercialización más adecuados para el producto, sino que deberá presentarse una lista de contratos de venta ya establecidos; se deben actualizar y preparar por escrito las cotizaciones de la inversión, presentar los planos arquitectónicos de la construcción, etc.” (p. 5).

4.7.1 Proyecto a nivel de perfil

El estudio inicial es el denominado “perfil”, el cual se elabora a partir tanto de la información existente, como del juicio común y de la opinión que da la experiencia. En términos monetarios, sólo presenta estimaciones muy globales de las inversiones, costos o ingresos, sin entrar en investigaciones de terreno (Sapag & Sapag, 2008, pág. 22).

Por otro lado, León (2007), establece: “Un perfil contiene una idea amplia del mercado, de los posibles ingresos y costos, de modo que se obtenga una rentabilidad referencial, además de señalar los riesgos que la ejecución del proyecto debe enfrentar y si no tiene problemas de ejecución, esto es si hay viabilidad de llevarlo a cabo” (p. 21).

4.7.2 Proyecto a nivel de prefactibilidad

El proyecto con nivel de prefactibilidad se define como la revisión de condiciones para su desarrollo. En el ámbito de un proyecto público, estas condiciones se muestran en los denominados estudios de prefactibilidad (para diferenciar del perfil, en la prefactibilidad se incluye ya información primaria, sobre todo del mercado sea ofertante o demandante, sin ir a más detalle técnico económico) y factibilidad (en esta fase se realizan los estudios técnicos detallados en cuanto a planta o activos y se determina los retornos y riesgos económicos del

proyecto), si estos estudios muestran sostenibilidad, rentabilidad y coherencia con las metas, entonces son declarados viables (Leon, 2007, pág. 22).

El estudio de “prefactibilidad”; profundiza en la investigación, y se basa principalmente en información de fuentes secundarias para definir, con cierta aproximación, las variables principales referidas al mercado, a las alternativas técnicas de producción y a la capacidad financiera de los inversionistas, entre otras. En términos generales, se estiman las inversiones probables, los costos de operación y los ingresos que demandará y generará el proyecto (Sapag & Sapag, 2008, pág. 22).

Por otro lado, Fontaine, (2008) lo aborda como: “El estudio de prefactibilidad persigue disminuir los riesgos de la decisión; dicho de otra manera, busca mejorar la calidad de la información que tendrá a su disposición la autoridad que deberá decidir sobre la ejecución del proyecto” (p.37).

4.7.3 Proyecto a nivel de factibilidad

El estudio más acabado, denominado de “factibilidad”, se elabora sobre la base de antecedentes precisos obtenidos mayoritariamente a través de fuentes de información primarias. Las variables cualitativas son mínimas, comparadas con las de los estudios anteriores. El cálculo de las variables financieras y económicas debe ser lo suficientemente demostrativo para justificar la valoración de los distintos ítems (Sapag & Sapag, 2008, pág. 23).

El estudio de factibilidad incluye, básicamente, los mismos capítulos que el de prefactibilidad, pero con una mayor profundidad y menor rango de variación esperado en los montos de los costos y beneficios.

El estudio de factibilidad persigue disminuir el riesgo de equivocarse respecto de la bondad del proyecto –se está “comprando” seguridad sobre las cifras y, por lo tanto, se está disminuyendo el riesgo–, debido a lo cual requiere del concurso de expertos más especializados y de información primaria (incluyendo

cotizaciones más o menos “firmes” para equipos, obras civiles, licencias, financiamientos, etc.), lo que exigirá mayores investigaciones y precisiones en terreno (por ejemplo, estudios geológicos que permitan trazar con mayor precisión el recorrido de un túnel de aducción) (Fontaine, 2008, pág. 37).

4.8 Modelo de proyecto según Sapag Chain y Sapag Chain

Según Sapag Chain y Sapag Chain, el modelo distingue dos grandes etapas: la de formulación y preparación, y la de evaluación. La primera tiene dos objetivos: definir todas las características que tengan algún grado de efecto en el flujo de ingresos y egresos monetarios del proyecto, y calcular su magnitud. La segunda etapa, con metodologías muy definidas, busca determinar la rentabilidad de la inversión en el proyecto (Sapag & Sapag, 2008, pág. 23).

Dentro del modelo, Sapag & Sapag (2008, p. 24), reconocen la necesidad de 4 estudios complementarios, como lo son el estudio de mercado, estudio técnico, estudio organizacional-administrativo-legal y el estudio financiero; con el objetivo de generar información económica de costos y beneficios, además de construir herramientas financieras proyectadas para la toma de decisiones. A su vez recomiendan un quinto estudio enfocado al impacto ambiental, a realizarse de manera transversal con los demás complementos.

En primer estudio, corresponde al estudio de mercado, que es más que el análisis y la determinación de la oferta y demanda, o de los precios del proyecto. Muchos costos de operación pueden preverse simulando la situación futura y especificando las políticas y los procedimientos que se utilizarán como estrategia comercial. Pocos proyectos son los que explican, por ejemplo, la estrategia publicitaria, la cual tiene en muchos casos una fuerte repercusión, tanto en la inversión inicial –cuando la estrategia de promoción se ejecuta antes de la puesta en marcha del proyecto– como en los costos de operación, cuando se define como un plan concreto de acción (Sapag & Sapag, 2008, pág. 26).

Metodológicamente tres son los aspectos que se deben estudiar:

- El consumidor y las demandas del mercado y del proyecto, actuales y proyectadas.
- La competencia y las ofertas del mercado y del proyecto y actuales proyectadas.
- Comercialización del producto del proyecto.

El análisis del consumidor tiene por objeto caracterizar a los consumidores actuales y potenciales, identificado sus preferencias, hábitos de consumo, motivaciones de manera tal de obtener un perfil sobre el cual pueda basarse la estrategia comercial.

El estudio de la competencia es fundamental por varias razones, por ejemplo, la estrategia comercial que se defina para el proyecto no puede ser indiferente a ella.

El análisis de comercialización del proyecto es quizás uno de los factores más difíciles de precisar, por cuanto la simulación de sus estrategias es frente al problema de estimar reacciones y variaciones del medio durante la operación del proyecto (Sapag & Sapag, 2008, pág. 38)

La dimensión del estudio técnico, como lo establecen Sapag & Sapag, (2008): “tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes a esta área” (p. 24). Uno de los principales resultados de este estudio es obtener la función de producción que permita la eficiencia en la utilización de los recursos del proyecto, así como, requerimiento de equipos y tecnología.

Los autores destacan la dimensión del estudio organizacional, por la importancia que tienen los factores propios de la actividad ejecutiva de su administración como lo son: organización, procedimientos administrativos y

aspectos legales. De lo anterior, Sapag & Sapag (2008) establecen:

“Para cada proyecto es posible definir la estructura organizativa que más se adapte a los requerimientos de su posterior operación. Conocer esta estructura es fundamental para definir las necesidades de personal calificado para la gestión y, por tanto, estimar con mayor precisión los costos indirectos de la mano de obra ejecutiva” (p. 28).

El estudio financiero, se refiere a la parte de la viabilidad y rentabilidad del proyecto. Así lo establecen los autores, al definir los objetivos de la dimensión financiera: “Los objetivos de esta etapa son ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elaborar los cuadros analíticos y datos adicionales para la evaluación del proyecto y evaluar los antecedentes para determinar su rentabilidad” (Sapag Chain & Sapag Chain, 2008, pág. 30).

Para el estudio ambiental, los autores Sapag & Sapag, (2008) destacan la importancia del análisis del impacto ambiental, el cual tiende a: “la búsqueda de un proceso continuo de mejoramiento ambiental de toda la cadena de producción, desde el proveedor hasta el distribuidor final que lo entrega al cliente” (p. 31). Es decir, que el impacto ambiental tiene una visión más integral, abarcando el sistema de valor de la empresa como los son proveedores, producción y transporte del producto o servicio.

Los métodos cualitativos identifican, analizan y explican los impactos positivos y negativos que podrían ocasionarse en el medio ambiente con la implementación del proyecto. Tanto la jerarquización como la valoración de estos efectos se basan comúnmente en criterios subjetivos, por lo que su uso está asociado con estudios de viabilidad que se realizan en el estudio de perfil (Sapag & Sapag, 2008, pág. 32).

Los métodos cuantitativos determinan tanto los costos asociados como las medidas de mitigación total o parcial como los beneficios de los daños evitados,

incluyendo ambos efectos dentro de los flujos de caja del proyecto que se evalúa. Según estos métodos, las medidas de mitigación de daños ambientales, se adelantan hasta el punto en que el valor marginal del daño evitado se iguala con el costo marginal del control de los daños (Sapag & Sapag, 2008, pág. 32).

4.9 Modelo de proyecto según Baca

Baca (2010, p. 7) denomina estudio de mercado se denomina a la primera parte de la investigación formal del estudio. Consta de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización.

Posteriormente, el autor aborda el estudio técnico puede subdividirse a su vez en cuatro partes, que son: determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal (Baca, 2010, pág. 7).

La antepenúltima etapa del estudio es el estudio económico. Su objetivo es ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores y elaborar los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica (Baca, 2010, pág. 8).

La evaluación económica describe los métodos actuales de evaluación que toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, como son la tasa interna de rendimiento y el valor presente neto; se anotan sus limitaciones de aplicación y se comparan con métodos contables de evaluación que no toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, y en ambos se muestra su aplicación práctica (Baca, 2010, pág. 8).

Para finalizar, el autor propone un enfoque de análisis y administración del riesgo, siendo ventajoso para economías inestables. El enfoque que aquí se presenta se llama analítico - administrativo porque no sólo cuantifica de cierta forma al riesgo, sino que, mediante su administración, previene la quiebra de la

inversión hecha al anticipar la situación para evitarla (Baca, 2010, pág. 9).

4.10 Modelo de proyecto según Instituto Nicaragüense de Turismo

Según la *Ley 306 Ley de Incentivos para la Industria Turística*, se desarrolló un manual de ayuda: guía para la elaboración de proyectos turísticos que deseen acoger los beneficios establecidos, por lo cual se adoptara dicho modelo para propósitos de esta investigación.

El modelo establece 15 capítulos a desarrollar, los cuales son la guía para presentar la información el proyecto de una manera desagregada y que facilita su análisis para el ente institucional.

En primer lugar, indica la elaboración de un resumen ejecutivo del proyecto, el cual debe contener las principales características del proyecto, es decir, denominación, objetivos, área de establecimiento, monto de la inversión, horizonte temporal y beneficios esperados. Este será un breve resumen del contenido del documento (Instituto Nicaragüense de Turismo, 2007, pág. 2).

La primera dimensión abordada en el manual corresponde a la identificación del proyecto, en la cual el manual establece 6 apartados que permiten la identificación de los datos más relevantes como son: antecedentes, justificación, objetivos, resultados esperados, su relación con la política de desarrollo turística de Nicaragua y disponibilidad de recursos del inversionista para la puesta en marcha del proyecto (Instituto Nicaragüense de Turismo, 2007, pág. 3).

Seguidamente, el estudio de mercado, es de los principales componentes del proyecto, pues proporciona un panorama general del sector turismo. Este apartado tiene como principal objetivo analizar los componentes principales del mercado del proyecto: análisis de la oferta, análisis de la demanda, proveedores, precios y comercialización (Instituto Nicaragüense de Turismo, 2007, pág. 5).

Por otro lado, el manual establece los aspectos técnicos como aquellos

referentes a la ubicación del proyecto y su área de influencia. Es de vital importancia pues como lo estipula INTUR (2007): “La determinación del área de localización del proyecto servirá para clasificar el proyecto en función de los incentivos recogidos en la Ley 306, que varían en función de la situación geográfica” (p. 6).

Este apartado es de vital importancia pues describe las condiciones de accesibilidad, infraestructura existente, el tamaño del proyecto y el programa de ejecución del proyecto.

A continuación, la dimensión del impacto ambiental que tiene como objetivo determinar cómo el proyecto afectara el medio ambiente de su localización, e incluir las medidas correctoras que se deberán tomar si esta es negativo. Se deben identificar los posibles riesgos y las consultas ambientales realizadas a las comunidades y autoridades dentro de la circunscripción del proyecto (Instituto Nicaraguense de Turismo, 2007, pág. 8).

Como quinta dimensión en el modelo, se aborda la dimensión de aspectos legales, organizacionales e institucionales, se centra en información organizacional de la empresa que solicita la aprobación de su proyecto. Esta información es acerca de la sociedad, de la ejecución del proyecto, aspectos organizacionales y aspectos institucionales (Instituto Nicaraguense de Turismo, 2007, pág. 8.).

Seguidamente, se aborda el presupuesto de inversiones, ingresos, costos y gastos, presentados en tres apartados individuales, iniciando con la presentación de un plan global de inversiones, distribución de la inversión, financiación de la inversión, calendario y garantías. Este apartado a su vez incluye un presupuesto a detalle con un horizonte temporal mínimo de 10 años, en el cual debe establecer ingresos, costos y gastos respectivamente proyectados (Instituto Nicaraguense de Turismo, 2007, pág. 9).

Para finalizar se presentan las dimensiones de análisis financiero y

evaluación financiera, en apartados individuales, donde establece la presentación en forma comparativa los balance general, estado de pérdidas y ganancias y flujo de caja, para los 10 años proyectados, en caso de ser proyectos nuevos; estas serán las principales herramientas para la posterior evaluación financiera (Instituto Nicaraguense de Turismo, 2017, pág. 11).

El objetivo de la evaluación financiera es construir las razones principales para la toma de decisiones del proyecto cuanto a rentabilidad, dichas razones son: Valor actual neto (VAN), tasa interna de retorno (TIR), análisis costo-beneficio y periodo de recuperación de la inversión (Instituto Nicaraguense de Turismo, 2007, pág. 12).

Según INTUR, (2007) al final la guía recomienda un acápite de conclusiones y recomendaciones: “Aquí se debe de reflejar todo lo que los análisis anteriores nos indican sobre el proyecto en estudio” (p. 13).

4.11 Modelo de proyecto de la investigación

Luego de comparar los 3 modelos para trabajar el proyecto, la presente investigación trabajó con el modelo de la *Ley 306 Ley de Incentivos para la Industria Turística*, se desarrolló un manual de ayuda: guía para la elaboración de proyectos turísticos, del Instituto Nicaragüense de Turismo INTUR, para gozar de los beneficios que contempla dicha ley.

Las 5 dimensiones principales que contiene el presente estudio son: estudio de mercado, estudio técnico, estudio organizativo, estudio de impacto ambiental y estudio financiero; seguido de una propuesta de plan de gestión del proyecto en sí.

4.8.1 Estudio de mercado

Según Torrez (2015, p. 16) a través del estudio de mercado se detectan miles de necesidades actuales y futuras de un bien o servicio y las posibilidades

del proyecto de atender dichas necesidades.

El modelo del INTUR (2007, p. 4-6), según su guía metodológica, establecen 8 aspectos a considerar:

1. Aspectos generales del mercado: en este apartado se analizan los proveedores, competidores, distribuidores y consumidores finales, que puedan afectar la viabilidad del proyecto.
2. Definir los servicios del proyecto: se realiza una descripción pormenorizada de los servicios que pretende ofertar el proyecto.
3. Consumidores: en este apartado se recoge información sobre las características de los potenciales consumidores de los servicios, definiendo el perfil del consumidor al que se pretende llegar.
4. Análisis de la oferta: se realiza un análisis de la oferta turística existentes, en el cual se debe tener en cuenta la estructura, capacidad, proyectos similares con sus tarifas, ubicación y años de operación y una descripción de las fuentes de información y metodología utilizada. El análisis se realiza a nivel regional, nacional y en el área de influencia del proyecto.
5. Análisis de la demanda: en este apartado se realiza un análisis de la demanda turística existente para los servicios que el proyecto de inversión pretende poner en marcha. Se estudian tres factores que influyen en el comportamiento de la demanda: estructura de preferencias, nivel de ingresos y precio del servicio a adquirir.
En el análisis de la demanda debe tenerse en cuenta la estructura de la demanda, evolución de la misma, estacionalidad, perfil del turista y descripción de las fuentes de información y metodología utilizada.
6. Balance oferta-demanda: con apoyo en los apartados anteriores, se realiza un análisis de balance entre oferta y demanda, es decir, en qué medida la nueva oferta promovida por el proyecto va a ser absorbida por la demanda existente o que se pueda crear y en qué periodo de tiempo.
7. Sistema de precios: en este apartado se incluyen los precios o tarifas que cobrara el proyecto por sus servicios, haciendo referencia a los precios y

tarifas ya existentes para servicios similares a nivel regional, nacional y en el área de influencia.

8. Promoción y comercialización: en este apartado se recogen las estrategias de promoción y comercialización del proyecto, donde se debe tomar en cuenta:
 - Producto: naturaleza, características y condiciones de promoción y comercialización.
 - Precio: en función de sus costes, calidad, precios de los competidores, productos sustitutos, etc.
 - Canales de distribución: estructura del canal, perfil de los agentes, etc.
 - Promoción: mailing dirigido, folletos, revistas, anuncios en prensa, radio y TV, páginas web.

Las condiciones que se derivan de esta fase serán el insumo base de los otros estudios parciales dl proyecto. La calidad del análisis del mercado resulta determinante en el éxito o fracaso de los proyectos, por lo que se debe enfatizar en la consecución de información relevante y en una elaboración detallada de estos estudios (Torrez, 2015, pág. 16).

4.8.2 Estudio Técnico

A partir de los insumos proporcionados por el estudio de mercado, se plantean las alternativas que sea posible utilizar para la producción del bien o servicio en cada una de las variables mencionadas y se establecen los beneficios de cada alternativa (Torrez, 2015, pág. 20).

La guía para la presentación del proyecto del INTUR (2007, p 6-7) establece 5 aspectos para el estudio técnico:

1. Localización y área de influencia del proyecto: en este apartado debe tomarse en cuenta las condiciones de accesibilidad, seguridad, pagos de contribución, situación jurídica de la propiedad, determinación de gastos notariales, análisis de la situación de terrenos adyacentes y determinación

- de los honorarios de los profesionales que puedan afectar dicho estudio.
2. Infraestructura existente: se recoge la información sobre la infraestructura de transporte, telecomunicaciones, energía, saneamiento e infraestructura sanitaria.
 3. Descripción y tamaño del proyecto: este apartado incluye información del diseño del proyecto turístico, criterios generales que fueron la base para determinar la capacidad o tamaño del proyecto, descripción física de los terrenos, descripción de las diferentes obras de contracción a realizar, acompañar lista detallada por secciones, maquinaria, equipos y demostrar que las necesidades del suministro serán cubiertas satisfactoriamente.
 4. Programa de ejecución: este apartado cuenta con programa de ejecución de obras físicas del proyecto, listado y capacidad de empresas proveedoras y constructoras, y describir los servicios de supervisión necesaria.
 5. Aspectos técnicos del proyecto: determinación de legislación tributaria y posibles franquicias en los países exportadores de maquinaria y tecnología para establecer las alternativas más convenientes de adquisición.

4.8.3 Impacto ambiental

El objetivo de este apartado es determinar el impacto ambiental del proyecto de inversión turística y las medidas correctoras que se deberán tomar si este es negativo. En el caso de que el proyecto sea procedente desde el punto de vista ambiental, se deberá presentar la autorización o dictamen extendido por MARENA (Instituto Nicaragüense de Turismo, 2007, pág. 8).

4.8.4 Aspectos legales, organizacionales e institucionales

En este apartado debe incluirse la información de la empresa que solicita la aprobación de su proyecto (razón social, objetivos, capital social y referencias bancarias), por otro lado, se deben describir aspectos organizacionales como: costos de operación, organigrama de la empresa, organización interna, equipo

gerencial, entre otros (Instituto Nicaraguense de Turismo, 2007, pág. 9).

4.8.5 Estudio financiero

Según Torres (2015, p. 26) el análisis de rentabilidad financiera es el primer paso en la evaluación de un proyecto, tiene por objeto estudiar la factibilidad del proyecto desde el punto de vista de sus resultados financieros. Por consiguiente, los beneficios y costos del proyecto se calculan en términos monetarios, a los precios de mercado vigentes. Esto permite situar alternativas en orden jerárquico de rentabilidad.

La guía de presentación de proyectos turísticos del INTUR (2007, p 9-13) establece 5 capítulos acerca de los componentes del estudio financiero:

- Presupuesto de inversiones
- Presupuesto de ingresos
- Presupuesto de costos y gastos
- Análisis financiero
- Evaluación financiera

En el análisis de rentabilidad financiera se consideran el análisis de rentabilidad de la inversión y el análisis del financiamiento. En el primero se evalúa la medida de rentabilidad de los recursos que se incorporan al proyecto o rendimiento del capital, cualesquiera sean las fuentes de financiamiento. En el segundo se toman en consideración las características financieras de un proyecto, para tener la seguridad que el financiamiento disponible permitirá que el proyecto se ejecute y se ponga en operación sin tropiezo (Torrez, 2015, pág. 26).

5. DISEÑO METODOLÓGICO

5.1 Tipología de la investigación

Según su finalidad la investigación es aplicada, teniendo como objetivo la generación de conocimiento y aplicación de la teoría a determinados problemas sociales, siendo un enlace entre la teoría y la práctica en la propuesta del proyecto a nivel de prefactibilidad de un centro turístico en el municipio de Totogalpa, departamento de Madriz en el año 2018.

Según su alcance, la investigación es descriptiva, siendo la más pertinente para realizar un análisis de la información recopilada, la selección de un modelo y su posterior aplicación para abordar el problema. Como lo establece Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio: “Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (2014, p. 80).

Como afirma Salkind (1998), se considera como investigación descriptiva aquella en que, “se reseñan las características o rasgos de la situación o fenómeno objeto de estudio” (p. 11). Este tipo de investigación, según Bernal (2010), tiene sus soportes principales en técnicas como la encuesta, la entrevista, la observación y la revisión documental; las cuáles fueron las principales técnicas aplicadas para el desarrollo de la presente investigación.

Según Sabino (1992), acerca de la investigación descriptiva la “Las investigaciones descriptivas utilizan criterios sistemáticos que permiten poner de manifiesto la estructura o el comportamiento de los fenómenos en estudio, proporcionando de ese modo información sistemática y comparable con la de otras fuentes” (p. 47).

Según temporalidad, el estudio es de corte transversal, pues el estudio de la variable se realizó mediante un tiempo determinado, en este caso año 2018. Se

realizó como lo plantea Briones (1985), una especie de “fotografía instantánea” del problema de estudio.

La recolección de datos de la investigación es mixta, con enfoque tanto cuantitativo como cualitativo, pues para el estudio del problema se obtuvo información directa del objeto de estudio, así como documentación de libros, investigaciones y artículos científicos referentes al tema de estudio.

El paradigma de la investigación es mixto, pues por del método cuantitativo se buscó medir las características del objeto de estudio, con la tendencia a generalizar resultados en una población; mientras que del método cualitativo se profundizó en algunas dimensiones que requiere la propuesta de proyecto, por lo cual se complementan ambos métodos.

Como lo establece Bernal (2010), sobre los métodos de investigación cuantitativa y cualitativa:

Los investigadores que utilizan el método cualitativo buscan entender una situación social como un todo, teniendo en cuenta sus propiedades y su dinámica. En su forma general, la investigación cuantitativa parte de cuerpos teóricos aceptados por la comunidad científica, en tanto que la investigación cualitativa pretende conceptuar sobre la realidad, con base en la información obtenida de la población o las personas estudiadas (p. 60).

Los estudios de corte cuantitativo pretenden la explicación de una realidad social vista desde una perspectiva externa y objetiva. Su intención es buscar la exactitud de mediciones o indicadores sociales con el fin de generalizar sus resultados a poblaciones o situaciones amplias. Trabajan fundamentalmente con el número, el dato cuantificable (Galeano, 2004).

Según los recursos, la investigación puede ser documental, de campo o mixta. Respecto a lo anterior, Arias (2012) establece:

La investigación de campo es aquella que consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variable alguna, es decir, el investigador obtiene la información, pero no altera las condiciones existentes. De allí su carácter de investigación no experimental (pag.31)

Para un estudio descriptivo y completo del problema, se hacen necesarios los recursos documentales, los cuales dan validez al marco teórico y proporcionan el modelo a aplicar al problema. Por esto la investigación utilizó recursos tanto documentales como de campo.

5.2 Población y muestreo para estudio de mercado

Definición del Población (N)

El universo elegido para la investigación estuvo conformado por una estimación de los turistas para el departamento de Madriz y posteriormente una estimación de los turistas que visitan el municipio de Totogalpa.

Según fuentes oficiales del INTUR (2017) en el departamento de Madriz la visita de turistas se estimó en 2,265 como promedio anual, siendo los centros más visitados, el cañón de Somoto, balneario El Guayabo y piscina semiolímpica, todos en el municipio de Somoto.

Para el municipio de Totogalpa las visitas promedio de turistas fueron de 775 en promedio mensual para el 2017, según el INTUR, cifra con la cual se trabajó el instrumento de encuesta para el estudio de mercado.

Para el llenado de las encuestas, se realizó un ejercicio de aleatoriedad simple, donde se levantó la encuesta a personas foráneas que visitaban la zona, para evaluar el potencial turístico y su punto de vista acerca del municipio de Totogalpa como un posible destino turístico.

Se tomó en cuenta tanto personas nacionales como extranjeras, debido a la correspondencia con el diseño del proyecto.

Cálculo de la muestra real (n)

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

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

Dónde:

n: tamaño de la muestra

N: tamaño de la población= 775

p: proporción de éxito= 0.5

q: proporción de error= 0.5

e: error permitido= 0.1

Z: valor estándar permitido al nivel de confianza= 2.575

$$n = \frac{(2.575)^2 \times (0.5) \times (0.5) \times 775}{(0.1)^2 (775-1) + (2.575)^2 \times (0.5) \times (0.5)} = \mathbf{137 \text{ encuestas}}$$

5.3 Matriz de operacionalización de variables

Variable dependiente: Proyecto de prefactibilidad

Nombre de la Variable	Conceptualización de la variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Medición	Fuentes	Instrumentos
Estudio de prefactibilidad	Estudio que profundiza el examen en fuentes secundarias y primarias en investigación de mercado, detalla la tecnología que se empleará, determina los costos totales y la rentabilidad económica del proyecto y es la base en que se apoyan los inversionistas	Estudio de Mercado	Tipos de servicio demandados	Ítems del 5 al 8 y del 17 al 21.	Nominal	Demanda	Encuesta (a)
			Población demandante	Ítems del 9 al 10 y 16.	Nominal	Demanda	Encuesta (a)
			Competencia	Ítems del 11 al 14, 16 al 21.	Nominal	Demanda	Encuesta (a)
			Montos de precios	Ítems 15, 22 al 25.	Nominal	Demanda	Encuesta (a)
		Canales de comercialización	Ítems del 26 al 28.	Nominal	Demanda	Encuesta (a)	
		Estudio Técnico	Localización	Matrices 1 al 7.	Nominal	Revisión documental	Matriz de análisis contenido 1-5. (e)
			Tamaño del proyecto	Matrices 8 y 9.	Nominal	Revisión documental	Matriz de análisis contenido 8 y 9. (e)
			Tipo de tecnología	Entrevista 1.	Nominal	Revisión documental	Entrevista 1. (b)

			Monto de la inversión de operación	Matrices del 11 al 21.	Nominal	Cotizaciones	Matriz de análisis de contenido 11-21.
		Estudio organizacional administrativo y legal	Estructura organizacional	Entrevista 2.	Nominal	Revisión documental	Entrevista 2. (c)
		Estudio Financiero	Tasa interna de retorno	Matriz 2.3	Razón	Proyecto	Matriz de análisis de contenido 2.3
			Valor actual neto		Razón		
			Análisis costo/beneficio		Razón		
			Análisis sensibilidad e impactos		Razón		
		Estudio Ambiental	Evaluación global de impactos positivos y negativos	Entrevista 3.	Nominal	Experto	Entrevista 3. (d)

5.3 Validación de instrumentos

Validación de los instrumentos: encuesta, entrevistas y matrices de contenido por el experto.

Universidad Politécnica de Nicaragua (UPOLI)

Constancia de revisión y análisis de instrumentos de investigación

Maestranter

Geniessell María Omeir Martínez, identificado con N° 161-140489-0009H

Vania Lorena Solís Montoya, identificado con N° 161-040389-0004Y

Estudiantes de la Maestría en Administración de Empresas de la Universidad Politécnica de Nicaragua UPOLI-RUR, Estelí.

Por este medio hago constar que de acuerdo a mis conocimientos y años de experiencia, he revisado los instrumentos para la recopilación de la información del trabajo de investigación titulado ***“Propuesta de proyecto de prefactibilidad de la construcción y equipamiento de un centro turístico ubicado en el municipio de Totogalpa, Departamento de Madriz en el año 2018”***. Los documentos a revisar fueron encuestas, entrevistas y matrices de análisis de contenido, correspondientes a la construcción del estudio de mercado, estudio técnico, estudio organizacional, estudio ambiental y estudio financiero.

Hago constar que los documentos presentados por las maestrantes cumplen satisfactoriamente con los parámetros de calidad del nivel de maestría; por lo cual lo certifico como válidos y listos para su aplicación.

Cordialmente:



Kenny López Benavides
ID: 616 - 310176 - 0000Y

Docente Investigador de UNAN – Managua / FAREM - Estelí
M.Sc. Medio Ambiente y Recursos Naturales con énfasis en Gestión de Áreas
Protegidas y Biodiversidad
10 años de experiencia en asesoría de tesis de maestría en Pedagogía,
Administración pública y Medio ambiente

Constancia de revisión y análisis de instrumentos de investigación.

Maestranter

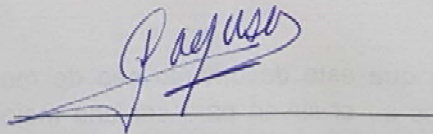
- Geniessell Maria Omeir Martinez con ID 161-140489-0009H
- Vania Lorena Solís Montoya con ID 161-040389-0004Y

Estudiantes de la Maestría de Administración de Empresas de la UPOLI – RUR ESTELI.

Por este medio hago constar que de acuerdo a mis conocimientos y años de experiencia, he revisado los instrumentos para la recopilación de la información del trabajo de investigación titulado "Estudio de prefactibilidad de la construcción y equipamiento de un centro turístico ubicado en el municipio de Totogalpa, Departamento de Madriz en el año 2019". Los documentos a revisar fueron encuesta, entrevistas y matrices de análisis de contenido, correspondientes a la construcción del estudio de mercado, estudio técnico, estudio organizacional, estudio ambiental y estudio financiero.

Hago constar que los instrumentos presentados por las maestrantes cumplen satisfactoriamente con los parámetros de calidad a nivel de maestría; por lo cual certifico como válidos y listos para su aplicación.

Cordialmente,



Lic. Jorge Pastor Cayuso

Licenciado en Economía

Docente Upoli-RUR Esteli

12 años de experiencia en proyectos turísticos

UNIVERSIDAD POLITECNICA DE NCIARAGUA

UPOLI – RUR ESTELI

Constancia de revisión y análisis de instrumentos de investigación.

Maestranes

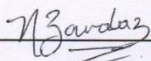
- Geniessell Maria Omeir Martínez con ID 161-140489-0009H
- Vania Lorena Solís Montoya con ID 161-040389-0004Y

Estudiantes de la Maestría de Administración de Empresas de la UPOLI – RUR ESTELI.

Por este medio hago constar que de acuerdo a mis conocimientos y años de experiencia, he revisado los instrumentos para la recopilación de la información del trabajo de investigación titulado "Estudio de prefactibilidad de la construcción y equipamiento de un centro turístico ubicado en el municipio de Totogalpa, Departamento de Madriz en el año 2019". Los documentos a revisar fueron encuesta, entrevistas y matrices de análisis de contenido, correspondientes a la construcción del estudio de mercado, estudio técnico, estudio organizacional, estudio ambiental y estudio financiero.

Hago constar que los instrumentos presentados por las maestrantes cumplen satisfactoriamente con los parámetros de calidad a nivel de maestría; por lo cual certifico como válidos y listos para su aplicación.

Cordialmente,



Lic. Nancy Jeaneth Zavala Zeledón

N° ID. 489-041080-00000E

Licenciado en Administración de Empresas

Especialidad en Mercadotecnia y Turismo

Docente Upoli-RUR Estelí

7 años de experiencia en proyectos

6. DESARROLLO DEL ESTUDIO

6.1 Identificación del proyecto

6.1.1. Identificación del objeto de estudio

Construcción y equipamiento de un centro turístico y recreativo, en el municipio de Totogalpa, departamento de Madriz en el año 2019. El centro turístico contempla un conglomerado de servicios ofertados en su conjunto a los turistas, teniendo como principal objetivo satisfacer las necesidades de infraestructura turística e innovación en actividades recreativas, de los visitantes de la zona turística.

6.1.2 Descripción del proyecto

El centro oferta servicios de turismo y recreación en un mismo sitio, convirtiéndose en referente al ser el primero en la zona, con una ubicación geográfica privilegiada, que permite el acceso a diversos atractivos turísticos. Los tipos de turismo a promover dentro del centro son: turismo de aventura, turismo recreativo y turismo de contacto con la naturaleza.

Cuenta con 5 ambientes a disposición del disfrute de los turistas, correspondientes a: restaurante, piscina, cabañas, senderismo y canopy. Debido a la variedad de turismo y actividades, el centro va dirigido tanto a niños, como jóvenes y adultos que deseen disfrutar de la recreación y actividades novedosas; a precios módicos que reflejen una alternativa de calidad y buen servicio.

6.1.3 Sector y subsector al que pertenecen

El proyecto pertenece al sector turismo, dentro del cual engloba tres tipos de turismo que corresponden a: turismo recreativo, turismo de aventura y turismo de contacto con la naturaleza; servicios que se ofertarán según la preferencia del

cliente a precios accesibles y servicios de calidad.

El sector turismo es un sector en constante crecimiento, según datos del Instituto Nicaragüense de Turismo durante el mes de abril del año 2017 a Nicaragua ha sido visitada por 180,744 turistas extranjeros, cifra que está en constante aumento año tras año, gracias a la riqueza de bellezas naturales, pero sobre todo a la variedad de tipos de turismo que es capaz de desarrollar el país, siendo extremadamente atractivo para público de todas las edades (INTUR, 2017, pág. 3).

Este sector se encuentra poco desarrollado en la zona; por lo cual existe una necesidad por parte de la demanda de crear de un centro turístico que preste estos servicios para la recreación de las familias, aprovechando los recursos propios de la zona y el tráfico de turistas hacia el departamento de Madriz.

Se pretende directamente insertarlo en las estrategias gubernamentales de desarrollo, que permite que sea un sector ventajoso para la inversión e innovación, representando una valiosa oportunidad para el inversionista.

6.1.4 Ubicación geográfica y cobertura del proyecto

El proyecto estará ubicado físicamente a 4 kilómetros del casco urbano del municipio de Totogalpa, siendo un lugar accesible para todo tipo de transporte, en una zona de clima privilegiado y rodeado de paisajes verdes y algunas comunidades aledañas.

El centro turístico tendrá una cobertura regional, pues tendrá capacidad para albergar tanto a turistas nacionales como internacionales que decidan demandar sus servicios recreativos, funcionando todos los meses del año, pues las actividades que oferta serán de tipo permanente sin importar la temporada.

6.1.5 Institución dueña del proyecto

El proyecto fue elaborado por dos jóvenes que decidieron asociarse para llevar a la población en general un novedoso centro turístico, en el norte de Nicaragua.

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

En la realización de este proyecto participan dos jóvenes de diferentes áreas académicas, así como de experiencias laborales; si bien ninguno ha trabajado de manera directa en la administración de un centro turístico de esta índole se cuenta con profesionales en las áreas de economía y turismo sostenible.

6.1.6 Institución ejecutora del proyecto

La ejecución del proyecto deberá ser realizada bajo el total aprovechamiento del ecosistema natural de la finca, aprovechando la materia prima que esta ofrece, sin poner en peligro la sostenibilidad y conservación de sus riquezas naturales tales como: bosques, fuentes de agua, animales silvestres y vegetación en general.

Se contempla la ejecución del proyecto desde los recursos humanos que ofrezca el municipio, con personas profesionales que cuenten con la experiencia y capacidad de ejecutar la construcción y equipamiento del proyecto; tomando en cuenta que los trabajadores mismos sean de la misma zona, así como el personal permanente del centro.

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

El municipio de Totogalpa es concebido como un territorio con presencia

indígena, que conlleva herencia y riqueza arraigada, acompañada de actividades tradicionales como artesanías, gastronomía e infraestructura histórica como iglesia, museos, cuevas, entre otros.

El turismo en el municipio ha tenido un auge en los últimos años, debido a la fuerte migración de la población hacia destinos como Costa Rica y España principalmente, lo cual ha venido a repercutir en los avances socioeconómicos de la población, reflejados en mejoramiento de condiciones de calidad de vida y el porcentaje de ingreso que la población dedica a la recreación y turismo.

El municipio de Totogalpa, cuenta con una gran presencia de organismos no gubernamentales que desarrollan proyectos sociales en sus comunidades, esto facilita el tráfico de personas ajenas a la municipalidad, con potencial de turistas directos y de un efecto indirecto en la divulgación del centro turístico.

El municipio cuenta con 3 atractivos turísticos importantes, que han emergido con proyectos recientes como “La Ruta del Café” y la propuesta de creación de “Geoparque del Rio Coco”; ambos destacan las bellezas naturales escondidas y más representativas, como lo son: Las 3 señoritas, El Krike y playa Palmira.

El desaprovechamiento de los atractivos turísticos del municipio, recae en la inexistente infraestructura turística, la cual no está desarrollada y no posee las condiciones para satisfacer las necesidades de los turistas visitantes. Ninguno de los lugares anteriores posee infraestructura construida, restaurantes, hospedaje ni servicios turísticos especializados como guías y senderistas.

La oferta turística del municipio se limita a 3 lugares que se ofertan sin ningún tipo de servicios adicionales, como hospedaje, gastronomía o actividades innovadoras; sin embargo, están ubicados en el casco urbano del municipio y solamente uno (posada ecoturista) se encuentra a 3 kilómetro de distancia.

Con el reciente crecimiento del municipio de Totogalpa y el desarrollo de proyectos de gran envergadura como los antes mencionados, se hace necesaria y

oportuna, la implementación de un proyecto turístico que aproveche las ventajas actuales y futuras del turismo en la región, sin perder de vista el gran impacto de este en la población involucrada.

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

En el municipio de Totogalpa hasta el año 2008 no se había realizado ningún proceso participativo específico para la realización de la planificación turística municipal, hacia finales del años dos mil ocho se conformó un provisional “Gabinete Turístico Municipal”, partiendo de cierta coyuntura tal como era el Fondo de Desarrollo Empresarial; sin embargo, los actores plantean una reestructuración y reforzamiento del GTM, también, hace cinco años CANTUR, Nueva Segovia, formó una junta directiva, aunque esta estaba adscrita al departamento de Nueva Segovia y no a Madriz como debía ser (Alcaldía Municipal de Totogalpa, 2009, pág. 6).

Entre los principales resultados del plan se destacan:

- Ubicación estratégica del municipio a orillas de la carretera panamericana que permite una excelente accesibilidad e intercambio de recursos con el exterior.
- El casco urbano cuenta con una buena cobertura de servicio básicos, comunicación, energía y agua potable, sin embargo, a nivel rural carecen de algunos de estos servicios.
- Los centros turísticos son mínimos contemplados como venta de artesanías, un hospedaje y destacan 6 sitios de alimentos con capacidad total de 25 personas, de los cuales solo uno se encuentra activo actualmente.
- Con respecto al análisis de la demanda, el perfil del turista que visita Totogalpa es un turista joven, un poco más del 33% son jóvenes entre 20 a 25 años y un 20% de 25 a 30 años, el 73% se queda en la zona de 1 a 2 noches, y el gasto promedio es de U\$ 20 por día (Alcaldía Municipal de Totogalpa, 2009, pág. 62).

Las recomendaciones más destacadas:

- Aprovechar la posición geográfica de Totogalpa, la cual se ubica a la orilla de la carretera panamericana y muy cerca de dos cabeceras departamentales por un lado Ocotal cabecera del departamento de Nueva Segovia y Somoto cabecera del departamento de Madriz al cual pertenece Totogalpa a su vez está en el paso de los visitantes que entran por el puesto fronterizo de Las manos.
- Conservación natural (Reforestación) de los sitios turísticos incorporándole infraestructura (Mejorar vías de acceso, crear senderos, miradores, parques, etc.) desarrollando así zonas recreativas y turísticas en armonía con la naturaleza.
- Se deben aprovechar las vistas panorámicas en particular del mirador de Cuje, creando miradores como potencial turístico.
- Se deben crear políticas integrales para la preservación de edificios del área tradicional y de vestigios arqueológicos en el territorio.
- Desarrollar un sistema de señalización de todos los sitios turísticos.
- Capacitar a jóvenes con talento y vocación como guías turísticos locales.
- Desarrollar una guía turística de los puntos importantes de interés turístico de la ciudad y el Municipio.
- Fortalecer los aspectos culturales de Totogalpa, promover eventos culturales, ferias de artesanías, ferias etc. especialmente en fechas de fiestas patronales.
- Fortalecer a los prestadores de servicios en equipamiento y mejoramiento de infraestructura (Restaurantes, comedores, hospedajes) de acuerdo a los criterios establecidos en el Sistema Nacional de Calidad del INTUR, para mejorar la oferta turística del municipio y poder competir con otros municipios.
- Capacitar a los recursos humanos de los prestadores de servicios a

fin de mejorar la calidad de los mismos.

- Fomentar la creación de pequeñas empresas turísticas diversificadas (Hospedajes, cafetines, heladerías, etc.) para elevar la cobertura de estos servicios.
- Incentivar el desarrollo de las pequeñas empresas artesanales (Alcaldía Municipal de Totogalpa, 2009, pág. 63).

6.1.9 Antecedentes del proyecto

Para la elaboración de los antecedentes del presente estudio se procedió a realizar consultas en sitios web, libros, tesis y documentos relacionados con el tema en el Instituto Nicaragüense de Turismo, encontrándose las siguientes:

El Instituto Nicaragüense de Turismo en un esfuerzo compartido con la Alcaldía Municipal de Totogalpa y el Proyecto Ruta del Café, elaboraron el “Plan estratégico de desarrollo turístico municipal (PEDTM) de Totogalpa, Madriz, Nicaragua”, como un esfuerzo conjunto y apoyo económico, logístico, organizativo e institucional de diferentes actores que tienen incidencia y relación con el desarrollo del sector turístico y socioeconómico del municipio de Totogalpa. En dicho plan se detalla un diagnóstico, así como un resumen de la oferta y demanda turística del municipio, detallando lineamientos estratégicos y planificación operativa (Alcaldía Municipal de Totogalpa, 2009).

El Proyecto “Ruta del Café – Apoyo al desarrollo local a través del turismo” es parte del programa marco implementado por el Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR), “Rutas turísticas de Nicaragua”. Este programa es basado en el desarrollo de ocho rutas turísticas de carácter a la vez temático y territorial que permiten promover el conjunto de los Departamentos del país como destinos turísticos favoreciendo asimismo la distribución equitativa de los beneficios del turismo.

Como parte del proceso de Planificación Participativa del Proyecto “Ruta del Café – Apoyo al desarrollo local a través del turismo” se inició la ejecución de la

Primera Etapa del Proceso Planificación Turística Participativa en noviembre del 2007 para los municipios de Somoto, Palacagüina y Las Sabana, para Febrero del años dos mil nueve inicia la segunda etapa de Planificación Participativa, en esta ocasión los municipios seleccionados por el Gabinete Departamental de Turismo, originalmente eran: San José de Cusmapa, San Lucas y Yalagüina, pero considerando la necesidad y relativa cercanía a Somoto se decide incluir la Planificación Estratégica Turística de Totogalpa.

El proceso de planificación participativa en el municipio de Totogalpa, fue implementado de acuerdo a la guía de planificación turística municipal elaborada conjuntamente por el Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR) y el Instituto Nicaragüense de Fomento Municipal (INIFOM) con el apoyo del SNV y de Lux-Development, dicho proceso fue ejecutado conjuntamente con el Gabinete Turístico Municipal, y sobre todo considerando y tomando muy en cuenta la experiencia adoptada en la primera etapa del proceso de planificación estratégica turística municipal.

Lo anterior representa una contribución al proyecto, ya que se tiene base de investigaciones realizadas en la zona y del aprovechamiento posible para implementar estrategias, donde se encuentra un potencial inexplorado.

La Alcaldía Municipal de Totogalpa con apoyo financiero de Cooperación Española a través del FONS MALLORQUI, ejecuto el proyecto “Parador Turístico”, con el propósito de darle a los turistas nacionales y extranjeros un espacio donde puedan observar la artesanía y gastronomía Totogalpa, y que adquieran a precios justos, además de ofrecer comidas típicas y corriente (Alcaldía Municipal de Totogalpa, 2018).

El instituto de Promoción Humana INPRHU Somoto, en su revista Enlace destaco en sus páginas, el municipio como: “Totogalpa, indígena, cultural y aventurera. Un potencial inexplorado”, donde destacan la riqueza turística y cultural, además de los paisajes y artesanías con que cuenta la zona. (Rodriguez

& Reyes)

Arauz, Gutiérrez & Úbeda (2016), abordaron en su trabajo monográfico la temática de “Estrategias de Promoción Turísticas para el Proyecto Geo Parque Rio Coco, Departamento de Madriz, durante el II Semestre del año 2015”. Ambas estudiantes de la licenciatura en turismo sostenible de la UNAN Managua- FAREM Estelí; en el cual se abordan dos sitios turísticos del municipio de Totogalpa: Las Tres Señoritas y el Krike.

Entre los principales resultados se destacan como fortalezas la presencia, de recursos naturales, geológicos y arqueológicos vírgenes, con gran potencial turístico, así como la posición geográfica privilegiada y la accesibilidad y buenas vías de comunicación terrestres. Por otro lado, concluye debilidades latentes en cuanto a infraestructura turística, falta de educación hacia la población sobre la valoración de los recursos que poseen y la carencia de hoteles, hospedajes u hostales tanto el área urbana como rural acorde a la demanda de los turistas.

6.1.10 Identificación de los recursos disponibles con que cuenta el proyecto

El proyecto de centro turístico y recreativo cuenta con algunos recursos disponibles entre los que destacan:

- Terreno propio y cercado; existe por parte de los inversionistas la pertenencia de un terreno amplio y estratégicamente ubicado en el municipio de Totogalpa, que presta excelentes condiciones para el desarrollo de la propuesta.
- Servicios básicos: agua potable y energía eléctrica ya instaladas en el terreno, y señal de celular. Debido a la cercanía de la comunidad San José de Palmira a los 3 atractivos turísticos naturales mencionados anteriormente, el terreno antes mencionado cuenta con estos importantes recursos para el establecimiento del centro.
- Población cerca de la ubicación geográfica recomendada.

- Vías de acceso terrestres en buen estado.
- Existe presencia de banca comercial en el municipio.
- Existencia de mano de obra calificada que puede aportar en la construcción y equipamiento del proyecto, así como en su servicio permanente.

En cuanto a los recursos dos de los socios son dueños de la propiedad, son embargo se asignó un costo para que el presupuesto presentado sea a todo costo; parte de la inversión se obtendrá a través de financiamiento, mediante la ley de incentivos turísticos, y el restante se establece como aporte de los socios.

6.1.11 Objetivos del proyecto

Objetivos de ejecución:

- Evaluar la factibilidad de construcción de un centro de carácter turístico y recreativo, que cuente con una variedad de actividades que promuevan el contacto directo y amigable con la naturaleza, propiciando el aprovechamiento oportuno de los recursos naturales, con carácter sostenible, dentro de un ambiente sano, agradable y familiar, en el municipio de Totogalpa, departamento de Madriz.
- Determinar un presupuesto de equipamiento para un centro turístico y recreativo de acuerdo a altos estándares de eficiencia y calidad, en cuanto a la selección de equipos y materiales necesarios para el excelente desarrollo de las actividades contempladas, atendiendo de manera responsable los códigos y protocolos de seguridad que se requieren.
- Identificar los procesos necesarios para la inscripción, legalización y demás trámites legales y tiempos estipulados para un centro turístico y recreativo, respetando los debidos procesos, de acuerdo a cada una de las instituciones involucradas, para garantizar la legitimidad y legalidad de la estructura administrativa de la propuesta de proyecto.

- Formular el proceso de selección y contratación de personal para un centro turístico, tanto de ejecución como de operación del centro turístico, según las necesidades y requerimientos profesionales específicos de cada una de las actividades a desarrollar descritas en el proyecto, dando prioridad a la población originaria de la zona.

Objetivos de operación:

- Evaluar los costos e ingresos de brindar atención a un total anual de 3,600 turistas, desglosados en 2,264 turistas en temporada alta (6 meses) y 960 turistas en temporada baja (6 meses).
- Examinar la provisión de servicios turísticos y recreativos dentro de un ambiente sano, agradable y amigable con la naturaleza, apto para todas las edades y accesible a los bolsillos de la población.
- Estudiar el posible establecimiento de alianzas estratégicas con empresas de la zona, desde proveedores hasta instituciones públicas y privadas, que representen oportunidades de un mayor impulso hacia el centro turístico, y por ende al desarrollo socioeconómico del municipio.

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

El proyecto del centro turístico y recreativo, representa una alternativa de mayor impulso hacia el desarrollo local del municipio, apuntando además a un sector que en los últimos años ha tenido un auge importante a nivel nacional.

El centro turístico aporta empleos directos, no solo en la etapa de construcción, sino en la etapa de operación del proyecto, dando prioridad a la población de la zona, lo cual levantará la economía de las familias y representará

una mejora en su calidad de vida, dinamizando el consumo de la zona.

El centro turístico requiere proveedores en cuanto a insumos tanto para restaurante como para aseo en general, por lo cual, se inyectarán recursos a empresas proveedoras cercanas geográficamente, impulsando un efecto multiplicador en los ingresos de las empresas involucradas.

Atracción de mayor tráfico de personas foráneas, lo que potencializa nuevos negocios y emprendimientos de vecinos del lugar, para su crecimiento y desarrollo; a su vez el centro contribuirá a una mayor notoriedad de la zona a nivel municipal, regional y nacional, propiciando futuros proyectos.

La presencia del proyecto en la zona de los 3 atractivos turísticos naturales más importantes, conlleva una responsabilidad de sostenibilidad ambiental y resguardo de las bellezas naturales, un plus para que el ecosistema del lugar se mantenga sano y resguardado, con responsabilidad social de empresa y población.

El crecimiento personal de las personas empleadas en la operación del centro turístico, en cuanto a capacitación y desarrollo de nuevas habilidades, contribuye la superación personal y estabilidad de las familias, un componente social importante.

Por lo anterior, concluimos que la propuesta del centro turístico y recreativo, posee una amplia gama de oportunidades y ventajas para impulsar con mayor ímpetu el desarrollo socioeconómico no solo de la población involucrada sino de la región en su conjunto.

6.1.13 Determinación, delimitación y cuantificación de los clientes del centro turístico y recreativo

Según el Plan de Desarrollo Estratégico del Municipio de Totogalpa, (2008) el perfil del turista en la zona es jóvenes entre 20 a 30 años en su mayoría, con un

promedio de estadía de una a dos noches y un gasto promedio de 20 dólares.

Sin embargo, para los propósitos específicos del proyecto se realizó un estudio de mercado donde se obtendrán resultados propios para una mejor interpretación de los clientes potenciales del centro, debido al conjunto de actividades que éste contempla.

Por otro lado, es esencial en este tipo de proyectos la inclusión de clientes potenciales de todas las edades y procedencias, pues los tipos de turismo propuestos, corresponden a actividades que no se limitan a determinado tipo de clientes.

6.2 Estudio de mercado

6.2.1 Definición de los servicios innovadores ofertados en el centro turístico

El proyecto contempla la construcción y equipamiento de un centro turístico y recreativo, ubicado en el Municipio de Totogalpa, concebido como una innovadora oferta de actividades recreacionales, con los más altos estándares de calidad; promoviendo de manera paralela el turismo de naturaleza, recreación y de aventura, conjugando varios ambientes en un solo sitio de entretenimiento novedoso, moderno, sano y divertido.

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

Servicios ofertados en el centro turístico:

- *Restaurante:*

Servicio de gastronomía típica y a la carta, con variedad de platillos para el gusto de nacionales y extranjeros, con bebidas típicas, naturales, con precios

accesibles para todos los rangos de ingresos.

El centro turístico cuenta con un área de restaurante, está ubicado en la edificación principal del centro turístico y recreativo; y cuenta con un espacio diseñado especialmente para la comodidad y agrado de nuestros clientes, debidamente equipado con mesas, sillas y ambientación campestre en general.

Esta diseñado como un espacio abierto para disfrutar del privilegiado clima de la zona, con vistas a todos los paisajes y riquezas de los bosques aledaños.

- *Piscina:*

Servicio de alberca para la recreación de turistas, contando con agua debidamente filtrada, bajo todos los estándares de higiene y seguridad. Está diseñada con un espacio para sillas de playa, flotadores y una serie de chalecos salvavidas en caso de que el cliente los requiera.

- *Canopy:*

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

El centro turístico oferta un tour de canopy de 3 cables, los cuales irán desde los 35 a 70 metros de altura. Este será uno de los servicios más novedosos y atractivos del centro turístico.

- *Senderismo:*

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

A su vez, se ofertará la experiencia de visitar comunidades indígenas,

aprender su cultura y elaborar artesanías autóctonas de la zona en compañía de los artesanos; así como de visitar lugares históricos y conocer algunas localidades.

Todos los servicios turísticos antes mencionados poseen además una belleza natural adornada por el paso del río Coco, que cruza la propiedad de extremo a extremo, embelleciendo aún más el paisaje del centro turístico y recreativo.

6.2.2 Tipificación de los servicios ofertados

El proyecto se encuentra dentro del sector turismo, en el cual abarca los subsectores de turismo de naturaleza y turismo de aventura y recreación; lo cual implica una innovación para las ofertas turísticas de la región, al ofertar un paquete completo de servicios turísticos en un solo centro.

Cada actividad recreativa ofertada por el centro tiene una ubicación adecuada y aislada de las demás, para que cada cliente se establezca en el ambiente de su preferencia.

El elemento de innovación está presente en cada uno de los ambientes, los cuales explotan al máximo las virtudes naturales que el ecosistema ofrece, siendo los más atractivos el canopy y la piscina, que son poco comunes en la zona.

El servicio que se ofrece comprende diferentes áreas de esparcimiento, pero todos con un solo objetivo, ofrecer al turista un servicio de calidad y calidez brindando un valor agregado en cada área; cada servicio complementario del complejo turístico va dirigido a un grupo de consumidores con gustos, preferencias y necesidades específicas.

El servicio del centro turístico es un servicio de consumo final, pues todos los productos que ofertaremos serán consumidos y disfrutados en el mismo local de funcionamiento, lo cual nos permite tener un contacto directo con nuestros consumidores finales, dándonos la oportunidad de fidelización y retroalimentación

de los servicios brindados.

6.2.2.1 Características innovadoras del centro turístico y recreativo

- Calidad del servicio como eje principal:

Según la Ley No.496, Ley Creadora del Instituto Nicaragüense de Turismo, en el arto.59, los prestadores de servicios turísticos pueden optar a la "Certificación de Calidad Turística", extendida por el INTUR, previo cumplimiento de los parámetros establecidos. Por lo cual el centro turístico y recreativo, tramitará de inmediato su certificación donde quede establecido el alto nivel de calidad de los servicios ofertados en el centro.

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

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

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

- Innovación en la oferta turística de la región:

El elemento innovador clave del centro turístico y recreativo, parte desde su

diseño, en el cual, se procuró el aprovechamiento de toda la riqueza de la zona, desde su construcción con adobes, resultantes de las excavaciones de tierra para las obras civiles de las edificaciones propuestas; así como, el respeto por los bosques y jardines presentes en el terreno; y el aprovechamiento de aguas residuales de la piscina para los tanques de los servicios higiénicos.

Por otro lado, la innovación del proyecto va de la mano con la oferta de actividades poco comunes en la zona, como es el caso de canopy como turismo de aventura, y de la promoción de la cultura indígena aún presente en la zona, en la cual los turistas pueden llevarse una experiencia enriquecedora en la convivencia de cultura, conocimiento de historia y elaboración de artesanías autóctonas.

- Sostenibilidad con el medio ambiente:

El centro turístico y recreativo, está diseñado bajo un umbral de sostenibilidad, donde se prioriza el ecosistema de la zona. Contiene elementos de mitigación contra cualquier externalidad negativa ocasionada al medio, y posee un compromiso social ambiental con el mantenimiento de las áreas verdes y la cuenca del río.

6.2.2.2 Clasificación del proyecto en el sector turismo

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

rural.

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

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

6.2.2.3 Usos alternos del centro turístico y recreativo

El centro turístico y recreativo, presta condiciones para aprovechar otros usos demandados, que no pertenecen a su orientación comercial primaria, tales como:

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

utilizado por cualquier empresa que necesite un lugar amplio y agradable para realizar capacitaciones, contando con el restaurante a su disposición.

A su vez el centro turístico y recreativo, podría ofertar otros servicios tales como:

- Escuela de natación para niños y adultos. El centro al contar con una piscina puede ofrecer clases de natación para todas las edades, así aprovecharía de mejor manera la inversión en piscina.
- Centro de formación y prácticas pre profesionalizantes de jóvenes que optan por el título de Licenciatura en Turismo Sostenible. El centro turístico al ser referencia en el norte del país, puede contar con el apoyo de las universidades que posean la carrera de turismo sostenible, dando la oportunidad de formar mejores profesionales mediante las prácticas en su centro recreativo.

6.2.2.4 Estratificación de los demandantes del centro turístico y recreativo

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

- Turistas extranjeros: caracterizados por el gusto del turismo rural y de aventura, el cual es nuestro sector. Dichos turistas disfrutan mucho de las atracciones de aventura tales como canopy y senderismo.
- Turistas nacionales: en nuestro país, es cultura realizar viajes en familia hacia lugares alejados de la zona, que permitan realizar actividades fuera de lo común por lo cual, el centro turístico representara una opción interesante y diferente para los turistas nacionales.

- Turistas nacionales cercanos a la zona: en este caso nos referimos a los mismos turistas nacionales, pero estos se encuentran aledaños a la zona, tales como los departamentos de Nueva Segovia, Estelí y Madriz, que son zonas que quedan a 1 hora en automóvil promedio en distancia, lo que implica que son turistas que pueden moverse cualquier fin de semana o día de la semana a nuestras instalaciones.

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

6.2.2.5 Servicios sustitutos del centro turístico y recreativo

En el municipio de Totogalpa no existe aún un centro turístico completo con las características que contiene esta propuesta, sin embargo, existen 3 centros catalogados como turísticos que brindan de manera aislada algunos de los servicios propuestos. También fue tomado en cuenta un centro turístico de la ciudad de Ocotol por la cercanía de 15 kilómetros del centro turístico y recreativo propuesto.

Tabla 1. Servicios sustitutos en el municipio de Totogalpa

Nombre del Centro	Fortalezas en su servicio	Carencias	Favorece o no el proyecto.
Eco Palmira	<ul style="list-style-type: none"> • Centro turístico rural. • Servicio de comida tradicional. • Servicio de hospedaje. • Servicio de senderismo. 	<ul style="list-style-type: none"> • No ofrece variedad de actividades recreativas. • Instalaciones sencillas y con poca capacidad. • No hay servicios complementarios. • No hay coordinaciones con otras instituciones. 	Favorece el tráfico de personas hacia la zona.

Parador Turístico	<ul style="list-style-type: none"> • Ofrece variedad en comida tradicional de la zona. 	<ul style="list-style-type: none"> • No ofrece actividades recreativas. • Instalaciones en mal estado. • Inestabilidad en los días de servicio a los clientes. 	Favorece el tráfico de personas hacia la zona.
Hotel El Camino Real	<ul style="list-style-type: none"> • Servicio de hospedaje. • Servicio de bar. 	<ul style="list-style-type: none"> • No ofrece actividades recreativas. • Instalaciones en mal estado. 	Favorece el tráfico de personas hacia la zona.
Centro turístico El Krike (Ocotal)	<ul style="list-style-type: none"> • Centro turístico recreativo. • Servicio de comida a la carta. • Servicio de Piscina. • Servicio de juegos infantiles (brinca brinca, chinos) 	<ul style="list-style-type: none"> • No oferta más actividades recreativas. 	

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

6.2.2.6 Servicios complementarios del centro turístico y recreativo

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

- Servicio de internet:

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

- Servicio de transporte:

Coordinación con servicios de taxis privados que puedan recoger y/o trasladar los turistas desde nuestras instalaciones a las ciudades más cercanas,

en un radio de 50 km.

- Servicio de botiquín y atención médica de emergencia.

El centro contempla un botiquín completo, la cual estará a cargo de la administración del centro turístico en caso de cualquier caída y/o situación que amerite su utilización.

6.2.2.7 Fuente de materia prima e insumos para el funcionamiento del centro

El centro turístico contempla proveedores de materia prima e insumos para su perfecto funcionamiento, por lo cual según las necesidades se han seleccionado y evaluado las mejores dentro de las empresas más reconocidas y más cercanas a la localidad.

Los proveedores fueron evaluados bajo 4 criterios: reconocimiento en el mercado, certeza de suministro, precio de los suministros y nivel de respuesta a conflictos relacionados a mercadería.

Para proveedores de restaurante fueron tomados en cuenta: Pali Ocotal, Pulpería Bendición de Dios y Supermercado San Judas; siendo el de mejor ponderación este último, debido a su certeza de suministro, característica más importante en la ponderación realizada.

Para proveedores de limpieza, se evaluaron los mismos establecimientos comerciales, siendo el de mayor porcentaje valorativo Pali Ocotal, debido a los precios en los suministros y el reconocimiento en el mercado (Anexo 14).

6.2.3 Caracterización de la demanda en el municipio de Totogalpa

6.2.3.1 Demanda histórica

El municipio de Totogalpa es una zona suburbana que alberga una

población estimada de 14,157 habitantes según INIDE (2012), de los cuales el 84% está ubicado en el sector rural 2,266 y el 16% restante en el casco urbano, correspondiendo a 11,891 habitantes.

Totogalpa es un municipio que se ha caracterizado por poseer una rica historia como comunidad indígena, que aún conserva ciertos rasgos culturales y tradiciones de antaño. Dichas características lo han convertido en un pueblo rico en actividades como artesanía entre las cuales se encuentra la artesanía de palma, de cacho, petates, disecado de animales, entre otros.

En los últimos años, se han venido dando los primeros pasos para desarrollar el turismo como actividad económica para el municipio, por lo cual se creó un Plan estratégico de desarrollo turístico de Totogalpa, en el cual se tienen como ejes de trabajo el impulso del municipio como organización social y productiva de productores de artículos manufacturados de arcillas, tuzas, jícaras, cueros, madera, flores de pino, tule, palma y barro (Alcaldía del Poder Ciudadano, 2012, pág. 38).

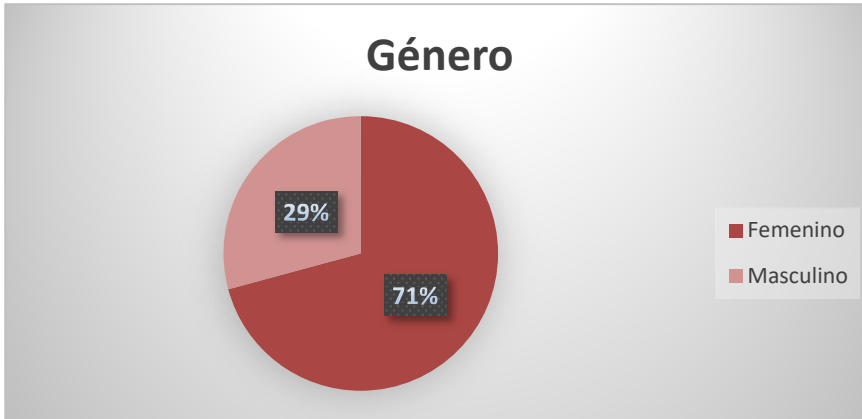
La promoción del municipio como destino turístico con atractivos culturales y riqueza en paisajes, se ha manifestado con mayor proporción gracias a proyectos importantes como la creación del Geo Parque del Rio Coco, quien cruza 2 destinos turísticos en el municipio de Totogalpa y proyectos como Eco Palmira, impulsado por INPRHU Somoto, quienes han creado eco albergues para turistas con servicio de alimentación y guías.

6.2.3.2 Demanda actual

La demanda turística según cifras de la Alcaldía del municipio de Totogalpa ha evolucionado de manera positiva, llegando en 2017 a 775 turistas en meses de temporada alta y 550 turistas en temporada baja, todos estos registrados en la Playa Palmira del Rio Coco, a 4 kilómetros del casco urbano del municipio. En base a la cifra anterior para el estudio de mercado se trabajó con una muestra de

137 encuestas.

Gráfico 1. Género de los encuestados



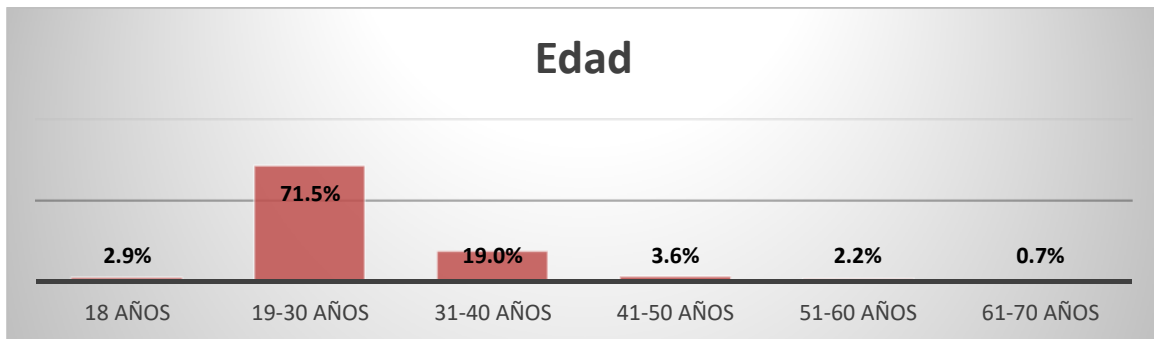
FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

Según el gráfico n°1, los encuestados en su mayoría correspondieron al género femenino con un total de 70.8%, mientras que el 29.2% restante correspondió al género masculino.

Esto implicó que al momento de la aplicarse la encuesta se encontró mayor población femenina en los alrededores del municipio de Totogalpa, sin embargo, si se posee una participación representativa de ambos sexos.

Como los sujetos meta lo conforman turistas potenciales, se procuró la participación de ambos sexos, pero no se estableció una igualdad de porcentaje entre ambos.

Gráfico 2. Edad de los turistas potenciales encuestados

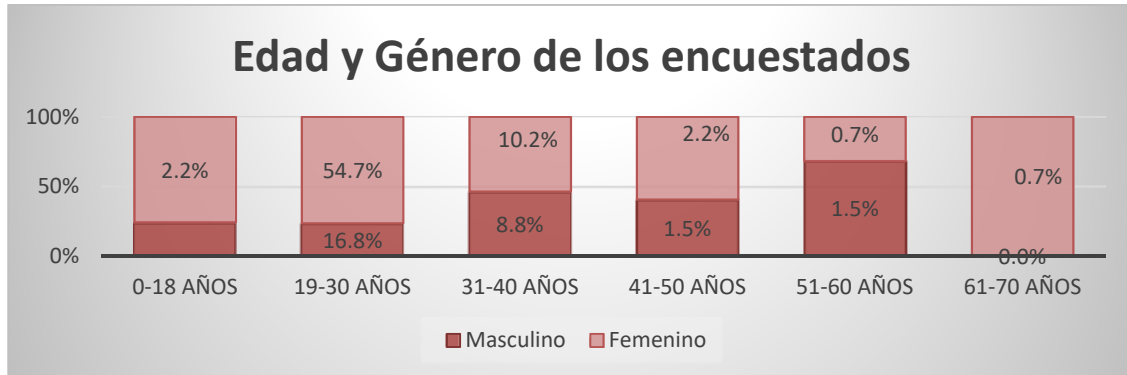


FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

La edad mínima de los encuestados se fijó en 18 años y se apuntó hacia las personas jóvenes, siendo las edades predominantes entre 19 y 30 años, seguido del intervalo entre 31 y 40 años. En estos intervalos etarios, es natural que las personas dediquen parte de su tiempo al turismo y dediquen un porcentaje

considerable de sus ingresos a estas actividades.

Gráfico 3. Relación intervalos etarios y género de los encuestados.

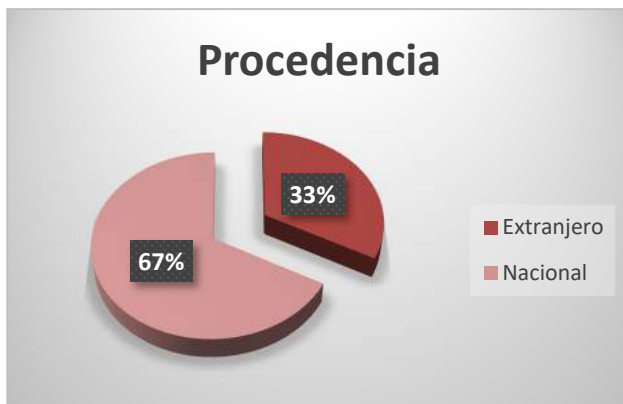


FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

En la relación intervalos etarios y género de los encuestados, la mayor concentración etaria femenina se encuentra en el intervalo 19 y 30 años, al igual que la población masculina; el intervalo con mejor proporción es el comprendido entre 31 y 40 años, que posee 10.2% en género femenino y 8.8% en género masculino.

Gráfico 4. Procedencia nacional o extranjera de los encuestados

Debido a la intención del proyecto de un centro turístico, fue vital que la recolección de datos se diera tanto en sujetos nacionales como extranjeros, ante esto el 67% dominante corresponde a las personas nacionales, mientras el 33% son datos de personas extranjeras.

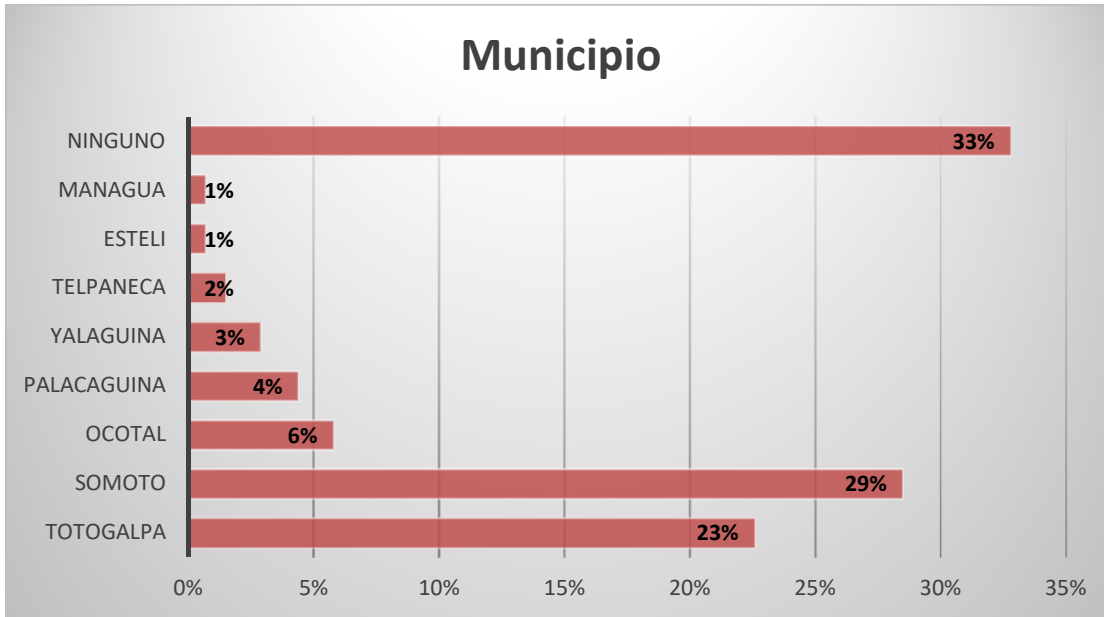


Al 67% correspondiente a los encuestados nacionales, se les pidió mencionar su municipio de procedencia, en su mayoría corresponden al municipio de Somoto con un 29%, los procedentes del mismo municipio Totogalpa en segundo lugar con 23%, siendo estos dos municipios los de mayor importancia.

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

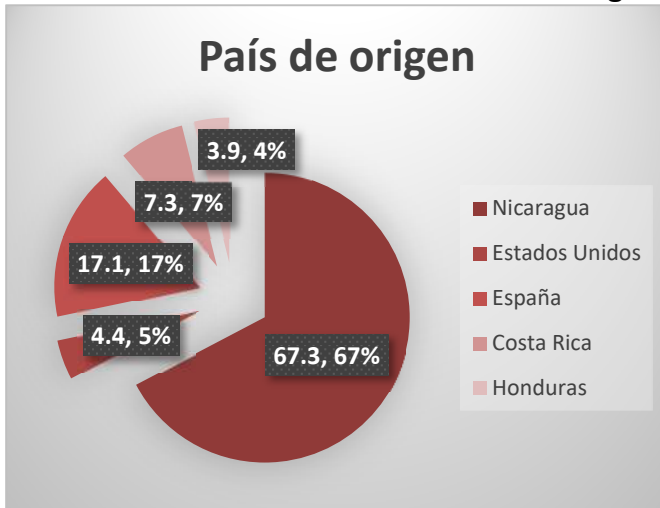
Gráfico 5. Municipio de procedencia para los turistas potenciales nacionales

En menor medida se identificaron turistas procedentes de Ocotal en un 6%, Palacagüina 4%, Yalagüina 3%, Telpaneca 2%, mientras que Estelí y Managua con un 1%. El 33% que no corresponde a ninguno de los municipios anteriores son el porcentaje de extranjeros, que no eran sujetos de esta pregunta, sino de la siguiente interrogante.



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

Gráfico 6. País de origen de los encuestados



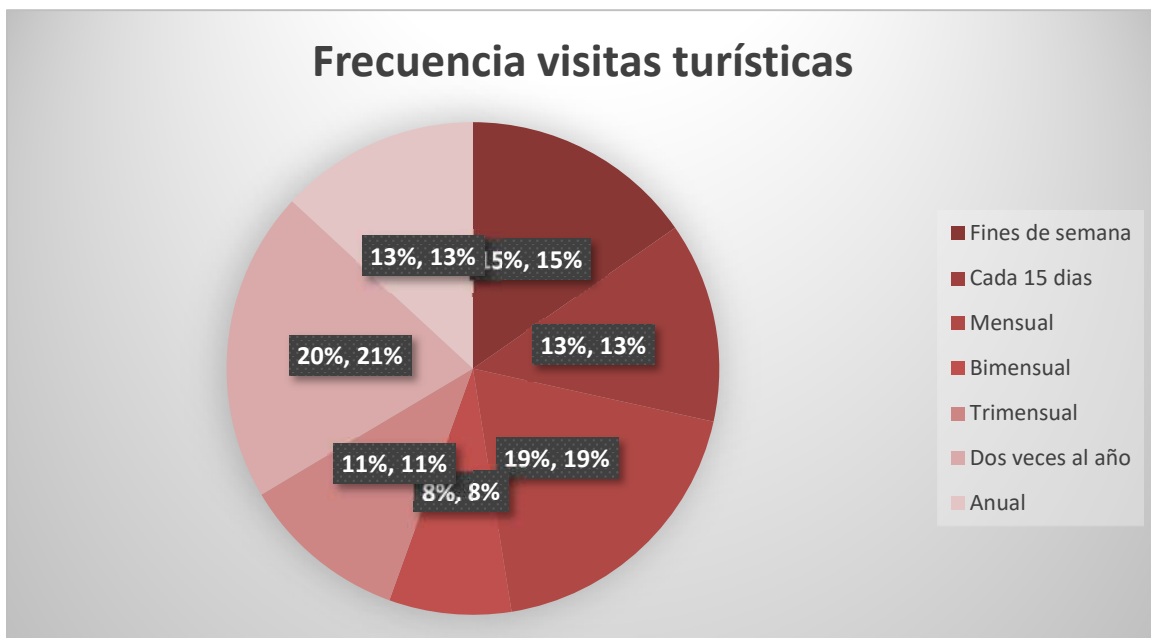
Debido a que el 67.3% son turistas nacionales, es deducible que el país origen es Nicaragua; sin embargo, es importante situar el país de origen de los turistas extranjeros, entre los cuales, domina España con el 17.1%, seguido de Costa Rica con 7.3% y en menor medida Estados Unidos con 4.4% y Honduras con un 3.9%.

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

Es importante tomar en cuenta que el efecto migratorio de los municipios de Matriz hacia países, principalmente España y Costa Rica, ha influido positivamente en la llegada de turistas al municipio de Totogalpa; así como la inclusión de Totogalpa en proyectos con organismos internacionales.

Los sujetos participantes en la encuesta correspondieron a turistas en un 100%, lo cual da mayor validez a los datos recolectados, pues corresponden a clientes potenciales del proyecto turístico a desarrollar.

Gráfico 7. Frecuencia de visitas turísticas hacia diversos destinos de su preferencia

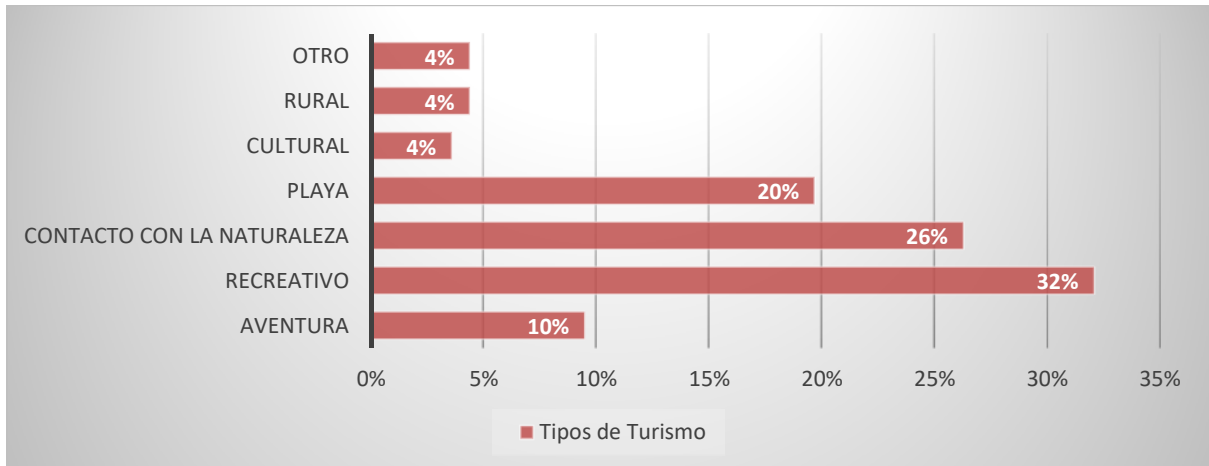


FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

Su comportamiento como turistas, indica que poseen ritmos de visitas variados, el que mayormente predomina son las visitas 2 veces al año con un 20% seguido de los turistas que visitan sitios 1 vez al mes con 19%, los turistas que tienen ritmo de visitas cada fin de semana y cada 15 días se encuentran en 15% y 13% respectivamente, igualmente los que realizan turismo una sola vez al año. En menor medida, los turistas que realizan visitas de manera bimensual y trimensual.

Es importante destacar la afluencia de las visitas turísticas, que representa una vital ventaja, debido al tráfico de turistas y la periodicidad con que realizan visitas turísticas y dedican tiempo a esta actividad.

Gráfico 8. Tipo de turismo de preferencia de los encuestados



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

Según los turistas encuestados el tipo de turismo que predomina en su práctica es el turismo recreativo con un 32%, mientras que el de contacto con la naturaleza se encuentra en segundo lugar con 26% y el turismo de playa en tercero con 20%. Estos datos nos dan una pauta del tipo de turismo que mayor demanda posee en este municipio y que el centro turístico y recreativo debe tener en cuenta en su diseño de oferta.

Gráfico 9. Número de personas con que realiza actividades turísticas

El turismo generalmente es una actividad que se realiza en grupo, los turistas manifestaron que en su mayoría realizan las actividades turísticas en grupos de 3 a 4 personas, seguidos por turismo en pareja y turismo en grupos entre 5 y 9 personas; por lo cual el centro turístico debe tener condiciones para albergar grupos de personas de estas magnitudes, así como, preparar paquetes turísticos atractivos para los mismos.



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

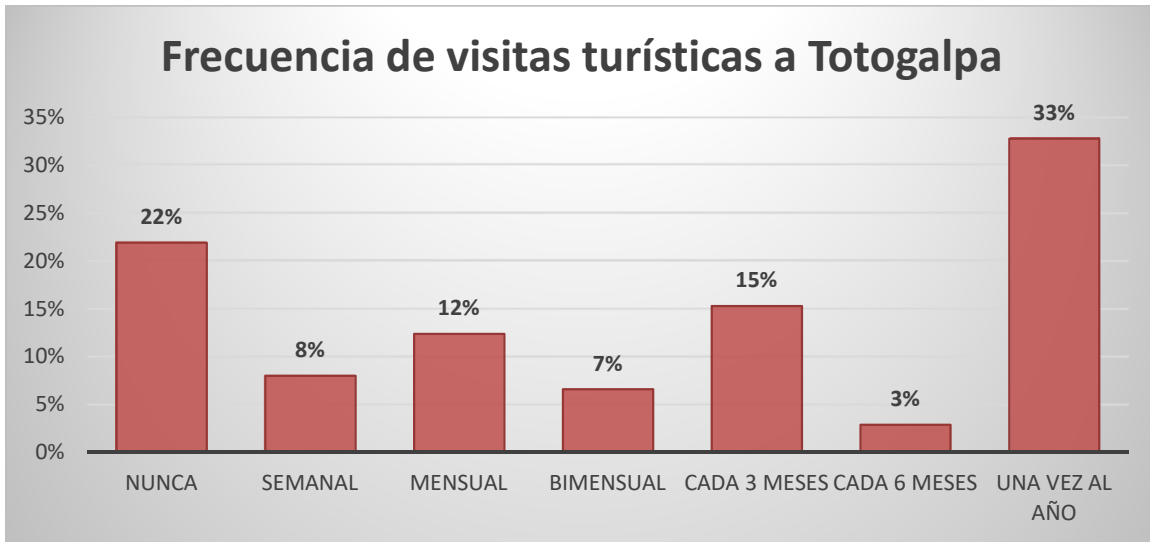
Gráfico 10. Percepción sobre el municipio de Totogalpa como destino turístico



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

Uno de los principales hallazgos de la encuesta fue evidenciar que el municipio de Totogalpa se considera un destino turístico atractivo por la mayor parte de los turistas, pues el 85.4% manifestó que si consideran el territorio atractivo y apto para las actividades turísticas. Únicamente el 14.6% no considera el municipio atractivo para dichas actividades.

Gráfico 11. Frecuencia de visitas turísticas al municipio de Totogalpa



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

La frecuencia de visitas turísticas al municipio de Totogalpa en su mayoría se concentra en el 33% dominante que corresponde a la frecuencia de una vez al año, este porcentaje va de la mano con el porcentaje de extranjeros en la muestra, los cuales únicamente tiene oportunidad de visitar el municipio con esa frecuencia.

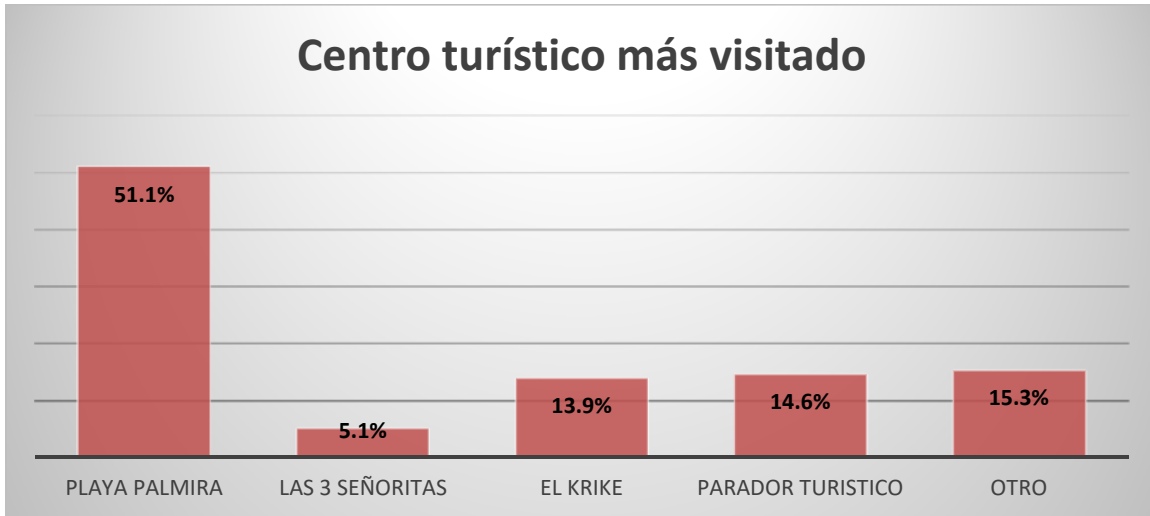
El 22% que corresponde al porcentaje de turistas que nunca visitan el municipio de Totogalpa como destino turístico, llama la atención al contrastarlo con la pregunta anterior, donde la mayoría considera el municipio como atractivo.

Entre los porcentajes medianamente altos, se debe tomar en cuenta el 15% y el 12% que corresponden a visitas cada 3 meses y visitas mensuales respectivamente, son porcentajes que pueden crecer a medida que el destino turístico se va promocionando y divulgando.

Gráfico 12. Centro turístico más visitado en el municipio de Totogalpa

Esta pregunta se realizó con el porcentaje de encuestados que, sí registró visitas turísticas en el municipio de Totogalpa. El mayor atractivo turístico del municipio de Totogalpa es la Playa Palmira, ubicada en el río Coco que pasa por

el municipio y ofrece una amplia playa y pozas profundas, que son el destino favorito de los turistas en la localidad con un 51.1%.



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

Los demás atractivos turísticos como el Parador turístico y el Krike tienen porcentajes importantes de 14.6% y 13.9% respectivamente. El de menos representatividad resultó ser Las 3 señoritas con un 5.1%. Otros atractivos turísticos del municipio como el estadio de béisbol y lugares de ventas de artesanías, representaron el 15.3% en conjunto.

Gráfico 13. *Satisfacción respecto a las ofertas de turismo en el municipio*

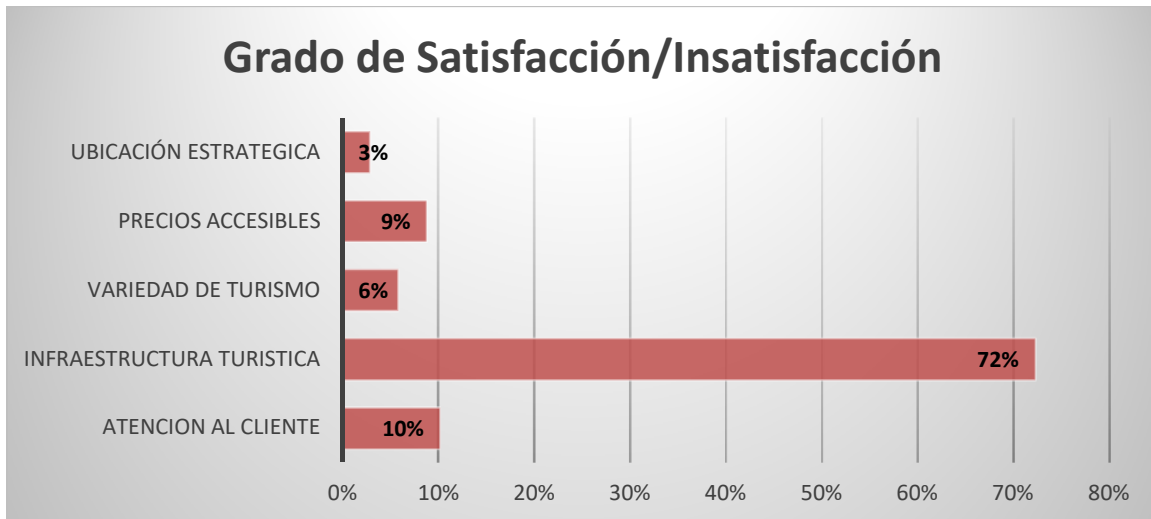


Aunque el municipio de Totogalpa según datos anteriores fue catalogado como destino turístico atractivo, es interesante que los turistas manifiesten su insatisfacción con respecto a las ofertas de turismo, que de una manera predominante dominó con el 83.9%.

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

Esta insatisfacción expresada por los turistas da una pauta de la necesidad de mejorar la oferta turística en el municipio, considerando que, si posee recursos naturales y potencial, el cual debe ser aprovechado y explotado, colaborando a su vez con el desarrollo local del municipio.

Gráfico 14. Su grado de satisfacción/insatisfacción lo relaciona a:



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

El grado de insatisfacción manifestada por los turistas en su mayoría se debe principalmente a la poca o inexistente infraestructura turística en los lugares claves del municipio. Por otro lado, existen factores importantes como la atención al cliente y los precios accesibles. Estos datos demuestran que la falta de recursos destinados a potencializar estos destinos turísticos está desaprovechando bellezas naturales que pueden representar importantes ingresos para el municipio y un punto importante en actividad económica.

Gráfico 15. Rango de consumo por día y por persona en un centro turístico

Los turistas encuestados manifestaron que su rango de consumo en los destinos turísticos de Totogalpa ha sido entre los 500 córdobas o menos en su gran mayoría. Sin embargo, los que contemplan rangos de gastos superiores son

porcentajes considerables, los cuales podrían demandar servicios específicos que requieran mayor inversión.



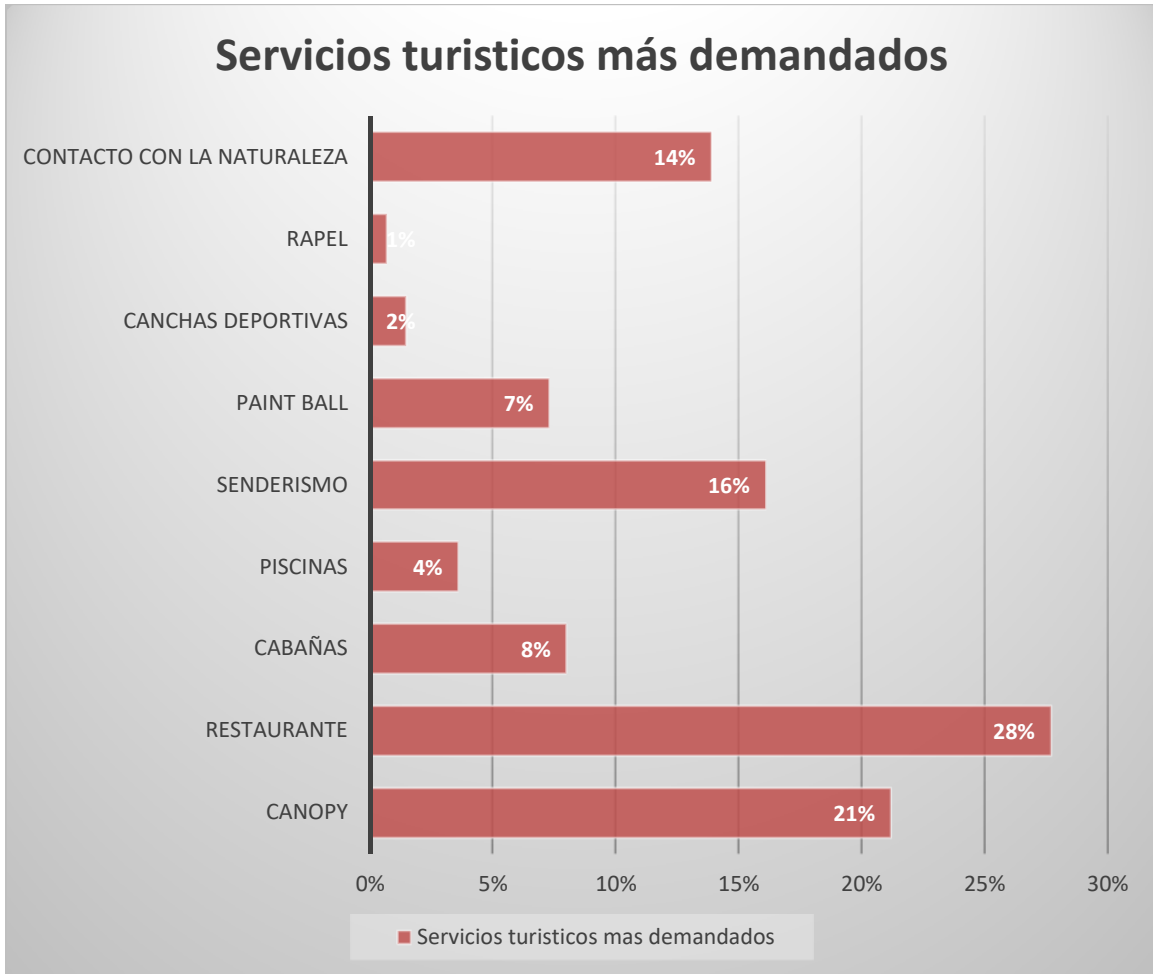
FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

Este dato, contrastados con los tipos de turismo de mayor demanda, nos brindan importante información sobre el tipo de turismo que puede ofertar en centro turístico y recreativo, así como el rango de precios por persona que debe ofrecer, para satisfacer las características de los turistas de la región.

Es importante destacar la disposición de los turistas de visitar el centro turístico y recreativo que contempla el estudio de prefactibilidad con un porcentaje del 100%, con ello se da una aproximación estimada del comportamiento de los turistas que llegan a la región y de si el centro turístico representara una alternativa importante para la movilización de estos hacia el municipio de Totogalpa.

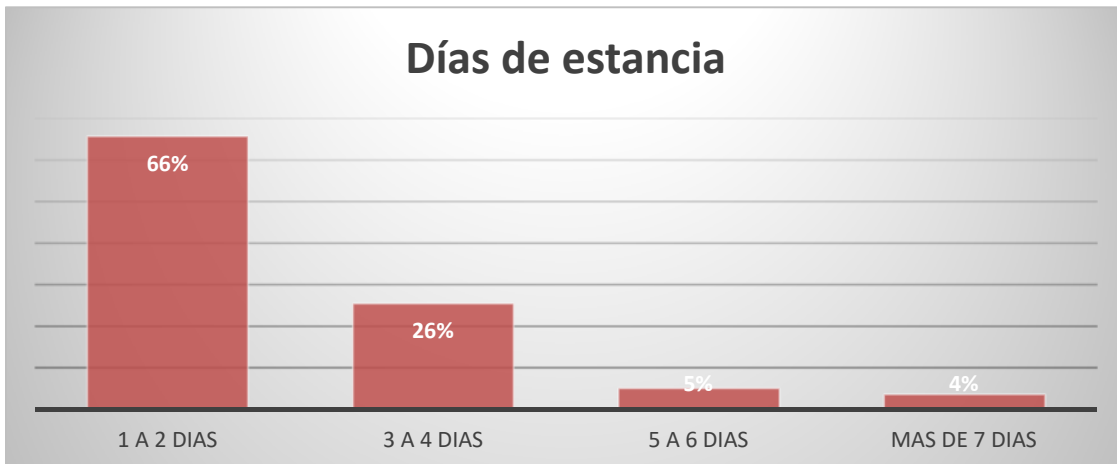
Gráfico 16. Servicios más atractivos para el centro turístico y recreativo.

Los encuestados consideran que los principales atractivos turísticos que debería tener el centro deben ser: el servicio de restaurante con el 28%, la actividad de canopy con 21%, el senderismo con 16% y el turismo de contacto con la naturaleza con el 14%. En menor medida se demandarían las cabañas y el paint ball con 8% y 7% respectivamente.



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

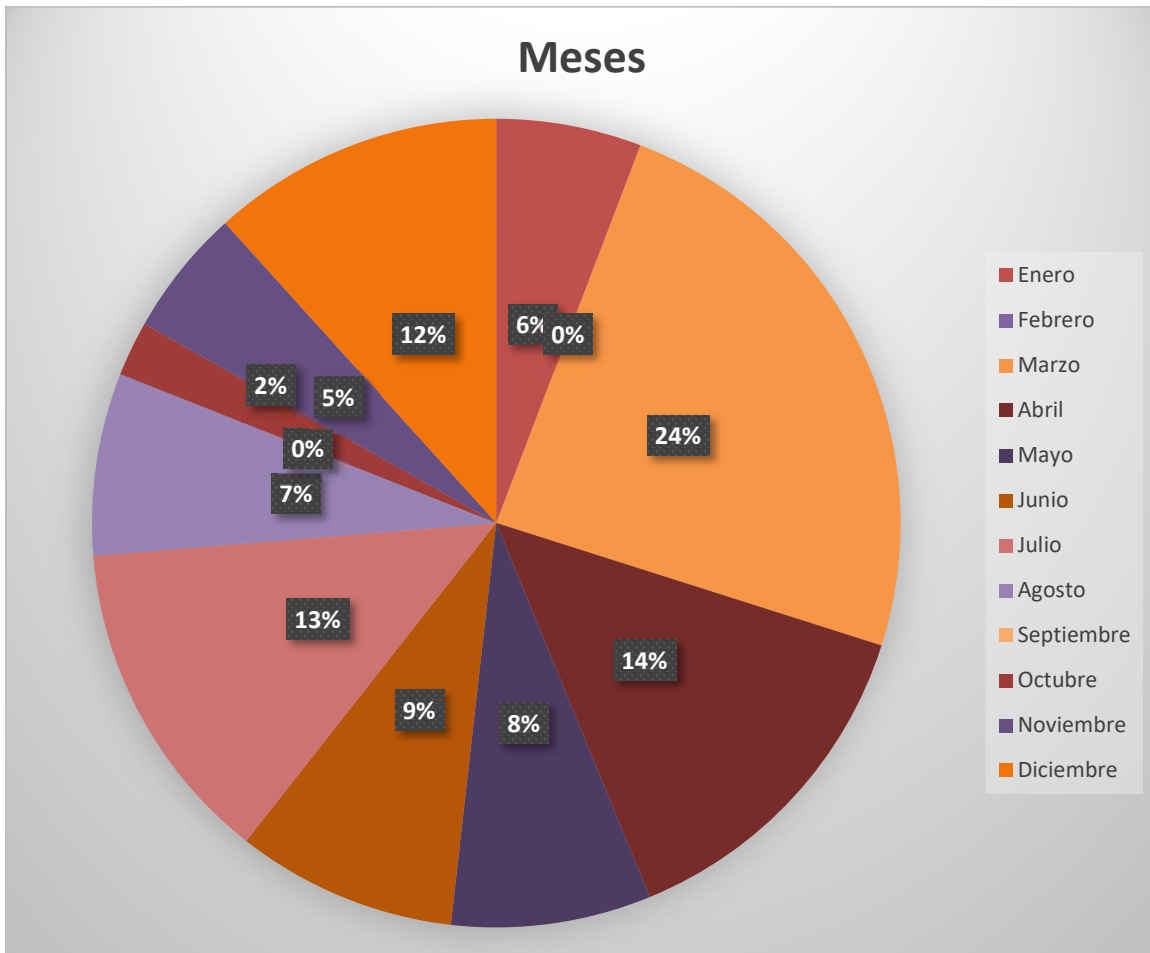
Gráfico 17. *Tiempo de estancia en días en los centros turísticos*



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

La mayoría de personas encuestadas sobre la estadía para disfrutar de los servicios que presta el centro turístico, apuntaron con un 70% que les gustaría quedarse de 1 o 2 días, esto refleja que la mayoría le gustaría quedarse los mínimos días y con un 30% de 3 o 4 días de estadía, un 10% les gustaría quedarse de 5 a 6 días y un 10% le gustaría quedarse más de 7 días.

Gráfico 18. Época de preferida de actividades turísticas.

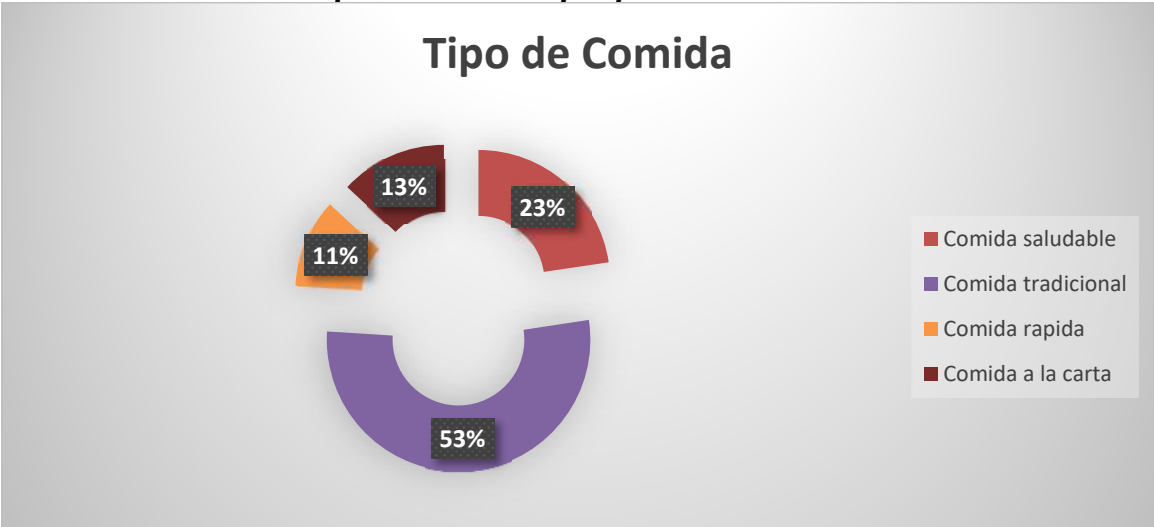


FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

Es de suma importancia establecer el periodo donde puede haber más demanda turística por parte de los encuestados, con un 24% prefiere ir en el mes de marzo, el siguiente porcentaje es de 14% y este prefiere visitar el centro en el mes de abril, con un 13% las personas demandaron el mes de mayo, con un 12% el mes de junio y con menor medida de porcentaje mes de octubre con un 2%.

El periodo más demandado es el de semana santa donde la mayoría de personas tienen vacaciones y deciden salir de su rutina visitando este tipo de centros turísticos.

Gráfico 19. Tipo de comida que prefiere en el local turístico.



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

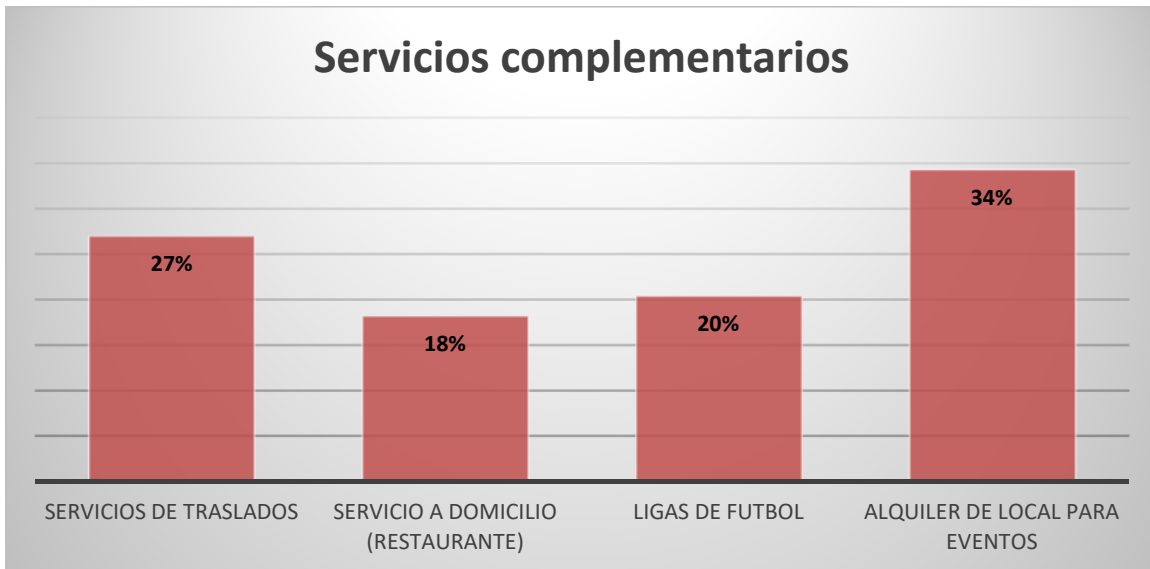
La mayoría de encuestados prefieren comida tradicional nicaragüense con un 53%, los demás encuestados prefieren comida saludable con un 23% de demanda, el 13% prefiere la comida a la carta, y con menos porcentaje la comida rápida con un 11% de demanda. Las personas prefieren la comida tradicional nicaragüense y esto refleja la importancia de consumir lo nuestro.

Gráfico 20. Posibles servicios complementarios para el centro turístico y recreativo

Los turistas prefieren como servicio complementario el alquiler del local para eventos con un 34%, el 27% quiere el servicio de traslado para poder llegar al lugar o bien cuando regresen, por otro lado, un 20% que prefiere que se hagan ligas de futbol entre sus visitantes, y con un mínimo porcentaje es el servicio a domicilio de (restaurante).

Obteniendo la mayor demanda el servicio de alquiler para eventos, siendo

así el más factible para implementarlo.



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

Gráfico 21. Relaciona usted la calidad del servicio recibido con el precio pagado

Con un 100% los turistas aseguran que el nivel de precios es factor determinante al momento de decidir visitar o no los centros turísticos.

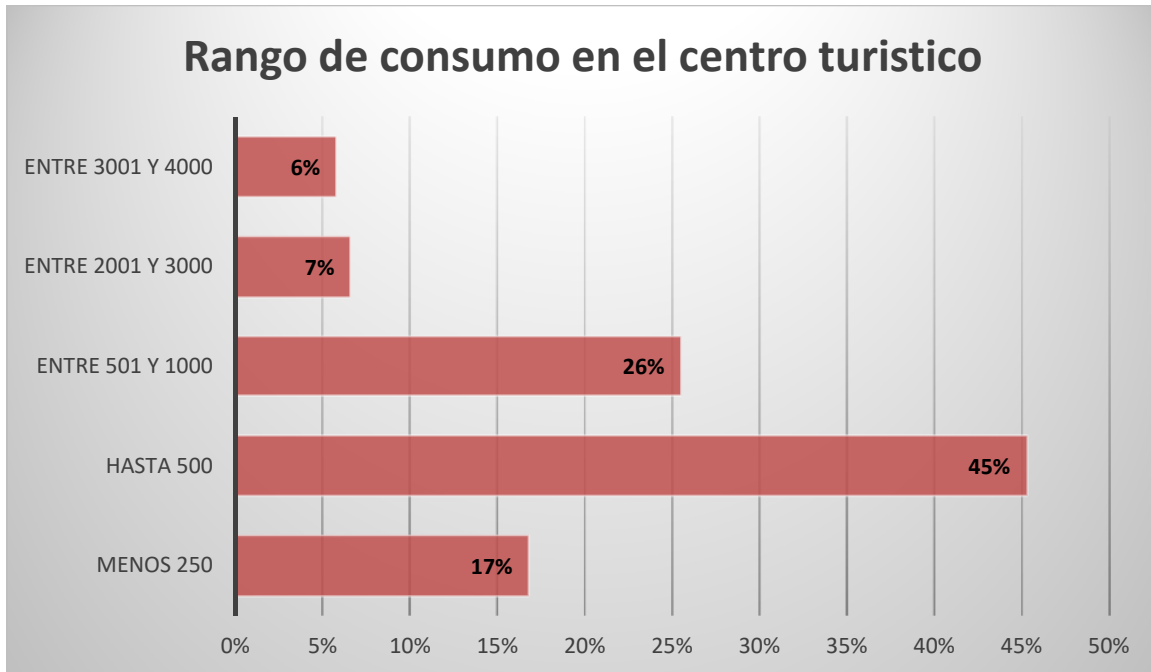
Un 77% de las personas encuestadas considera que no va de la mano la calidad del servicio que prestan con el precio pagado y un 23% considera que no tiene relación el servicio recibido con el precio.



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

Para el 100% de los encuestados es importante la calidad del servicio que prestan los diferentes centros turísticos, esto implica que la atención al cliente, debe ser uno de los principales pilares del centro turístico y recreativo, en busca de que los visitantes se sientan seguros y satisfechos por el servicio que se les está brindando.

Gráfico 22. Rango de gastos, por día y por persona.



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

Las personas tienen una expectativa de cuánto consumen cuando visitan este tipo de centros recreativos; la mayoría, con un 45% tiene como presupuesto 500 córdobas para consumo, seguido de un 26% que está dispuesto a consumir de 501 a 1000 córdobas, un 17% prefiere gastar menos de 250 córdobas, tenemos el 7% de los encuestados que están dispuestos a gastar entre 2001 a 3000 córdobas, y por último tenemos el porcentaje más bajo con un 6% que gastaría 3001 a 4000 córdobas.

6.2.4 Caracterización de la oferta del municipio de Totogalpa

6.2.4.1 Oferta histórica y actual del municipio de Totogalpa

La oferta turística del municipio de Totogalpa es limitada en cuanto a infraestructura e inversión turística, pues posee importantes atractivos turísticos que no poseen las condiciones para albergar y atender turistas que deseen explorar dichos lugares.

Actualmente la oferta turística se concentra en 3 lugares principalmente: Eco-Palmira, Hotel El Camino Real y Parador Turístico; los cuales en general brindan servicios de hospedaje, comida tradicional, artesanías locales y algunos brindan servicio de senderismo (Anexo 8)

Eco Palmira o Palmira Ecológica, a tan sólo cuatro kilómetros al oeste de Totogalpa, Madriz, se encuentra la comunidad indígena de San José de Palmira, considerada un modelo en el desarrollo eco turístico rural. Ahí se encuentra un eco albergue, un invernadero de más de 27 especies y variedades de orquídeas, además de fauna, fuentes hídricas y un territorio boscoso con senderos que ofrecen aventura a los visitantes. También se puede disfrutar de un fresco clima y apacible ambiente de campo, montar a caballo o bicicleta, recorrer sitios históricos y conocer las leyendas como las cuevas de las tres señoritas (Aragon, 2014).

El Hotel Camino Real, no oferta ningún atractivo turístico como tal, sin embargo, forma parte de la oferta turística pues presta servicio de albergue para un total de 10 huéspedes, que deseen visitar el municipio.

Con el objetivo de fortalecer el turismo como una alternativa económica para el municipio, el gobierno local en el año 2012 construyó el parador turístico ubicado a la orilla de la carretera panamericana donde se oferta artesanía producida en la localidad, comidas típicas, productos de textil vestuario, productos hortícolas, plantas ornamentales entre otros (Alcaldía del Poder Ciudadano, 2012, pág. 56)

6.2.5 Demanda potencial insatisfecha en el mercado de servicios turísticos

Según cifras oficiales del INTUR la demanda total aparente para el proyecto corresponde a 775 turistas en temporada alta y 350 turistas en temporada baja, con frecuencia mensual, por lo cual, según sus registros de meses altos y con baja frecuencia, se calcula la demanda total en 6,750 turistas anuales (Anexo 5).

Por otro lado, la oferta del municipio de Totogalpa consta de 3 establecimientos principales: Eco-Palmira, Hotel El Camino Real y Parador Turístico, los cuales tiene una capacidad de atención de 25 personas al mes, ofertando en su totalidad una atención de 300 personas al año, dejando un total de demanda potencial insatisfecha de 6,450 turistas, es decir que la oferta actual cubre un 4% de la demanda actual, sin embargo, recordemos que esta oferta cubre principalmente hospedaje al poseer estos centros mínimos servicios turísticos (Anexo 6).

El restante 96% de los turistas visitan las atracciones turísticas como lo son: Las 3 señoritas, El Krike y Playa Palmira, de manera informal, sin visitar ningún establecimiento en específico, pues estas bellezas turísticas carecen de negocios o infraestructura a su alrededor.

En base a lo anterior, el proyecto del centro turístico y recreativo se ubica de manera estratégica en uno de los principales atractivos turísticos del municipio como lo es Playa Palmira, levantando una infraestructura apta para el disfrute de los visitantes que demandan establecimientos completos donde puedan recrearse y disfrutar de las bellezas naturales del municipio.

Con la evidencia de una demanda potencial insatisfecha de 6,450 turistas al año y el crecimiento poblacional del municipio de Totogalpa que se estima en un 3%, el proyecto de centro turístico y recreativo es oportuno y necesario para el desarrollo turístico del municipio y la satisfacción de los turistas visitantes.

6.2.6 El proyecto en el mercado

El proyecto del centro turístico y recreativo contempla la cobertura del 56% de la demanda potencial insatisfecha, es decir, 3,600 turistas atendidos en las instalaciones al primer año de funcionamiento.

De acuerdo a la estacionalidad de la demanda, la cobertura de atención se

distribuye en 440 personas al mes en temporada alta, lo que significa una cobertura del 61% de la demanda de los meses de mayor llegada de turistas. Por otro lado, en temporada baja, se fijó un nivel de atención de 160 personas atendidas, lo que implica una cobertura del 53% de los turistas que visitan el municipio en los meses de menor dinamismo turístico. (Anexo 15).

Para dar cobertura a la demanda potencial, el centro turístico y recreativo contempla diferentes espacios de recreación que pueden ser utilizados de manera individual o simultánea, según la demanda del cliente, cada uno de los ambientes con su espacio de acuerdo a altos estándares de calidad.

6.2.7 Análisis y fijación de precios para el centro turístico y recreativo

Debido a la limitada infraestructura y servicios turísticos ofertados en el municipio de Totogalpa, es considerable encontrar precios bajos y accesibles para los turistas locales y nacionales. Siendo los únicos servicios ofertados el hospedaje, alimentación y senderismo, solo uno de los establecimientos los oferta en conjunto.

En cuanto al servicio de hospedaje, existen dos negocios turísticos ofertándolos, en el caso del Hotel Camino Real cobra C\$200 córdobas por persona, y está ubicado en el centro del casco urbano del municipio de Totogalpa, mientras que Eco Palmira cobra C\$310 córdobas y se encuentra a 1 kilómetro de distancia de la playa Palmira, principal atractivo turístico del municipio.

El servicio de alimentación lo ofertan dos centros turísticos en este caso Eco Palmira con un menú de comida tradicional que van desde los 75 a 100 córdobas por plato servido; y el Parador Turístico, que oferta comida tradicional a precios entre 100 y 150 córdobas por plato servido.

El servicio de senderismo que es propio de los negocios turísticos, solo lo oferta Eco Palmira, el cual se oferta entre los 310 a 600 córdobas por persona,

dependiendo de la longitud de la ruta y los atractivos turísticos naturales que el turista desee visitar, entre los cuales están: las tres señoritas, el krike y playa Palmira.

Tabla 2. Información de precios de la oferta turística actual del municipio de Totogalpa

Servicios y Precios	Eco Palmira	Hotel El Camino Real	Parador Turístico
Hospedaje	310 córdobas	200	No oferta este servicio
Alimentación	75-100 córdobas	No oferta este servicio	100-150 córdobas
Senderismo	310-600 córdobas	No oferta este servicio	No oferta este servicio

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

El cuadro anterior, detalla los precios antes descritos, y da una panorámica de precios bajos y accesibles, sin embargo, esto se debe a la correspondencia de sus servicios ofertados, que son limitados y no poseen ningún atractivo innovador en cuanto a actividades turísticas como las propuestas por el centro turístico y recreativo, en su diseño.

Con el análisis anterior de los precios de los establecimientos del municipio, se procedió a tomar como referencia otros centros turísticos fuera del municipio de Totogalpa pero que, si ofertaran servicios similares a los que el centro propuesto tiene determinado ofertar, como es el caso del canopy y la piscina.

Para el estudio de esos precios, se tomó como referencia el canopy La Brellera, un centro turístico de referencia en el norte de Nicaragua con respecto a dicha actividad turística, se encuentra a 4 kilómetros de la ciudad de San Rafael del Norte y tienen un costo de \$15 dólares por persona, equivalente a 465 córdobas aproximadamente. Dicho tour, oferta el cruce de 8 cables con la guía de dos expertos con equipos especializados y todos los mecanismos de protección por persona.

En cuanto al servicio de piscina, se tomó como referencia los balnearios de las ciudades cercanas, en este caso, Ocotal, Nueva Segovia, que cuenta con dos

piscinas con mayor demanda, como es el caso de Centro Recreativo El Krike y El Hotel Frontera, quienes cobran 50 córdobas por derecho a utilizar la piscina por persona adulta y 30 córdobas por niños.

Al analizar los precios anteriores, es necesario que el centro turístico y recreativo propuesto oferte precios similares o cercanos al rango de las ofertas presentes a nivel regional, al menos para los turistas locales y nacionales; para los turistas extranjeros se deberá presentar una variación de precios en dólares, que permita mayores recursos para el centro recreativo.

Tabla 3. Precios propuestos para el centro turístico y recreativo

Servicio	Turista nacional	Turista extranjero
Hospedaje en cabaña por persona	C\$300.00	\$15.00
Alimentación (comida tradicional)	C\$150.00	\$10.00
Alimentación (comida a la carta)	C\$ 200.00 – C\$ 350.00	\$15.00 - \$20.00
Senderismo	C\$ 200.00 – C\$ 600.00	\$10.00-\$30.00
Canopy	C\$ 300.00	\$ 15.00
Piscina	C\$ 50.00	\$5.00

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

Los precios anteriores propuestos, están en concordancia con el sondeo de precios realizado en los centros turísticos de la zona y corresponden con los rangos obtenidos en la encuesta aplicada; sin embargo, están sujetos a su vez, de acuerdo a los costos de instalación del proyecto, los cuales están plasmados en el estudio técnico y financiero.

Para la fijación de precios anteriores, se tomó en cuenta los competidores más cercanos; así como el costo de cada uno de los servicios ofertados más los costos fijos del funcionamiento del centro turístico, más un margen de ganancia mínimo del 25%.

Es importante para el éxito del centro turístico, contar con precios

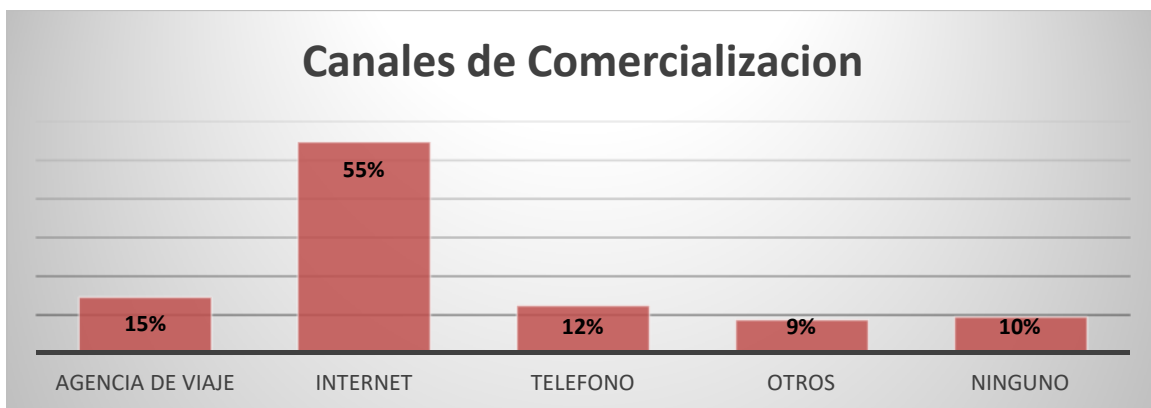
accesibles de apertura, que permitan captar una cuota de mercado importante, y crear un impacto positivo en la divulgación y comercialización de sus servicios.

6.2.8 Comercialización del centro turístico y recreativo

Para una buena promoción y comercialización del servicio es bueno contar con las herramientas necesarias para la buena publicidad del mismo, por lo cual desde la demanda se evaluó que canales de comercialización serían los más idóneos para el servicio y que medios de comunicación utilizar.

El 100% de los encuestados considera que la publicidad es una herramienta importante para un centro turístico, ya que este se da a conocer y atraer a nuevos turistas, esto hace que la demanda crezca ampliamente.

Gráfico 23. Canales de comercialización de mayor preferencia

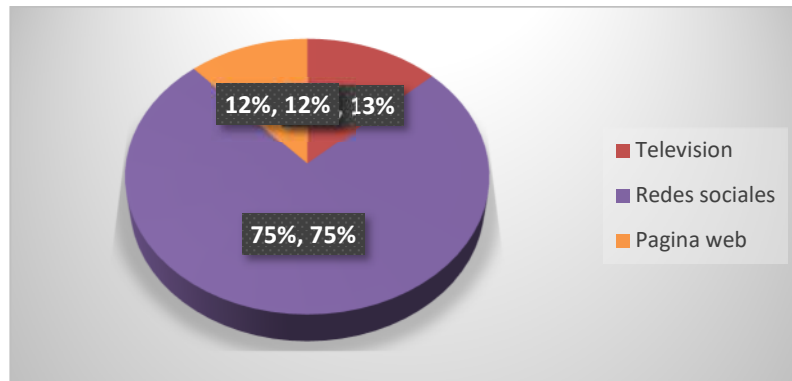


FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

Las personas optan para demandar servicios por diferentes tipos de canales entre ellos tenemos el 55% que prefiere el canal por medio del internet, el 15 % lo hace por medio de agencias de viajes, el 12% prefiero hacerlo por vía telefónica, el 9 % por otros tipos de canales y el 10% por ningún canal.

Debemos estar conscientes que los que demandamos servicios queremos recibir información de lo que están ofreciendo y las personas encuestadas dijeron que prefieren las redes sociales con un 75%, un 13% prefiere la televisión, así como spots publicitarios y anuncios comerciales, y por último el 12 % prefiere una página web.

Gráfico 24. Medios de comunicación de mayor alcance según los encuestados



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

De acuerdo a los elementos anteriores, los canales de comercialización del proyecto contemplan la anexión el centro como destino turístico y recreativo en páginas web dedicadas a ofertar y promover este tipo de establecimientos; las paginas tomar en cuenta son:

En el ámbito nacional

- Portal Oficial de Turismo en Nicaragua (www.visitnicaragua.com)
- Vía Nica. Explore Nicaragua en línea (<https://vianica.com>)

En el ámbito internacional:

- Booking (www.booking.com)
- Trivago (www.trivago.com)
- Tripadvisor (www.tripadvisor.com.mx)

En cuanto a los medios de comunicación, las redes sociales son el principal instrumento para dar a conocer el centro turístico y recreativo, lo que implica la creación de perfiles en Facebook, Instagram y Snapchat, desde los cuales se darán a conocer fotos del lugar, ruta de llegada, promociones según temporada,

precios y la interacción de la comunidad con el centro turístico y recreativo.

Mediante las páginas de las redes sociales, se espera una mayor interacción con el público que permita también sugerencias y recomendaciones; así como reservaciones previas y reseñas de los clientes sobre sus experiencias en el centro turístico y recreativo.

6.2.9 Presupuesto de Ventas

El presupuesto de ventas del centro turístico y recreativo, está conformado por el detalle de los canales de comercialización y medios de comunicación a utilizar para cada uno de los servicios ofertados por el centro, a cada uno de los cuales se les asigna un porcentaje de venta para cada servicio.

El canal de venta directa corresponde a la venta del recepcionista desde las consultas vía telefónica y la resolución de dudas de clientes que se presenten físicamente al lugar para consultar sobre los servicios del centro turístico y recreativo.

Tabla 4. Plan de ventas en temporada alta

Plan de ventas Centro turístico y recreativo temporada alta						
Servicio	Tipo de venta	Medio	Consumo promedio por persona	% de venta	Personas atendidas	Ingreso por ventas mensual
Restaurante	Venta directa	Recepción	C\$ 150.00	60%	264.00	C\$ 55,902.00
	Venta desde internet	Sitios web		20%		
	Venta desde internet	Redes sociales		20%		
Piscina	Venta directa	Recepción	C\$ 50.00	30%	264.00	C\$ 18,018.00
	Venta social media	Redes sociales		70%		
Canopy	Venta social media	Redes sociales	C\$ 300.00	80%	75.00	C\$ 26,381.25
	Venta directa	Recepción		20%		
Cabañas	Venta directa	Recepción	C\$ 300.00	20%	200.00	C\$ 70,350.00
	Venta desde internet	Sitios web		40%		

	Venta desde internet	Redes sociales		40%		
Senderismo	Venta directa	Recepción	C\$ 200.00	50%	264.00	C\$ 61,908.00
	Venta desde internet	Sitios web		20%		
	Venta desde internet	Redes sociales		30%		
Total, ingreso mensual promedio temporada alta						C\$ 232,559.25

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

Las ventas desde internet se realizarán desde dos vías, la primera será por medio de los sitios web especializados en turismo, los cuales tendrán un porcentaje importante de participación en las ventas de cabañas principalmente, pues se especializan en hospedajes. Como segundo canal, se contemplan las redes sociales creadas para la difusión del centro turístico y recreativo, los cuales tendrán considerable peso en la venta de actividades de aventura como canopy y senderismo.

Según el plan de ventas, para temporada alta, se obtendrán ingresos mensuales de C\$ 232,559.25 córdobas, mientras que en temporada baja los ingresos se reducen hasta C\$ 118,056.75 córdobas.

Tabla 5. Plan de ventas en temporada baja

Plan de ventas Centro turístico y recreativo temporada baja						
Servicio	Tipo de venta	Medio	Consumo promedio por persona	% de venta	Personas atendidas	Ingreso por ventas mensual
Restaurante	Venta directa	Recepción	C\$ 150.00	60%	144.00	C\$ 30,492.00
	Venta desde internet	Sitios web		20%		
	Venta desde internet	Redes sociales		20%		
Piscina	Venta directa	Recepción	C\$ 50.00	30%	144.00	C\$ 9,828.00
	Venta social media	Redes sociales		70%		
Canopy	Venta social media	Redes sociales	C\$ 300.00	80%	50.00	C\$ 17,587.50
	Venta directa	Recepción		20%		
Cabañas	Venta directa	Recepción	C\$ 300.00	20%	75.00	C\$ 26,381.25
	Venta desde internet	Sitios web		40%		

	Venta desde internet	Redes sociales		40%		
Senderismo	Venta directa	Recepción	C\$ 200.00	50%	144.00	C\$ 33,768.00
	Venta desde internet	Sitios web		20%		
	Venta desde internet	Redes sociales		30%		
Total, ingreso mensual promedio temporada baja						C\$ 118,056.75

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

6.3 Estudio técnico

6.3.1 Definición del tamaño del proyecto

El proyecto tendrá un tamaño de atención de 440 personas al mes en temporada alta y 160 personas mensual en temporada baja, para un total de 3,600 personas al año, lo cual representa el 56% de la demanda potencial insatisfecha del municipio en el primer año de funcionamiento.

Tabla 6. Proyección de la capacidad anual del proyecto

CAPACIDAD DEL PROYECTO ANUAL						
Año	Proyección de la demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha	Oferta del Proyecto	%	
1	6,750	300	6,450	3,600	56%	
2	6,885	300	6,585	3,600	55%	
3	7,023	300	6,723	3,600	54%	
4	7,163	300	6,863	3,600	52%	
5	7,306	300	7,006	3,600	51%	

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

El centro turístico está conformado por 5 áreas de recreación: restaurante, piscina, canopy, cabañas y senderismo, los cuales se ofertarán de manera individual o simultánea, según la demanda del turista.

La proyección de ventas de servicio del centro turístico está determinada según la estacionalidad de la demanda, la cual determina a que capacidad debe trabajar el centro turístico de manera efectiva para brindar una cobertura a las

metas que están ya propuestas; el Cuadro N°5, establece a detalle la capacidad efectiva del centro turístico en los meses pico de la actividad turística en Totogalpa.

Tabla 7. Detalle de la capacidad del centro turístico en temporada alta

Detalle de la Capacidad del Centro turístico						
TEMPORADA ALTA						
Servicio	Detalle de Capacidad	Especificación	Mensual			Nivel de utilización
			Capacidad Instalada	Capacidad efectiva	Capacidad Ociosa	
Restaurante	11	mesas de 5 personas	1238	264	974	21%
Piscina	30	personas	675	264	411	39%
Canopy	5	equipaciones para 5 personas	563	75	488	13%
Cabañas	5	cabañas para 2 personas	225	200	25	89%
Senderismo	1	senderistas (máx. 10 personas)	1125	264	861	23%

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

El restaurante contará con una capacidad instalada de atención a 55 personas por tiempo de comida (desayuno, almuerzo o cena), distribuidos en 6 mesas de 5 personas en la edificación del restaurante y 6 mesas de 5 personas ubicadas en las cercanías del área de la piscina; Según la meta de atención proyectada el nivel de utilización será el 21%.

La piscina del centro cuenta con una capacidad máxima de 30 personas en el día, con una meta de cobertura de 300 personas al mes en temporada alta, y una utilización del 39%.

Para la actividad de canopy se contemplan 5 equipaciones completas para que 5 personas realicen canopy de manera simultánea, la estimación de la meta es de 200 personas al mes con una utilización del 13%.

El área de cabañas se estima en una capacidad instalada de 10 personas

con 5 cabañas dobles, con las cuales se espera dar atención a 180 personas en el mes con una utilización del 89%.

El senderismo contará con 2 guías turísticos, para grupos y/o turistas individuales que decidan realizar recorridos por las bellezas naturales de la localidad, se espera una cobertura de 264 turistas.

Los servicios ofertados por el centro turístico no cambiarán según la estacionalidad de la demanda, sin embargo, se ajustarán en los meses de temporada baja, a un nivel de capacidad efectiva entre el 9% y el 33%, siendo los servicios más afectados restaurante, piscina y senderismo. En el cuadro N°6, se describe a detalle la capacidad efectiva en temporada baja.

Tabla 8. Detalle de la capacidad del centro turístico en temporada baja

Detalle de la Capacidad del Centro turístico						
TEMPORADA BAJA						
Servicio	Detalle de Capacidad	Especificación	Mensual			
			Capacidad Instalada	Capacidad efectiva	Capacidad Ociosa	Nivel de utilización
Restaurante	11	mesas de 5 personas	1238	144	1094	12%
Piscina	30	personas	675	144	531	21%
Canopy	5	equipaciones para 5 personas	563	50	513	9%
Cabañas	5	cabañas para 2 personas	225	75	150	33%
Senderismo	2	senderistas para 2 grupos	1125	144	981	13%

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

El estado actual del mercado del municipio de Totogalpa y la tendencia en ascenso de su población, nos permite visualizar un tamaño de proyecto adecuado al municipio.

El estado actual del mercado y su tendencia de crecimiento de la demanda, nos permite visualizar dicho tamaño del proyecto y aun nos permite visualizar

ampliaciones futuras, gracias a la amplia demanda insatisfecha en turismo de la zona.

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

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

6.3.2 Localización del proyecto

Para la localización del proyecto se tomó en cuenta la valoración objetiva de criterios tanto macro como micro, los cuales se ponderaron para dar como resultado la mejor opción para el establecimiento del proyecto.

6.3.2.1 Macro localización del proyecto

En la macro localización del proyecto se tomaron en cuenta dos matrices con criterios definidos: en primer lugar, las políticas de desarrollo y en segundo lugar los criterios turísticos para el desarrollo del proyecto (Anexo14 y 15).

Las políticas de desarrollo son vitales para el éxito o fracaso de un proyecto, pues estas dictan la voluntad de los actores sociales para crear y promover condiciones sociales, culturales, políticas, económicas y jurídicas, que vayan en pro del desarrollo de la macro localidad.

Por otro lado, los criterios turísticos del proyecto, se establecieron de

acuerdo a las zonas aptas para el establecimiento de este tipo de proyectos, entre los cuales se encuentran: concentración de la población objetivo, clima ambiente y seguridad aptos, topografía y suelos aptos y tendencias espaciales y de desarrollo acordes al objetivo del proyecto.

Según las ponderaciones, los municipios con más alta calificación fueron Somoto y Totogalpa; los cuales cumplen con los criterios anteriores. Sin embargo, el municipio de Somoto cuenta con el principal atractivo turístico del departamento que es el Cañón de Somoto, el cual cuenta con infraestructura y por ende con mayor desarrollo, por lo cual, se consideró mejor opción el municipio de Totogalpa quien cuenta con bellezas turísticas aun sin infraestructura y poco aprovechamiento.

La macro localización del proyecto, es el municipio de Totogalpa política y administrativamente pertenece al departamento de Madriz está situado en al noreste de la República de Nicaragua, se localiza a 216 Km. de la ciudad capital Managua, y a 20 Km. de la ciudad de Somoto, cabecera departamental, se ubicado en las coordenadas 13°33" latitud norte y 86°29" longitud oeste (Alcaldía del Poder Ciudadano, 2012, pág. 1).

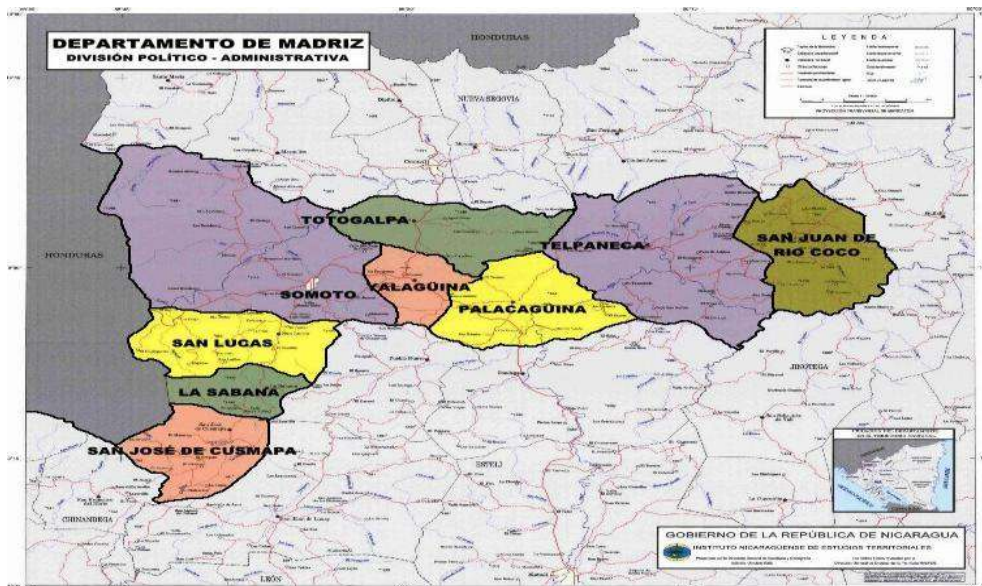
En cuanto a clima, el municipio de Totogalpa está inserto en la región climática conocida como Región de Sabana Tropical, de acuerdo a la clasificación de Koppen. El complejo fisiográfico presenta una variedad de microclimas que comprende 3 grandes paisajes: Las elevaciones (hasta de 1 500 msnm) con una zona montañosa alta, húmeda y fría donde hay remanentes de pinares (*Pinusoocarpa*, *P. patula*) y de bosques nubosos donde se presenta *Cornutiasp*, en las partes más bajas, roble-encinares (*Quercusspp*); en el resto de los bosques nubosos existen todavía especies raras en zonas vecinas: venado cola blanca (*Odoceileusvirginianus*) y guarda tinaja (Alcaldía del Poder Ciudadano, 2012, pág. 12).

La Vegetación del municipio dispone de 1 824,80 mzs de bosques ralos (de

Coníferas y de Latifoliadas) y 5,184,41 mzs de tacotales, Así mismo cuenta con una vegetación denominada Bosque Seco caducifolio compuesta por malezas, arbustos y árboles, en las zonas poco boscosas en esta se encuentran mango, madero negro (*Gliricidiasepium*), Guanacaste (*Esterolobiuncyclocarpus*), guapinol (*Hymeneaeacourbarul*), giñocuago (*Burcera simaruba*), acetuno (*Cimarua glauca*), carbón, quebracho, guácimo de ternero (*Guazumaulmifolia*), frijolillo, bimbayán, flor amarilla, muñeco, coyote, cortez, nancite, mandagual (*Caesalpinia velotinol*), laurel negro, michiguíste y roble sabanero (Alcaldía del Poder Ciudadano, 2012, pág. 16).

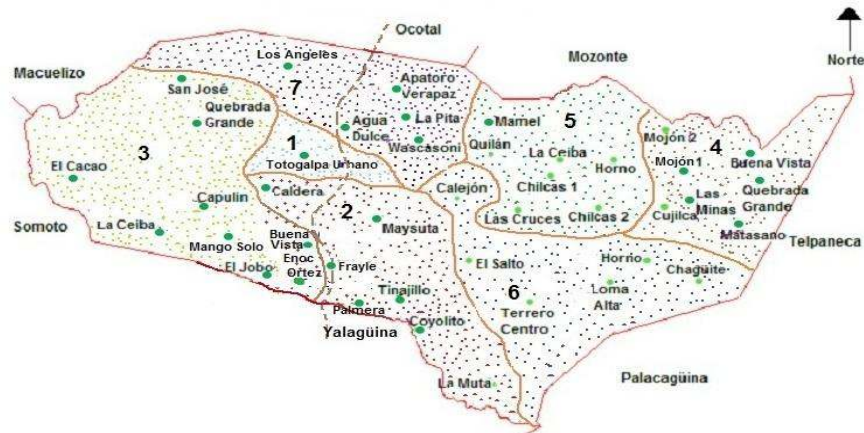
Totogalpa no posee un área de reserva o protegida, pero es parte integrante indirecta de la serranía Tepesomoto y Pataste, Madriz y Estelí extensión de 11,691 Ha. Un mini pulmón para la región desde el punto de vista hidrológico y potencial por ende florístico (Alcaldía del Poder Ciudadano, 2012, pág. 17).

Ilustración 1. Mapa de macro localización.



FUENTE: CARACTERIZACIÓN MUNICIPAL DE TOTOGALPA 2012. ALCALDÍA DEL PODER CIUDADANO DE TOTOGALPA.

Ilustración 2. Mapa del municipio de Totogalpa.



FUENTE: CARACTERIZACIÓN MUNICIPAL DE TOTOGALPA 2012. ALCALDÍA DEL PODER CIUDADANO DE TOTOGALPA.

6.3.2.2. Microlocalización del proyecto.

La microlocalización correspondió a la ponderación de criterios establecidos para el proyecto, entre ellos, cercanía de materias primas, vías de comunicación y medios de transporte, paisaje atractivo, precio de la tierra, posibilidad de construcción y levantamiento de estructuras, y una ponderación importante sobre la disponibilidad de recursos básicos. (Anexo 16 y 17).

En la propuesta de microlocalización se consideraron 4 propuestas dentro del municipio de Totogalpa, tomando en cuenta disponibilidad de tierras, precio, atractivos turísticos y posiciones estratégicas en cuanto a concentración de población. Los lugares evaluados fueron: Playa Palmira, Sector el Naranja, Sector Guapinol y Sector de carretera Panamericana; todos alrededor de la zona urbana del municipio.

En cuanto a la disponibilidad de recursos, la propuesta con mejor ponderación resulto la Playa Palmira, seguida por el sector El Naranjo, los cuales poseen, agua, luz, vía de acceso por vehículo, señal de operadora de celulares y posibilidad de instalación de internet.

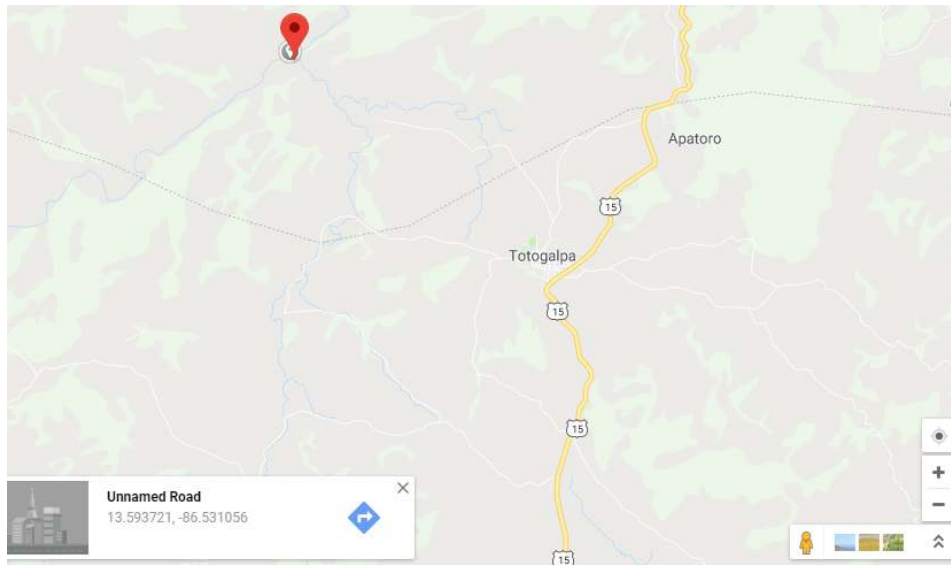
Según la ponderación de criterios, la propuesta idónea para la ubicación del centro turístico y recreativo, es Playa Palmira, la cual cuenta con mejores condiciones que ofertar a los turistas nacionales y extranjeros.

Ilustración 3. Microlocalización Playa Palmira.



FUENTE: GOOGLE EARTH.

Ilustración 4. Microlocalización Playa Palmira.



FUENTE: GOOGLE MAPS.

6.3.3. Proceso productivo y tecnología

6.3.3.1 Proceso productivo

El proceso productivo del centro turístico y recreativo, está compuesto por varios elementos con determinadas tareas, que en su conjunto desarrollan la actividad productiva del servicio.

El centro turístico y recreativo, adopta el sistema de producción de la empresa turística propuesta por Bayón y Martín, (2004), que establece el proceso entre las fuentes de aprovisionamiento, entradas, el proceso de transformación, salidas al mercado.

En cuanto al aprovisionamiento, todas las áreas y ambientes del centro turístico y recreativo deben estar previamente listas para la llegada de los clientes, lo cual corresponde al personal de mantenimiento y supervisores de áreas específicas como canopy, piscina y cabañas.

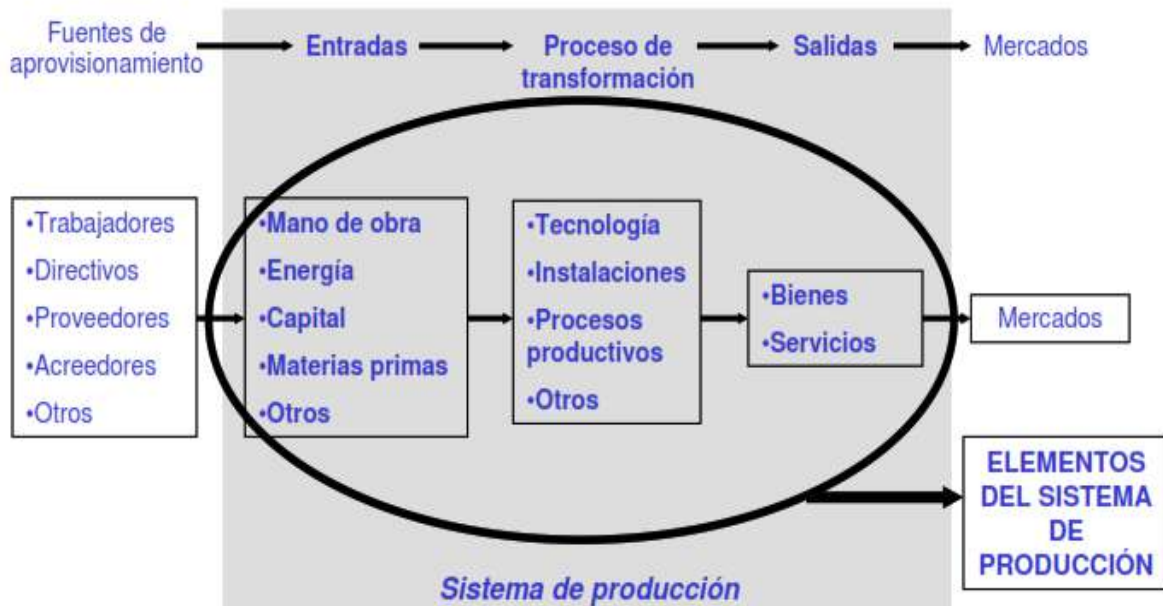
El único servicio que necesitará constante entradas de materia prima, será el restaurante, quienes deben mantener un inventario acorde a la temporada,

asegurando siempre la preparación previa tanto de ingredientes como de las condiciones de la cocina. La actividad de abastecimiento de la cocina se prevé de manera semanal, para evitar cualquier inconveniente en los productos perecederos, buscando siempre la mejor calidad para los clientes.

El único servicio del centro turístico que conlleva transformación de materia prima es el servicio de restaurante, por lo cual se establece un tiempo máximo de 20 minutos por orden de mesa, para mantener un estándar de calidad y eficiencia alto, hacia la clientela.

Los demás servicios ofertados por el centro turístico, son de consumo en el local por lo cual, se debe tener una excelente organización y no sobrepasar los niveles de capacidad del centro turístico; es por esto que la preparación previa y supervisión de las instalaciones es de las actividades más importantes para la prestación de excelentes servicios dentro del centro turístico y recreativo.

Ilustración 5. Sistema de producción de la empresa turística



FUENTE: BAYÓN Y MARTÍN, 2004, P.124.

6.3.3.1.1 Proceso de atención en el centro turístico

El proceso de atención por el cual se rige el centro turístico y recreativo, es la Escuela Nacional de Hotelería referido a pequeñas y medianas empresas turísticas y hoteleras, en el cual se adecuan una serie de métodos y estrategias para brindar una atención de calidad a la clientela.

Como primer contacto con el cliente dentro de las instalaciones es la recepción, el cual es el encargado de tramitar los servicios solicitados, atender a los huéspedes que se alojan en el hotel, cargar los servicios consumidos por ellos y cobrarles al momento de su salida (Forteza, 2008, pág. 1).

Es de vital importancia que el recurso humano de recepción sea capaz de brindar al cliente no solo excelente calidad, sino también contar con características como:

- Vocación de Servir. Debe gustarle su trabajo, tratar al cliente y hacerlo sentir como si estuviese en su propia casa y buscar satisfacer sus necesidades en la medida de sus posibilidades.
- Sentido Común y Adaptabilidad. Tratará con infinidad de clientes de distinta procedencia, con diferentes gustos y costumbres, que le solicitarán sus servicios de diversas maneras, así que, como profesional, debe actuar siempre analizando las situaciones y tomando el camino correcto para empresa en la cual desempeña sus tareas.
- Simpatía y Cortesía. Debe moderar sus emociones y sentido del humor, tratando de lograr siempre un trato agradable y un deseo de servir.
- Entusiasta. Animoso, con energía y positivismo cada jornada y en todo momento. Tratando de mejorar de manera permanente, comprometido con los objetivos comunes del negocio.
- Respetuoso. Está de más decir que en todo negocio de atención al cliente, se reciben personas de las más diversas costumbres, razas, religiones, ideologías, etc., a las cuales deberá tratar con igualdad.
- De Mente Ágil. Dada la gran cantidad de decisiones que deberá tomar,

analizará siempre todas las posibilidades para elegir el camino que considere correcto. Esta agilidad le ayudará también en sus tareas, y a lograr siempre la eficiencia (cumplir con los objetivos fijados, sin abandonar la calidad y controlando los costos).

- Exacto en sus Respuestas. Debe contestar lo que sabe, no inventar, dando justo la información solicitada y aplicando siempre la sensibilidad debida para evitar las malas interpretaciones, que ocasionan pérdidas a la empresa.
- Cuidadoso en su Presencia. Debe ser cuidadoso en su uniforme, su limpieza, su arreglo personal y su fisonomía, tendiendo siempre a lo clásico y conservador, no a lo extravagante, lo cual puede ofender a los clientes (Forteza, 2008, pág. 2).

El encargado de administración debe conocer y por ende ofertar, todos y cada uno de los servicios presentes en el centro turístico y recreativo, así mismo, debe explicarles la distribución de los espacios e invitarlos a conocer la totalidad de las instalaciones. Posteriormente, debe guiarlos hacia el servicio que desean consumir con inmediatez.

Debido a que existen 5 áreas diferentes, los turistas, tienen la posibilidad de ser atendidos por una persona especializada en su ramo, ya sea que decidan disfrutar del restaurante, cabañas, canopy, piscina o senderismo.

Ilustración 6. Proceso de Atención al Cliente



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

6.3.3.2 Tecnología del proyecto

La tecnología del proyecto del centro turístico y recreativo, está determinada por el equipamiento destinado a cada una de las áreas y que, en algunos casos necesitan elementos especializados.

El área de restaurante contara en su parte externa con:

- Un parlante multiusos, de 800 watts de potencia, con bluetooth, entrada USB, dos micrófonos inalámbricos, conexión para plus (celular o computadora) y memoria SD.
- Televisor de 48", con entrada USB, HDMI, y plus con conexión a teatro en casa y conexión inalámbrica a internet.
- Refrigerador para bebidas, es patrocinado por la compañía de bebidas carbonatadas que se decida según la cotización de precios, no es una tecnología que dependa del centro turístico.

El área interna del restaurante contará con:

- Una estufa industrial con capacidad para 3 la preparación de 3 platillos simultáneos, con 3 niveles de regulación de la temperatura de cocción, de acero inoxidable.
- Horno microondas, con un nivel de potencia de 1,350 watts, 10 niveles de potencia y con tamaño de 1.1 p3.
- Dos congeladores con una capacidad de 605.9 litros, con un voltaje de 115 voltios y un peso de 119kg.

Cada uno de los electrodomésticos mencionados anteriormente contaran con un regulador de energía, para protegerlos en caso de intermitencia de energía o desestabilizaciones.

El área de canopy contará con:

- Polea Petzl: Polea de marca francesa con doble rodaje, están fabricadas en duro aluminio, resistencia de 24KN equivalente a 2.4 toneladas, recomendadas para cables de tirolesas, Certificaciones Internacionales: CE0197 y EN12278, Velocidad Máxima 70Km/h.

- Arnés noble multitalla: Contorno de cintura entre 70-120cm, contorno de muslo 47-65cm, altura desde 165-185cm, peso entre 1050kg y 1080kg.

- Extensión de cinta plana Petzl: Es una cinta especial que conecta el arnés con el mosquetón de la polea, resiste 22KN equivalente hasta 2.2 toneladas, está certificada por la CE (norma europea) y la UIAA (Unión Internacional de Asociaciones Alpinas), Numero de Certificaciones Internacionales: CE0197, EN566, EN795 clase B, CE0123, fabricadas en USA o Francia dependiendo el modelo, vienen en 60 cm.

- Casco noble multitalla: Contorno de cabeza: 53-63 cm, Peso: 455 g, Materiales: ABS, poliamida, policarbonato, poliéster de alta tenacidad y polietileno, Certificaciones: CE*, ANSI Z89.1-2009 type I clase E, Cumple con las exigencias de protección contra impactos de la norma EN 397 y de la norma EN 12492. Cumple con las exigencias de aislamiento eléctrico de la norma EN 397 y de la norma EN 50365. Cumple con las exigencias facultativas de la norma EN 397 relativa a las salpicaduras de metal fundido, la deformación lateral y la utilización a bajas temperaturas

- Mosquetón Petzl. Con seguro de rosca: Compatibilidad de la cuerda: diámetro inferior o igual a 13 mm, Diámetro de la roldana: 21 mm, Rodamiento de bolas: no, Rendimiento: 71 %, Carga de utilización máxima: 10 kN, Peso: 195 g, Certificaciones: CE EN 12278.

El área de la piscina cuenta con:

- Equipo de depuración compuesto de bomba Victoria plus Astral 3/4 CV

13.8m³/h a 8mca de diseño sobrio y robusto, tuerca de la tapa del prefiltro de nueva generación de fácil manipulación. Funcionamiento de bajo nivel sonoro debido a los soportes de goma en que se apoya. Motor de 3.000 rpm con protección IP-55. Cesto prefiltro de gran capacidad (4,6 lts.)

- Filtro laminado mod. Aster de Astral 600 mm Ø laminado en poliéster y fibra de vidrio, manómetro y Válvula selectora 6 vías 1 ½. Presión máxima de trabajo 2,5 kg/cm². Incluye 125kg. de Arena de sílice como material filtrante, Velocidad máx. de filtración 50 m³/h/m².

- Regulador de nivel Instalación de tuberías del vaso en PVC de 10 atms. de presión de Ø50 mm en la línea principal de impulsión y de Ø75 mm en la línea principal aspiración, para enlace del equipo de filtración con los accesorios del vaso, retorno del mismo a la arqueta y tubería de fondo, incluyendo: accesorios y piezas especiales como bridas, codos, manguitos, protabridas, reducciones, tés, válvulas de bola, válvulas de mariposa, válvulas de compuerta y válvulas de pie, con tubería de distintos diámetros incluso soportes y abrazaderas, todo colocado y conexionado.

- Clorador salino Smart 100. Equipo básico de la gama con la posibilidad de adaptar dos controles externos: control de Redox / detector de cubierta. Equipado de serie con Detector de Burbuja.

El área administrativa contara con la siguiente tecnología:

- 1 computadora: procesador i5:650, 3.2 GHZ, 4MB, 4 núcleos, disco duro de 160GB, tres entradas USB, entrada HDMI, entrada de plus y memoria SD.

- Conexión a internet con velocidad de 3Mbps, con capacidad inalámbrica.

- 2 teléfonos celulares inteligentes de 8GB, con cámara 13megapixeles, sistema Android 6.

6.3.4 Ingeniería del proyecto

El área total del proyecto es de 1,600 m² dentro de los cuales, se deslindan las 5 áreas para el disfrute de los turistas y 3 áreas propias de la administración del proyecto.

La construcción de las obras fijas, contempla un presupuesto de C\$ 918,127.01 córdobas en compra de materiales. Dentro del presupuesto se contempla la realización de las obras verticales con “adobe”, un elemento de se construye con el mismo material de tierra de la zona, debido a que el tipo de suelos entisoles, se mezclan con un poco de gradilla para moldearlos y se ponen a reposar al sol. Tiene una medida de 30 cm de largo por 20 cm de alto y 40 cm de ancho, cubriendo mayor superficie que un bloque y representando costos menores para los inversionistas.

Ilustración 7. Infraestructura física del proyecto

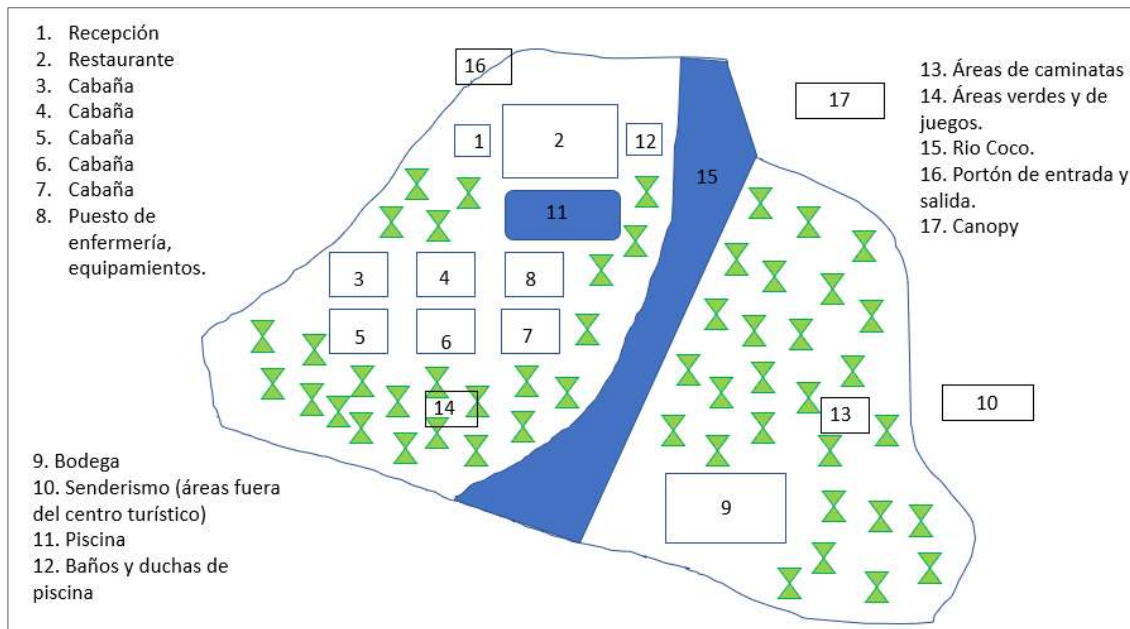


FUENTE: DISEÑO ARQ. ARMANDO PASTORA.

Es importante recalcar que el adobe es un material altamente resistente y muy utilizado en la construcción en el municipio de Totogalpa y representa una gran oportunidad de no romper con la tradición y ecosistema del municipio.

Dentro de los materiales de construcción se incluyeron las 5 áreas de recreación más las 3 administrativas, utilizando la tecnología tradicional y materiales tradicionales de la zona.

Ilustración 8. Vista aérea del proyecto con distribución de espacios.



FUENTE: DISEÑO ARQ. ARMANDO PASTORA.

La ingeniería del proyecto está dada de acuerdo a las áreas previamente establecidas en el diseño del centro turístico y recreativo, en este caso contará con 5 áreas para los clientes: restaurante, piscina, área verde de descanso, oficina de recepción y de equipación para canopy y/o senderismo, y cabañas; a su vez, contará con 4 áreas propias del funcionamiento y administración del centro turístico: cocina, bodega, dormitorio para empleados y oficina administrativa (Anexo 36).

Tabla 9. Detalle de materiales de construcción del centro turístico y recreativo

Presupuesto General					
Materiales	Cantida d	Unidad de medida	Costo unitario*	Costo total	
Ladrillo	1700	unidades	C\$ 3.00	C\$	5,100.00
Cemento	335	Bolsa	C\$ 133.70	C\$	44,789.50
Arena	54.8	Metros	C\$ 165.00	C\$	9,042.00
Piedrín	64.77	Metros	C\$ 365.40	C\$	23,666.96
Mallas electrosoldadas	91	unidades	C\$ 360.36	C\$	32,792.76
Varillas 3/8	34	Unidades	C\$ 45.53	C\$	1,548.02
Hierro 3/8	33	Quintales	C\$ 691.31	C\$	22,813.23
Hierro 1/4	30.5	Quintales	C\$ 674.00	C\$	20,557.00
Azulejo	40	Metros	C\$ 239.87	C\$	9,594.80
Cemento blanco	40	Bolsas	C\$ 200.00	C\$	8,000.00
Pintura	7	Valde	C\$ 700.00	C\$	4,900.00
Sellador	3	Valde	C\$ 900.00	C\$	2,700.00
Tubos pvc	12	Unidades	C\$ 141.08	C\$	1,692.96
Pegamento pvc	1	unidades	C\$ 484.50	C\$	484.50
Lija para tubo	1	unidades	C\$ 100.00	C\$	100.00
Codos pvc	30	unidades	C\$ 5.95	C\$	178.50
Tapa de fondo	1	unidades	C\$ 150.00	C\$	150.00
Tubo para aspirar	1	unidades	C\$ 300.00	C\$	300.00
Grava	15	Metros	C\$ 500.00	C\$	7,500.00
Adobes	13700	unidades	C\$ 3.00	C\$	41,100.00
Bondex	110	Bolsas	C\$ 200.00	C\$	22,000.00
Cerámica	446	Metros	C\$ 239.87	C\$	106,982.02
Perlin c	79	unidades	C\$ 219.40	C\$	17,332.60
Perlin c	79	unidades	C\$ 613.00	C\$	48,427.00
Lamina zinc corrugado c-28	93	unidades	C\$ 236.52	C\$	21,996.36
Goloso para techo	700	unidades	C\$ 1.53	C\$	1,071.00

Lamina zinc liso	27	unidades	C\$ 124.51	C\$	3,361.77
Soldadura	7	Cajas	C\$ 70.00	C\$	490.00
Madera	17	Tablas	C\$ 320.00	C\$	5,440.00
Clavos	9	Libra	C\$ 18.00	C\$	162.00
Malla gruesa	5	Rollo	C\$ 1,842.30	C\$	9,211.50
Cable cruzby	60	Metros	C\$ 4,650.00	C\$	279,000.00
Inodoro blanco	7	unidades	C\$ 861.98	C\$	6,033.86
Llave de pase	7	unidades	C\$ 160.98	C\$	1,126.86
Accesorios para baño	7	unidades	C\$ 120.34	C\$	842.38
Tubo pvc drenaje	7	unidades	C\$ 49.13	C\$	343.91
Lavamanos blanco	7	unidades	C\$ 626.46	C\$	4,385.22
Enchape	82	Metros	C\$ 1,500.00	C\$	123,000.00
Cable 1.5 marrón	25	Metros	C\$ 21.56	C\$	539.00
Cable 1.5 celeste	25	Metros	C\$ 99.00	C\$	2,475.00
Cable 1.5 verde/amarillo	10	Metros	C\$ 34.63	C\$	346.30
Bujías	20	unidades	C\$ 61.00	C\$	1,220.00
Caja universal	5	unidades	C\$ 32.00	C\$	160.00
Conductores	25	Metros	C\$ 55.80	C\$	1,395.00
Panel eléctrico 12	1	unidades	C\$ 1,066.00	C\$	1,066.00
Aisladores	6	unidades	C\$ 3,500.00	C\$	21,000.00
Interruptores	20	unidades	C\$ 17.50	C\$	350.00
Cable canal 20*10	4	unidades	C\$ 21.00	C\$	84.00
Accesorios	6	unidades	C\$ 15.00	C\$	90.00
Tornillos 4*32	15	unidades	C\$ 4.00	C\$	60.00
Tarugos 5mm	15	unidades	C\$ 2.00	C\$	30.00
Tomacorriente externo	40	unidades	C\$ 27.20	C\$	1,088.00
Cinta aisladora 20m	1	unidades	C\$ 7.00	C\$	7.00
TOTAL				C\$	918,127.01

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

*COSTO UNITARIO EN BASE A ANEXO 38.

Para el área de recepción se estima un equipamiento de sillas adecuadas tanto para el recepcionista/administrador, como sillones para la sala de espera y una barra donde se le dé la bienvenida a los turistas que lleguen a la localidad, así como estantes decorativos para ambientación.

La equipación del restaurante consta de 55 sillas y 11 mesas de excelente calidad y con un diseño moderno y vistoso para el centro turístico y recreativo, con una barra de atención al cliente con su caja registradora para facturación de comidas y bebidas que se consuman en el área de restaurante y piscina.

El área de la piscina será equipada con 8 sillas de playa y un toldo para el disfrute de los turistas, a su vez, se pondrán a disposición 10 chalecos salvavidas, inflables y pelotas de playa para la recreación de los niños que visiten las instalaciones.

El equipamiento para la actividad de canopy, una de las actividades más novedosas y con mayor riesgo, por lo cual todo el equipamiento consta con certificación de calidad, así como las instalaciones mismas y los instructores que manipularán el equipo. Por otro lado, para facilitar el uso de las instalaciones por todos y todas, se tomó en cuenta 5 equipamientos unisex y multitalla, que permitan ajustarse a todos los visitantes del centro.

La actividad de senderismo, cuenta con equipamiento sencillo, pero sumamente importante el cual consta de 10 focos, 10 rotulaciones en el perímetro del sendero, 2 chalecos luminosos para ser utilizados por los guías y una mochila de primeros auxilios, para cualquier emergencia durante el recorrido.

Las cabañas tienen una capacidad de dos personas, con estante para ropa y mesas de noche, debido al clima cálido cada cabaña cuenta con abanico, para mejor calidad de la estadía.

Tabla 10. Detalle del equipamiento del centro turístico y recreativo

Equipamiento General						
Equipo	Cantidad	Unidad de medida	Costo unitario	Costo total		
Sillas de playa	8	unidades	C\$ 650.00	C\$	5,200.00	
Pelotas de playa	2	unidades	C\$ 70.00	C\$	140.00	
Inflables para niños	4	unidades	C\$ 150.00	C\$	600.00	
Chalecos salvavidas	10	unidades	C\$ 600.00	C\$	6,000.00	
Toldo	1	unidades	C\$ 3,000.00	C\$	3,000.00	
Sillas	60	unidades	C\$ 95.00	C\$	5,700.00	
Mesas	11	unidades	C\$ 350.00	C\$	3,850.00	
Mesas de cocina	2	unidades	C\$ 500.00	C\$	1,000.00	
Estufa industrial	1	unidades	C\$ 5,000.00	C\$	5,000.00	
Horno microondas	1	unidades	C\$ 2,800.00	C\$	2,800.00	
Sartenes	4	unidades	C\$ 2,000.00	C\$	8,000.00	
Congeladores	1	unidades	C\$ 2,000.00	C\$	2,000.00	
Parrilla asadora	1	unidades	C\$ 750.00	C\$	750.00	
Licadoras	2	unidades	C\$ 2,400.00	C\$	4,800.00	
Cortadoras	2	unidades	C\$ 350.00	C\$	700.00	
Ollas	4	unidades	C\$ 45.00	C\$	180.00	
Cazuelas	4	unidades	C\$ 66.00	C\$	264.00	
Coladores	30	unidades	C\$ 42.00	C\$	1,260.00	
Platos	40	unidades	C\$ 45.00	C\$	1,800.00	
Vasos (bebidas)	40	unidades	C\$ 30.00	C\$	1,200.00	
Vasos (alcohol)	20	unidades	C\$ 27.00	C\$	540.00	
Delantales para meseros y cocineros	5	unidades	C\$ 75.00	C\$	375.00	
Mallas de protección (cabello)	5	unidades	C\$ 35.00	C\$	175.00	
Cucharas medidoras	2	unidades	C\$ 75.00	C\$	150.00	
Cubiertos	2	unidades	C\$ 35.00	C\$	70.00	
Platos	40	unidades	C\$ 250.00	C\$	10,000.00	
Caja registradora	1	unidades	C\$ 2,500.00	C\$	2,500.00	
Barra	1	unidades	C\$ 3,000.00	C\$	3,000.00	
Estante para botellas	1	unidades	C\$ 2,800.00	C\$	2,800.00	
Equipo de sonido	1	unidades	C\$ 8,000.00	C\$	8,000.00	
Refrigerador para bebidas	1	unidades	C\$ 2,000.00	C\$	2,000.00	
Ceniceros	5	unidades	C\$ 50.00	C\$	250.00	
Azucareras	5	unidades	C\$ 70.00	C\$	350.00	
Saleros	5	unidades	C\$ 65.00	C\$	325.00	
Pimenteros	5	unidades	C\$ 45.00	C\$	225.00	
Manteles	10	unidades	C\$ 66.00	C\$	660.00	

Servilletas	30	unidades	C\$	42.00	C\$	1,260.00
Televisor	1	unidades	C\$	18,000.00	C\$	18,000.00
Elementos decorativos	6	unidades	C\$	250.00	C\$	1,500.00
Focos	10	unidades	C\$	200.00	C\$	2,000.00
Mochila de primeros auxilios	1	unidades	C\$	1,500.00	C\$	1,500.00
Chalecos luminosos para guías	2	unidades	C\$	245.00	C\$	490.00
Rotulaciones	10	unidades	C\$	350.00	C\$	3,500.00
Polea Petzl.	2	unidades	C\$	950.00	C\$	1,900.00
Arnés noble multitalla	2	unidades	C\$	1,095.00	C\$	2,190.00
Extensión de cinta plana Petzl.	2	unidades	C\$	2,400.00	C\$	4,800.00
Casco noble multitalla	2	unidades	C\$	1,043.00	C\$	2,086.00
Mosquetón Petzl. Con seguro de rosca	2	unidades	C\$	90.00	C\$	180.00
Guantes de piel (par)	2	unidades	C\$	467.00	C\$	934.00
Camas matrimoniales	2	unidades	C\$	13,000.00	C\$	26,000.00
Camas unipersonales	8	unidades	C\$	6,500.00	C\$	52,000.00
Cortinas para ventanas	5	unidades	C\$	150.00	C\$	750.00
Cortinas para baño	5	unidades	C\$	50.00	C\$	250.00
Mesita de noche	7	unidades	C\$	750.00	C\$	5,250.00
Estante de ropa	7	unidades	C\$	850.00	C\$	5,950.00
Abanicos	7	unidades	C\$	780.00	C\$	5,460.00
Barra de atención al cliente	1	unidades	C\$	6,500.00	C\$	6,500.00
Estantes traseros	2	unidades	C\$	1,850.00	C\$	3,700.00
Teléfono	2	unidades	C\$	4,000.00	C\$	8,000.00
Sillones de espera	3	unidades	C\$	2,400.00	C\$	7,200.00
Internet banda ancha router	1	unidades	C\$	2,000.00	C\$	2,000.00
Archivadora	1	unidades	C\$	3,500.00	C\$	3,500.00
Escritorio	1	unidades	C\$	4,000.00	C\$	4,000.00
Computadora	1	unidades	C\$	16,000.00	C\$	16,000.00
Gabeteros	3	unidades	C\$	1,600.00	C\$	4,800.00
Estantes	3	unidades	C\$	2,500.00	C\$	7,500.00
Sillas	5	unidades	C\$	1,600.00	C\$	8,000.00
Hamacas	5	unidades	C\$	1,000.00	C\$	5,000.00
Cerámica cera	50	metros	C\$	150.00	C\$	7,500.00
Maceteras	20	unidades	C\$	450.00	C\$	9,000.00
Escobas de patio	2	unidades	C\$	100.00	C\$	200.00
Rastrillos	2	unidades	C\$	78.00	C\$	156.00
Bomba de riego	1	unidades	C\$	3,500.00	C\$	3,500.00
Platas de reforestación	40	unidades	C\$	350.00	C\$	14,000.00

Total	C\$ 332,220.00
--------------	-----------------------

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

6.3.5 Análisis de costos del proyecto

6.3.5.1 Inversión fija

La inversión fija del centro turístico está conformada por el presupuesto de las obras civiles, más su mano de obra y el equipamiento correspondiente a cada una de las áreas establecidas en el diseño.

El monto total de las inversiones fijas corresponde a C\$ 1,887,347.01 córdobas que según el cambio oficial corresponden a \$ 59,915.78 dólares. Es importante recalcar que el terreno destinado al levantamiento de la construcción pertenece a la sociedad inversora, sin embargo, se le asignó su valor correspondiente para tener en cuenta todos los costos en construcción.

Tabla 11. Detalle de la inversión fija del centro turístico y recreativo

Inversión fija					
Actividad	Costo		Tipo de cambio	Costo en dólares	
Terreno (Propio)	C\$	575,000.00	\$31.50	\$	18,253.97
Obras de Construcción	C\$	980,127.01	\$31.50	\$	31,115.14
Equipamiento	C\$	332,220.00	\$31.50	\$	10,546.67
Total	C\$	1887,347.01		\$	59,915.78

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

6.3.5.2 Depreciación de activos

La depreciación de aplicada a las inversiones, se realizó de acuerdo a la Ley No.822 Ley de Concertación Tributaria y su Reglamento, la cual estipula los años de depreciación de acuerdo al tipo de activo que el proyecto requiera.

Para las obras civiles, que contemplan la construcción de cada una de las áreas correspondientes al diseño del modelo se depreciaron a 20 años, mientras

que el equipamiento que se utilizara para acondicionar cada área se depreció a 7 años, llegando a un total de C\$ 88,980.64 córdobas en el primer año (Anexo 17).

También son sujetos de depreciación el mobiliario y equipo de oficina, el cual según su naturaleza se aplicó exclusivamente a la parte electrónica como equipo de cómputo y teléfonos celulares 2 años de depreciación, mientras que para el resto de equipos que corresponden a mobiliario de oficina se utilizaron 5 años. El total de la depreciación de mobiliario y equipo de oficina para el primer año es de C\$ 14,000.00 córdobas en el primer año (Anexo 18).

Las estimaciones de depreciación para los 5 años proyectados se detallan en el siguiente cuadro:

Tabla 12. Detalle de la inversión fija del centro turístico y recreativo

Detalle de Depreciación Total						
Concepto	2018	2019	2020	2021	2022	VALOR RESIDUAL
Depreciación Mobiliario y Equipo de Oficina	C\$ 14,000.00	C\$ 14,000.00	C\$ 4,400.00	C\$ 4,400.00	C\$ 4,400.00	C\$ 4,800.00
Depreciación de Activo Fijo	C\$ 88,980.64	C\$ 88,980.64	C\$ 88,980.64	C\$ 88,980.64	C\$ 88,980.64	C\$ 774,743.83
Total	C\$ 102,980.64	C\$ 102,980.64	C\$ 3,380.64	C\$ 93,380.64	C\$ 93,380.64	C\$ 779,543.83

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

6.3.5.3 Inversión diferida

La inversión diferida del centro turístico y recreativo contempla el diseño de facturación en caja, las asesorías pertinentes en los campos especializados, así como el gasto en trámites legales, registros y matriculas correspondientes.

El monto total de la inversión diferida es de C\$26,000 córdobas, que al tipo de cambio actual corresponde a \$ 825.40 dólares.

Tabla 13. Detalle de inversión diferida

Inversión Diferida					
Actividad	Costo	Tipo de cambio		Costo en dólares	
Software de facturación y caja.	C\$	6,500.00	\$	31.50	\$ 206.35

Asesoría legal	C\$	5,000.00	\$	31.50	\$	158.73
Asesoría ambiental	C\$	5,000.00	\$	31.50	\$	158.73
Asesoría civil	C\$	5,000.00	\$	31.50	\$	158.73
Matricula y registro legal	C\$	1,000.00	\$	31.50	\$	31.75
Gastos en capacitación al personal	C\$	3,500.00	\$	31.50	\$	111.11
Total	C\$	26,000.00			\$	825.40

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

6.3.5.4 Amortización de activos diferidos

La amortización de activos intangibles se aplicó de acuerdo a la *Ley No. 822 Ley de Concertación Tributaria* y su *Reglamento DECRETO No. 01-2013 (2013)*, el cual establece en su Arto.34 los sistemas de depreciación y amortización: “Los activos intangibles se amortizarán en cuotas correspondientes al plazo establecido por la ley de la materia o por el contrato o convenio respectivo; o, en su defecto, en el plazo de uso productivo del activo. En el caso que los activos intangibles sean de uso permanente, se amortizarán conforme su pago”.

Los activos intangibles que contempla el proyecto tienen un costo de adquisición de C\$ 34,000.00 córdobas, su depreciación se estableció a 7 años según la ley, siendo el monto de amortización para el primer año de C\$ 4,857.14 córdobas (Anexo 19).

6.3.5.5 Inversión en capital de trabajo

Debido a la naturaleza de servicio del centro turístico y recreativo, la inversión en capital de trabajo corresponde a los rubros de insumo de piscina, hospedaje y restaurante, siendo entre éstas, la partida más significativa la destinada a restaurante, debido a que se requiere comprar productos perecederos y demás ingredientes necesarios para la preparación de la comida, así como bebidas para el correcto servicio a los clientes.

Tanto los costos directos como indirectos fueron calculados en temporada

alta y temporada baja, debido a que la cantidad de insumos varía de acuerdo al número de clientes esperado de acuerdo a la clasificación del mes, en este caso los meses de temporada alta representan 6 meses y 6 meses de temporada baja. El detalle de los costos se aprecia en la tabla n°14.

Tabla 14. Detalle de inversión en capital de trabajo

RESUMEN CAPITAL DE TRABAJO					
Detalle	Costo mensual				Costo anual
	Temporada alta		Temporada baja		
Costos directos	C\$	23,542.00	C\$	15,571.75	C\$ 234,682.50
Insumos restaurante y cabañas	C\$	3,700.00	C\$	1,739.00	
Insumos piscina	C\$	556.50	C\$	556.50	
Mano de obra directa	C\$	19,285.50	C\$	13,276.25	
Costos indirectos	C\$	10,644.05	C\$	9,044.05	C\$ 118,128.60
Servicios básicos	C\$	5,000.00	C\$	3,400.00	
Mantenimiento	C\$	4,983.30	C\$	4,983.30	
Útiles de aseo	C\$	660.75	C\$	660.75	
Total, capital de trabajo	C\$	34,186.05	C\$	24,615.80	C\$ 352,811.10

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

6.3.5.6 Plan global de inversión

El centro turístico y recreativo, contempla en su plan de inversión global un total de C\$ 2,266,158.11 córdobas en total para su ejecución, desglosados en inversión fija que contempla construcción y equipamiento, inversión diferida que contempla la adquisición de activos intangibles y el capital de trabajo que son los recursos necesarios para la puesta en marcha del proyecto. El detalle de las partidas presupuestarias se detalla en la tabla n°15.

Tabla 15. Plan de inversión global

Plan de Inversión Global				
Inversión Fija	C\$	1887,347.01	\$	59,915.78
Inversión Diferida	C\$	26,000.00	\$	825.40
Capital de Trabajo	C\$	352,811.10	\$	11,200.35
TOTAL	C\$	2266,158.11	\$	71,941.53

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

6.3.5.7 Estimación de costos de operación anual

Los costos de operación anual se desglosan en gastos de operación, gastos financieros y una partida de imprevistos, correspondiente al 5% de los costos; los cuales suman en total C\$ 583,332.25 córdobas para el año 1 de funcionamiento del centro turístico.

Los gastos de operación del centro corresponden al gasto administrativos y de ventas, los cuales corresponden a C\$ 394,054.50 córdobas y C\$ 9,900.00 córdobas respectivamente (Anexo 20).

Los gastos administrativos, corresponden principalmente a la planilla salarial del centro turístico, la cual de manera permanente está compuesta por 5 empleados, distribuidos en personal administrativo, de seguridad y de operación del centro turístico y recreativo.

Para la temporada alta, se contratarán de manera temporal (3 meses y 3 meses) 3 trabajadores más, para un total de 8 trabajadores en temporada alta, que participarán en personal de apoyo en las diversas áreas del centro (Anexo 21).

Por otro lado, los gastos financieros corresponden al interés de la deuda, la cual es contraída a un plazo de 5 años, el financiamiento corresponderá al 35% del plan de inversión global, cuyos lineamientos estarán dictados por el programa de Fideicomiso para el sector turístico, promovido por el Banco de la Producción y el Instituto Nicaragüense de Turismo, en apoyo a los emprendimientos en el sector (Anexo 22).

El programa presenta una facilidad de ingreso, así como una tasa de interés accesible del 8.33%, presentado una oportunidad ideal para el desarrollo del proyecto.

Finalmente, la partida de imprevistos, corresponde a una partida presupuestaria en caso de necesitar solvencia por alguna emergencia o algún

costo no cubierto.

Tabla 16. Detalle de costos de operación anual

Resumen de Gastos				
Gastos de operación	C\$	403,954.50	\$	12,823.95
Gastos Financieros	C\$	66,069.84	\$	2,097.46
Imprevistos	C\$	113,307.91	\$	3,597.08
TOTAL	C\$	583,332.25	\$	18,518.48

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

Con el detalle del presupuesto de costos, se procedió a calcular el punto de equilibrio, que corresponde al número de clientes, que el centro turístico y recreativo debe atender para cubrir únicamente sus costos totales.

El cálculo se realizó tanto en temporada alta y temporada baja, y la metodología y utilizada fue la del costo del promedio ponderado, que se utiliza para productos múltiples y nos da como resultado, un punto de equilibrio para cada uno de los servicios ofertados en el centro turístico.

El promedio ponderado es una herramienta que contribuye a destacar aquella importancia relativa que tiene cada producto o servicio para el empresario (Flores, 2015).

De acuerdo a la metodología, el punto de equilibrio para temporada baja es de 84 clientes atendidos en los servicios de restaurante, piscina y cabañas; para los servicios de senderismo 44 personas y 29 en el servicio de canopy; los detalles se presentan en la tabla n°17.

Tabla 17. Punto de equilibrio en temporada baja

TEMPORADA BAJA							
SERVICIOS	VENTAS	% PONDERACION	PRECIO DE VENTA	COSTO VARIABLE	MARGEN DE CONTRIBUCION	MARGEN PONDERADO	PUNTO DE EQUILIBRIO
Restaurante	144	26%	C\$ 150.00	87	63	16.27	84
Piscina	144	26%	C\$ 50.00	0	50	12.93	84
Canopy	50	9%	C\$ 300.00	53	247	22.15	29

Senderismo	75	13%	C\$ 300.00	35	265	35.62	44
Cabañas	144	26%	C\$ 200.00	18	182	46.93	84
TOTAL	557					133.89	

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

El punto de equilibrio para temporada alta, consta de 74 clientes atendidos en restaurante piscina y cabañas; mientras que 56 en senderismo y 21 en canopy, al mes.

Tabla 18. Punto de equilibrio en temporada alta

TEMPORADA ALTA							
SERVICIOS	VENTAS	% PONDERACION	PRECIO DE VENTA	COSTO VARIABLE	MARGEN DE CONTRIBUCION	MARGEN PONDERADO	PUNTO DE EQUILIBRIO
Restaurante	264	25%	C\$ 150.00	104	46	11.31	74
Piscina	264	25%	C\$ 50.00	0.0	50.00	12.37	74
Canopy	75	7%	C\$ 300.00	30.1	269.85	18.97	21
Senderismo	200	19%	C\$ 300.00	11.3	288.69	54.11	56
Cabañas	264	25%	C\$ 200.00	9	191.44	47.37	74
TOTAL	1067					144.13	

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

6.3.6 Aspectos organizacionales y administrativos

El aspecto organizacional del proyecto se divide en dos fases, una de ejecución y una estructura funcional que permanecerá en la operación del proyecto.

6.3.6.1 Ejecución del Proyecto

La ejecución del proyecto comprende las actividades de inversión fija, las cuales estarán a cargo de una serie de empresas nacionales quienes estarán a cargo de la construcción y equipamiento, bajo la supervisión de la administración del proyecto y los socios inversores.

Debido a la múltiple variedad de servicios ofertados, existen servicios especiales como la piscina y el canopy, que requieren personal altamente calificado en su ejecución, por lo cual no se podrá contratar a una sola empresa que realice todo el complejo de actividades.

Según el diseño del centro turístico se cotizará con compañías constructoras la ejecución de las obras civiles de recepción, restaurante, cabañas, bodega, oficina administrativa, dormitorio para empleados y área verde. De manera aislada se trabajará la instalación del canopy por una compañía especializada y la construcción de la piscina. Es una de las prioridades del proyecto aprovechar los recursos humanos de la zona, por lo cual tendrán prioridad en la cotización las empresas y profesionales de la zona que puedan colaborar en el proyecto. En el caso de las obras civiles:

- Contratista Arnoldo Montoya (Ocotal, Nueva Segovia, Nicaragua)
- Ingeniero Marcos Fuertes (Totogalpa, Madriz, Nicaragua)

En el caso de la instalación de canopy, ambas compañías son extranjeras:

- Eco Project, ubicado en Monterrey, Nuevo León, México, oferta el servicio construcción e instalación de canopy, siendo la más cercana al país.
- Canopy Pro, ubicado en Chile, oferta el servicio de construcción e instalación de canopy.

Para la construcción de la piscina, ambas compañías son nacionales:

- Piscinas Pacific, ofertando el servicio de construcción y equipamiento de piscinas ubicado en Managua, Nicaragua.
- Aquatec, ofertando el servicio de construcción, equipamiento y mantenimiento de piscinas, ubicado en Managua, Nicaragua.

Ilustración 9. Organigrama para la ejecución del proyecto



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

6.3.6.2 Operación del proyecto

La operación del proyecto, estará a cargo de un staff de 12 trabajadores, con funciones específicas bien establecidas, quienes son responsables del óptimo funcionamiento del centro turístico y recreativo.

Los socios, están en la cúspide del organigrama pues tendrán un papel activo de supervisión en el centro turístico y recreativo; sin embargo, la carga de responsabilidad del funcionamiento del centro está focalizada en el administrador, quien tiene las principales tareas de garantizar la funcionalidad y calidad de la empresa.

Ilustración 10. Organigrama para la operación del proyecto en temporada alta



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

Ilustración 11. Organigrama para la operación del proyecto en temporada baja



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

6.3.6.2.1 Perfiles de puestos

Contador/administrador: El administrador conlleva la responsabilidad del óptimo funcionamiento del centro turístico, en cuanto a supervisión de empleados, provisión de materia prima, provisión de insumos de mantenimiento y materiales de reposición, manejo de costos y estados financieros.

Es el encargado del funcionamiento del restaurante en su conjunto, además de ser el facturador que maneja las ganancias del restaurante. Entre las funciones específicas son:

- Hacer los pedidos de materia prima: El jefe de cocina está siempre en contacto directo con los proveedores, tras preparar los pedidos, se encarga de contactar con ellos y exigirles la mayor calidad y buen servicio para continuar con su objetivo.
- Ser responsable por la utilidad de la cocina: Todo pasa por él, el jefe de cocina es un hombre/mujer embudo, por donde debe pasar toda la información y debe velar por mantener las instalaciones y el buen uso de las mismas, así como de su maquinaria.
- Contratar personal: El jefe de cocina será el encargado de revisar los perfiles de personas que trabajan en la cocina, ya que todos ellos al final se conformarán como una familia y él es como si fuera el patriarca.

- Capacitar a su personal: Debe formar y aumentar el nivel de conocimiento de su equipo, ya que es buen conocedor de que su equipo será tan fuerte como su eslabón más débil.
- Supervisa la limpieza: Es básico que todo esté impecable y la responsabilidad de un jefe de cocina es revisar que todo sea así.

Cocinero: Es el encargado de la calidad de la comida del restaurante, desde sus ingredientes hasta su servicio en el plato del comensal. Entre sus funciones específicas están:

- Comprobar la calidad de la comida, p.ej., probándola, oliéndola, atravesándola con utensilios, etc.
- Regular la temperatura de hornos, parrillas, asadores y otros equipos de cocina.
- Condimentar y cocinar el alimento según las recetas, el criterio personal o la experiencia, utilizando una serie de métodos (por ejemplo, hornear, estofar, freír, asar, tostar y cocer al vapor).
- Dividir el alimento en porciones y asegurarse de que está bien presentado.
- Entregar los platos a los camareros o servir a los clientes.
- Preparar menús y calcular las necesidades de alimentos y los costes.
- Controlar, pedir, recibir y almacenar los suministros (de alimentos) y evitar que se estropeen.
- Inspeccionar y limpiar la cocina, el equipo de cocina, las áreas de servicio, etc., para garantizar la seguridad y las prácticas higiénicas de manejo de alimentos.

Ayudante de cocina (solo en temporada alta): colabora con el chef o cocinero en la preparación de los alimentos. Entre sus funciones principales destaca el mantenimiento de la higiene y el orden de la cocina y los utensilios. También otras funciones como:

- Preparar los ingredientes para consumir o cocinar (p.ej., lavar, pelar, cortar y desengranar las frutas y las verduras y cortar la carne).

- Pesar, medir y mezclar ingredientes según las recetas del cocinero, utilizando diferentes utensilios y equipos de cocina.

Mesero: es muy importante que aplique todas y cada una las normas al pie de la letra, con cada uno de sus clientes y en cada uno de los detalles de servicio, esto le permitirá ser un magnífico “Mesero”. Por otro lado, se encargará de contar el tiempo que llevan los clientes esperando su orden, la cual no debe superar los 20 minutos.

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

Recepcionista (solo en temporada alta): El recepcionista será el encargado de supervisar las demás actividades como lo son cabañas, piscina, canopy y senderismo, siendo responsable directamente de las cabañas, en cuanto a su reservación, tiempos de entrada y de salida de los turistas.

Se reportarán directamente al recepcionista:

- **Instructor de canopy (solo en temporada alta)** responsable por la seguridad y calidad del servicio brindado durante la actividad;
- **Persona de limpieza y mantenimiento** del centro también se reporta al recepcionista, quien tiene como responsabilidad el mantenimiento de las áreas verdes, la limpieza de todo el centro y la correcta ambientación de las respectivas áreas.
- **Seguridad** es el encargado de la vigilancia del centro turístico, realizará rondas de vigilancia en los perímetros y estará alerta a cualquier tipo de amenaza latente.

6.3.7 Aspectos legales

Según el documento, *Procedimientos y requisitos para la obtención de permisos, licencias y certificados para negocio turísticos*, creado por INTUR para el Sistema Nacional de Calidad Turística, establece cuatro pasos para el registro de los negocios y su certificación con las instituciones correspondientes.

Con la policía nacional, corresponde el trámite de permiso como negocio nuevo con los siguientes requisitos (Instituto Nicaraguense de Turismo, 2017, pág. 1):

- Carta de Solicitud de Permiso, en la que se exponga el tipo de negocio que desea establecer.
- Fotocopia de cédula de identidad nicaragüense o cédula de residencia actualizada cuando se trate de extranjeros.
- Fotocopia de escritura de constitución de sociedad y poder general de administración debidamente inscrito en el registro público mercantil, en caso de ser personas jurídicas.
- Certificado de conducta del propietario o del representante legal, en caso de ser persona jurídica.

Luego de realizada y aprobada la inspección se procede a los trámites con demás instituciones, para luego presentar los siguientes:

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

En el caso de la inspección por parte de los Bomberos, es necesario

solicitar la inspección personalmente, en la delegación de bomberos de la localidad del negocio; de aprobarse la inspección se debe presentar los siguientes documentos (Instituto Nicaraguense de Turismo, 2017, pág. 5):

- Fotocopia de cédula de identidad, si es personal natural o número RUC en caso de ser persona jurídica.
- Original y fotocopia del Boucher de pago de arancel de acuerdo a la ley 837 art 92, según el índice de peligrosidad.
- En caso que el local requiera, según la norma técnica obligatoria nicaragüense de protección contra incendios, deberá presentar el plan de emergencia y evacuación.

Debido a que el centro turístico contempla un restaurante, es necesaria la inspección sanitaria por parte del Minsa como autoridad correspondiente, para lo cual se debe entregar el Formulario de Solicitud de Trámite de Licencia Sanitaria y se programa la inspección del local; posterior a la inspección aprobada se debe presentar los siguientes documentos (Instituto Nicaraguense de Turismo, 2017, pág. 6):

- Matricula de la Alcaldía.
- Certificación de Inspección de Bomberos.
- Constancia de Fumigación.
- Certificados de Salud (Art 5.2 NTON de la Norma de Manipulación de Alimentos).
- Fotocopia de la cédula, si es persona natural o cédula RUC en caso de ser jurídico.
- Resolución Administrativa emitida por la Policía Nacional.
- Ficha de Inspección Sanitaria.

En ente especializado en centros turísticos, INTUR, es el encargado de brindar la Licencia de Registro Nacional de Turismos, con el cual los centros turísticos acceden a la exoneración de pago de arancel de los micros, pequeños y medianos negocios de la industria turística, según el Art. 28 de la ley 306, "Ley de

Incentivos para la Industria Turística”.

Para acceder al beneficio, es necesaria la inspección de la delegación departamental INTUR, solicitándola vía telefónica o electrónica, facilitando los siguientes documentos (Instituto Nicaraguense de Turismo, 2017, pág. 7):

- Formulario de aplicación, este se entrega en INTUR.
- Fotocopia razonada de Escritura de constitución de la sociedad, (el objeto social deberá estar relacionado a la actividad que solicite), debidamente inscrita en el Registro Mercantil, si es persona jurídica, si es persona natural no aplica.
- Poder del representante legal
- Fotocopia de escritura de propiedad o contrato de arriendo.
- Fotocopia de cédula de identidad o de residencia del propietario o representante legal.
- Constancia de trámite de Licencia Sanitaria, emitida por el MINSA.
- Certificación de Inspección de Bomberos.
- Resolución Administrativa emitida por la Policía Nacional.

El centro turístico y recreativo, luego de tramitar permisos y certificaciones, tendrá su funcionamiento sujeto a las leyes fiscales y laborales del país, como los son:

- Constitución Política de Nicaragua, publicada el 22 de enero de 1948.
- Decreto 46-2003: Reglamento de la Ley de Equidad Fiscal Decreto 46-2003: Reglamento de la Ley de Equidad Fiscal
- Decreto 129-2004 Reglamento Ley General de Turismo Decreto No. 129-2004: Reglamento Ley General de Turismo.
- Ley No.495: Ley General de Turismo Ley No.495: Ley General de Turismo
- Reglamento de las Empresas y Actividades Turísticas Reglamento de las Empresas y Actividades Turísticas
- Ley Régimen Fiscal Ley 453.
- Decreto 163 Apertura de Bebidas alcohólicas.
- Ley No. 185, Código del Trabajo, publicado en La Gaceta, 30 de octubre de

1996, núm. 205, págs. 6109-6190.

- Ley de Derechos Laborales Adquiridos, Ley No. 516, publicada en La Gaceta, 17 de enero del 2005.

6.4 Análisis de aspectos ambientales

6.4.1 Objetivo del análisis de impacto ambiental

- Proporcionar una estimación del impacto ambiental ocasionado en las etapas de construcción, equipamiento y operación del proyecto “Centro turístico y recreativo, en el municipio de Totogalpa, departamento de Madriz en el año 2019”.

6.4.2 Aspectos generales del proyecto

6.4.1.1 Insumos requeridos

Etapa de construcción

- Para los cimientos y levantamientos verticales se utilizarán como elementos principales: cemento, arena, pedrín, hierro, adobes y mallas electrosoldadas.
- Para el acondicionamiento: cerámica, cemento blanco, pintura de aceite para exteriores e interiores en todo el centro.

Etapa de equipamiento

- Instalación bomba de riego
- Instalación de tanque de almacenamiento de agua.
- Instalación de equipo de filtro de piscina
- Instalación sistema eléctrico

6.4.1.2 Descripción del manejo y disposición de los desechos / emisiones

Gestión de residuos:

- Los residuos de alimentos, aceites y grasas usadas no serán vertidos a la

red pública de alcantarillado. Serán guardados en recipientes tapados para luego darles su debido tratamiento.

- Los residuos orgánicos obtenidos se recogerán en recipientes plásticos tapados y en buen estado, fuera de áreas de preparación de alimentos y atención al cliente.
- Los residuos inorgánicos (envases y embalajes) se clasificarán en la fuente de acuerdo al tipo de material (cartón, vidrio, papel) para una disposición que priorice el reciclaje y reutilización.

Emisiones a la atmósfera:

- Se deberá contar con campanas de extracción y/o filtros de condensación de grasa, filtros de carbón activado u otros, con las especificaciones técnicas necesarias que garanticen el control de emisiones gaseosas.
- Deben instalar y dar mantenimiento a trampas de grasa.

6.4.3 Etapa de construcción

6.4.3.1 Infraestructura

La construcción se iniciará de cero, pues no existe ninguna infraestructura en el terreno destinado al centro turístico y recreativo, por lo cual se deberán realizar las siguientes acciones:

- Eliminación de arbustos y maleza en las áreas destinadas a construcción.
- Excavaciones para saneamiento, red de evacuación, aguas pluviales y fontanería.
- Movimiento de la capa superficial del terreno donde se amerite, para la colocación de la infraestructura del proyecto.
- Excavación de cimientos para la obra en construcción.
- Excavación para tanques de almacenamiento de agua.
- Construcción de bodega para almacenar los materiales.
- Construcción de cimientos, paredes, pisos, entrepisos, techos entre otros.

- Desechos sólidos y líquidos producto de la construcción (aguas residuales)

Impactos positivos

- Generación de empleo con mano de obra de la zona.
- Mayor actividad económica en la zona.

Impactos negativos

- Movimiento de tierra: producirá modificación de la estructura y permeabilidad del suelo.
- Pérdida del suelo: se originará debido al proceso de construcción del área, además se producirá también en la reparación de la vía de acceso principal al centro turístico y recreativo.
- Pérdida de la vegetación natural del área: se originará debido a la grave modificación del medio ambiente, al levantar infraestructura en lugares donde había vegetación silvestre natural de la zona.

6.4.4 Etapa de equipamiento

6.4.4.1 Instalación de equipos

Para la etapa de equipamiento, la tecnología a utilizar se enfoca principalmente en el área de piscina, áreas verdes y sistema eléctrico, por lo cual las actividades a realizar son:

- Instalación del filtro de la piscina.
- Instalación de tanque para aprovechamiento agua de piscina.
- Instalación de tanque para almacenamiento de agua potable.
- Instalación del sistema de riego para el mantenimiento de las áreas verdes del centro.
- Instalación del sistema eléctrico de toda la infraestructura.

Impactos positivos

- Alta responsabilidad por el mantenimiento de las áreas verdes con sistema de riego por goteo.
- Reutilización del agua de piscina desde su almacenamiento en tanques para alimento de inodoros y algunas llaves de limpieza y mantenimiento.

Impactos negativos

- Residuos sólidos restantes de la instalación del sistema eléctrico, no aprovechable para reciclaje.

6.4.5 Etapa de operación

6.4.5.1 Mantenimiento de equipos especializados.

Los equipos que necesitaran mantenimiento son el equipo de piscina, sistema de riego e instalaciones de canopy; el cual se realizara cada 6 meses y tendrán un equipo especializado a su cargo.

6.4.6 Situación ambiental del área de influencia

a. Medio abiótico

Suelo

El tipo de suelo que predomina son suelos entisoles, los cuales son muy poco desarrollados, con erosión intensa, de clima árido y pedregosidad por debajo del 5%. Presentan bajo potencial agrícola, baja fertilidad natural y se encuentran cubiertos de pastizales naturales y tacotales.

Lo anterior indica que, aunque el levantamiento de estructuras conlleva una modificación del medio ambiente, en este caso los suelos a trabajar poseen baja productividad agrícola y natural.

Clima

El municipio de Totogalpa está inserto en la región climática conocida como Región de Saba Tropical. Con temperaturas medias entre 23 y 24 grados centígrados. Los niveles de lluvias oscilan entre los 800 y 1,000 mm, teniendo precipitación promedio anual de 890mm.

El clima de la zona es apto para el desarrollo óptimo de las actividades turísticas planteadas; por otro lado, el nivel de lluvia ayuda al mantenimiento no solo de las áreas verdes, sino del río que es parte del paisaje del centro turístico.

Calidad del aire

La calidad del aire en la zona es alta, debido a que no hay en los alrededores fábricas ni negocios que puedan contaminar la atmósfera; sin embargo, existen riesgos como es el caso de incendios en parcelas de tierra, los cuales si llegarían afectar las zonas aledañas.

Nivel de ruido

El nivel de ruido será mínimo, pues ninguno de los equipos a utilizar representa unos decibeles altos, lo cual no interfiere con el ambiente.

b. Medio biótico

Flora

Posterior a la etapa de construcción, donde se realiza la mayor afectación a la zona, no habrá ninguna otra actividad que atente contra la flor; al contrario, se realizará una mayor reforestación y un sistema de mantenimiento de ésta.

Fauna

La fauna presente en los alrededores se verá afectada por la presencia de los visitantes, así como los vehículos que ingresaran a las instalaciones del centro, lo que podría causar un impacto de emigración hacia otros lugares, despojándolas

de esta manera de su hábitat natural inicial.

c. Medio Socioeconómico

Demografía

El crecimiento demográfico de la zona se ha fijado en 3% anual, lo cual implica una oportunidad de desarrollo y dinamismo económico.

Relaciones Sociales

Uno de los elementos del proyecto plantea que los empleados, sean prioritariamente de la zona, lo cual coadyubara una aceptación positiva por parte de la población hacia el proyecto, siendo beneficiarios directos de su instalación.

Recursos Naturales

Para el proyecto es importante la gestión correcta y sostenible de los recursos naturales, pues gran parte de su éxito, corresponde a las áreas verdes que podrán disfrutar los turistas y visitantes del centro.

Paisaje

El paisaje se verá afectado con el proyecto en la etapa de construcción de la infraestructura, sin embargo, como se puede apreciar en el plano del proyecto, las obras irán en concordancia con el paisaje, siendo elaboradas con adobes de la misma tierra del ecosistema, sin alterar de manera mayor el ambiente.

Cultura

La cultura del municipio de Totogalpa, es tradicionalista, muy abierta a la visita de turistas y la recreación desde el disfrute de los ambientes naturales como el que propone el proyecto.

6.4.7 Identificación y análisis de impactos ambientales

6.4.7.1 Identificación de impactos ambientales

- Contratación de mano de obra
- Compra de materiales
- Desechos de construcción
- Movimientos de tierra
- Contaminación sónica
- Generación de agua contaminada
- Generación de desechos solidos
- Generación de desechos orgánicos
- Generación de desechos grasos
- Generación de empleos

6.4.7.2 Metodología utilizada para la evaluación del impacto ambiental

En el presente estudio se utilizó la metodología de matrices, específicamente la matriz de Leopold, la cual permitirá definir los alcances, relacionar los posibles impactos que tendrán las diferentes actividades del proyecto con los diversos componentes o variables medioambientales y de esta manera establecer una relación causa-efecto y posteriormente asignarles un valor de importancia y jerarquizarlos.

La matriz de Leopold, fue desarrollada en los años 72 por el Dr. Luna Leopold y colaboradores, para ser aplicada en proyectos de construcción y es especialmente útil, por enfoque y contenido, para la evaluación preliminar de aquellos proyectos de los que se prevén grandes impactos ambientales. Permite estimar la importancia y magnitud de los impactos con la ayuda de un grupo de expertos y de otros profesionales involucrados en el proyecto (Espinoza, 2002, pág. 174).

En este estudio se encuentran variables como magnitud e importancia. A través de este método se asignan valores para medir la magnitud e importancia de los impactos. Debido a su complejidad la matriz de Leopold suele utilizarse de

manera modificada y segmentada.

La magnitud se refiere al tamaño, envergadura, escala o intensidad del impacto predicho, con valores fijados en este caso entre -3 y 3.

Tabla 19. Magnitud del impacto ambiental método Leopold

Criterio	Negativo	Positivo
Bajo	-1	1
Medio	-2	2
Alto	-3	3

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

Con los valores anteriores se realiza una interpretación según el valor obtenido, el cual se analiza según los siguientes criterios:

- Mayor a 0: viabilidad ambiental, es la condición óptima
- Igual a 0: condición neutral, es la mínima condición aceptable
- Menor a 0: no viabilidad ambiental, la alternativa debe desecharse.

6.4.8 Análisis del impacto ambiental

Con la ejecución del proyecto habrá afectaciones principalmente en los siguientes componentes o variables ambientales:

- Movimientos de tierra, afectando la calidad del suelo. El diseño contempla posiciones estratégicas para que fluya el agua pluvial.
- Generación de aguas contaminadas debido al uso de piscina, duchas y lavado de utensilios de cocina.
- Generación de residuos grasos y residuos sólidos en la cocina.
- Afectación de la flora debido al levantamiento de obras verticales.
- No hay actividades que reflejen una afectación directa al río coco, lo cual implica que no habrá consecuencias, todas las obras de construcción se plantean a 300 metros de la cuenca del río, dentro de la propiedad del

proyecto.

- Afectación de la fauna, en cuanto a emigración debido a la presencia de visitantes y las construcciones realizadas por su modificación de su hábitat natural.

Dichas afectaciones serán contrarrestadas con el diseño amigable de la obra, reduciendo al extremo la afectación al ecosistema, utilizando tecnologías acordes a los objetivos del proyecto:

- Aprovechamiento y utilización de materiales removidos de la misma zona (adobes y madera) para la construcción del centro turístico.
- Reutilización y almacenamiento del agua de piscina para alimentar los sanitarios del centro y una fuente de agua que se ocupa para el lavado de ceras y pisos.
- Almacenamiento de aguas pluviales para la alimentación del sistema de riego, cuidando y optimizando la utilización de agua potable.
- Alto mantenimiento de áreas verdes, con sistema de riego que asegure su óptimo estado y desarrollo.
- Reforestación de la cuenca del Rio Coco, para colaborar en el mantenimiento de su caudal y preservación del paisaje natural.
- Buen manejo de residuos grasos, con trampa de grasa y almacenamiento de aceites usados en recipientes hasta su disposición final, fuera del centro turístico.
- Tratamiento de residuos orgánicos, en modo abono, para las áreas verdes del centro turístico.

Según la ponderación de la matriz de Leopold, el resultado indica una viabilidad neutra para el proyecto, esto implica que existe un equilibrio entre las afectaciones negativas y las mitigaciones positivas en el diseño del proyecto. Debido a que las obras civiles constituyen una afectación directa al ecosistema de la zona, sin embargo, estas a su vez son contrarrestadas con tecnologías y diseños amigables con el medio ambiente.

Con el balance anterior de los impactos tanto negativos como positivos, se recomienda realizar el proyecto pues plantea medidas ajustadas a la realidad del ecosistema, y muy acertadas en cuanto a la mitigación de los impactos negativos. La tecnología propuesta, está oportunamente dispuesta en pro de la protección y preservación del medio ambiente, lo cual dota al proyecto de una gran responsabilidad social con el ecosistema.

Las medidas propuestas no solo mitigan los efectos negativos en la construcción del proyecto, sino que le brindan un aspecto de sostenibilidad ambiental a largo plazo, con una óptica saludable y viable con el medio ambiente.

Por lo anterior, el estudio de impacto ambiental concluye que el proyecto puede ejecutarse siguiendo las recomendaciones puntuales en el diseño de construcción de la obra (Anexo 31).

6.5 Estudio y evaluación financiera

6.5.1 Inversiones de capital a realizar

Las inversiones en capital de trabajo a realizarse en el proyecto corresponden a costos directos e indirectos en la producción de los servicios prestados de manera directa al cliente, los cuales son la razón de ser de la propuesta de proyecto.

Los costos directos en los servicios prestados por el centro turístico y recreativo, constan de los que están relacionados directamente con los servicios de restaurante, piscina, canopy, senderismo y cabañas. En este caso, las actividades que cuentan con insumos directos son el restaurante, cabañas y el servicio de piscina.

A su vez, se contabilizan los costos indirectos de fabricación, que constan de los costos más o menos fijos, que recaen sobre todos los servicios de manera proporcional. En este caso, se contabilizan los servicios básicos, mantenimiento del centro y útiles de aseo.

La inversión total en capital de trabajo se contabiliza en C\$ 352,811.10 córdobas para el año 1 de funcionamiento del centro turístico y recreativo, los detalles se aprecian en la tabla n°20.

Tabla 20. Tabla de resumen de capital de trabajo

RESUMEN CAPITAL DE TRABAJO				
Detalle	Costo mensual		Costo anual	
	Temporada alta	Temporada baja		
Costos directos	C\$ 23,542.00	C\$ 15,571.75	C\$	234,682.50
Insumos restaurante y cabañas	C\$ 3,700.00	C\$ 1,739.00		
Insumos piscina	C\$ 556.50	C\$ 556.50		
Mano de obra directa	C\$ 19,285.50	C\$ 13,276.25		
Costos indirectos	C\$ 10,644.05	C\$ 9,044.05	C\$	118,128.60
Servicios básicos	C\$ 5,000.00	C\$ 3,400.00		
Mantenimiento	C\$ 4,983.30	C\$ 4,983.30		
Útiles de aseo	C\$ 660.75	C\$ 660.75		
Total capital de trabajo	C\$ 34,186.05	C\$ 24,615.80	C\$	352,811.10

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

6.5.2 Costos de operación

Los costos de operación del centro turístico y recreativo, corresponden a los gastos administrativos y gastos de ventas, los cuales forman parte indispensable en el funcionamiento del centro; estos servicios son de apoyo y respaldo a las actividades propias del proyecto.

Los costos de operación propuestos corresponden a gastos en administración que contemplan: salarios del personal administrativo y servicios básicos, de estos, solo se calcula la proporción que no entra directamente como insumo en los costos de producción indirectos.

Los costos de operación propuestos corresponden al mantenimiento anual de los servicios que necesitan instalaciones especializadas como el caso de canopy y piscina. Sin embargo, se incluyó a su vez una partida para la actividad

de senderismo, lo que implica colaborar de manera directa con la sostenibilidad de las áreas aledañas al centro turístico. La partida presupuestaria destinada al mantenimiento total de las instalaciones se calculó en el 1.5% del costo de equipos, mobiliario y enseres.

En el caso de los gastos de ventas, este incluye únicamente la publicidad del centro turístico, la cual está presupuestada con cuñas radiales y volantes, distribuidas en 3 meses al año. El detalle de los gastos de operación se resume en la tabla n°21.

Tabla 21. Detalle de gastos de operación

Gastos de operación						
Actividad	Costo		Tipo de cambio		Costo en dólares	
Gastos de admón.	C\$	394,054.50	\$	31.50	\$	12,509.67
Gastos de ventas	C\$	9,900.00	\$	31.50	\$	314.29
Total	C\$	403,954.50			\$	12,823.95

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

6.5.3 Ingresos del proyecto

El centro turístico y recreativo, propone dos tarifas de precios, uno para turistas nacionales y otros para turistas extranjeros, por lo cual, el cálculo de los ingresos se realizó con ambas estructuras con un precio mínimo, según la tabla propuesta.

Del total de la cobertura estimada, se proyecta que el 70% sean turistas nacionales y un 30% turistas extranjeros, esto dio la pauta para calcular los ingresos promedios mensuales del proyecto.

Para la temporada alta, el ingreso de las ventas a nacionales se proyecta en un total de C\$131,670.00 córdobas, mientras que el ingreso de ventas a turistas extranjeros en C\$ 113.825.25 córdobas para un total mensual de C\$245,495.25 córdobas (Anexo 26).

En cuanto a la temporada baja, el ingreso por ventas a nacionales se

proyecta en C\$66,570.00 córdobas, mientras que el ingreso de ventas a turistas extranjeros es de C\$58,542.75 córdobas, para un total mensual de C\$125,112.75 córdobas. (Anexo 27).

El ingreso anual promedio del centro turístico y recreativo se calcula en C\$ 2,223,648.00 córdobas, conjugando los meses de temporada alta y temporada baja.

Tabla 22. Detalle de ingreso anual promedio

	Ingreso Mensual Promedio	Ingreso Semestral Promedio
Ingresos Temporada Alta	C\$ 245,495.25	C\$ 1472,971.50
Ingresos Temporada Baja	C\$ 125,112.75	C\$ 750,676.50
Ingreso Anual Promedio		C\$ 2223,648.00

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

6.5.4 Flujo de efectivo del proyecto

6.5.4.1 Flujo de efectivo con financiamiento

El flujo de efectivo del centro turístico y recreativo se proyectó a 5 años; los ingresos se proyectaron a un crecimiento del 3% anual, mientras que los gastos de operación a un crecimiento del 5%.

El financiamiento corresponde a C\$793,155.34 córdobas, para un porcentaje de 35% del plan de inversión global, el restante 65% es aporte de los socios.

La utilidad bruta del año 1 se calcula en C\$ 1,065,896.38 córdobas, es en este caso, es igual a la utilidad neta, debido a la exoneración de impuestos del sector turismo contemplados en la *Ley N°822*.

El flujo de caja para el año 1 es positivo, lo que brinda la certeza de la rentabilidad del proyecto, corresponde a C\$975,445.32 córdobas, llegando hasta una proyección de C\$1,906,634.12 córdobas en el año 5 (Anexo 28).

Tabla 23. Resumen flujo de efectivo con financiamiento

FLUJO CON FINANCIAMIENTO						
Descripción	Años					
	0	1	2	3	4	5
Ingresos	C\$ 2223,648.00	C\$ 2290,357.44	C\$ 2359,068.16	C\$ 2429,840.21	C\$2502,735.41	
Costos de producción	C\$ 491,103.60	C\$ 515,658.78	C\$ 541,441.72	C\$ 568,513.80	C\$ 596,939.50	
Utilidad Operativa	C\$ 1732,544.40	C\$ 1774,698.66	C\$ 1817,626.44	C\$ 1861,326.40	C\$ 1905,795.92	
Gastos de Operación	C\$ 403,954.50	C\$ 424,152.23	C\$ 445,359.84	C\$ 467,627.83	C\$ 491,009.22	
Imprevistos	C\$ 113,307.91	C\$ 118,973.30	C\$ 124,921.97	C\$ 131,168.06	C\$ 137,726.47	
Intereses	C\$ 66,069.84	C\$ 52,855.87	C\$ 39,641.90	C\$ 26,427.94	C\$ 13,213.97	
Utilidad Bruta	C\$ 1041,374.38	C\$ 1070,879.48	C\$ 1109,464.96	C\$ 1137,864.80	C\$1165,608.49	
Flujo de caja operativo	C\$ 1149,212.15	C\$ 1178,717.26	C\$ 1207,702.74	C\$ 1236,102.58	C\$ 1263,846.26	
Valor de salvamento					C\$ 779,543.83	
Inversión inicial	C\$(2266,158.11)					
Préstamo	C\$ 793,155.34					
Amortización de la deuda	C\$ -	C\$ (198,288.83)	C\$ (190,357.28)	C\$ (182,425.73)	C\$ (174,494.17)	C\$ (166,562.62)
Flujo de Caja	C\$ (1473,002.77)	C\$ 950,923.32	C\$ 988,359.98	C\$ 1025,277.01	C\$ 1061,608.40	C\$1876,827.47

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

6.5.4.2 Flujo de efectivo sin financiamiento

Por otro lado, el flujo de caja sin financiamiento, en el cual se da el supuesto de que todos los recursos son propios de los inversionistas, arroja un flujo para el primer año de C\$ 1,239,803.99 córdobas hasta llegar a una proyección de C\$ 2,086,410.70 córdobas en el año 5.

Sin embargo, este flujo es muy difícil de llevar a cabo, pues los inversionistas deberían contar con la totalidad de los recursos para la puesta en marcha de este proyecto, lo que es extremadamente dificultoso (Anexo 29).

6.5.5 Indicadores financieros

Para los dos escenarios financieros, flujo con financiamiento y flujo sin financiamiento, se realizó el cálculo de 3 indicadores financieros claves en la toma de decisiones de los proyectos de inversión como lo son VAN, TIR y Relación

Beneficio/Costo.

Para dicho cálculo se evaluaron bajo 3 valores de TREMA, con valores de 25%, 30% y 40%. Dichas tasas se diseñaron debido a 3 parámetros, inflación esperada del año actual, deslizamiento de la moneda y expectativas de ganancias, por lo cual la tasa mínima fue 25%.

El VAN obtenido bajo los 3 escenarios es alto, e indica con seguridad la recuperación de la inversión en menos de un año, la TIR corresponde a un 65% lo que indica un retorno moderado con apalancamiento, más alto que la TREMA mayor planteada de 40%.

Finalmente, el indicador de la relación costo beneficio, reafirma la rentabilidad de la inversión proyectando por cada C\$ 1.00 córdoba financiado una ganancia de C\$ 0.63 córdobas adicionales en el primer escenario; mientras que con la TREMA más alta el beneficio baja hasta C\$ 0.53 córdobas por cada córdoba financiado. El detalle se muestra en el cuadro N°24.

Tabla 24. Indicadores financieros con financiamiento

TREMA	25%	30%	40%
VAN	C\$1495,061.73	C\$1187,159.29	C\$709,448.92
TIR	65%		
RELACION BENEFICIO/COSTO	1.63	1.59	1.53
Costo Actualizado	C\$3848,566.96	C\$3553,111.85	C\$3088,458.53
Beneficio	C\$6267,948.95	C\$5664,321.50	C\$4714,440.46

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

En cuanto a los indicadores sin financiamiento, el VAN es menor que el calculado en el flujo con financiamiento; la TIR se calcula en 49%, lo cual proyecta un retorno positivo en la inversión mayor que la TREMA más alta, con una relación beneficio costo de C\$1.98 córdobas en el escenario de TREMA al 25%. El detalle se muestra en el cuadro n°25.

Tabla 25. Indicadores financieros sin financiamiento

TREMA	25%	30%	40%
VAN	C\$1323,955.27	C\$961,115.03	C\$395,866.32
TIR	49%		
RELACION BENEFICIO/COSTO	1.98	1.98	1.98
Costo Actualizado	C\$6344,043.35	C\$5732,989.44	C\$4771,443.89
Beneficio	C\$12535,897.90	C\$11328,643.00	C\$9428,880.93

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

El periodo de recuperación de la inversión estimado para los indicadores con financiamiento corresponde a 2 años, 2 meses y 25 días.

6.5.6 Análisis de sensibilidad del proyecto

Se realizó un análisis de sensibilidad con dos escenarios para analizar la capacidad. Los supuestos en el escenario 1 se analizó el proyecto con el mismo ingreso y un aumento del 10% en los costos. Se obtuvo una VAN positiva con la primera tasa de descuento y una TIR del 58%, con una relación costo beneficio de C\$0.52 córdobas.

Los datos indican que sigue siendo rentable con una TREMA del 30% y el 40% pues existe un VAN positivo. Por lo cual proyecto puede resistir un aumento del 10% de los gastos y seguir siendo rentable. Los detalles se aprecian en el cuadro n°26.

Tabla 26. Indicadores escenario 1

TREMA	25%	30%	40%
VAN	C\$1222,481.16	C\$940,907.43	C\$504,609.86
TIR	58%		
RELACION BENEFICIO/COSTO	1.52	1.49	1.43
Costo Actualizado	C\$4121,147.52	C\$3799,363.71	C\$3293,297.59
Beneficio	C\$6267,948.95	C\$5664,321.50	C\$4714,440.46

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

El escenario 2 se calculó con el mismo costo, pero con una reducción del 20% de los ingresos, con la cual se obtuvo un VAN rentable en las dos primeras TREMA y una TIR del 32%, con una relación costo beneficio de C\$ 0.30 córdobas de ganancia por cada C\$ 1.00 córdoba invertido. Los detalles se aprecian en el cuadro n°27.

Tabla 27. Indicadores escenario 2

TREMA	25%	30%	40%
VAN	C\$241,471.94	C\$54,294.99	(C\$233,439.17)
TIR	32%		
RELACION BENEFICIO/COSTO	1.30	1.28	1.22
Costo Actualizado	C\$3848,566.96	C\$3553,111.85	C\$3088,458.53
Beneficio	C\$5014,359.16	C\$4531,457.20	C\$3771,552.37

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

El análisis de sensibilidad concluye que el proyecto deja de ser rentable al disminuir en 20% sus ingresos, siempre y cuando se trabaje con una TREMA mayor al 30%.

En el escenario nacional dicha tasa es bastante alta para el sector turismo, por lo cual consideramos que el proyecto presenta un nivel de sensibilidad intermedio, que permite recomendar la realización del proyecto.

6.5.7 Planes de financiamiento

El plan de financiamiento del centro turístico y recreativo contemplan la anexión al programa Fideicomiso implementado a través del INTUR y Banpro, para promover el desarrollo y mejora de calidad de los servicio y productos de os negocios turísticos.

Dicho programa está dirigido tanto a personas naturales como jurídicas que deseen gozar de la otorgación de créditos con intereses justos la micro, pequeña y mediana empresa turística. Está disponible tanto para negocios establecidos como para iniciativas nuevas de negocios, lo cual se adecua a la necesidad de

financiamiento del proyecto.

Las condiciones del fideicomiso se resumen en:

- Plazo máximo de 5 años
- Periodo de gracia de 6 meses hasta 1 año
- Comisión por desembolso del 3%
- Tasa de interés del 8.33%
- Contrato de seguro de vida
- Contrato sobre seguro de activo
- Montos de \$3,000 dólares a \$30,000 dólares, sin embargo, realizan excepciones de mayor monto dependiendo del tipo de proyecto.

El plan de financiamiento del centro turístico está diseñado a 5 años, con cuotas anuales a una tasa de interés del 8.33%, la cantidad a financiar corresponde a C\$ 793,155.34 córdobas, con una comisión por desembolso de C\$ 19,828.88 córdobas (Anexo 25).

6.5.7.1 Análisis integral de los criterios de evaluación

El proyecto se evaluó desde la perspectiva financiera considerando los indicadores más relevantes: VAN, TIR Y relación beneficio-costos; todos ellos evaluados en 3 escenarios, el primer escenario con las condiciones normales proyectadas al proyecto, un segundo escenario pesimista con disminución de ingresos y un tercer escenario pesimista con 20% menos en porcentaje de ingresos.

El valor actual neto, en el escenario con financiamiento que es el ideal para la ejecución del proyecto, indica alta rentabilidad, estimando altos ingresos generados para los 5 años proyectados. La tasa interna de retorno, dio como resultado una posibilidad alta en el retorno de la inversión, siendo mayor que la TREMA establecida.

La relación beneficio costo da pauta de ganancias en el escenario principal,

lo cual indica alta rentabilidad de la inversión, siendo mayor que C\$ 1.00 en la mayoría de panoramas proyectados, lo cual a su vez indica poca sensibilidad de la rentabilidad en cuanto a la baja en los ingresos, brindando un colchón de seguridad para los inversionistas.

El estado financiero proyectado a 5 años, para el proyecto, contempla un total de activos de C\$ 2,763,952.15 córdobas, contando con un capital para el primer año de C\$ 1,916,261.23 córdobas y un total de pasivos de C\$ 847,690.92 córdobas (Anexo 30).

7. PROPUESTA DE PLAN DE GESTION

La propuesta del plan de gestión para el proyecto de construcción y equipamiento del centro turístico y recreativo en el municipio de Totogalpa, está cimentado en la guía metodológica de Project Management Body of Knowledge en su 6ta edición 2017, publicado por Project Management Institute, Inc. de Estados Unidos.

7.1 Gestión de integración

7.1.1 Acta de constitución

Nombre del Proyecto: Construcción y equipamiento del centro turístico y recreativo en el municipio de Totogalpa, departamento de Madriz en el año 2019.

Encargado del Proyecto: Omeir-Solis, S.A.

- Lic. Geniessell Omeir. Encargada de trámites y permisos legales.
- Lic. Vania Solis. Encargada de ejecución de obras y equipamiento.

Justificación: La idea de la construcción y equipamiento de un centro turístico y recreativo en el municipio de Totogalpa, nace de la necesidad de cobertura de un porcentaje significativo de turistas visitantes de la región que no encuentran satisfacción en la limitada oferta de servicios turísticos presentes en el

municipio. Dicha idea fue formulada y evaluada, según los criterios de los turistas mismos en el estudio de prefactibilidad presentado en los ítems anteriores, donde se demuestra la conveniente aceptación y rentabilidad del proyecto, para su ejecución.

Objetivo:

- Construir, equipar y legalizar un centro de carácter turístico y recreativo, que cuente con una variedad de actividades que promuevan el contacto directo y amigable con la naturaleza, propiciando el aprovechamiento oportuno de los recursos naturales, con carácter sostenible, dentro de un ambiente sano, agradable y familiar, en el municipio de Totogalpa, departamento de Madriz.
- Seleccionar y contratar al personal, tanto de ejecución como de operación del centro turístico, según las necesidades y requerimientos profesionales específicos de cada una de las actividades a desarrollar descritas en el proyecto, dando prioridad a la población originaria de la zona.

Partes implicadas:

- Junta directiva: encargada de aprobar diseño, supervisión de costos y cumplimiento de plazos para todos los procesos.
- Autoridades: coordinación y cumplimiento de permisos y supervisiones pertinentes a la obra.
- Contratistas: ejecución de obras civiles, correcta información del desarrollo de la obra y de los posibles contratiempos, costos no contemplados o cualquier modificación del plan inicial.
- Asesores: encargados de brindar las supervisiones pertinentes cada uno en su debido campo de experto, así como un informe final donde se contraste lo propuesto en el estudio de pre factibilidad y lo ejecutado; así como recomendaciones de considerarse necesario.

Estimación inicial de tiempo: La fecha de finalización estimada de toda la obra, se proyecta hacia el 25 de febrero de 2019.

Estimación inicial de costos: La estimación inicial de costos para la puesta en marcha del proyecto se calcula en C\$ 1431,299.51 córdobas netos.

7.1.2 Desarrollo del plan del proyecto

Requerimientos y responsables de aprobación:

- Aprobación del diseño preliminar: Socios
- Aprobación del contrato de construcción: Socios
- Aceptación final de la obra: Socios
- Aceptación de cambios en plazos y/o costes adicionales: Encargado de obras civiles.

Requerimientos del Proyecto: La gestión del proyecto conlleva los siguientes productos entregables:

- Estudio pre factibilidad del proyecto
- Acta de constitución del proyecto
- Estructura de desglose de trabajo
- Cronograma de gestión de trabajo
- Cronograma de ejecución del proyecto

El Cronograma de gestión del proyecto, que corresponde a la planificación realizada para la gestión del mismo, permitirá identificar las actividades principales para establecer el plan de proyecto. Mientras que, el Cronograma de ejecución del proyecto, permitirá establecer las actividades que se deben realizar para la implementación de la

7.2 Gestión del alcance

Enunciados del alcance del proyecto:

- Realizar un estudio de pre factibilidad que establezca la rentabilidad del proyecto.

- Establecer la estructura de trabajo organizativa para la gestión del proyecto.
- Establecer la tramitación legal y permisos necesarios para el proyecto.
- Programar la ejecución de obras físicas del proyecto.
- Establecer tiempos y cumplimiento de plazos reales a las etapas del proyecto.
- Planificar posibles imprevistos, niveles de riesgo y contratiempos que el proyecto pueda presentar en el transcurso de su ejecución.

Para los anteriores enunciados se proponen las siguientes actividades:

Tabla 28. Propuesta de actividades

TEtapa	Actividades
a. Definición, Organización y Roles del Proyecto.	i. Coordinar al equipo de proyecto, explicitar y documentar claramente cuáles son los roles que cada integrante del equipo cumplirá. ii. Coordinar con socios e INTUR (ente financiador) la obtención de los recursos logísticos, económicos y técnicos necesarios para desarrollar el proyecto.
b. Identificación de Stakeholders	Omeir-Solis, S.A. INTUR, Alcaldía, Catastro, DGI, Policía Nacional, MINSA, Contratistas Asesores legales, ambientales y civiles.
c. Actividades del Proyecto	Definir áreas afectadas por el proyecto. Revisión de documentación existente, relacionada con los procesos actuales. Conocimiento de la organización

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

Descripción detallada de entregables:

- Estudio pre factibilidad del proyecto

El estudio de pre factibilidad del proyecto establece las condiciones actuales en que se encuentra la oferta turística de la región, así como la ratificación de la existencia de un nicho de mercado desatendido, que muestre una

oportunidad de inversión en dicho rubro. Por otro lado, establece también el nivel de rentabilidad y lucro, necesarios para la toma de decisiones de la ejecución o no del proyecto de inversión.

- Acta de constitución del proyecto

El acta de constitución del proyecto resume de una manera sencilla y concisa la descripción básica del proyecto, brindando una idea global de lo que el proyecto persigue y establece.

- Estructura de desglose de trabajo

El desglose de trabajo se refiere a la especificación de las actividades a realizar por cada uno de los miembros del equipo de trabajo, con sus respectivas responsabilidades y funciones.

- Cronograma de gestión de trabajo

El cronograma establece a detalle de qué manera se gestionará el proyecto, brindando información importante y detallada para la ejecución y puesta en marcha del mismo.

- Cronograma de ejecución del proyecto

El cronograma de ejecución establece a detalle las tareas y el plazo de cumplimiento para cada una, además de su responsable y recursos asignados.

7.3 Gestión del tiempo

Estructura de desglose de trabajo con tiempo asignado: A continuación, se muestra la lista de actividades que implica el proyecto, con la estimación de tiempo de ejecución y fechas específicas de avances en cada etapa.

Tabla 29. Estructura de desglose de trabajo

EDT	Tarea	Duración	Inicio	Fin
1	Implementación plan de gestión	91 días	05/11/2018	25/03/2019
1.2	Gestión del proyecto	15 días	05/11/2018	30/11/2018

1.2.1	Gestión de la integración	5 días	05/11/2018	09/11/2018
1.2.1.1	Acta de constitución	3 días	12/11/2018	14/11/2018
1.2.1.2	Revisión de riesgos y probabilidades	5 días	14/11/2018	20/11/2018
1.2.1.3	Documentación de resultados	2 días	20/11/2018	21/11/2018
1.2.2	Gestión de alcance	5 días	22/11/2018	28/11/2018
1.2.2.1	Planificación del alcance	1 día	22/11/2018	22/11/2018
1.2.2.2	Monitoreo de actividades	1 día	23/11/2018	23/11/2018
1.2.2.3	Monitoreo de desglose de tareas	2 días	26/11/2018	27/11/2018
1.2.2.4	Documentación de resultados	1 día	28/11/2018	28/11/2018
1.2.3	Gestión del tiempo	3 días	29/11/2018	03/12/2018
1.2.3.1	Definición de actividades con plazo de cumplimiento	2 días	29/11/2018	30/11/2018
1.2.3.2	Documentación de resultados	1 día	03/12/2018	03/12/2018
1.2.4	Gestión de costos	4 días	04/12/2018	07/12/2018
1.2.4.1	Revisión de presupuesto	3 días	04/12/2018	06/12/2018
1.2.4.2	Documentación de resultados	1 día	07/12/2018	07/12/2018
1.2.5	Gestión de calidad	5 días	10/12/2018	14/12/2018
1.2.5.1	Definición de plan de calidad	4 días	10/12/2018	13/12/2018
1.2.5.2	Documentación de resultados	1 día	14/12/2018	14/12/2018
1.2.6	Gestión de recursos humanos	5 días	17/12/2018	21/12/2018
1.2.6.1	Definición de proceso de contratación de personal	2 días	17/12/2018	18/12/2018
1.2.6.2	Definición de proceso de capacitación de personal	2 días	19/12/2018	20/12/2018
1.2.6.3	Documentación de resultados	1 día	21/12/2018	21/12/2018
1.2.7	Gestión de riesgos	2 días	03/01/2019	04/01/2019
1.2.8	Gestión de adquisiciones	9 días	07/01/2019	17/01/2019
1.2.8.1	Gestión de contratos	2 días	07/01/2019	08/01/2019
1.2.8.2	Gestión de compras de materiales de construcción	3 días	09/01/2019	11/01/2019
1.2.8.3	Gestión de compras de equipamiento	3 días	14/01/2019	16/01/2019
1.2.8.4	Documentación de resultados	1 día	17/01/2019	17/01/2019
1.2.9	Implementación de obras civiles	34 días	21/01/2019	07/03/2019
1.2.9.1	Movimientos de tierra y levantamiento de estructuras	30 días	21/01/2019	01/03/2019
1.2.9.2	Limpieza y entrega de obras civiles	3 días	04/03/2019	06/03/2019
1.2.9.3	Documentación de resultados	1 día	07/03/2019	07/03/2019
1.2.10	Implementación de obras de equipamiento	7 días	08/03/2019	18/03/2019

1.2.10.1	Ambientación adecuada del centro turístico y recreativo	6 días	08/03/2019	15/03/2019
1.2.10.2	Documentación de resultados	1 día	18/03/2019	18/03/2019
1.2.11	Procesos de cierre	2 días	19/03/2019	21/03/2019
1.2.11.1	Cierre de los contratos	1 día	22/03/2019	22/03/2019
1.2.11.2	Termino de proceso de cierre	1 día	25/03/2019	25/03/2019

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

Desarrollo del cronograma de actividades: De acuerdo a las actividades, duración y secuencia definidos anteriormente, y considerando a quienes tendrán participación en este proyecto, se propone el cronograma de gestión, respetando las fechas pactadas y establecidas para la gestión y ejecución del proyecto (Anexo 32).

7.4 Gestión de Costos

Supuestos de la gestión del proyecto:

- El estudio de pre factibilidad realizado se llevó a cabo por los socios que proponen el proyecto, quienes realizan a actividad en el marco académico de la consecución del título de “Master en Administración de Empresas”.
- La gestión del proyecto no contempla desembolsos asociados a la planificación de este tipo, pues la realizó el mismo equipo de estudio de pre factibilidad.
- Los documentos de gestión del proyecto serán propiedad de los socios y resguardados en la administración del mismo, como parte de la información de la empresa.
- Los costos referidos a la gestión del proyecto deben desglosarse de la partida de inversión diferida previamente establecida en el estudio de pre factibilidad y de la porción de imprevistos, en caso de ser necesario.

Control de presupuesto:

El presupuesto presentado en el estudio de pre factibilidad consiste en un estimado de las inversiones y gastos necesarios para la puesta en marcha del proyecto, sin embargo, actualmente el proyecto no posee recursos económicos asignados, pues se trata de un emprendimiento nuevo de negocio que necesita un financiamiento total tanto de las obras civiles como del capital de trabajo.

7.5 Gestión de la Calidad

La gestión de la calidad del proyecto está encaminada al aseguramiento de la correcta realización de los procedimientos y actividades contempladas, así como el control de los documentos entregables del proyecto.

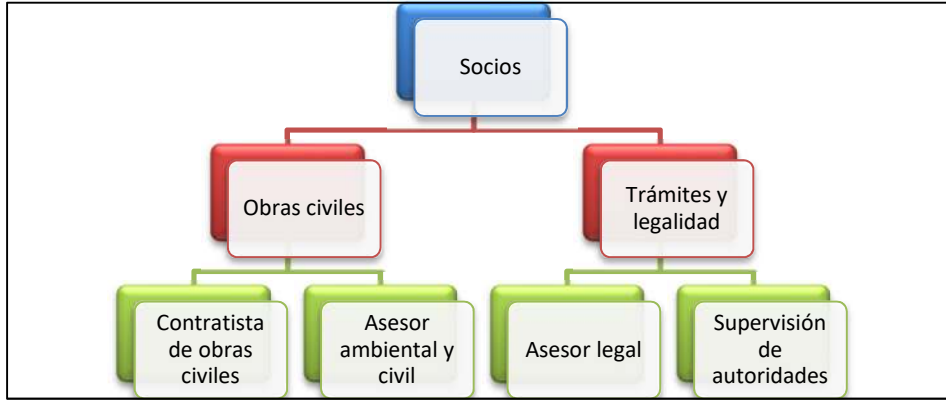
Objetivos de la gestión de la calidad:

- Asegurar el cumplimiento debido de los procedimientos de acuerdo a las leyes y estándares establecidos.
- Descubrir imprevistos no contemplados dentro del proyecto, para facilitar su anexión y resolución, impidiendo cualquier contratiempo que signifique afectación al presupuesto y/o al tiempo contemplado.
- Monitorear cualquier tipo de desviación o incumplimiento de las tareas, para tomar acciones correctoras de manera prematura.

Estructura organizativa:

La estructura organizativa de la gestión de proyecto recae sobre los socios, quienes son los responsables de analizar el cumplimiento y calidad de todas y cada una de las actividades a ejecutar; sin embargo, es imperativa la cooperación de los encargados de las obras, pues ellos se encargarán de informar cualquier contratiempo, riesgo no contemplado y/o imprevisto que surja durante la ejecución.

Ilustración 12. Estructura organizativa de gestión del proyecto.



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

Roles y responsabilidades:

Según la estructura organizativa los roles y responsabilidades de cada participante en la gestión del proyecto son fundamentales, su delimitación y enmarcada definición, son parte de la gestión de calidad del mismo, para cumplir tareas y plazos esperados.

Tabla 30. Roles y responsabilidades

Rol	Responsabilidades
Contratista de obras civiles	<p>Asegurar el cumplimiento de los estándares de calidad esperados en las obras civiles.</p> <p>Reportar los avances, así como contratiempos y/o imprevistos que salgan en el desarrollo de la ejecución de las actividades.</p> <p>Proveer elementos para la corrección o mejora de los procedimientos a realizar.</p> <p>Solicitar con previa antelación los recursos necesarios para el correcto desarrollo de las obras, así como materiales de construcción y maquinaria necesaria.</p>
Asesor ambiental	<p>Asegurar el cumplimiento de los estándares de calidad en cuanto al impacto ambiental esperados de las obras de construcción.</p> <p>Asegurar el aminoramiento de los impactos ambientales negativos del proyecto.</p> <p>Reportar los avances e imprevistos que no hayan sido contemplados dentro del proyecto, en cuanto a impacto ambiental.</p> <p>Realizar una supervisión final donde detalle su valoración del impacto ambiental y si este coincide con el estimado en el proyecto.</p>

Asesor civil	Supervisar la calidad de los materiales comprados para la construcción. Supervisar el cumplimiento de los estándares de calidad esperados en las obras civiles. Realizar una supervisión final donde detalle su valoración de las obras civiles, y si estas corresponden con el diseño, costos y materiales contemplados en el proyecto.
Asesor legal	Supervisar la tramitación de todos los permisos y matriculas en su debido tiempo y forma. Realizar una supervisión final de la documentación legal de la empresa y los contratos de la gestión del proyecto.
Supervisión de autoridades	Realizar las inspecciones pertinentes que establece la ley para la otorgación de los permisos correspondientes para el funcionamiento del proyecto.
Socios	Asegurar el cumplimiento de los estándares de calidad en las actividades y tareas de cada uno de los involucrados en la gestión del proyecto. Documentar todos los avances y términos de cada una de las etapas como información de la empresa. Garantizar los recursos económicos para la consecución de las actividades necesarias sin interrupción y de manera eficiente. Toma de decisiones en cuanto a imprevistos y/o riesgos no contemplados, buscando la solución más pertinente.

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

Actividades para la gestión de calidad: la gestión de la calidad del proyecto debe basarse en reflejar el estándar que debe obedecer la gestión del proyecto, en cuanto al monitoreo y seguimiento, así como los resultados que deben ser debidamente documentados y entregados. Ya definida cada etapa de gestión, la evaluación de la calidad se registrará de acuerdo a los debidos procesos implementados y la evaluación de cada experto en su campo de acción; así como de la documentación entregada como resultado final.

Entre la documentación presentada se establece:

- Documentación de resultados: cada una de las etapas de gestión y ejecución deben contener como resultado final una supervisión que avale el término de la etapa según su encargado de ejecución y supervisor de calidad según el ramo de la actividad.
- Revisión de ajustes del proyecto: en caso de presentarse imprevistos, es

necesario que estos se documenten, para anexarlos al proyecto original.

- Informe de recomendaciones finales: en caso de que alguno de los expertos realice recomendaciones a futuro no contempladas para el proyecto, es necesario recogerlas para su anexión al proyecto, en vista de futuras ampliaciones.

7.6 Gestión de Riesgos

La gestión de riesgos corresponde a la planificación, análisis y posible respuesta ante riesgos posibles en la ejecución del proyecto, los cuales serán abarcados desde la siguiente óptica:

- Estimación y planeación de las actividades de análisis, planeación y gestión del riesgo para el proyecto.
- Determinar que riesgos pueden afectar el proyecto y documentarlos.
- Medir la probabilidad y consecuencias de los riesgos, estimando sus implicaciones en los objetivos del proyecto.
- Desarrollar procedimientos para disminuir las amenazas en los objetivos del proyecto.

Riesgos estimados que pueden afectar al proyecto:

Tabla 31. Riesgos estimados

Categoría	Descripción de riesgo	Probabilidad	Impacto del riesgo	Nivel
Recursos Humanos	Personal poco calificado	1	4	4
	Abandono temporal y/o definitivo de miembros del equipo de proyecto	2	2	4
Administración y costos	Bajo control de avances y cronogramas definidos	2	3	6
	Modificación de presupuestos estimados del proyecto	4	5	20
	Aplicación de multas	1	4	4
	Incumplimiento de plazos	4	3	12

Externos	Desastres naturales	3	5	15
	Aumento del riesgo país	5	5	25

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

*PROBABILIDAD DE ACUERDO A MATRIZ EN ANEXO 33.

* IMPACTO SEGÚN MATRIZ EN ANEXO 34.

*NIVEL SEGÚN ANEXO 35.

Plan de acción para la gestión de riesgos:

Tabla 32. Plan de acción para la gestión de riesgos

Posible respuesta	Acción preventiva	Responsable
Evitar	Realizar una selección de personal adecuada de acuerdo a las necesidades el proyecto y en asesoría con los expertos en cada campo.	Socios
Evitar	Iniciar operaciones con los contratos debidamente formulados, brindando una comunicación clara y acertada al trabajador que disminuya el riesgo de deserción.	Contratistas
Evitar	Sistematización de los procesos de control y seguimiento, con su respectiva revisión semanal de acuerdo al cronograma programado.	Socios y contratistas
Reducir	Contar con un plan de disminución de costos, mediante el cual se determine claramente los márgenes de viabilidad de llevar a cabo el Proyecto	Socios
Evitar	Realizar con previa antelación los tramites con las autoridades previendo cualquier tipo de multas por desconocimiento y/o pagos tardíos.	Socios
Reducir	Prever y planificar por adelantado los tiempos en que no se encuentren disponibles los miembros del equipo, vacaciones, días feriados y/o cualquier vislumbamiento que signifique el atraso de la ejecución del proyecto.	Contratistas
Evitar	Realizar coordinaciones con las autoridades pertinentes (Comupred) para la creación de un pequeño plan de emergencia en caso de desastres naturales.	Socios y autoridades
Reducir	Revisar las proyecciones realizadas del análisis de sensibilidad, y proyectar las cifras de acuerdo al incremento en el índice de riesgo país, revisar la tasa pactada del financiamiento y los índices macroeconómicos más importantes.	Socios

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

7.7 Gestión de los Recursos Humanos

Descripción de roles en el proyecto:

Socios: son el equipo del proyecto, los cuales están a cargo de la planificación y desarrollo del proyecto, realizando las actividades administrativas, de adquisición y supervisoras. Por otro lado, deben:

- Documentar los resultados y procedimientos de cada una de las etapas de ejecución.
- Encargados de trámites legales.
- Previsión de materiales y compras en tiempo y forma pertinente al cronograma de avances.
- Manejo de presupuesto y adquisiciones.

Asesor civil: está a cargo de las supervisiones de materiales a utilizar, procedimientos y una supervisión final donde se detalle el resultado de la ejecución y recomendaciones finales.

Asesor ambiental: está a cargo de la evaluación del impacto ambiental de las obras civiles, y de una supervisión final con recomendaciones a futuro.

Asesor legal: encargado de la tramitación de permisos y pago de aranceles necesarios para la ejecución del proyecto. Debe documentar debidamente todos los trámites legales como archivo de la empresa.

Contratista de obras civiles: encargados del levantamiento de obras y limpieza y entrega de la obra terminada y lista para su puesta en marcha. Debe asegurar la calidad de la obra y los procedimientos realizados, entregando un informe final sobre lo contemplado en el estudio de pre factibilidad y lo realizado, enfatizando los imprevistos y/o modificaciones realizadas.

7.8 Gestión de la comunicación

La gestión de la comunicación constará con dos canales, uno formal y otro informal. Dentro de los canales formales se contempla el uso del correo electrónico entre los miembros del proyecto, el cual deja una constancia de la comunicación y copia de los documentos enviados. Cada destinatario deberá a su vez notificar de recibido para lograr una comunicación más confiable.

Se realizarán visitas de campo, debidamente documentadas para el monitoreo del avance del proyecto, esta constara de una documentación formal sobre los puntos observados y los avances realizados, así como imprevistos y/o otras observaciones pertinentes.

Las reuniones se contemplan en el marco de una comunicación de gran importancia para el proyecto o cuando se deba discutir algún punto que necesite diversidad de opiniones; cada reunión tendrá su acta para archivar en la ejecución del proyecto.

Dentro de los canales informales, se establece el teléfono móvil, ya sea por llamada o mensaje de texto y whatsapp, este canal facilita la rapidez del flujo de información dentro de los involucrados, para atender cualquier tipo de emergencia o situaciones que requieran una respuesta inmediata. La única desventaja es que por medio de este canal no habrá ningún tipo de documentación que respalde.

8. CONCLUSIONES

El estudio de prefactibilidad de la construcción y equipamiento del centro turístico y recreativo en el municipio de Totogalpa, constituye una alternativa innovadora y atractiva para la zona, desde el punto de vista turístico y de desarrollo local; promoviendo el turismo de aventura, turismo recreativo y de contacto con la naturaleza en un solo centro, a precios accesibles.

Es evidente, la excelente percepción que tienen los turistas del municipio de Totogalpa, pues están conscientes de los atractivos turísticos que este posee, sin embargo, es latente el alto nivel de insatisfacción debido a la limitada y casi inexistente infraestructura turística desarrollada, puesto que no poseen propuestas innovadoras ni se ha aprovechado el potencial turístico de la zona.

El estudio de mercado concluye la existencia de una demanda potencial insatisfecha de 6,450 turistas que anualmente visitan el municipio de Totogalpa, los cuales son en su mayoría jóvenes nacionales, con un porcentaje importante de turistas internacionales a tomar en cuenta.

La oferta turística del municipio es pobre en cuanto a servicios ofertados con una capacidad de cobertura de 300 turistas, los lugares no presentan un carácter específicamente turístico, ni innovación en las actividades y/o instalaciones, lo cual afecta directamente la afluencia de turistas al municipio.

El proyecto está diseñado para dar cobertura a 3,600 turistas anualmente, cubriendo el 56% de la demanda potencial insatisfecha del municipio. Las proyecciones de ingreso anual se calculan en C\$ 2223,648.00 córdobas para el año 1; con precios diferenciados para turistas nacionales y turistas extranjeros.

Por otro lado, el estudio técnico concluye un aprovechamiento de los recursos de la zona para la construcción del centro turístico; la ingeniería del proyecto contempla materiales propios de la zona, así como generación de

empleos temporales y permanentes.

El centro turístico en términos legales, posee una gran ventaja con la Ley N°822, la cual establece exoneración de pago para los trámites necesarios en todas las instituciones involucradas, en este caso, Policía Nacional, MINSA, Bomberos y Alcaldía; así como también una importante exoneración de pago de impuestos.

La inversión inicial para la puesta en marcha del proyecto se estimó en C\$ 2266,158.11 córdobas, que corresponde al monto de inversión global, del cual se pretende un financiamiento del 35%, mientras el 65% restante correspondería al aporte de los socios.

La evaluación financiera del proyecto, se estableció con una tasa de interés preferencial del 8.33% gracias al programa de Fideicomiso para el sector turístico impulsado por Banpro e Intur, dando como resultado indicadores rentables con un VAN positivo y una TIR del 65%, mayor a la TREMA establecida lo que supone una segura recuperación de la inversión en los 3 escenarios proyectados, con una recuperación de la inversión en 2 años, 2 meses y 25 días.

El impacto ambiental del centro turístico y recreativo, según la matriz de Leopold determinó impactos negativos por las obras de construcción las cuales representan una afectación directa al ecosistema de la zona; sin embargo, el diseño y las tecnologías amigables planteadas en el proyecto contrarrestan el impacto ambiental negativo y apuntan a la sostenibilidad ambiental.

La propuesta de plan de gestión es una herramienta vital para el perfecto funcionamiento de la ejecución y puesta en marcha del proyecto; estableciendo las áreas de gestión más importantes y de mayor rigurosidad en el proceso.

9. RECOMENDACIONES

Se recomienda realizar alianzas estratégicas con diversas entidades públicas y privadas, así como escuelas y universidades, que deseen implementar prácticas o actividades turísticas, y tengan presentes el centro turístico y recreativo como una alternativa tanto para desarrollo de actividades grupales como festejos y seminarios, o como centro de prácticas para formación de futuros profesionales.

Diseñar campañas publicitarias a través de los diferentes medios de comunicación masivos o disponibles aprovechando las características turísticas, de limpieza y seguridad del municipio. Incluyendo campañas de promoción y distribución de información sobre los servicios y atractivos eco turísticos del embarcadero en lugares estratégicos dentro del casco urbano.

Diversificar los servicios y atractivos turísticos que preste el Centro Turístico según la preferencia de los clientes y las iniciativas o ideas de los miembros de los comités.

Elaborar un plan de interrelaciones entre los recursos que posee la zona para generar mayores atractivos eco turísticos y la creación de nuevas rutas eco turísticas con otros recursos del municipio.

Creación de nuevas rutas turísticas que relacione el ecoturismo, turismo rural e histórico en el municipio.

Colocar rótulos o vallas publicitarias con el nombre y servicios que presta el Centro Turístico y señales de ubicación del éste en lugares estratégicos. Gestionar con el INTUR la colocación de dicha señalización de ser necesario. Además de un rotulo informativo del Centro Turístico que indique los atractivos y precios, según clasificación afuera del mismo.

10. BIBLIOGRAFIA

- Acevedo, I. (30 de Abril de 2008). *Turismo la nueva cara de Nicaragua*. Obtenido de El Observados Economico: <http://www.elobservadoreconomico.com/articulo/580>
- Alcaldia del Poder Ciudadano. (2012). *Caracterizacion del Municipio de Totogalpa*. Totogalpa: Alcaldia del Poder Ciudadano.
- Alcaldia Municipal de Totogalpa. (2009). *Plan Estrategico de Desarrollo Turistico Municipal*. Totogalpa: Instituto Nicaraguense de Turismo.
- Alcaldia Municipal de Totogalpa. (21 de 02 de 2018). *Alcaldia de Totogalpa*. Obtenido de http://www.totogalpa.gob.ni/proyectos.php?idalctoto_proyectos=33
- Alvaro, B. (10 de Julio de 2015). *El 19 digital*. Obtenido de <https://www.el19digital.com/articulos/ver/titulo:31333-nicaragua-resalta-ventajas-competitivas-durante-el-foro-global-de-toronto>
- Aragon, W. (21 de Febrero de 2014). Palmira Ecologica. *La Prensa*.
- Arauz, J., Gutiérrez, M., & Úbeda, A. (2016). *Estrategias de Promoción Turísticas para el Proyecto Geo Parque Rio Coco, departamento de Madriz, durante el segundo semestre del año 2015*. Esteli: UNAN Managua-FAREM Esteli.
- Arias, F. (2012). *El Proyecto de la Investigacion*. Caracas: Episteme.
- Baca, G. (2010). *Evaluacion de Proyectos*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Banco Central de Nicaragua. (2016). *Nicaragua en Cifras*. Managua: Banco Central de Nicaragua.
- Banco Central de Nicaragua. (2017). *Nicaragua en Cifras*. Managua: BCN.
- Bayón, F., & Martín, I. (2004). *Operaciones y Procesos de produccion en el sector turistico*. Vallehermoso, Madrid: Sintesis.
- Bejarano, M. (30 de Enero de 2018). Hoy presentan directorio turistico en Nicaragua. *El Nuevo Diario*, pág. 4.
- Bernal, C. (2010). *Metodologia de la Investigacion*. La Sabana: Pearson Educacion.
- Briones, G. (2014). *Métodos y Técnicas de investigación para las Ciencias Sociales*. Bogota: INSTITUTO COLOMBIANO PARA EL FOMENTO.
- Castro, Y., Gaitan, J., & Tapia, C. (2015). *Contribucion del sector turisco nicaraguense en los aspectos eocnomico, social y ambiental en los años 2009-2013*. Esteli: UNAN

MANAGUA/FAREM ESTELI.

- Chavarria , K., & Munguia, C. (10 de Abril de 2017). Semana Santa impone ritmo al turismo. Managua, Managua, Nicaragua.
- Cruz, J. D. (01 de Marzo de 2018). Divisas por turismo crecieron 30% en 2017. *El Nuevo Diario*.
- Duarte, I. (18 de Febrero de 2016). Turismo rural toma fuerza. *El Nuevo Diario*.
- El Nuevo Diario. (31 de Enero de 2018). Turismo dejó a Nicaragua 700 millones de dólares en ingresos en 2017. *El Nuevo Diario*, pág. 1.
- Espinoza, G. (2002). *Gestion y Fundamentos de Evlucion Ambiental*. Santiago: CED.
- Fontaine, E. (2008). *Evaluacion Social de Proyectos*. Chile: Pearson Educacion de Mexico S,A.
- Forteza, C. (2008). *Tecnicas de Recepcion y Hospedaje para Administradores de Pequeñas Empresas Turisticas y Hoteleras*. Managua.
- Galeano, M. (2004). *Diseño de Proyectos en la Investigacion Cualitativa*. Medellin: Editorial Universidad EAFIT.
- Gilda, S. (Abril de 2007). *El Observador Economico*.
- Gobierno de Reconciliacion y Unidad Nacional. (2013). *Plan Nacional de Desarrollo Humano 2012-2016*. Managua: GRUN.
- Guerrero, R. (24 de Noviembre de 2014). Madriz diversifica su economia. *El Nuevo Diario*.
- Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, P. (2014). *Metodologia de la Investigacion*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Instituto Nicaraguense de Turismo. (2007). *Guia para la presentacion de proyectos turisticos*. Managua: INTUR.
- Instituto Nicaraguense de Turismo. (2017). *Comportamiento de las Estadisticas de Turismo Abril 2017*. Managua: INTUR.
- Instituto Nicaraguense de Turismo. (2017). *Procedimientos y requisitos para la obtencion de permisos, licencias y certificados para negocios turisticos*. Managua: GRUN.
- Instituto Nicaraguense de Turismo. (5 de Noviembre de 2017). *Visita Nicaragua*. Obtenido de <https://www.visitanicaragua.com/attractivos-de-madriz/>
- International Ecotourism Society. (2007). *Ecotourism*. Obtenido de www.ecotourism.org
- INTUR. (2017). *Informe Trimestral*. Managua: GRUN.

- Leon, C. (2007). *Evaluacion de Inversiones*. Chiclayo: USAT Escuela de Economía.
- Organizacion Mundial del Turismo. (2016). *Panorama del Turismo Internacional*. Madrid: OMT-UNWTO.
- Rodriguez, A., & Reyes, C. (s.f.). Totogalpa, indigena, cultural y aventurera. Un Potencial Inexplotado. *Enlace*, 2-5.
- Rosales, R. (1999). *Formulacion y Evaluacion de Proyectos*. San Jose : ICAP.
- Salkind, N. (1998). *Metodos de Investigacion*. Mexico: Prentice Hall.
- Sapag Chain, N., & Sapag Chain, R. (2008). *Preparacion y Evaluacion de Proyectos*. Bogota: Mc Graw Hill.
- Sapag, N., & Sapag, R. (2008). *Preparacion y Evaluacion de Proyectos*. Bogota: Mc Graw Hill.
- Tamayo, M. (2003). *El Proceso de la Investigacion Cientifica*. Mexico: Limusa S,A.
- Torrez, M. (2015). *Propuesta de Guia Metodologica General para Formular y Evaluar Proyectos a ser usada en Estudios de Postgrado en Universidades del Pais*. Managua: UCA.
- Valenzuela, O. (8 de Enero de 2017). Cinco destinos de aventuras. *El Nuevo Diario*, pág. 6.
- Via Nica. (5 de Noviembre de 2017). *Explore Madriz*. Obtenido de Via Nica: <https://vianica.com/sp/nicaragua/madriz>

11. ANEXOS

Anexo 1. Encuesta a turistas.

UNIVERSIDAD POLITECNICA DE NICARAGUA UPOLI RUR-ESTELI

Le pedimos su colaboración para llenar la presente encuesta, con el fin de indagar acerca de sus preferencias de visitas turísticas a la región, para evaluar la posible apertura de un centro turístico en la zona que oferte servicios de recreación y aventura en un ambiente agradable y familiar.

Agradecemos su colaboración de antemano.

Objetivo de la encuesta:

Determinar la demanda potencial de un centro turístico recreativo y de aventura, ubicado en el municipio de Totogalpa, departamento de Madriz en el primer trimestre del año 2018.

i. Datos generales.

Por favor marque con una "X" la respuesta que corresponda a sus datos.

1. Sexo (1)F_____ (0)M_____
2. Edad_____
3. Procedencia (1)Nacional_____ (0)Extranjero_____
 - 3.1 Si es nacional mencionar municipio_____
 - 3.2 Si es extranjero mencionar país de origen_____

ii. Preguntas sobre el servicio de turismo

4. ¿Practica usted algún tipo de turismo?
(1)Sí_____ (0) No_____
5. ¿Con que frecuencia realiza visitas turísticas?
 - (1) Fines de semana
 - (2) Cada 15 días
 - (3) Mensual

- (4) Cada dos meses
- (5) Cada tres meses
- (6) Dos veces al año
- (7) Anual

6. ¿Qué tipo de turismo practica usted? (marque una opción)

- (1)Aventura _____
- (2)Recreativo _____
- (3)Contacto con la naturaleza _____
- (4)Playa _____
- (5)Cultural _____
- (6)Rural _____
- (7)Otro tipo de turismo (menciónelo) _____

7. ¿Con cuántas personas realiza actividades de turismo?

- (1)Solo _____
- (2)En pareja _____
- (3)Grupos de 4 personas _____
- (4)Grupos de 6 personas _____
- (5)Grupos de más de 10 personas _____

iii. Preguntas sobre la demanda y oferta turística del municipio de Totogalpa.

8. ¿Cuál es su percepción sobre el municipio de Totogalpa como destino turístico?

- (1)Atractivo _____ (0) No atractivo _____

9. ¿Con que frecuencia realiza visitas turísticas al municipio de Totogalpa? Si su respuesta es nunca, pasar a la pregunta 14

- (1)Nunca _____
- (2)Semanal _____
- (3)Mensual _____
- (4)Bimensual _____

- (5)Cada 3 meses_____
- (6)Cada 6 meses_____
- (7)Una vez al año_____

10. ¿Cuál es el centro turístico en el municipio de Totogalpa que visita con mayor frecuencia?

- (1)Palmira (playa del rio)_____
- (2) Las tres señoritas _____
- (3) El Krike_____
- (4) Parador turístico _____
- (5)Otro centro (menciónelo)_____

11. ¿Está satisfecho con las ofertas de turismo del departamento de Madriz?

(1)Sí_____ (0) No_____

12. Su grado de satisfacción/insatisfacción lo relaciona a (favor solo seleccionar una opción):

- (1)Atención al cliente_____
- (2)Infraestructura adecuada_____
- (3)Variedad de turismo que ofertan_____
- (4)Precios accesibles_____
- (5)Ubicación estratégica del centro turístico_____

13. ¿Cuál ha sido su rango de consumo en dichos centros, por un día por persona?

- (1) Menos de 499 córdobas_____
- (2) Hasta 500 córdobas_____
- (3) Entre 501 y 1000 córdobas_____
- (4)Entre 1001 y 2000 córdobas_____
- (5)Entre 2001 y 3000 córdobas_____
- (6)Entre 3001 y 4000 córdobas_____
- (7)Más de 4001 córdobas_____

14. Estaría dispuesto a visitar un centro turístico en el municipio de Totogalpa con una variedad en servicios turísticos y calidad en su servicio.

(1) Sí _____ (0) No _____

15. De los siguientes servicios presentados ¿Cuál sería el servicio que atraería su interés para visitar el centro turístico? Marque una opción.

- (1) Canopy _____
- (2) Restaurante _____
- (3) Cabañas _____
- (4) Piscina _____
- (5) Senderismo _____
- (6) Paint ball _____
- (7) Canchas deportivas _____
- (8) Rapel _____
- (9) Contacto con la Naturaleza _____

16. En un centro turístico como le propuesto, ¿cuánto tiempo le gustaría disfrutar de su estancia? Marque una opción.

- (1) De 1 a 2 días _____
- (2) De 3 a 4 días _____
- (3) De 5 a 6 días _____
- (4) Más de 6 días _____

17. ¿En qué época del año preferiría viajar? Especifique un mes o dos meses como época del año.

18. ¿Qué tipo de comida le gustaría que se ofertara en el local? Marque una opción.

- (1) Comida saludable _____
- (2) Comida tradicional nicaragüense _____
- (3) Comida rápida _____
- (4) Comida a la carta _____

19. Le gustaría que el centro turístico ofertara algún tipo de servicio

complementario, como lo siguientes (marque con una x el que le interese):

- (1) Servicio de traslados hasta municipio en un marco de 200 km _____
- (2) Servicio a domicilio del restaurante del centro turístico a las ciudades aledañas _____
- (3) Ligas de fútbol de jóvenes del departamento _____
- (4) Servicio de alquiler de local para eventos _____

iv. Preguntas sobre precios del servicio

20. ¿Considera que el nivel de precios de los centros turísticos es determinante en su decisión de visitar dichos centros?

(1) Sí _____ (0) No _____

21. ¿Relaciona usted la calidad del servicio recibido con el precio?

(1) Sí _____ (0) No _____

22. ¿Es importante para usted la calidad del servicio que recibe?

(1) Sí _____ (0) No _____

23. ¿Cuánto consideraría adecuado pagar en un centro turístico como el proyectado, por un día de consumo por persona?

- (1) Menos de 499 córdobas _____
- (2) Hasta 500 córdobas _____
- (3) Entre 501 y 1000 córdobas _____
- (4) Entre 1001 y 2000 córdobas _____
- (5) Entre 2001 y 3000 córdobas _____
- (6) Entre 3001 y 4000 córdobas _____
- (7) Más de 4001 córdobas _____

v. Preguntas sobre Promoción y Comercialización del Producto.

24. ¿Considera importante las herramientas publicitarias para un centro turístico?

(1) Sí _____ (0) No _____

25. ¿Cuál de los siguientes canales de comercialización ha utilizado para demandar servicios turísticos? Marque todos los que haya utilizado)

- (1) Agencias de viajes _____
- (2) Internet (Web, correo electrónico, etc.) _____
- (3) Centrales de reserva _____
- (4) Teléfono _____
- (5) Otros _____
- (6) Ninguno _____

26. ¿Por qué medio de comunicación le gustara recibir información acerca de centro turístico? Marque una opción.

- (1) Televisión _____
- (2) Radio _____
- (3) Redes sociales _____
- (4) Página web _____
- (5) Periódicos _____
- (6) Volantes _____
- (7) Perifoneo _____

¡Muchas gracias por su colaboración!

Anexo 2. Entrevista 1: Tecnología de la Construcción y Equipamiento.

1.1 Definición de Tecnología de la construcción.

La siguiente entrevista está dirigida a un experto en tecnología de la construcción que, según sus conocimientos, señale los mejores y más adecuados materiales de construcción para el proyecto de pre factibilidad de centro turístico recreativo y de aventura a ubicarse en el municipio de Totogalpa.

Objetivo de la entrevista:

Determinar los principales elementos del estudio técnico del proyecto de un centro turístico recreativo y de aventura, ubicado en el municipio de Totogalpa, departamento de Madriz en el primer trimestre del año 2018.

Agradecemos su colaboración de antemano.

Siendo la tecnología el conjunto de procedimientos y medios utilizados para la producción de bienes y servicios del proyecto.

¿Qué tipo de tecnología referente a la construcción y equipamiento debe contemplar el proyecto turístico para ser reconocido como un proyecto moderno e innovador que cumpla las exigencias actuales de los consumidores?

Tecnología de la construcción

Presupuesto Piscina						
Área de construcción	Medidas	Materiales	Cantidad	Unidad de medida	Costo unitario	Costo total
Paredes		Ladrillo	1700	unidades	C\$ 3.00	C\$ 5,100.00
		Cemento	15	bolsas	C\$ 133.70	C\$ 2,005.50
Pedestal		Cemento	8	bolsas	C\$ 133.70	C\$ 1,069.60
Zapata		Cemento	6	bolsas	C\$ 133.70	C\$ 802.20
		Arena	6	metros	C\$ 165.00	C\$ 990.00
		Piedrín	6	metros	C\$ 365.40	C\$ 2,192.40
Repello paredes		Cemento	53	bolsas	C\$ 133.70	C\$ 7,086.10
		Arena	3	metros	C\$ 165.00	C\$ 495.00
		Piedrín	4	metros	C\$ 365.40	C\$ 1,461.60
	10/10 6" x 6"	Mallas electro soldadas	3	unidades	C\$ 360.36	C\$ 1,081.08
Viga sísmica y viga corona		Cemento	15	bolsas	C\$ 133.70	C\$ 2,005.50

		Piedrín	1	metros	C\$ 365.40	C\$ 365.40
		Arena	1	metros	C\$ 165.00	C\$ 165.00
	3/8 x 6mts	Varillas 3/8	10	unidades	C\$ 45.53	C\$ 455.30
	3/8 x 6mts	Varillas 3/8	24	unidades	C\$ 45.53	C\$ 1,092.72
	(9.52 mm) 3/8 x 20'	Hierro 3/8	5	Quintales	C\$ 691.31	C\$ 3,456.55
	(6 mm) 1/4 x 20'	Hierro 1/4	2.5	Quintales	C\$ 674.00	C\$ 1,685.00
Piso	40m	Azulejo	40	metros	C\$ 239.87	C\$ 9,594.80
	37m	Cemento blanco	20	bolsas	C\$ 200.00	C\$ 4,000.00
Acabados		Pintura	2	valde	C\$ 700.00	C\$ 1,400.00
		Sellador	2	valde	C\$ 900.00	C\$ 1,800.00
Conexión agua	1 1/2" x 20'	Tubos pvc	12	unidades	C\$ 141.08	C\$ 1,692.96
		Pegamento pvc	1	galon	C\$ 484.50	C\$ 484.50
		Lija para tubo	1	pliego	C\$ 100.00	C\$ 100.00
	3/4"	Codos pvc	30	unidad	C\$ 5.95	C\$ 178.50
		Tapa de fondo	1	unidad	C\$ 150.00	C\$ 150.00
		Tubo para aspirar	1	unidad	C\$ 300.00	C\$ 300.00
Mano de obra			1	unidad	C\$ 12,000.00	C\$ 12,000.00
						C\$ 63,209.71

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

Presupuesto Restaurante						
Área de construcción	Medidas	Materiales	Cantid ad	Unidad de medida	Costo unitario	Costo total
Zapata		Cemento	15	bolsas	C\$ 133.70	C\$ 2,005.50
		Arena	1	metros	C\$ 165.00	C\$ 165.00
		Piedrín	1.5	metros	C\$ 365.40	C\$ 548.10
Pedestal		Cemento	8	bolsas	C\$ 133.70	C\$ 1,069.60
		Arena	0.5	metros	C\$ 165.00	C\$ 82.50
		Piedrín	0.77	metros	C\$ 365.40	C\$ 281.36
Viga sísmica		Cemento	13	bolsas	C\$ 133.70	C\$ 1,738.10
		Arena	1	metros	C\$ 165.00	C\$ 165.00
		Piedrín	1	metros	C\$ 365.40	C\$ 365.40
Viga intermedia		Cemento	6	bolsas	C\$ 133.70	C\$ 802.20
		Arena	0.3	metros	C\$ 165.00	C\$ 49.50

	Piedrín	0.5 metros	C\$ 365.40	C\$ 182.70
	Grava	10 metros	C\$ 500.00	C\$ 5,000.00
	Adobes	3000 unidades	C\$ 3.00	C\$ 9,000.00
	Bondex	50 metros	C\$ 200.00	C\$ 10,000.00
	Cerámica	50 metros	C\$ 239.87	C\$ 11,993.50
Techo	Hierro 3/8	8 quintales	C\$ 691.31	C\$ 5,530.48
	Hierro 1/4	8 quintales	C\$ 674.00	C\$ 5,392.00
	1 1/2 x 3 x 20 Perlin c	14 unidades	C\$ 219.40	C\$ 3,071.60
	2*4*6 Perlin c	14 unidades	C\$ 613.00	C\$ 8,582.00
	12" Lamina zinc corrugado c-28	24 unidades	C\$ 236.52	C\$ 5,676.48
	4" Goloso para techo	100 unidades	C\$ 1.53	C\$ 153.00
	3" x 6' Lamina zinc liso	5 unidades	C\$ 124.51	C\$ 622.55
	Soldadura	5 cajas	C\$ 70.00	C\$ 350.00
Piso	Cerámica	96 metros	C\$ 239.87	C\$ 23,027.52
	Cemento blanco	20 bolsas	C\$ 200.00	C\$ 4,000.00
Mano de obra		1 unidad	C\$ 12,000.00	C\$ 12,000.00
Acabados	Pintura	3 balde	C\$ 700.00	C\$ 2,100.00
	Sellador	3 balde	C\$ 900.00	C\$ 2,700.00
				C\$ 116,654.09

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

Presupuesto Cabañas						
Área de construcción	Medidas	Materiales	Cantidad	Unidad de medida	Costo unitario	Costo total
Paredes, pedestal, viga sísmica		Cemento	88	bolsas	C\$ 133.70	C\$ 11,765.60
		Arena	15	metros	C\$ 165.00	C\$ 2,475.00
		Piedrín	40	metros	C\$ 365.40	C\$ 14,616.00
		Malla electrosoldadura	44	unidades	C\$ 360.36	C\$ 15,855.84
		Adobes	6000	unidades	C\$ 3.00	C\$ 18,000.00
		Varillas	70	unidades	C\$ 45.53	C\$ 3,187.10
		Cemento blanco	10	bolsas	C\$ 200.00	C\$ 2,000.00
		Cerámica	150	metros	C\$ 239.87	C\$ 35,980.50
		Enchape	60	metros	C\$ 1,500.00	C\$ 90,000.00

	Bondex	20	bolsas	C\$	200.00	C\$	4,000.00
	Hierro 3/8	12	quintales	C\$	691.31	C\$	8,295.72
	Hierro 1/4	12	quintales	C\$	674.00	C\$	8,088.00
Techo	Soldadura	1	Caja	C\$	70.00	C\$	70.00
	Perlin c 1 1/2*3	45	unidades	C\$	219.40	C\$	9,873.00
	Perlin c 2*4	45	unidades	C\$	613.00	C\$	27,585.00
	Lamina zinc corrugado c-28	45	unidades	C\$	236.52	C\$	10,643.40
	Goloso para techo	300	unidades	C\$	1.53	C\$	459.00
	Lamina zinc liso 3*10	15	unidades	C\$	124.51	C\$	1,867.65
Mano de obra		1	unidad	C\$	15,000.00	C\$	15,000.00
Baños	Inodoro blanco	5	unidades	C\$	861.98	C\$	4,309.90
	Llave de pase	5	unidades	C\$	160.98	C\$	804.90
	Accesorios para baño	5	unidades	C\$	120.34	C\$	601.70
	2" x 20' Tubo pvc drenaje	5	unidades	C\$	49.13	C\$	245.65
	Lavamanos blanco	5	unidades	C\$	626.46	C\$	3,132.30
Acabados	Sellador	2	balde	C\$	900.00	C\$	1,800.00
	Pintura	2	balde	C\$	700.00	C\$	1,400.00
							C\$ 292,056.26

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

Presupuesto Recepción/Oficinas Administrativas/Bodega/Dormitorio						
Área de construcción	Medidas	Materiales	Cantidad	Unidad de medida	Costo unitario	Costo total
Paredes, pedestal, viga sísmica		Cemento	88	Bolsas	C\$ 133.70	C\$ 11,765.60
		Arena	15	Metros	C\$ 165.00	C\$ 2,475.00
		Piedrín	10	Metros	C\$ 365.40	C\$ 3,654.00
		Malla electrosoldada	44	unidades	C\$ 133.70	C\$ 5,882.80
		Adobes	4700	unidades	C\$ 3.00	C\$ 14,100.00
		Varillas	70	unidades	C\$ 165.00	C\$ 11,550.00
		Cemento blanco	10	Bolsas	C\$ 200.00	C\$ 2,000.00
		Cerámica	150	Metros	C\$ 1,500.00	C\$ 225,000.00
		Enchape	22	Metros	C\$ 1,500.00	C\$ 33,000.00
		Bondex	40	Bolsas	C\$ 200.00	C\$ 8,000.00
		Hierro 3/8	8	quintales	C\$ 133.70	C\$ 1,069.60
		Hierro 1/4	8	quintales	C\$ 165.00	C\$ 1,320.00

Techo	Soldadura	1	Caja	C\$ 239.87	C\$	239.87
	Perlin c 1 1/2*3	20	unidades	C\$ 365.40	C\$	7,308.00
	Perlin c 2*4	20	unidades	C\$ 360.36	C\$	7,207.20
	Lamina zinc corrugado c-28	24	unidades	C\$ 3.00	C\$	72.00
	Goloso para techo	300	unidades	C\$ 45.53	C\$	13,659.00
	Lamina zinc liso 3*10	7	unidades	C\$ 200.00	C\$	1,400.00
Mano de obra		1	Unidad	C\$ 15,000.00	C\$	15,000.00
Baños	Inodoro blanco	2	unidades	C\$ 861.98	C\$	1,723.96
	Llave de pase	2	unidades	C\$ 160.98	C\$	321.96
	Accesorios para baño	2	unidades	C\$ 120.34	C\$	240.68
	2" x 20' Tubo pvc drenaje	2	unidades	C\$ 49.13	C\$	98.26
	Lavamanos blanco	2	unidades	C\$ 626.46	C\$	1,252.92
Acabados	Sellador	2	Balde	C\$ 70.00	C\$	140.00
	Pintura	2	Balde	C\$ 674.00	C\$	1,348.00
						C\$ 369,828.85

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

1.2 Definición de la tecnología del equipamiento de Oficinas

La siguiente entrevista está dirigida a un experto en tecnología del equipamiento en áreas de oficina, que, según sus conocimientos, señale los equipos necesarios y adecuados, para el proyecto de pre factibilidad de centro turístico recreativo y de aventura a ubicarse en el municipio de Totogalpa.

Objetivo de la entrevista:

Determinar los principales elementos del estudio técnico del proyecto de un centro turístico recreativo y de aventura, ubicado en el municipio de Totogalpa, departamento de Madriz en el primer trimestre del año 2018.

Agradecemos su colaboración de antemano.

a) ¿Qué equipamiento de oficina es imprescindible para el centro turístico en el área de recepción?

R: Sillas, barra de atención al cliente, sillones de espera, estante, computadora.

b) **¿Qué equipamiento de oficina es imprescindible para el centro turístico en el área de administración?**

R: Archivadoras, escritorios y sillas.

c) **¿Qué tipo de conexión a internet debe tener el centro turístico? ¿Es recomendable tener dos servicios contratados, uno para clientes y una para administración?**

R: Internet de banda ancha, cableado de fibra óptica. Con la misma línea los Ing. en sistemas se encargan de la distribución del internet.

d) **¿Qué compañías ofertan el servicio de diseño y elaboración de muebles para oficina?**

- A&M muebles a diseño
- Muebles de oficina Almacén VICA
- ID interiores y más Estelí
- Ingenia muebles Estelí
- Resco Office Nicaragua
- Ofimuebles

e) **¿Cuál es su recomendación en base a su experiencia en la decisión de con que empresa trabajar?**

La empresa a la cual escogería sería a A&M y Resco Office Nicaragua ya que cuentan con una gama de materiales de buena calidad y buen precio.

Equipamiento Recepcion						
Equipo	Cantidad	Unidad de medida	Costo unitario	Costo total		
Sillas	2	Unidad	C\$ 1,600.00	C\$	3,200.00	
Barra de atención al cliente	1	Unidad	C\$ 6,500.00	C\$	6,500.00	
Estantes traseros	2	Unidad	C\$ 1,850.00	C\$	3,700.00	
Teléfono	1	unidad	C\$ 4,000.00	C\$	4,000.00	
Sillones de espera	3	unidad	C\$ 2,400.00	C\$	7,200.00	
Internet banda ancha router	1	unidad	C\$ 2,000.00	C\$	2,000.00	
				C\$	26,600.00	

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

Equipamiento Oficina Administrativa						
Equipo	Cantidad	Unidad de medida	Costo unitario	Costo total		
Sillas	3	unidad	C\$ 1,600.00	C\$	4,800.00	

Archivadora	1	unidad	C\$	3,500.00	C\$	3,500.00
Teléfono	1	unidad	C\$	4,000.00	C\$	4,000.00
Escritorio	1	unidad	C\$	4,000.00	C\$	4,000.00
Computadora	1	unidad	C\$	16,000.00	C\$	16,000.00
					C\$	32,300.00

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

Equipamiento Bodega						
Equipo	Cantidad	Unidad de medida		Costo unitario		Costo total
Gabeteros	3	Unidad	C\$	1,600.00	C\$	4,800.00
Estantes	3	Unidad	C\$	2,500.00	C\$	7,500.00
					C\$	12,300.00

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

1.3 Definición de la tecnología del equipamiento de Piscinas

La siguiente entrevista está dirigida a un experto en tecnología del equipamiento en áreas de piscina, que según sus conocimientos, señale los equipos necesarios y adecuados, así como los protocolos de cuidado y mantenimiento que deberá contemplar el proyecto de pre factibilidad de centro turístico recreativo y de aventura a ubicarse en el municipio de Totogalpa.

Objetivo de la entrevista:

Determinar los principales elementos del estudio técnico del proyecto de un centro turístico recreativo y de aventura, ubicado en el municipio de Totogalpa, departamento de Madriz en el primer trimestre del año 2018.

Agradecemos su colaboración de antemano.

a) ¿Cuáles son las condiciones básicas para la construcción de una piscina?

R: El área de la piscina y el clima de la temporada en la que se va a construir, que haya un espacio idóneo para la construcción de la piscina.

b) ¿Cuáles son los mejores materiales para el aseguramiento de la construcción de una piscina de calidad?

- Selladores de humedad
- Acelerantes de fraguado de concreto

- Malla geotextil
- Hormigón

c) ¿Qué elementos son indispensables para prestar un servicio de calidad?

Seguridad, ante todo
 Buenas condiciones de la piscina
 Buena atención al visitante
 Equipo de salva vidas

d) ¿Qué tecnología permite mitigar accidentes dentro del área de la piscina?

R: Utilizar cerámicas antiderrapantes, pisos rugosos, utilizar bordes suaves

e) ¿Qué elementos complementarios debe tener el área de piscina?

R: Sillas de sol, toldos, áreas verdes, inflables de niños, chalecos salvavidas.

f) ¿Con que medidas de mantenimiento debe contar el área de piscina para mantener su calidad?

R: Debe existir un técnico que se encargue del mantenimiento de las bombas y de los filtros.

Equipamiento Piscina						
Equipo	Cantidad	Unidad de medida		Costo unitario		Costo total
Sillas de playa	8	Unidad	C\$	650.00	C\$	5,200.00
Pelotas de playa	2	Unidad	C\$	70.00	C\$	140.00
Inflables para niños	4	Unidad	C\$	150.00	C\$	600.00
Chalecos salvavidas	10	Unidad	C\$	600.00	C\$	6,000.00
Toldo	1	Unidad	C\$	3,000.00	C\$	3,000.00
					C\$	14,940.00

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

1.4 Definición de la tecnología del equipamiento de Canopy.

La siguiente entrevista está dirigida a un experto en tecnología del equipamiento en áreas de Canopy, que, según sus conocimientos, señale los equipos necesarios y adecuados, así como los protocolos de cuidado y mantenimiento que deberá contemplar el proyecto de pre factibilidad de centro turístico recreativo y de aventura a ubicarse en el municipio de Totogalpa.

Objetivo de la entrevista:

Determinar los principales elementos del estudio técnico del proyecto de un centro turístico recreativo y de aventura, ubicado en el municipio de Totogalpa, departamento de Madriz en el primer trimestre del año 2018.

Agradecemos su colaboración de antemano.

a) ¿Qué particularidades tiene el equipo de Canopy?

R: Hay muchas formas que su canopy sobresalga de otros, puede ser la longitud de los cables, altura, velocidad, las plataformas, etc. Sin embargo la mayor atracción y particularidad que cada centro turístico puede tener es la belleza natural que ofrece.

b) ¿Cuáles son los elementos básicos con que debe contar el Canopy?

- Plataformas intermedias, limpias y extra resistentes
- Tirolesa
- puentes ligeros
- Sistema de seguridad

c) ¿Cuáles son los elementos del equipamiento básico de cada individuo que realice Canopy?

R: Arnés, casco, líneas de vida, mosquetón, guantes y poleas

d) ¿Qué empresas se dedican al montaje de Canopy en Nicaragua?

- Eco projects Diseño y construcción de parques de aventura
- Tirolesa- Zip line

e) ¿Cuál es el costo del montaje del Canopy en Nicaragua?

f) ¿Cuáles son los principales peligros en la realización de la actividad de Canopy?

- Colocar mal el equipo de seguridad
- Poco mantenimiento
- Obstáculos en el circuito

g) ¿Cuáles son los protocolos de seguridad que debe seguir durante la actividad de Canopy?

h) ¿Cuáles son las medidas de mantenimiento una vez instalado el equipo?

- Protección de los arboles
- Hacer cambio de cuerdas por material de mayor durabilidad

Presupuesto Canopy						
Área de construcción	Medidas	Materiales	Cantidad	Unidad de medida	Costo unitario	Costo total
Concreto armado		Grava	5	metros	C\$ 500.00	C\$ 2,500.00
		Arena	12	metros	C\$ 165.00	C\$ 1,980.00
		Cemento	20	bolsas	C\$ 133.70	C\$ 2,674.00
Anclajes en árbol		Madera	14	tablas	C\$ 320.00	C\$ 4,480.00
		Clavos	9	libra	C\$ 9.41	C\$ 84.69
Puentes colgantes		Madera	3	tablas	C\$ 320.00	C\$ 960.00
		Malla gruesa	5	rollo	C\$ 1,842.30	C\$ 9,211.50
Mano de obra			1	unidad	C\$ 8,000.00	C\$ 8,000.00
Material de sujeción		Cable	60	metros	C\$ 4,650.00	C\$ 279,000.00
		Crosby				
						C\$ 308,890.19

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

Equipamiento Canopy				
Equipo	Cantida d	Unidad de medida	Costo unitario	Costo total
Polea Petzl.	2	unidad	C\$ 950.00	C\$ 1,900.00
Arnés noble multitalla	2	unidad	C\$ 1,095.00	C\$ 2,190.00
Extensión de cinta plana Petzl.	2	unidad	C\$ 2,400.00	C\$ 4,800.00
Casco noble multitalla	2	unidad	C\$ 1,043.00	C\$ 2,086.00
Mosquetón Petzl. Con seguro de rosca	2	unidad		90 C\$ 180.00
Guantes de piel (par)	2	unidad		467 C\$ 934.00
				C\$ 12,090.00

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

Anexo 3. Entrevista 2: Estudio Organizacional

MSc. Milagros Pastora Rayo

Máster en Derecho Civil

Abogada y Notaria

La siguiente entrevista está dirigida a un experto en temas legales y organizacionales de empresas turísticas, que según sus conocimientos señale la mejor manera de organización legal para el proyecto de pre factibilidad de centro turístico recreativo y de aventura a ubicarse en el municipio de Totogalpa.

Objetivo de la entrevista:

Determinar la óptima forma de organización legal y requerimientos necesarios para el buen funcionamiento del proyecto de un centro turístico recreativo y de aventura, ubicado en el municipio de Totogalpa, departamento de Madriz en el primer trimestre del año 2018.

Agradecemos su colaboración de antemano.

a. ¿Cuál considera debe ser el tipo de registro legal del centro turístico y recreativo, atendiendo a las facilidades que algún tipo de organización legal nos puede brindar como lo es: cooperativa, sociedad anónima, registro como persona natural?

Considero que deben registrarse como una sociedad anónima, debido a la facilidad de la figura jurídica para ambas inversionistas en este caso.

b. ¿Cuáles son los beneficios del tipo de organización legal que nos recomendó?

Hay mucha facilidad en su registro.

c. ¿Qué marco jurídico debemos tener presentes a la hora de establecer nuestra organización y funcionamiento legal?

Deben regirse por las siguientes:

- Constitución Política de Nicaragua, publicada el 22 de enero de 1948.
- Decreto 46-2003: Reglamento de la Ley de Equidad Fiscal Decreto 46-2003: Reglamento de la Ley de Equidad Fiscal
- Decreto 129-2004 Reglamento Ley General de Turismo Decreto No. 129-2004: Reglamento Ley General de Turismo.
- Ley No.495: Ley General de Turismo Ley No.495: Ley General de Turismo

- Reglamento de las Empresas y Actividades Turísticas Reglamento de las Empresas y Actividades Turísticas
- Ley Régimen Fiscal Ley 453.
- Decreto 163 Apertura de Bebidas alcohólicas.
- Ley No. 185, Código del Trabajo, publicado en La Gaceta, 30 de octubre de 1996, núm. 205, págs. 6109-6190.
- Ley de Derechos Laborales Adquiridos, Ley No. 516, publicada en La Gaceta, 17 de enero del 2005.

d. ¿Cuáles serían los principales gastos de constitución de la empresa?

Le pago de inspecciones por parte del MINSA, Bomberos y Policía Nacional. Así como la matrícula en la Alcaldía correspondiente y en el INTUR del departamento.

e. ¿A qué tipo de beneficios legales podemos optar por ser una empresa turística?

Puede exonerarse el pago de los permisos y las inspecciones, así como el pago de impuestos como el IR, IVA e IBI por un periodo de diez años.

f. ¿Cuáles son los trámites primordiales para el proyecto de pre factibilidad?

Tener planos y diseño del proyecto de construcción para tramitar el permiso de construcción en la alcaldía, averiguar los montos de pago en las inspecciones y permisos, e investigar los financiamientos disponibles para este tipo de proyectos.

g. ¿Qué tipo de obligaciones laborales adquirimos en caso de los trabajadores de planta?

Esto depende del tipo de empleados que tendrán como centro turístico si estos son de tiempo completo deben brindarles todas las prestaciones laborales como aguinaldo, vacaciones, seguro social, inatec y antigüedad.

h. ¿Qué tipo de obligaciones laborales adquirimos en caso de los trabajadores de temporada?

Esto debe decidirlo como empleador y establecerlo en un contrato definido con el empleado, donde acepte las condiciones.

i. ¿Existe un marco legal para trabajar con jóvenes practicantes de las universidades del norte de Nicaragua, fines a las carreras turísticas?

Al ser practicas existe una flexibilidad, la cual podrá establecer en un convenio de colaboración con la universidad con la cual se establezcan trabajar de esta manera. En mi recomendación al ser un lugar rural debe dárseles compensación que al menos cubra el pasaje y alimentación.

Anexo 4. Entrevista 3: Estudio de Impacto Ambiental

MSc. Roger Solis M.

Máster en Calidad de Agua

Ingeniero en Calidad Ambiental

La siguiente entrevista está dirigida a un experto en el área de impacto ambiental, que, según sus conocimientos, señale los pros y los contras que tendrá la construcción del centro turístico recreativo y de aventura a ubicarse en el municipio de Totogalpa.

Objetivo de la entrevista:

Determinar las ventajas y desventajas de impacto ambiental, al realizar la construcción del centro turístico recreativo y de aventura, ubicado en el municipio de Totogalpa, departamento de Madriz en el primer trimestre del año 2018.

a) ¿Cuáles deben ser los factores a tomar en cuenta para evaluar el posible impacto ambiental traería la construcción del centro turístico recreativo y de aventura en el municipio de Totogalpa?

En primer lugar, deben tenerse en cuenta las afectaciones permanentes a la zona, como despale, movimiento de tierra, levantamiento de estructuras y de qué manera se dispondrá de los materiales extraídos de las acciones anteriores.

b) ¿En caso que se generará un impacto ambiental negativo que sugerencias daría para contrarrestar?

En el caso del centro turístico los impactos negativos que corresponden a:

- Movimientos de tierra
- Despale de maleza y flora en lugares de levantamiento de estructuras.
- Migración de la fauna por presencia de obras civiles.
- Residuos sólidos y grasos (etapa de operación)

La mitigación de estos impactos, el centro cuenta con un diseño amigable con el medio ambiente, debe seguir las siguientes recomendaciones:

- El material extraído de los movimientos de tierra se destinará como materia prima para la realización de adobes, que serán la principal materia prima de las obras civiles.

- El material extraído del despale será utilizado para realizar bancas y/o decoración natural dentro del centro turístico.
 - Se dará un tratamiento adecuado a los residuos grasos con trampa de grasa y acumulación de residuos externos en recipientes adecuados hasta su disposición final.
 - Los residuos sólidos, se dispondrán para abono orgánico utilizado en el mantenimiento de las áreas verdes.
- c) ¿Cuál es la capacidad de carga que debe tener el centro turístico recreativo?**

Y Según las áreas establecidas el centro turístico debe estar entre las 65 y 80 personas al día máximo.

- d) ¿La actividad turística propuesta en el proyecto en qué medida estimada afectaría al medio ambiente y su paisaje?**

La actividad turística propuesta en el proyecto ya operando, no representa una amenaza al medio ambiente debido a su diseño amigable y adecuado manejo.

- e) ¿Cuáles son los elementos que determinarían un impacto ambiental positivo en el centro turístico recreativo y de aventura?**

El mantenimiento de las áreas verdes del centro turístico aportara una gran sostenibilidad al ecosistema del área; así como también actividades de reforestación que se llevaran a cabo por el centro turístico en la cuenca del Rio Coco que pasa por la propiedad.

Por otro lado, el aprovechamiento del agua de piscina, que será reutilizado en sanitarios y lavaderos es excepcional para la sostenibilidad, así como el acopio de agua pluvial para el sistema de riego de las áreas verdes.

- f) ¿De qué manera podemos alcanzar el uso sostenible de los recursos que poseemos?**

El uso sostenible de los recursos se constatará en la cultura que el centro turístico lleve al municipio, donde impongan los procesos de reutilización y reciclaje, así como el cuidado y preservación del medio ambiente como objetivo primordial dentro del centro turístico.

Anexo 5. Matriz de Demanda Total

Demanda Total	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL
Temporada alta	775		775	775			775				775	775	4650
Temporada baja		350			350	350		350	350	350			2100
TOTAL													6750

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA CON DATOS DE ALCALDÍA DEL PODER CIUDADANO TOTOGALPA.

Anexo 6. Matriz de Demanda Potencial Insatisfecha

Situación del Mercado de Turistas					
Número de visitas					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Demanda sin Proyecto	6750	6885	7023	7163	7306
Oferta sin Proyecto	300	300	300	300	300
Demanda Potencial Insatisfecha	6450	6585	6723	6863	7006

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

Anexo 7. Matriz de Tamaño del Proyecto

Situación del Mercado de Turistas					
Número de visitas					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Demanda sin Proyecto	6750	6885	7023	7163	7306
Oferta sin Proyecto	300	300	300	300	300
Oferta del Proyecto	3600	3600	3600	3600	3600
<i>Demanda Potencial Insatisfecha</i>	2850	2985	3123	3263	3406

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

Anexo 8. Matriz de servicios y/o centros turísticos sustitutos

Criterios	Ponderación	Centro 1	Centro 2	Centro 3
		Eco Palmira	El Camino Hospedaje	Parador turístico
Posee piscina/playa	20%	0%	0%	0%
Oferta restaurante	20%	20%	0%	20%
Posee hospedaje	10%	10%	10%	0%
Posee canchas deportivas equipadas	10%	0%	0%	0%
Oferta senderismo	20%	20%	0%	0%
Posee canopy	20 %	0%	0%	0%
Total	100 %	50%	10%	20%

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

Anexo 9. Matriz de comparación de servicios y precios.

Servicios y Precios	Eco Palmira	Hotel El Camino Real	Parador Turístico
Hospedaje	310 córdobas	200	No oferta este servicio
Alimentación	75-100 córdobas	No oferta este servicio	100-150 córdobas
Senderismo	310-600 córdobas	No oferta este servicio	No oferta este servicio

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

Anexo 10. Matriz de políticas de desarrollo para macrolocalización.

Criterios	Propuesta de políticas de desarrollo					
	Porcentaje de valoración.	Propuesta 1 Totogalpa	Propuesta 2 Somoto	Propuesta 3 San Lucas	Propuesta 4 La Sabana	Propuesta 5 San José de Cusmapa
Capacitaciones a los prestadores de servicio	20%	20%	20%	10%	20%	10%
Incrementar recursos	20%	20%	20%	10%	15%	20%
Generar empleos	20%	20%	20%	20%	20%	20%
Mejora futura en ambientación	40%	20%	20%	20%	20%	20%
Total	100%	100%	100%	60%	75%	70%

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

Anexo 11. Matriz de criterios turísticos para macrolocalización.

Propuestas macro localización según criterios turísticos						
Criterios	Porcentaje de valoración.	Propuesta 1 Totogalpa	Propuesta 2 Somoto	Propuesta 3 San Lucas	Propuesta 4 La Sabana	Propuesta 5 San José de Cusmapa
Concentración de la población objetivo	30%	30%	30%	15%	15%	15%
Tendencias del desarrollo espacial y valorización	20%	20%	20%	5%	5%	5%
Topografía y suelos	25%	20%	15%	5%	5%	5%
Clima-ambiente-salubridad	25%	25%	25%	25%	25%	15%
Total	100%	95%	90%	50%	50%	40%

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

Anexo 12. Matriz de disponibilidad de recursos para microlocalización.

Propuesta disponibilidad de recursos					
Criterios	Porcentaje de valoración.	Propuesta 1 Orillas de playa Palmira.	Propuesta 2 Sector El Naranjo.	Propuesta 3 Sector El Guapinol.	Propuesta 4 Sector Carretera Panamericana.
Agua potable o de pozo	20%	20%	10%	0%	20%
Luz eléctrica	20%	20%	20%	0%	20%
Vía de acceso terrestre	20%	20%	20%	15%	20%
Señal de operadores celulares	20%	20%	15%	20%	0%
Posibilidad de internet	20%	20%	20%	20%	10%
Total	100%	100%	85%	55%	70%

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

Anexo 13. Matriz de criterios de microlocalización.

Criterios	Propuestas Micro localización				
	Porcentaje de valoración.	Propuesta 1 Orillas de playa Palmira	Propuesta 2 Sector El Naranjo	Propuesta 3 Sector El Guapinol	Propuesta 4 Sector Carretera Panamericana Propuesta 5
Cercanía de materias primas e insumos	20%	10%	20%	15%	20%
Paisaje atractivo	20%	20%	10%	5%	5%
Vías de comunicación y medios de transporte	20%	20%	20%	15%	20%
Precio de la tierra	20%	20%	20%	20%	10%
Posibilidad de construcción y levantamiento de estructuras	20%	20%	20%	20%	20%
Total	100%	90%	90%	75%	75%

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

Anexo 14. Matriz de comparación de proveedores

Proveedores para restaurante

Criterios	Ponderación	Proveedor 1 Pali Ocotal	Proveedor 2 Pulpería Bendición de Dios	Proveedor 3 Supermercado San Judas (Ocotal)
Reconocimiento en el Mercado	25%	25%	15%	20%
Certeza de Suministro	30%	20%	10%	25%
Precio de los suministros	20%	20%	15%	15%
Nivel de respuesta a conflictos	25%	0%	20%	10%
Total	100%	65%	60%	70%

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

Proveedores productos de limpieza

Criterios	Ponderación	Proveedor 1 Pali Ocotal	Proveedor 2 Pulpería Bendición de Dios	Proveedor 3 Supermercado San Judas (Ocotal)
Reconocimiento en el Mercado	25%	25%	15%	20%
Certeza de Suministro	30%	25%	10%	25%
Precio de los suministros	20%	20%	15%	10%
Nivel de respuesta a conflictos	25%	5%	20%	10%
Total	100%	75%	60%	65%

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

Anexo 15. Matriz de Capacidad del Proyecto.

CAPACIDAD DEL PROYECTO TEMPORADA ALTA					
Año	Proyección de la demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha	Oferta del Proyecto	%
1	4,650	300	4,350	2,640	61%
2	4,743	300	4,443	2,640	59%
3	4,838	300	4,538	2,640	58%
4	4,935	300	4,635	2,640	57%
5	5,033	300	4,733	2,640	56%

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

CAPACIDAD DEL PROYECTO TEMPORADA BAJA					
Año	Proyección de la demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha	Oferta del Proyecto	%
1	2,100	300	1,800	960	53%
2	2,142	300	1,842	960	52%
3	2,185	300	1,885	960	51%
4	2,229	300	1,929	960	50%
5	2,273	300	1,973	960	49%

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

CAPACIDAD DEL PROYECTO ANUAL					
Año	Proyección de la demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha	Oferta del Proyecto	%
1	6,750	300	6,450	3,600	56%
2	6,885	300	6,585	3,600	55%
3	7,023	300	6,723	3,600	54%
4	7,163	300	6,863	3,600	52%

5	7,306	300	7,006	3,600	51%
---	-------	-----	-------	-------	-----

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

Anexo 16. Matriz a detalle de la Capacidad del Centro Turístico.

Detalle de la Capacidad del Centro turístico						
TEMPORADA ALTA						
Servicio	Detalle de Capacidad	Especificación	Mensual			
			Capacidad Instalada	Capacidad efectiva	Capacidad Ociosa	Nivel de utilización
Restaurante	11	mesas de 5 personas	1238	264	974	21%
Piscina	30	Personas	675	264	411	39%
Canopy	5	equipaciones para 5 personas	563	75	488	13%
Cabañas	5	cabañas para 2 personas	225	200	25	89%
Senderismo	1	senderistas (máx. 10 personas)	1125	264	861	23%

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

Detalle de la Capacidad del Centro turístico						
TEMPORADA BAJA						
Servicio	Detalle de Capacidad	Especificación	Mensual			
			Capacidad Instalada	Capacidad efectiva	Capacidad Ociosa	Nivel de utilización
Restaurante	11	mesas de 5 personas	1238	144	1094	12%
Piscina	30	Personas	675	144	531	21%
Canopy	5	equipaciones para 5 personas	563	50	513	9%

Cabañas	5	cabañas para 2 personas	225	75	150	33%
Senderismo	2	senderistas para 2 grupos	1125	144	981	13%

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

Anexo 17. Matriz de depreciación de activo fijo

Depreciación de Activo fijo										
CODIGO	CANTIDAD	ACTIVO	COSTO DE ADQUISICION	2018	2019	2020	2021	2022	VALOR RESIDUAL	
1201-003-001	-	Obras civiles	20 C\$ 918,127.01	45,906.35	45,906.35	45,906.35	45,906.35	45,906.35	688,595.26	
1201-003-002	-	Equipamiento	7 C\$ 301,520.00	43,074.29	43,074.29	43,074.29	43,074.29	43,074.29	86,148.57	
TOTAL			C\$1032,955.86	C\$79,646.08	C\$79,646.08	C\$ 1219,647.01	C\$ 88,980.64	C\$88,980.64	C\$ 774,743.83	

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

Anexo 18. Matriz de depreciación de mobiliario y equipo de oficina

Depreciación de mobiliario y equipo de oficina										
CODIGO	CANTIDAD	ACTIVO	AÑOS DEPRECIACION	COSTO DE ADQUISICION	2018	2019	2020	2021	2022	VALOR RESIDUAL
1201-001-001	1	Escritorio	5	C\$4,000.00	800.00	800.00	800.00	800.00	800.00	0.00
1201-001-002	1	Equipo de computo	2	C\$ 16,000.00	8,000.00	8,000.00				0.00
1201-001-003	2	Teléfono	2	C\$ 8,000.00	1,600.00	1,600.00				4,800.00
1201-001-004	5	Sillas	5	C\$ 8,000.00	1,600.00	1,600.00	1,600.00	1,600.00	1,600.00	0.00
1201-001-005	1	Barra de recepción	5	C\$ 6,500.00	1,300.00	1,300.00	1,300.00	1,300.00	1,300.00	0.00
1201-001-006	1	Archivadora	5	C\$ 3,500.00	700.00	700.00	700.00	700.00	700.00	0.00

TOTAL	C\$ 46,000.00	14,000.00	14,000.00	4,400.00	4,400.00	4,400.00	4,800.00
--------------	----------------------	------------------	------------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

Anexo 19. Matriz de amortización de activos intangibles

Amortización de Activos Intangibles										
CODIGO	CANTIDA D	ACTIVO	AÑOS DEPRECIACION	COSTO DE ADQUISICION	2018	2019	2020	2021	2022	
1201-002-001	-	Software de facturación	7	C\$ 6,500.00	928.57	928.57	928.57	928.57	928.57	928.57
1201-002-002	-	Asesoría legal	7	C\$ 5,000.00	714.29	714.29	714.29	714.29	714.29	714.29
1201-002-003	-	Asesoría ambiental	7	C\$ 5,000.00	714.29	714.29	714.29	714.29	714.29	714.29
1201-002-004	-	Asesoría civil	7	C\$ 5,000.00	714.29	714.29	714.29	714.29	714.29	714.29
1201-002-005	-	Matricula y registro legal	7	C\$ 1,000.00	142.86	142.86	142.86	142.86	142.86	142.86
1201-002-006	-	Capacitación al personal	7	C\$ 3,500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00
1201-002-007	-	Permiso de construcción	7	C\$ 8,000.00	1,142.86	1,142.86	1,142.86	1,142.86	1,142.86	1,142.86
Total				C\$ 34,000.00	C\$ 4,857.14	C\$ 4,857.14	C\$ 4,857.14	C\$ 4,857.14	C\$ 4,857.14	C\$ 4,857.14

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

Anexo 20. Matriz de Gastos de Operación

Gastos Operativos				
Gastos admón.	Temporada alta	Temporada baja	Costo anual	
Planilla Mensual	C\$ 35,776.00	C\$ 22,499.75	C\$	349,654.50
Servicios básicos	C\$ 1,500.00	C\$ 700.00	C\$	13,200.00

Papelería y útiles	C\$	2,600.00	C\$	2,600.00	C\$	31,200.00
Costo Mensual	C\$	39,876.00	C\$	25,799.75	C\$	394,054.50
Total Anual	C\$	394,054.50				
Gastos de ventas	Cantidad		Costo unitario		Costo anual	
Cuñas radiales		30	280		8400	
Volantes		2500	1500		1500	
Total gastos de ventas					9900	
Total gastos operativos				C\$	403,954.50	

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

Anexo 21. Matriz de Costos de Administración

Gastos Operativos				
Salarios Administrativos	Temporada alta	Temporada baja	Costo anual	
Planilla Mensual	C\$ 35,776.00	C\$ 22,499.75	C\$	349,654.50
Servicios básicos	C\$ 1,500.00	C\$ 700.00	C\$	13,200.00
Papelería y útiles	C\$ 2,600.00	C\$ 2,600.00	C\$	31,200.00
Costo Mensual	C\$ 39,876.00	C\$ 25,799.75	C\$	394,054.50
Total Anual	C\$	394,054.50		

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

Anexo 22. Matriz de Inversión Diferida

inversión Diferida			
Actividad	Costo	Tipo de cambio	Costo en dólares

Software de facturación y caja.	C\$	6,500.00	\$	31.50	\$	206.35
Asesoría legal	C\$	5,000.00	\$	31.50	\$	158.73
Asesoría ambiental	C\$	5,000.00	\$	31.50	\$	158.73
Asesoría civil	C\$	5,000.00	\$	31.50	\$	158.73
Matricula y registro legal	C\$	1,000.00	\$	31.50	\$	31.75
Gastos en capacitación al personal	C\$	3,500.00	\$	31.50	\$	111.11
Total	C\$	26,000.00			\$	825.40

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

Anexo 23. Matriz de Capital de Trabajo

Capital de Trabajo						
Actividad	Costo		Tipo de cambio		Costo en dólares	
Costos directos	C\$	234,682.50	\$	31.50	\$	7,450.24
Costos indirectos	C\$	118,128.60	\$	31.50	\$	3,750.11
Total	C\$	352,811.10			\$	11,200.35

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

Anexo 24. Matriz de Periodo de recuperación de la inversión

Año	Flujos	Flujos acumulados
1	C\$ 950,923.32	C\$ 950,923.32
2	C\$ 988,359.98	C\$ 1939,283.30
3	C\$ 1025,277.01	C\$ 2964,560.31
4	C\$ 1061,608.40	
5	C\$ 1876,827.47	

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

Inversión inicial	C\$	2266,158.11
Ultimo flujo	C\$	2964,560.31
Por recuperar	C\$	698,402.20
PRI años		2.24

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

2 años 2 meses 25 días

Anexo 25. Matriz de financiamiento

Nº de cuota	Fecha	Principal	Mantenimiento del valor	Interés	Total cuota	Saldo principal
0	14/12/2018	C\$ 793,155.34	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ 793,155.34
1	14/12/2019	C\$ 158,631.07	C\$ 39,657.77	C\$ 66,069.84	C\$ 264,358.67	C\$ 634,524.27
2	14/12/2020	C\$ 158,631.07	C\$ 31,726.21	C\$ 52,855.87	C\$ 243,213.15	C\$ 475,893.20
3	14/12/2021	C\$ 158,631.07	C\$ 23,794.66	C\$ 39,641.90	C\$ 222,067.63	C\$ 317,262.14
4	14/12/2022	C\$ 158,631.07	C\$ 15,863.11	C\$ 26,427.94	C\$ 200,922.11	C\$ 158,631.07
5	14/12/2023	C\$ 158,631.07	C\$ 7,931.55	C\$ 13,213.97	C\$ 179,776.59	C\$ -
Totales		C\$ 475,893.20	C\$ 95,178.64	C\$ 158,567.62	C\$ 729,639.46	

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

Cliente:	Centro turístico					
Costo del Proyecto	C\$ 2266,158.11					
Monto facilitado:		C\$	793,155.34			
Interés:			8.33%	anual sobre saldo		
Mantenimiento del valor:			5%	anual sobre saldo		
Cuotas:	Anuales					
Plazo:			5	años		
Comisión del desembolso:			3%	sobre monto desembolsado	C\$	19,828.88

Anexo 26. Matriz de Detalle de Ingresos en Temporada Alta

INGRESOS TEMPORADA ALTA									
Servicio	Precio turista nacional	Ventas nacionales	Ingreso ventas nacionales	Precio turista extranjero	Ventas extranjeras	Tasa de cambio	Ingreso turistas extranjeros	Ingreso Mensual Promedio	Ingreso Semestral
Restaurante	C\$ 150.00	185	C\$ 27,720.00	\$ 15.00	79	C\$ 31.50	C\$ 37,422.00	C\$ 65,142.00	C\$ 390,852.00
Piscina	C\$ 50.00	185	C\$ 9,240.00	\$ 5.00	79	C\$ 31.50	C\$ 12,474.00	C\$ 21,714.00	C\$ 130,284.00
Canopy	C\$ 300.00	53	C\$ 15,750.00	\$ 15.00	23	C\$ 31.50	C\$ 10,631.25	C\$ 26,381.25	C\$ 158,287.50
Cabañas	C\$ 300.00	140	C\$ 42,000.00	\$ 15.00	60	C\$ 31.50	C\$ 28,350.00	C\$ 70,350.00	C\$ 422,100.00
Senderismo	C\$ 200.00	185	C\$ 36,960.00	\$ 10.00	79	C\$ 31.50	C\$ 24,948.00	C\$ 61,908.00	C\$ 371,448.00
TOTAL			C\$ 131,670.00				C\$ 113,825.25	C\$ 245,495.25	C\$ 1472,971.50

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

Anexo 27. Matriz de Detalle de Ingresos en Temporada Baja

INGRESOS TEMPORADA BAJA									
Servicio	Precio turista nacional	Ventas nacionales	Ingreso ventas nacionales	Precio turista extranjero	Ventas extranjeras	Tasa de cambio	Ingreso turistas extranjeros	Ingreso Mensual Promedio	Ingreso Semestral
Restaurante	C\$ 150.00	101	C\$ 15,120.00	\$ 15.00	43	C\$ 31.50	C\$ 20,412.00	C\$ 35,532.00	C\$ 213,192.00
Piscina	C\$ 50.00	101	C\$ 5,040.00	\$ 5.00	43	C\$ 31.50	C\$ 6,804.00	C\$ 11,844.00	C\$ 71,064.00
Canopy	C\$ 300.00	35	C\$ 10,500.00	\$ 15.00	15	C\$ 31.50	C\$ 7,087.50	C\$ 17,587.50	C\$ 105,525.00
Senderismo	C\$ 300.00	53	C\$ 15,750.00	\$ 15.00	23	C\$ 31.50	C\$ 10,631.25	C\$ 26,381.25	C\$ 158,287.50
Cabañas	C\$ 200.00	101	C\$ 20,160.00	\$ 10.00	43	C\$ 31.50	C\$ 13,608.00	C\$ 33,768.00	C\$ 202,608.00
TOTAL			C\$ 66,570.00				C\$ 58,542.75	C\$ 125,112.75	C\$ 750,676.50

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

Anexo 28. Matriz de Flujo con Financiamiento

Descripción	FLUJO CON FINANCIAMIENTO									
	Años									
	0	1	2	3	4	5				
Ingresos	C\$	2223,648.00	C\$	2290,357.44	C\$	2359,068.16	C\$	2429,840.21	C\$	2502,735.41
Costos de producción	C\$	491,103.60	C\$	515,658.78	C\$	541,441.72	C\$	568,513.80	C\$	596,939.50
Utilidad Operativa	C\$	1732,544.40	C\$	1774,698.66	C\$	1817,626.44	C\$	1861,326.40	C\$	1905,795.92
Gastos de Operación	C\$	403,954.50	C\$	424,152.23	C\$	445,359.84	C\$	467,627.83	C\$	491,009.22
Gastos de admón.	C\$	394,054.50	C\$	413,757.23	C\$	434,445.09	C\$	456,167.34	C\$	478,975.71
Gastos de ventas	C\$	9,900.00	C\$	10,395.00	C\$	10,914.75	C\$	11,460.49	C\$	12,033.51
Depreciación	C\$	102,980.64	C\$	102,980.64	C\$	93,380.64	C\$	93,380.64	C\$	93,380.64
Amortización de la inversión diferida	C\$	4,857.14	C\$	4,857.14	C\$	4,857.14	C\$	4,857.14	C\$	4,857.14
Imprevistos	C\$	113,307.91	C\$	118,973.30	C\$	124,921.97	C\$	131,168.06	C\$	137,726.47
Intereses	C\$	66,069.84	C\$	52,855.87	C\$	39,641.90	C\$	26,427.94	C\$	13,213.97
Utilidad Bruta	C\$	1041,374.38	C\$	1070,879.48	C\$	1109,464.96	C\$	1137,864.80	C\$	1165,608.49
Impuestos	C\$	-	C\$	-	C\$	-	C\$	-	C\$	-
Utilidad Neta	C\$	1041,374.38	C\$	1070,879.48	C\$	1109,464.96	C\$	1137,864.80	C\$	1165,608.49
Depreciación	C\$	102,980.64	C\$	102,980.64	C\$	93,380.64	C\$	93,380.64	C\$	93,380.64
Amortización de la inversión diferida	C\$	4,857.14	C\$	4,857.14	C\$	4,857.14	C\$	4,857.14	C\$	4,857.14

Flujo de caja operativo	C\$	1149,212.15	C\$	1178,717.26	C\$	1207,702.74	C\$	1236,102.58	C\$	1263,846.26
Valor de salvamento									C\$	779,543.83
Inversión inicial										
Terrenos	C\$	(575,000.00)								
Obras Físicas	C\$	(980,127.01)								
Equipamiento	C\$	(332,220.00)								
Intangibles	C\$	(26,000.00)								
Capital de Trabajo	C\$	(352,811.10)								
Préstamo	C\$	793,155.34								
Amortización de la deuda	C\$	-	C\$	(198,288.83)	C\$	(190,357.28)	C\$	(182,425.73)	C\$	(174,494.17)
Flujo de Caja	C\$	(1473,002.77)	C\$	950,923.32	C\$	988,359.98	C\$	1025,277.01	C\$	1061,608.40
			C\$	1876,827.47						

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

Anexo 29. Matriz de Flujo sin Financiamiento

Descripción	FLUJO SIN FINANCIAMIENTO									
	Años									
	0	1	2	3	4	5				
Ingresos	C\$ 2223,648.00	C\$ 2290,357.44	C\$ 2359,068.16	C\$ 2429,840.21	C\$ 2502,735.41					
Costos de producción	C\$ 491,103.60	C\$ 515,658.78	C\$ 541,441.72	C\$ 568,513.80	C\$ 596,939.50					
Utilidad Operativa	C\$ 1732,544.40	C\$ 1774,698.66	C\$ 1817,626.44	C\$ 1861,326.40	C\$ 1905,795.92					
Gastos de Operación	C\$ 403,954.50	C\$ 424,152.23	C\$ 445,359.84	C\$ 467,627.83	C\$ 491,009.22					
Gastos de admón.	C\$ 394,054.50	C\$ 413,757.23	C\$ 434,445.09	C\$ 456,167.34	C\$ 478,975.71					
Gastos de eventos	C\$ 9,900.00	C\$ 10,395.00	C\$ 10,914.75	C\$ 11,460.49	C\$ 12,033.51					
Depreciacion	C\$ 102,980.64	C\$ 102,980.64	C\$ 93,380.64	C\$ 93,380.64	C\$ 93,380.64					
Amortizacion inversion diferida	C\$ 4,857.14	C\$ 4,857.14	C\$ 4,857.14	C\$ 4,857.14	C\$ 4,857.14					
Imprevistos	C\$ 113,307.91	C\$ 118,973.30	C\$ 124,921.97	C\$ 131,168.06	C\$ 137,726.47					
Utilidad Bruta	C\$ 1107,444.22	C\$ 1123,735.36	C\$ 1149,106.86	C\$ 1164,292.73	C\$ 1178,822.45					
Impuestos	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -					
Utilidad Neta	C\$ 1107,444.22	C\$ 1123,735.36	C\$ 1149,106.86	C\$ 1164,292.73	C\$ 1178,822.45					
Depreciacion	C\$ 102,980.64	C\$ 102,980.64	C\$ 93,380.64	C\$ 93,380.64	C\$ 93,380.64					
Amortizacion inversion diferida	C\$ 4,857.14	C\$ 4,857.14	C\$ 4,857.14	C\$ 4,857.14	C\$ 4,857.14					
Flujo de caja operativo	C\$ 1215,281.99	C\$ 1231,573.13	C\$ 1247,344.64	C\$ 1262,530.51	C\$ 1277,060.23					
Valor de salvamento								C\$ 779,543.83		
Inversión inicial										

Terrenos	C\$	(575,000.00)										
Obras Físicas	C\$	(980,127.01)										
Equipamiento	C\$	(332,220.00)										
Intangibles	C\$	(26,000.00)										
Capital de Trabajo	C\$	(352,811.10)										
Flujo de Caja	C\$	(2266,158.11)	C\$	1215,281.99	C\$	1231,573.13	C\$	1247,344.64	C\$	1262,530.51	C\$	2056,604.06

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

Anexo 30. Balance General Projectado a 5 años del Proyecto.

BALANCE GENERAL					
ACTIVO	2019	2020	2021	2022	2023
CORRIENTE					
Efectivo en Caja	44,472.96	45,807.15	47,181.36	48,596.80	50,054.71
Banco	667,094.40	687,107.23	707,720.45	728,952.06	750,820.62
Papelería y útiles de oficina	31,200.00	32,760.00	34,398.00	36,117.90	37,923.80
TOTAL, ACTIVO CORRIENTE	742,767.36	765,674.38	789,299.81	813,666.77	838,799.13
NO CORRIENTE					
Terreno	575,000.00	603,750.00	633,937.50	665,634.38	698,916.09
Edificio	980,127.01	1029,133.36	1080,590.03	1134,619.53	1191,350.50
Depreciación acumulada de edificio	88,980.64	88,980.64	88,980.64	88,980.64	88,980.64
Mobiliario y equipo de oficina	332,220.00	348,831.00	366,272.55	384,586.18	403,815.49
Depreciación acumulada de mobiliario y equipo de oficina	14,000.00	14,000.00	4,400.00	4,400.00	4,400.00

Intangibles	26,000.00	27,300.00	28,665.00	30,098.25	31,603.16
Amortizacion de intangibles	4,857.14	4,857.14	4,857.14	4,857.14	4,857.14
TOTAL, NO CORRIENTE	2021,184.79	2116,852.14	2207,702.86	2313,176.11	2423,923.03
TOTAL, ACTIVOS	2763,952.15	2882,526.52	2997,002.67	3126,842.88	3262,722.15
PASIVO					
CORRIENTE					
Cuentas por Pagar	583,332.25	612,498.86	643,123.80	675,279.99	709,043.99
I.R por pagar	0	0	0	0	0
TOTAL, PASIVO CORRIENTE	583,332.25	612,498.86	643,123.80	675,279.99	709,043.99
NO CORRIENTE					
Acreeedores bancarios	264,358.67	243,213.15	222,067.63	200,922.11	179,776.59
TOTAL, PASIVO NO CORRIENTE	264,358.67	243,213.15	222,067.63	200,922.11	179,776.59
TOTAL, PASIVO	847,690.92	855,712.01	865,191.43	876,202.10	888,820.58
CAPITAL CONTABLE					
Capital Inicial	756,765.60	794,603.88	834,334.07	876,050.78	919,853.32
Utilidades acumuladas	950,923.32	988,359.98	1025,277.01	1061,608.40	1876,827.47
Utilidad del Ejercicio	208,572.31	243,850.65	272,200.15	312,981.60	422,779.00
TOTAL, CAPITAL CONTABLE	1916,261.23	2026,814.51	2131,811.24	2250,640.78	2373,901.57
TOTAL, PASIVO MAS CAPITAL	2763,952.15	2882,526.52	2997,002.67	3126,842.88	3262,722.15

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

Anexo 31. Matriz de Leopold Modificada Evaluación de Impacto Ambiental

IMPACTOS GENERADOS		CONSTRUCCION					EQUIPAMIENTO			OPERACIÓN			
		Movimientos de tierra	Levantamiento de estructuras	Disposición final de los desechos de construcción	Pintado del local	Total fase	Abastecimiento Materia Prima	Almacenamiento de productos limpieza	Total fase	Limpieza diaria local	Desechos sólidos y grasos (restaurante)	Agua de piscina	Mantenimiento de equipos
		Sobre población	Empleo	1	2		1	4	1		1	1	
Nuevas tecnologías			2	-1		1			0		2	3	5
TOTAL IMPACTO	1		4	-1	1	5	1	0	1	1	2	3	6
Sobre el aire	Contaminación		-3	-1	-1	-5			0			0	0
	Incremento del ruido		-1			-1			0				0
	Presencia de olores		-1		-2	-3		-3	-3	1	-1		0
	TOTAL IMPACTO	0	-5	-1	-3	-9		-3	-3	1	-1	0	0
Sobre el agua	Contaminación			-2	-1	-3			0	-1	-2	-1	-4
	Disminución de caudal					0			0				0
	TOTAL IMPACTO	0	0	-2	-1	-3			0	-1	-2	-1	-4
Sobre el suelo	Pérdida de suelo	-3	-3			-6			0				0
	Contaminación		-1	-1	-1	-3			0	-1		-1	-2
	Problemas de drenaje		-1			-1			0				0
	TOTAL IMPACTO	-3	-5	-1	-1	-10			0	-1		-1	-2

Sobre vegetación y fauna	Reducción de hábitat	-3	-3			-6			0				0
	Emigración de especies	-3	-3			-6			0				0
	TOTAL IMPACTO	-6	-6			-12			0				0
Otros	Pérdida de paisaje	-3	-3			-6			0				0
	TOTAL IMPACTO	-3	-3	0	0	-6			0				0
IMPACTO AMBIENTAL TOTAL		-11	-15	-5	-4	-35	1	-3	-2	0	-1	1	0

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

Anexo 32. Cronograma de Gestión del Proyecto.

Actividades		Noviembre 2018				Diciembre 2018				Enero 2019				Febrero 2019				Marzo 2019			
		S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12	S13	S14	S15	S16	S17	S18	S19	S20
1	Implementación plan de gestión																				
1.2	Gestión del proyecto																				
1.2.1	Gestión de la integración																				
1.2.1.1	Acta de constitución																				
1.2.1.2	Revisión de riesgos y probabilidades																				
1.2.1.3	Documentación de resultados																				
1.2.2	Gestión de alcance																				
1.2.2.1	Planificación del alcance																				
1.2.2.2	Monitoreo de actividades																				

1.2.6.1	Definición de proceso de contratación de personal																			
1.2.6.2	Definición de proceso de capacitación de personal																			
1.2.6.3	Documentación de resultados																			
1.2.7	Gestión de riesgos																			
1.2.8	Gestión de adquisiciones																			
1.2.8.1	Gestión de contratos																			
1.2.8.2	Gestión de compras de materiales de construcción																			
1.2.8.3	Gestión de compras de equipamiento																			
1.2.8.4	Documentación de resultados																			
1.2.9	Implementación de obras civiles																			
1.2.9.1	Movimientos de tierra y levantamiento de estructuras																			

Probabilidad del Riesgo		
Categoría	Valor	Descripción
Casi certeza	5	Riesgo muy alto
Probable	4	Riesgo alto
Moderado	3	Riesgo medio
Improbable	2	Riesgo bajo
Muy improbable	1	Riesgo muy bajo

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

Anexo 34. Matriz de Impacto del Riesgo

Impacto del Riesgo		
Categoría	Valor	Descripción
Catastrófico	5	Riesgo que influye directamente en el cumplimiento del proyecto
Mayor	4	Riesgo que daña significativamente el logro de los objetivos del proyecto.
Moderado	3	Riesgo que causa daño importante en el logro de los objetivos del proyecto.
Menor	2	Riesgo que causa daño, pero puede corregirse en el corto plazo
Insignificante	1	Riesgo con nulo efecto en el proyecto.

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

Anexo 35. Matriz de Nivel del Riesgo

Matriz de nivel de riesgo						Riesgo alto
Probabilidad						
5	5	10	15	20	25	Riesgo moderado
4	4	8	12	16	20	
3	3	6	9	12	15	
2	2	4	6	8	10	
1	1	2	3	4	5	
	1	2	3	4	5	Riesgo bajo
					Impacto	

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

Anexo 36. Perspectivas de diseño del proyecto



FUENTE: DISEÑO ARQ. ARMANDO PASTORA.

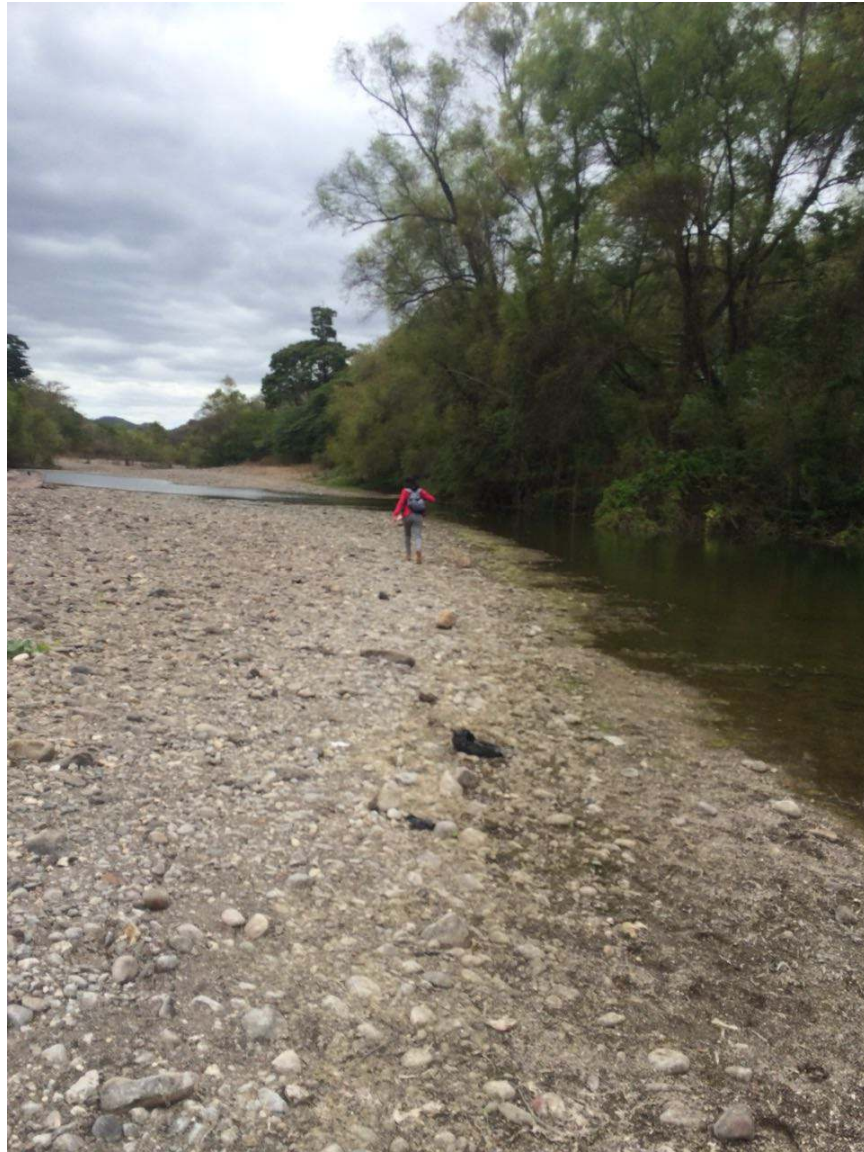


FUENTE: DISEÑO ARQ. ARMANDO PASTORA.



FUENTE: DISEÑO ARQ. ARMANDO PASTORA.

Anexo 37. Fotos del Área destinada para el centro turístico y recreativo.



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

Anexo 38. Cotizaciones de materiales de construcción.

Materiales y accesorios para baños y cocinas								
Producto o descripción	Presentación	Unidad	Promedio	Mínimo	Máximo	Mínimo Anterior	%	Proveedor
ACCES. P' BAÑO (PORTAROLLO + JAB.)	C/U	JUEGO	179	120.34	120.34	237.83	-0.49	FETESA
CANAL PVC BLANCO	C/U	6 x 4"	27	50.50	443.97	3.44	13.68	DIMACO
CODO C/ ROSCA 90 GRADOS	C/U	½"	3	3.44	3.94	3.44	0.00	DIMACO
CODO C/ ROSCA 90 GRADOS	C/U	¾"	6	5.95	7.06	5.95	0.00	DIMACO
CODO LISO 90 GRADOS	C/U	½"	2	1.99	3.29	2.44	-0.18	FETESA
CODO LISO 90 GRADOS	C/U	¾"	4	3.30	4.99	4.26	-0.23	FETESA
CURVA CONDUIT	C/U	2"	25	25.49	30.94	25.49	0.00	AMANCO
CURVA CONDUIT	C/U	1/2"	2	2.23	2.74	2.23	0.00	DIMACO
CURVA CONDUIT	C/U	3/4"	4	3.80	4.67	3.80	0.00	DIMACO
CURVA CONDUIT	C/U	1"	8	7.71	12.74	7.71	0.00	Ferretería Jenny
CURVA CONDUIT	C/U	1 1/4"	15	14.56	2.71	14.56	0.00	DIMACO
CURVA CONDUIT	C/U	1 1/2"	13	12.59	23.72	12.59	0.00	Ferretería Jenny
DUCHA PASTICA CROMADA	C/U	1/2	1,162	861.98	1462.82	1462.82	-0.41	FETESA
INIDORO BLANCO STD. 510 CON ACCESORIOS	C/U	O EQUIV.	1,162	861.98	1462.82	1462.82	-0.41	FETESA
LAVAMANO BLANCO 400 CON ACCESORIOS	C/U	O EQUIV.	626	626.46	652.79	626.46	0.00	Ferretería Jenny
LAVAMANO BLANCO 460 CON ACCESORIOS	C/U	O EQUIV.	1,357	1357.26	1357.26	1357.26	0.00	Ferretería Jenny
LAVASTRATO COCINA (PANA Y ESC.)	C/U	100 x 50	820	820.12	1019.13	820.12	0.00	Ferretería Jenny
LLAVE DE CHORRO	C/U	½"	5	5.15	57.86	5.15	0.00	Durman Esquivel

LLAVE DE PASE	C/U	1"	3	3.29	160.98	3.29	0.00	Durman Esquivel
LLAVE DE PASE	C/U	1/2"	5	4.99	153.00	4.99	0.00	Durman Esquivel
LLAVE DE PASE	C/U	3/4"	30	30.00	110.00	30.00	0.00	Durman Esquivel
PEGAMENTO PVC	GLN	GLN	485	484.50	593.78	484.50	0.00	DIMACO
PORCELANA	C/U	LBS	212	211.53	211.53	211.53	0.00	Ferretería Jenny
TEE CON ROSCA	C/U	3/4"	7	6.69	9.21	6.69	0.00	Durman Esquivel
TEE CON ROSCA	C/U	1/2"	4	4.12	14.65	4.12	0.00	AMANCO
TEE LISA	C/U	3/4"	4	3.81	5.28	4.55	-0.16	FETESA
TEE LISA	C/U	1/2"	2	2.44	3.68	2.44	0.00	Durman Esquivel
TUBO CONDUIT	C/U	1" x 10'	24	23.95	33.60	23.95	0.00	Ferretería Jenny
TUBO CONDUIT	C/U	1/2" x 10'	8	7.51	13.10	7.51	0.00	Ferretería Jenny
TUBO CONDUIT	C/U	3/4" x 10'	14	13.60	23.25	13.60	0.00	Ferretería Jenny
TUBO CONDUIT	C/U	1 1/4" x 10'	39	39.14	56.84	39.14	0.00	DIMACO
TUBO CONDUIT	C/U	1 1/2" x 10'	45	44.70	64.96	44.70	0.00	DIMACO
TUBO CONDUIT	C/U	2" x 10'	67	66.70	113.07	66.70	0.00	DIMACO
TUBO PVC (DRENAJE) (1) SDR-64	C/U	2" x 20'	49	49.13	105.07	49.13	0.00	Ferretería Jenny
TUBO PVC (DRENAJE) (2) SDR-64	C/U	4" x 20'	46	46.16	207.00	46.16	0.00	Durman Esquivel
TUBO PVC SDR - 13.5	C/U	1/2" x 20'	28	28.42	66.81	28.42	0.00	Ferretería Jenny
TUBO PVC SDR - 17	C/U	2" x 20'	269	268.85	395.30	269.18	-0.00	FETESA

TUBO PVC SDR - 17	C/U	2 1/2" x 20'	393	393.17	577.70	393.17	0.00	DIMACO
TUBO PVC SDR - 17	C/U	3" x 20'	554	526.12	857.19	582.45	-0.10	FETESA
TUBO PVC SDR - 17	C/U	3/4" x 20'	39	39.38	109.32	39.38	0.00	Ferretería Jenny
TUBO PVC SDR - 17	C/U	1" x 20'	73	63.80	125.29	81.99	-0.22	FETESA
TUBO PVC SDR - 17	C/U	1" x 20'	98	63.80	125.38	131.47	-0.51	DIMACO
TUBO PVC SDR - 17	C/U	1 1/4" x 20'	131	131.47	193.38	131.47	0.00	DIMACO
TUBO PVC SDR - 17	C/U	1 1/2" x 20'	156	141.08	252.99	171.59	-0.18	FETESA
TUBO PVC SDR - 26	C/U	1 1/4" x 20'	88	88.15	129.05	88.15	0.00	DIMACO
TUBO PVC SDR - 26	C/U	1 1/2" x 20'	91	88.05	168.45	93.99	-0.06	FETESA
TUBO PVC SDR - 26	C/U	2" x 20'	148	147.19	246.18	149.16	-0.01	FETESA
TUBO PVC SDR - 26	C/U	3" x 20'	391	390.60	562.49	390.60	0.00	DIMACO
TUBO PVC SDR - 26	C/U	4" x 20'	586	529.12	926.85	643.56	-0.18	FETESA
TUBO PVC SDR - 26	C/U	1" x 20'	51	51.36	86.45	51.36	0.00	Ferretería Jenny
UNIÓN CONDUIT	C/U	2"	9	9.14	15.02	9.14	0.00	AMANCO
UNIÓN CONDUIT	C/U	3/4	3	2.81	4.06	2.81	0.00	DIMACO
UNIÓN CONDUIT	C/U	1"	3	3.05	5.88	3.05	0.00	Ferretería Jenny
UNIÓN CONDUIT	C/U	1 1/4"	5	5.04	7.31	5.04	0.00	DIMACO
UNIÓN CONDUIT	C/U	1 1/2"	6	6.10	7.92	6.10	0.00	DIMACO
UNIÓN CONDUIT	C/U	1/2	2	2.16	3.05	2.16	0.00	DIMACO

FUENTE: CONSTRUCCIÓN NICARAGUA. REVISTA@CONSTRUCCION.COM.NI

Techos

Producto o descripción	Presentación	Unidad	Promedio	Mínimo	Máximo	Mínimo Anterior	%	Proveedor
GOLOSO P/TECHO (1/4)	C/U	4"	1	1.53	1.53	0.00	0.00	El Halcón
GOLOSO P/TECHO (1/4)	C/U	4 ½"	1	1.95	1.95	0.00	0.00	El Halcón
GOLOSO P/TECHO (1/4)	C/U	5 ½"	1,099	2197.00	2197.00	0.00	0.00	El Halcón
Impermiabilizante para techo PEEL SEAL	Rollo	4" X 33.5'	174	173.92	210.00	173.22	0.00	JAMAR
LÁMINA FIBRA MINERAL CLIMA PLUS AMSTRONG	C/U	5/8 X 2 X 4	127	86.70	86.70	166.96	- 0.48	El Halcón
LÁMINA PRACTIPANEL TIPO 2	C/U	3 X 2 X 4	25	50.99	50.99	0.00	0.00	El Halcón
LÁMINA PRACTIPANEL TIPO 3	C/U	3 X 2 X 6	12	23.21	23.21	0.00	0.00	El Halcón
Lámina Practipanel Tipo A	C/U	3 x 2 x 3	300	600.84	600.84	0.00	0.00	El Halcón
LAMINAS SUPER STANDARD P 10	C/U	12'	180	360.00	0.00	0.00	0.00	El Halcón
LAMINAS SUPER STANDARD P 10	C/U	6'	200	400.00	400.00	0.00	0.00	El Halcón
LAMINAS SUPER STANDARD P 10	C/U	10'	135	270.00	270.00	0.00	0.00	El Halcón
LAMINAS SUPER STANDARD P 10 ROJA	C/U	6'	280	280.04	450.00	280.04	0.00	JAMAR
LAMINAS SUPER STANDARD P 10 ROJA	C/U	12'	4	7.65	7.65	0.00	0.00	El Halcón
LAMINAS SUPER STANDARD P 10 ROJA	C/U	10'	190	6.67	6.67	373.39	- 0.98	El Halcón
LAMINAS SUPER STANDARD P 10 ROJA	C/U	8'	373	373.39	373.39	373.39	0.00	JAMAR
LAMINA ZINC CORRUGADO STD CAL. 26	C/U	06'	141	140.52	162.50	141.31	- 0.01	FETESA
LAMINA ZINC CORRUGADO STD CAL. 26	C/U	12'	283	282.61	325.00	282.61	0.00	JAMAR
LAMINA ZINC CORRUGADO STD CAL. 26	C/U	10'	217	217.00	247.52	217.00	0.00	DIMACO
LAMINA ZINC CORRUGADO STD CAL. 26	C/U	08'	188	188.41	216.80	188.41	0.00	FETESA

LAMINA ZINC CORRUGADO STD CAL. 28	C/U	06´	153	118.26	130.20	188.26	- 0.37	JAMAR
LAMINA ZINC CORRUGADO STD CAL. 28	C/U	08´	158	157.68	173.60	157.68	0.00	JAMAR
LAMINA ZINC CORRUGADO STD CAL. 28	C/U	10´	197	197.10	317.00	197.00	0.00	JAMAR
LAMINA ZINC CORRUGADO STD CAL. 28	C/U	12´	237	236.52	260.40	236.52	0.00	JAMAR
LAMINA ZINC LISO STD CAL. 26	C/U	3" x 6´	144	124.51	175.48	162.70	- 0.23	El Halcón
LAMINA ZINC LISO STD CAL. 26	C/U	08´	207	197.68	320.53	216.80	- 0.09	FETESA
LAMINA ZINC LISO STD CAL. 28	C/U	3" X 6´	124	118.35	130.20	130.20	- 0.09	FETESA
LAMINA ZINC LISO STD CAL. 28	C/U	08´	172	169.60	507.81	173.60	- 0.02	FETESA

FUENTE: CONSTRUCCIÓN NICARAGUA. REVISTA@CONSTRUCCION.COM.NI

Materiales y productos metálicos

Producto o descripción	Presentación	Unidad	Promedio	Mínimo	Máximo	Mínimo Anterior	%	Proveedor
ALAMBRE DE PÚAS (35 LBS)	ROLLO	16 x 400 VRS	404	403.97	477.27	403.97	0.00	Ferretería Jenny
ALAMBRE DE PÚAS (52 LBS)	ROLLO	14 x 365 VRS	537	536.94	920.45	536.94	0.00	Ferretería Jenny
ALAMBRE DE PÚAS (66 LBS)	ROLLO	12.5 X 300 VRS	725	725.12	941.00	725.12	0.00	Ferretería Jenny
ALAMBRE GALVANIZADO	LBS	# 16	16	14.88	1869.57	18.00	- 0.17	FETESA
ALAMBRE GALVANIZADO (3.44, 2.68, 2.32) mm	LBS	# (10, 12, 13)	558	557.64	1673.92	557.64	0.00	Ferretería Jenny
ALAMBRE RECOCIDO NEGRO	LBS	# 18	12	11.31	1078.26	12.01	- 0.06	MONOLIT
ALAMBRE RECOCIDO NEGRO	LBS	# 16	1,078	1078.26	1078.26	1078.26	0.00	JAMAR
ANGULARES C/V 6m 1 1/2" x 20'	C/U	3/16"	322	322.16	322.16	322.16	0.00	Ferretería Jenny
ANGULARES C/V 6m 1 1/4" x 20'	C/U	1/8"	172	171.94	182.61	171.94	0.00	Ferretería Jenny
ANGULARES C/V 6m 1 1/4" x 20'	C/U	01/04/06	333	333.33	333.33	333.33	0.00	Ferretería Jenny
ANGULARES C/V 6m 1/2" x 20'	C/U	1/8 "	204	203.61	217.40	203.61	0.00	Ferretería Jenny
ANGULARES C/V 6m 1" x 20'	C/U	1/8"	127	127.08	139.13	127.08	0.00	Ferretería Jenny
ANGULARES C/V 6m 2 1/2" x 20'	C/U	3/16"	735	734.86	734.86	734.86	0.00	Ferretería Jenny
ANGULARES C/V 6m 2 1/2" x 20'	C/U	1/4"	756	755.57	755.57	755.57	0.00	Ferretería Jenny
ANGULARES C/V 6m 2" x 20'	C/U	1/4"	554	553.78	553.78	553.78	0.00	Ferretería Jenny
ANGULARES C/V 6m 2" x 20'	C/U	3/16"	493	493.29	493.29	493.29	0.00	Ferretería Jenny

ANGULARES C/V 6m 2" x 20'	C/U	1/8"	273	272.83	378.26	272.83	0.00	Ferretería Jenny
ANGULARES C/V 6m 3/4" x 20'	C/U	1/8"	69	121.74	122.82	16.50	6.38	JAMAR
ANGULARES C/V 6m 3" x 20'	C/U	1/4"	838	814.64	814.64	860.72	- 0.05	Ferretería Jenny
ANGULARES C/V 6m 3" x 20'	C/U	3/16"	491	860.72	860.72	121.74	6.07	FETESA
CLAVOS CON CABEZA	LBS	1"	12	12.36	16.50	12.08	0.02	FETESA
CLAVOS CON CABEZA	LBS	2" - 6"	14	9.41	15.42	19.00	- 0.50	FETESA
CLAVOS CON CABEZA (ACERO)	LBS	1" - 1 1/2"	19	19.00	19.00	19.00	0.00	DIMACO
CLAVOS CON CABEZA (ACERO)	LBS	2"	18	19.00	19.00	16.00	0.19	DIMACO
CLAVOS PARA LAMINAS DE ZINC (ENTORCHADOS)	LBS	2 1/2"	14	14.49	444.57	14.49	0.00	JAMAR
CLAVOS PARA LAMINAS DE ZINC (LISOS)	LBS	2 1/2"	15	16.00	16.00	14.49	0.10	DIMACO
ELECTRODOS 6010 (6013) (1)	LBS	01/03/32	30	30.44	31.59	30.44	0.00	JAMAR
ELECTRODOS 6010 (6013) (2)	LBS	01/08/06	30	30.44	31.59	30.44	0.00	JAMAR
ELECTROMALLA 3/3 6" x 6"	C/U	6 x 2.35mts	1,094	683.18	1504.22	1504.22	- 0.55	MONOLIT
ELECTRO PANEL ESTÁNDAR	C/U	1.22 X 2.44 mts	538	538.26	538.26	538.26	0.00	MONOLIT
GRAPAS GALVANIZADAS	QQ	1" X 9	1,387	1386.96	1563.10	1386.96	0.00	JAMAR
HIERRO CORRUGADO (ASTM 104 LBS) 14 var.	QQ	(9.52 mm) 3/8 x 20'	691	691.31	691.31	691.31	0.00	JAMAR
HIERRO CORRUGADO (ASTM 104 LBS) 1.9 var.	QQ	(25.4 mm) 1.00 x 20'	439	139.13	739.13	739.13	- 0.81	JAMAR
HIERRO CORRUGADO (ASTM 104 LBS) 3.33 var.	QQ	(19.05 mm) 3/4 x 20'	739	739.13	739.13	739.13	0.00	JAMAR
HIERRO CORRUGADO (ASTM 104 LBS) 4.81 var.	QQ	(15.88 mm) 5/8 x 20'	724	739.13	739.13	708.70	0.04	JAMAR
HIERRO CORRUGADO (ASTM 104 LBS) 8 var.	QQ	(12.7 mm) 1/2" x 20'	709	708.70	708.70	708.70	0.00	JAMAR

HIERRO CORRUGADO (MM 90.72 LBS) 14 var.	QQ	(8.5 mm) 3/8 x 20'	604	604.35	604.35	604.35	0.00	JAMAR
HIERRO LISO ASTM (14 var.)	QQ	3/8 x 20'	73	73.49	873.92	73.49	0.00	Ferretería Jenny
HIERRO LISO ASTM (4.81 var.)	QQ	5/8 x 20'	144	144.32	230.20	144.32	0.00	DIMACO
HIERRO LISO ASTM (8 var.)	QQ	½ x 20'	121	121.39	1039.13	121.39	0.00	Ferretería Jenny
HIERRO LISO (ASTM 91.2 LBS) 30 var.	QQ	(6 mm) ¼ x 20'	674	674.05	674.05	674.05	0.00	MONOLIT
LAMINA DE HIERRO ANTIDESLIZANTE	C/U	1/8 x 1219 x 3048 mm	1,978	1978.24	1978.24	1978.24	0.00	Ferretería Jenny
LAMINA DE HIERRO LISA	C/U	1 mm x 1.25 x 3 m	693	693.45	835.05	693.45	0.00	Ferretería Jenny
LÁMINA DE HIERRO LISA	C/U	0.6 mm x 1.22 x 3m	424	423.66	423.66	423.66	0.00	Ferretería Jenny
LAMINA DE HIERRO LISA ¼	C/U	6.65 mm x 1.22 x 3 m	4,009	4008.84	4008.84	4008.84	0.00	Ferretería Jenny
LAMINA DE HIERRO LISA ¼	C/U	6.65 mm x 1.22 x 3 m	1,481	1481.49	1481.19	1481.19	0.00	Ferretería Jenny
LAMINA DE HIERRO LISA 1/8	C/U	3.17 mm x 1.22 x 3 m	1,978	1978.24	1978.24	1978.24	0.00	Ferretería Jenny
LAMINA DE HIERRO LISA 3/32	C/U	2.38 mm x 1.22 x 3 m	1,482	1481.49	1481.49	1481.89	- 0.00	Ferretería Jenny
LAMINA EXPANDIDA PLANA # 16	C/U	1/16 x ¼ x ½	893	893.20	893.20	893.20	0.00	Ferretería Jenny
MALLA CICLÓN # 13.0 - 2.52 m (170 lbs)	ROLLO	6' x 100'	1,842	1842.43	1956.53	1842.43	0.00	Ferretería Jenny
MALLA ELECTROSOLDADA 10/10 6" x 6"	C/U	6 x 2.35mts	360	360.36	360.36	360.36	0.00	MONOLIT
MALLA ELECTROSOLDADA 2/2 6"x 6"	C/U	6 x 2.35mts	1,347	1347.25	1347.25	1347.22	0.00	MONOLIT
MALLA ELECTROSOLDADA 4.5/4.5 6" x 6"	C/U	6 x 2.35mts	923	922.87	922.87	922.87	0.00	MONOLIT
MALLA ELECTROSOLDADA 6/6 6" x 6"	C/U	6 x 2.35mts	701	700.96	701.25	700.96	0.00	Ferretería Jenny

PERLINES CAL. STD 1 1/2 x 3 x 20	C/U	1/16 (1.5mm)	225	219.40	235.66	229.66	- 0.04	El Halcón
PERLINES CAL. STD 2 x 4 x 20	C/U	1/16' (1.5 mm)	285	285.22	303.40	285.22	0.00	JAMAR
PERLINES CAL. STD 2 x 4 x 20	C/U	3/32' (2.3 mm)	456	455.57	458.90	455.57	0.00	DIMACO
PERLINES CAL. STD 2 x 4 x 6 m	C/U	1/8' (3.17 mm)	613	613.05	623.94	613.05	0.00	JAMAR
PERLINES CAL. STD 2 x 5 x 20	C/U	3/32 (2.3 mm)	509	508.82	519.29	508.82	0.00	DIMACO
PERLINES CAL. STD 2 x 5 x 20	C/U	1/16' (1.5 mm)	343	330.97	372.18	356.00	- 0.07	El Halcón
PERLINES CAL. STD 2 x 5 X 6 m	C/U	1/8' (3.17 mm)	706	706.09	723.10	706.09	0.00	JAMAR
PERLINES CAL. STD 2 x 6 x 20	C/U	1/16' (1.5 mm)	426	373.78	493.92	479.00	- 0.22	El Halcón
PERLINES CAL. STD 2 x 6 x 20	C/U	3/32' (2.3 mm)	636	580.38	691.69	691.69	- 0.16	El Halcón
PERLINES CAL. STD 2 x 6 x 6 m	C/U	1/8' (3.17 mm)	805	805.22	822.14	805.22	0.00	JAMAR
PERLINES CAL. STD 2 x 8 x 6 m	C/U	1/8' (3.17 mm)	626	950.44	1106.55	301.08	2.16	JAMAR
PERLINES JOIST	C/U	20-8-8-8 / 6mts	413	412.64	412.64	412.64	0.00	MONOLIT
PERLINES JOIST	C/U	25-8-8-8 / 6mts	437	436.89	436.89	436.89	0.00	MONOLIT
PERLINES JOIST	C/U	15-6-6-6 / 6mts	201	200.75	200.75	200.75	0.00	MONOLIT
PERLINES JOIST	C/U	15-8-6-8 / 6mts	296	296.36	296.36	296.36	0.00	MONOLIT
PERLINES JOIST	C/U	15-8-8-8 / 6mts	356	356.38	356.38	356.38	0.00	MONOLIT
PLATINAS 3.17 mm	C/U	1/8 x 1/2" x 20'	33	33.05	33.05	33.05	0.00	JAMAR
PLATINAS 3.17 mm	C/U	1/8 x 1" x 20'	84	84.35	84.35	84.35	0.00	JAMAR

PLATINAS 3.17 mm	C/U	1/8 x 3/4 x 20	67	66.96	66.96	66.96	0.00	JAMAR
TUBOS CUADRADOS Ch # 20	C/U	1 1/4" x 20'	151	139.05	161.95	161.95	- 0.14	FETESA
TUBOS CUADRADOS Ch # 20	C/U	1 1/2" x 20'	172	146.69	198.22	198.22	- 0.26	FETESA
TUBOS CUADRADOS Ch # 20	C/U	1/2" x 20'	64	64.11	64.11	64.11	0.00	JAMAR
TUBOS CUADRADOS Ch # 20	C/U	3/4" x 20'	86	76.46	95.32	95.32	- 0.20	FETESA
TUBOS CUADRADOS Ch # 20	C/U	1" x 20'	118	108.06	128.21	128.21	- 0.16	FETESA
TUBOS GALVANIZADOS C - 40 1.90 mm	C/U	1/2" x 20'	209	165.75	252.18	252.18	- 0.34	FETESA
TUBOS GALVANIZADOS C - 40 2.10 mm	C/U	3/4" x 20'	135	233.92	366.96	366.96	5.33	FETESA
TUBOS GALVANIZADOS C - 40 2.10 mm	C/U	1" x 20'	423	323.11	523.48	523.48	- 0.38	FETESA
TUBOS GALVANIZADOS C - 40 2.38 mm	C/U	1 1/4" x 20'	537	403.00	671.31	671.31	- 0.40	FETESA
TUBOS GALVANIZADOS C - 40 2.38 mm	C/U	1 1/2" x 20'	584	490.00	678.26	678.26	- 0.28	FETESA
TUBOS GALVANIZADOS C - 40 3.17 mm	C/U	2" x 20'	369	627.00	1113.05	1113.05	4.63	JAMAR
TUBOS INDUSTRIALES NEGROS Ch # 18	C/U	3/4" x 20'	108	107.97	107.97	107.97	0.00	JAMAR
TUBOS INDUSTRIALES NEGROS Ch # 20	C/U	1 1/2" x 20'	137	137.03	137.03	137.03	0.00	JAMAR
TUBOS INDUSTRIALES NEGROS CH # 20	C/U	1" x 20'	99	99.37	99.37	99.37	0.00	JAMAR
TUBOS NEGROS REDONDOS C - 40 1.90 mm	C/U	1/2" x 20'	143	142.55	142.55	142.55	0.00	JAMAR
TUBOS NEGROS REDONDOS C - 40 2.10 mm	C/U	1" x 20'	215	215.09	215.09	215.09	0.00	JAMAR
TUBOS NEGROS REDONDOS C - 40 2.10 mm	C/U	3/4" x 20'	179	178.82	178.82	178.82	0.00	JAMAR
TUBOS NEGROS REDONDOS C - 40 2.38 mm	C/U	1 1/2" x 20'	413	413.31	413.31	413.31	0.00	JAMAR

TUBOS NEGROS REDONDOS C - 40 2.38 mm	C/U	1 1/4" x 20'	312	312.09	312.09	312.09	0.00	JAMAR
TUBOS NEGROS REDONDOS C - 40 3.17 mm	C/U	3" x 20'	717	716.96	716.96	716.96	0.00	JAMAR
VARILLA CARRUGADA LD = 6 mts	PIEZA	5.5 MM G-70	22	22.26	2.26	22.26	0.00	MONOLIT
VARILLA CARRUGADA LG = 6 mts	PIEZA	7.20 MM G-70	38	38.16	38.16	38.16	0.00	MONOLIT
VARILLA CARRUGADA LG = 6 mts	PIEZA	4.50 MM G-70	15	14.90	14.90	14.94	-0.00	MONOLIT
VARILLA CARRUGADA LG = 6 mts	PIEZA	6.20 MM G-70	28	28.22	28.22	28.22	0.00	MONOLIT
VARILLA CARRUGADA LG = 6 mts	PIEZA	9.50 MM G-70	66	66.38	66.38	66.38	0.00	MONOLIT
VARILLA CARRUGADA LG = 6 mts	PIEZA	3.80 MM G-70	11	10.53	10.53	10.53	0.00	MONOLIT
VARILLA CARRUGADA STD GRADO 40	PIEZA	7/8 X 6 mts	255	255.00	345.10	255.00	0.00	MONOLIT
VARILLA CARRUGADA STD GRADO 40	PIEZA	1 X 6 mts	334	333.76	496.00	333.76	0.00	MONOLIT
VARILLA CARRUGADA STD GRADO 40	PIEZA	3/4 X 6 mts	188	188.05	363.00	188.08	-0.00	MONOLIT
VARILLA CARRUGADA STD GRADO 60	QQ	5/8 X 6 mts	638	637.50	637.50	637.50	0.00	MONOLIT
VARILLA CARRUGADA STD GRADO 60	QQ	7/8 X 6 mts	638	637.50	637.50	637.50	0.00	MONOLIT
VARILLA CARRUGADA STD GRADO 60	QQ	1 X 6 mts	638	637.50	637.50	637.50	0.00	MONOLIT
VARILLA CARRUGADA STD GRADO 60	QQ	1/2 X 6 mts	638	637.50	637.50	637.50	0.00	MONOLIT
VARILLA CORRUGADA STD GRADO 40	QQ	3/8 x 6mts	46	45.53	69.90	45.53	0.00	MONOLIT
VARILLA CORRUGADA STD GRADO 40	QQ	5/8 x 6mts	131	130.63	188.21	130.63	0.00	MONOLIT
VARILLA CORRUGADA STD GRADO 40	QQ	1/2 x 6mts	87	86.70	793.68	86.70	0.00	Ferretería Jenny

VARILLA LISA STD GRADO 40	QQ	1/4 x 6 mts	24	24.36	673.92	24.36	0.00	Ferretería Jenny
VARILLA LISA STD GRADO 40	QQ	1/4 X 6 mts	24	24.36	495.66	24.36	0.00	Ferretería Jenny

FUENTE: CONSTRUCCIÓN NICARAGUA. REVISTA@CONSTRUCCION.COM.NI



Ferretería Técnica, S.A.
 Km. 5 1/2 Carretera Norte, Semáforo Portezuelo 800 Mts al norte. Managua, Nicaragua.
 PBX: 2264-9191

PROFORMA
 RUC # J0310000 - 002975

Orden Comp:
Fecha: 26/04/2018
Proforma: 530990
 Page 1 de 1

Cliente: LORENA SOLIS
Dirección: _____
Teléfono: _____

Cuenta: 999999

CONDICIONES DE COMPRA

CODIGO	BOD	CANTIDAD	DESCRIPCION DE LA MERCADERIA	SAC	UM	PRECIO/U.	TOTAL C\$	I.V.	% DESC.
0279345	5A	1.00	BALDOSA BARCELONA CREMA 31.6X31.6 SAMBORO	6908900000	M2	239.87	239.87		
0230960	5A	1.00	JUEGO DE DUCHA 3 PZA 807CSVC CR PFISTER		GO	1,977.47	1,977.47		
0250983	5A	1.00	LLAVE LAVAMANO DOBLE ACRILICO 50-504 GRIVAL	8481802000	U	637.44	637.44		
0251330	5A	1.00	LLAVE RECTA SENCILLA CROMO 1/2"X3/8" OR12C BC (A)	8481802000	U	122.84	122.84		
0253000	5A	1.00	MANGUERA AB INOD 3/8X7/8X12" VINIL V1-12DLF BC		U	48.04	48.04		
0253018	5A	1.00	MANGUERA AB LAVAM 16X1/2X3/8" VINIL V1-16AF BC (A)		U	46.77	46.77		
0200680	01	1.00	INTERRUPTOR DOBLE UNIPOLAR P1200 DOMINO AVANT	8536502000	U	91.80	91.80		
0060370	5A	1.00	BUJIA 250W E-40 V-MIXTO HSB-BW SYL	853939000000	U	155.27	155.27		
0070038	5A	1.00	INTERRUPTOR SENCILLO 3 VIAS BLANCO 23201-90 SIMON	853650900000	U	46.68	46.68		
0070049	5A	1.00	INTERRUPTOR 2 VIAS /TOMA POLARIZADO MARFIL S/SEG	853650100000	U	59.72	59.72		
0200861	01	1.00	ROSETA PLASTICA MARFIL 4" P21A OVAL (A)	853661000000	U	35.36	35.36		
0200467	01	1.00	TOMA DOBLE POLARIZADO MARFIL AE2228E2M MODUS S	853669000000	U	68.93	68.93		
0060561	5A	1.00	TUBO FLUOR 40W F40T10 SYL (A)	853931100000	U	21.70	21.70		

RECIBIDO CLIENTE

TOTALES	
Subtotal C\$	3,551.89
Descuento C\$	0.00
Impuestos C\$	532.80
TOTAL C\$	4,084.69
Kilos	17.40
Libras	38.00
Quintales	0.38

OBSERVACIONES

NOTAS

Estamos exentos del 2% de IR y del 1% del IMI.
CANCELAR EN EFECTIVO, CHEQUE CERTIFICADO O TARJETA DE CRÉDITO.
PROFORMA Válida por 8 días.

Este documento no tiene ningún valor. No es una factura de venta ni recibo de pago. Sólo sirve para detallar a usted los precios actuales de la mercadería que nos ha solicitado.
 Los precios incluidos en esta PROFORMA podrán variar sin previo aviso. La entrega será según existencia al momento de efectuar la venta.
 Número de autorización: ASCC-DGC-SCC-007-07-2008

Hecho por: JOSE MAGDIEL MONDRAGON CANDA

Firma: _____