

**UNIVERSIDAD NACIONAL
SEDE REGIONAL BRUNCA
CAMPUS COTO**

Proyecto Final de Graduación

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA VENTA DE TOURS DE AVENTURA EN
CUADRACICLOS EN LA REGIÓN DE PUERTO JIMÉNEZ.**

Trabajo final de graduación sometido a consideración del Tribunal Examinador para optar por el grado de Licenciatura en Administración con Énfasis en Gestión Financiera.

Sleyman Quintero Arias

María Vanessa García Rojas

Sede Regional Brunca, Campus Coto, Puntarenas, Costa Rica

Febrero, 2018

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA VENTA DE TOURS DE AVENTURA EN
CUADRACICLOS EN LA REGIÓN DE PUERTO JIMÉNEZ.**

SLEYMAN QUINTERO ARIAS

MARÍA VANESSA GARCÍA ROJAS

Trabajo final de graduación sometido a consideración del Tribunal Examinador para optar por el grado de Licenciatura en Administración con Énfasis en Gestión Financiera. Cumple con los requisitos establecidos por el Reglamento de Trabajos Finales de Graduación de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional. Sede Regional Brunca, Campus Coto, Puntarenas, Costa Rica

Miembros del Tribunal Examinador

Msc. Yalile Jiménez Olivares
Vicedecana Sede Regional Brunca

Msc. Rodrigo Ignacio Campos Araya
Director Académico Campus Coto

Msc. Eduardo Matamoros Villalobos
Tutor

Msc. Roy Atencio Morales
Lector interno

Lic. Andrey Hernández Rodríguez
Lector externo

Sleyman Quintero Arias
Sustentante

María Vanessa García Rojas
Sustentante



UNIVERSIDAD NACIONAL
Biblioteca "Campus Coto"
Sede Regional Brunca

Sistema de Información
Documental de la Universidad
Nacional
(SIDUNA)

**FORMULARIO DE AUTORIZACION
PARA LA DIGITALIZACIÓN, INCLUSIÓN Y USO PÚBLICO DE TRABAJOS
FINALES DE GRADUACIÓN (TFG) EN EL ACERVO DIGITAL DEL SISTEMA DE
INFORMACIÓN DOCUMENTAL DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL (SIDUNA)**

Por este medio los suscritos, estudiantes de la carrera de:
Licenciatura en Administración con Énfasis en Gestión Financiera.

En su condición de autores del TFG denominado:
Estudio de factibilidad para la venta de tours de aventura en la región de Puerto Jiménez.

AUTORIZO de forma gratuita a las Bibliotecas de la Sede Regional Brunca, a digitalizar e incluir dicho TFG en el acervo digital del SIDUNA y a publicarlo a través de la página web u otro medio electrónico, para ser accesado o divulgado según lo que defina estas bibliotecas o el SIDUNA; con fines académicos y no lucrativos; sin perjuicio de la observancia del régimen de derechos de autor.

Dicho texto se publicará en formato PDF, o en el formato que en su momento se establezca; de tal forma que el acceso al mismo sea libre y gratuito, permitiendo su consulta e impresión, pero no su modificación.

El autor o la autora del TFG, garantizan al SIDUNA que la tesis es el trabajo original que sirvió para la obtención de su Título, que no infringe ni violenta ningún derecho de terceros.

Fecha 2 de febrero, 2018 Firma de los Autores

Nombre: Sleyman Quintero Arias Firma: _____ cédula 603690377

Nombre: María Vanessa García Rojas Firma: _____ cédula 603880938

Para uso interno. Número de tesis: _____ Año: 2018

Tabla de contenido

| Contenido | Páginas |
|--|----------------|
| Tabla de contenido..... | V |
| Lista de tablas | X |
| Lista de figuras | XIV |
| Lista de anexos | XV |
| Lista de acrónimos..... | XVI |
| Resumen ejecutivo..... | XVII |
| Introducción..... | XVIII |
| Capítulo I..... | 19 |
| 1.1 Aspectos situacionales | 20 |
| 1.1.1 Servicios básicos..... | 20 |
| 1.1.2 Origen del nombre del distrito..... | 22 |
| 1.1.3 Apertura del turismo..... | 22 |
| 1.1.4 Aspectos geográficos | 23 |
| 1.1.5 Aspectos climáticos | 24 |
| 1.2 Descripción del problema de estudio..... | 24 |
| 1.2.1 Antecedentes del problema..... | 24 |
| 1.3 Justificación del problema | 26 |
| 1.4 Formulación del problema..... | 27 |
| 1.4.1 Sistematización del problema..... | 27 |
| 1.5 Objetivos | 28 |
| 1.5.1 Objetivo general de diagnóstico | 28 |
| 1.5.2 Objetivo general de la propuesta | 28 |
| 1.5.3 Objetivos específicos..... | 28 |
| Capítulo II..... | 30 |
| 2.1 Antecedentes del proyecto | 31 |

| | | |
|--------------|---|----|
| 2.1.1 | Segmentación turística..... | 32 |
| 2.2 | Marco teórico sobre la evaluación de proyectos..... | 36 |
| 2.2.1 | Proyecto | 36 |
| 2.2.3 | Tipos de proyectos..... | 37 |
| 2.2.4 | Estudio de factibilidad | 38 |
| 2.2.5 | Componentes de un proyecto de inversión..... | 38 |
| 2.2.6 | Estudio de mercado | 39 |
| 2.2.7 | El estudio técnico..... | 41 |
| 2.2.8 | Estudio organizacional | 45 |
| 2.2.9 | Estudio legal | 46 |
| 2.2.10 | Estudio de impacto ambiental..... | 49 |
| 2.2.11 | Estudio financiero..... | 52 |
| Capítulo III | | 57 |
| 3.1 | Tipos de investigación | 58 |
| 3.1.1 | Investigación exploratoria | 58 |
| 3.1.2 | Investigación descriptiva | 58 |
| 3.1.3 | Investigación cualitativa | 59 |
| 3.2 | Alcances y limitaciones de la investigación | 60 |
| 3.2.1 | Alcances..... | 60 |
| 3.2.2 | Limitaciones | 61 |
| 3.3 | Fuentes de información..... | 62 |
| 3.3.1 | Fuentes secundarias | 62 |
| 3.3.2 | Fuentes primarias..... | 63 |
| 3.4 | Técnicas de investigación utilizadas | 64 |
| 3.4.1 | La encuesta | 64 |

| | | |
|-------------|--|-----|
| 3.4.2 | Entrevista a hoteles y tours operadores | 64 |
| 3.5 | Instrumentos utilizados | 65 |
| 3.6 | Descripción metodológica | 65 |
| 3.6.1 | Población de interés..... | 65 |
| 3.6.1.1 | Marco muestral..... | 66 |
| 3.6.1.2 | Tipo de muestra | 67 |
| 3.7 | Definición de Variables | 69 |
| Capítulo IV | | 71 |
| 4.1 | Análisis de la demanda..... | 72 |
| 4.1.1 | Demanda estimada del proyecto..... | 89 |
| 4.2 | Análisis de la oferta | 92 |
| 4.2.1 | Transporte..... | 92 |
| 4.2.2 | Hospedaje | 93 |
| 4.2.3 | Cabinas y hostales | 93 |
| 4.2.4 | Hoteles y lodges..... | 94 |
| 4.2.5 | Tours y actividades..... | 94 |
| 4.3 | Análisis de precios..... | 98 |
| 4.3.1 | Estrategias de información y divulgación | 98 |
| 4.3.2 | Estrategias de marketing..... | 99 |
| 4.3.3 | Estrategia para el producto | 100 |
| 4.4 | Estudio técnico..... | 100 |
| 4.4.1 | Caracterización del producto | 100 |
| 4.4.2 | Descripción del servicio | 101 |
| 4.4.3 | Diseño de Logotipo | 108 |
| 4.4.4 | Costos de inversión para llevar a cabo el proyecto | 108 |

| | | |
|-------|--|-----|
| 4.4.5 | Localización..... | 109 |
| 4.4.6 | Infraestructura de la planta | 110 |
| 4.4.7 | Maquinaria requerida..... | 110 |
| 4.4.8 | Costos de producción..... | 114 |
| 4.5 | Estudio organizacional..... | 118 |
| 4.5.1 | Descripción de las áreas funcionales de la empresa | 119 |
| 4.5.2 | Contabilidad..... | 121 |
| 4.5.3 | Misión, visión y valores de la empresa..... | 122 |
| 4.5.4 | Definición de objetivos estratégicos..... | 123 |
| 4.6 | Estudio legal..... | 123 |
| 4.6.1 | Administración tributaria..... | 123 |
| 4.6.2 | Municipalidad..... | 127 |
| 4.6.3 | Caja Costarricense de Seguro Social | 128 |
| 4.6.4 | Instituto Nacional de Seguros..... | 129 |
| 4.6.5 | Ministerio de Salud..... | 129 |
| 4.7 | Estudio de impacto ambiental..... | 131 |
| 4.8 | Estudio financiero | 134 |
| 4.8.1 | Proyecciones resumidas de ingresos mensuales y anuales | 134 |
| 4.8.2 | Costos de inversión resumidos | 137 |
| 4.8.3 | Inversión fija..... | 138 |
| 4.8.4 | Inversión diferida..... | 139 |
| 4.8.5 | Costos de operación resumidos | 140 |
| 4.8.6 | Gastos administrativos..... | 145 |
| 4.8.7 | Costos financieros..... | 147 |
| 4.8.8 | Proyección del flujo de caja mensual | 148 |

| | | |
|-------------------|--|-----|
| 4.8.9 | Proyección de flujo de caja anual..... | 149 |
| 4.8.10 | Evaluación del flujo de caja..... | 150 |
| 4.8.11 | Análisis de sensibilidad (escenarios optimista-probable-pesimista) | 152 |
| 4.8.12 | Estados de resultados proyectados | 156 |
| 4.8.13 | Balance general proyectado (de apertura y a un año de labores) | 158 |
| Capítulo V..... | | 162 |
| 5.1. | Conclusiones..... | 163 |
| 5.2. | Recomendaciones | 164 |
| 5.3. | Propuesta..... | 165 |
| 5.3.1 | Introducción..... | 165 |
| 5.3.2 | Objetivos de la propuesta | 166 |
| 5.3.3 | Propuesta | 166 |
| 5.3.4 | Recursos necesarios..... | 170 |
| 5.3.5 | Cronograma | 170 |
| Bibliografía..... | | 171 |
| Anexos | | 174 |

Lista de tablas

| Tabla | Páginas |
|---|----------------|
| Tabla 1: Visitas de turistas anual | 66 |
| Tabla 2: Conceptualización, operacionalización e instrumentalización de las variables | 69 |
| Tabla 3: Demanda histórica | 72 |
| Tabla 4: ¿Es la primera vez que visita Puerto Jiménez?..... | 73 |
| Tabla 5: Cantidad de días a vacacionar en Puerto Jiménez | 74 |
| Tabla 6: Tipos de turismo a practicar en Puerto Jiménez..... | 75 |
| Tabla 7: Actividades de turismo que ha realizado..... | 77 |
| Tabla 8: Actividades de turismo en Puerto Jiménez..... | 79 |
| Tabla 9: Motivos para elegir Puerto Jiménez como destino turístico..... | 81 |
| Tabla 10: Actividades de preferencia | 83 |
| Tabla 11: Actividades más accesibles económicamente | 85 |
| Tabla 12: Monto dispuesto a pagar por un tour de aventura en cuadraciclo | 87 |
| Tabla 13: Demanda estimada mensual | 90 |
| Tabla 14: Variación de la demanda anual | 91 |
| Tabla 15: Demanda estimada anual..... | 91 |
| Tabla 16: Cabinas y hostales | 93 |
| Tabla 17: Hoteles y lodges | 94 |
| Tabla 18: Actividades acuáticas | 95 |
| Tabla 19: Actividades de aventura | 95 |
| Tabla 20: Actividades de ecoturismo | 96 |
| Tabla 21: Participación de la oferta por tipo de actividad..... | 97 |
| Tabla 22: Precios de cada ruta..... | 98 |
| Tabla 23: Caracterización del producto..... | 101 |
| Tabla 24: Costo de inversión | 108 |
| Tabla 25: Costos operativos por gasolina..... | 115 |
| Tabla 26: Costos operativos por aceite para motor | 115 |
| Tabla 27: Costo operativos por consumo de llantas | 116 |

| | |
|--|-----|
| Tabla 28: Costos operativos por refrigerios | 116 |
| Tabla 29: Costo por servicios públicos..... | 117 |
| Tabla 30: Costo por servicios remuneraciones..... | 120 |
| Tabla 31: Tarifa sobre renta..... | 127 |
| Tabla 32: Categorización del impacto ambiental | 132 |
| Tabla 33: Ingreso primer año por tipo de tour..... | 135 |
| Tabla 34: Ingreso mensual..... | 136 |
| Tabla 35: Proyección de ingresos anuales | 137 |
| Tabla 36: Costo de inversión | 138 |
| Tabla 37: Capital de trabajo..... | 139 |
| Tabla 38: Costo de gasolina..... | 140 |
| Tabla 39: Costo por aceite | 141 |
| Tabla 40: Costo por consumo de llantas..... | 142 |
| Tabla 41: Costo de frutas por peso | 142 |
| Tabla 42: Costo de plato por ruta | 143 |
| Tabla 43: Proyección de costos mensuales..... | 144 |
| Tabla 44: Proyección de costos anuales | 145 |
| Tabla 45: Remuneraciones | 146 |
| Tabla 46: Servicios públicos..... | 147 |
| Tabla 47: Costos financieros | 148 |
| Tabla 48: Flujo de caja mensual..... | 149 |
| Tabla 49: Flujo de caja anual..... | 149 |
| Tabla 50: Flujos de caja neto y descontado..... | 150 |
| Tabla 51: Evaluación financiera | 152 |
| Tabla 52: Escenario optimista flujos | 153 |
| Tabla 53: Escenario optimista evaluación | 153 |
| Tabla 54: Escenario pesimista flujos | 155 |
| Tabla 55: Escenario pesimista evaluación..... | 155 |
| Tabla 56 Estado de resultados | 157 |
| Tabla 57: Balance general de apertura | 159 |
| Tabla 58: Balance general para el primer año | 160 |

| | |
|---|-----|
| Tabla 59: Punto de equilibrio | 161 |
| Tabla 60: Cronograma de actividades | 170 |

Lista de gráficos

| Gráfico | Páginas |
|---|----------------|
| Gráfico 1: ¿Es la primera vez que visita Puerto Jiménez? | 73 |
| Gráfico 2: Cantidad de días de vacaciones en Puerto Jiménez..... | 74 |
| Gráfico 3: Tipo de turismo a practicar en Puerto Jiménez | 76 |
| Gráfico 4: Actividades de turismo que ha practicado | 78 |
| Gráfico 5: Actividades de turismo en Puerto Jiménez | 80 |
| Gráfico 6: Motivos para elegir Puerto Jiménez como destino turístico | 82 |
| Gráfico 7: Actividades de preferencia | 84 |
| Gráfico 8: Actividades más accesibles económicamente | 86 |
| Gráfico 9: Monto a pagar promedio por un tour de aventura en cuadraciclo..... | 88 |
| Gráfico 10: Organigrama..... | 119 |

Lista de figuras

| Figura | páginas |
|---|----------------|
| Figura 1: Fórmula para calcular la muestra..... | 67 |
| Figura 2: Ruta Corcovado..... | 107 |
| Figura 3: Logotipo..... | 108 |
| Figura 4: Macro localización..... | 109 |
| Figura 5:Micro localización..... | 110 |
| Figura 6: Cuadraciclo..... | 112 |
| Figura 7: Casco..... | 113 |
| Figura 8: Lentes..... | 113 |

Lista de anexos

| Anexo | Páginas |
|--|----------------|
| Anexo 1 Cuestionario | 174 |
| Anexo 2 Lista de temas que consultar a los encargados..... | 178 |
| Anexo 3 Permiso sanitario..... | 179 |
| Anexo 4 Formulario de SETENA | 182 |
| Anexo 5 Tabla de amortización..... | 185 |

Lista de acrónimos

| | |
|---------------|---|
| ICT | Instituto Costarricense de Turismo |
| BCR | Banco de Costa Rica |
| INEC | Instituto Nacional de Estadística y Censo |
| CCSS | Caja Costarricense de Seguro Social |
| ICE | Instituto Costarricense de Electricidad |
| INS | Instituto Nacional de Seguros |
| SETENA | Secretaría Técnica Nacional |
| EIA | Evaluación de Impacto Ambiental |
| IPA | Impacto Ambiental |
| CENADA | Centro Nacional de Abastecimiento y Distribución de Alimentos |
| PIMA | Programa Integral de Mercadeo Agropecuario |
| VAN | Valor Actual Neto |
| TIR | Tasa Interna de Retorno |
| AI | Impacto Ambiental |
| EEA | Evaluación Estratégica Ambiental |
| EIA | Evaluación de Impacto Ambiental |
| ESIA | Estudio de Impacto Ambiental |
| VIA | Valoración del Impacto Ambiental |
| DIA | Declaración de Impacto Ambiental |
| ETIA | Estimación de Impacto Ambiental |
| EBAIS | Equipo Básico Integral en Salud |

Resumen ejecutivo

Es de conocimiento popular el auge que ha ganado el turismo en los últimos años, convirtiéndose en uno de los motores importantes de la economía de Costa Rica y conformando uno de los apartados de importancia para el producto interno bruto. La diferencia que existe entre el turismo y los demás modelos de desarrollo que se plantean en el país, es simple, en el turismo los beneficios son directos e indirectos, porque no solo se beneficia al empresario turístico, sino también, las pequeñas empresas que lo rodean.

Tomando en cuenta la importancia económica del turismo, nace la idea de crear un proyecto que permita determinar la factibilidad desde el punto de vista económico, de mercado, técnico, legal, ambiental y financiero para la implementación de un negocio de tours de aventura en cuadraciclos en el distrito de Puerto Jiménez, que puede beneficiar tanto a los desarrolladores como a micro empresas que se encuentran en la zona.

El proyecto considera una serie de conceptos dentro del marco teórico, los cuáles le facilitan al lector una comprensión clara sobre los temas a desarrollar. En cuanto a la metodología se expone de forma precisa el tipo de datos que se requieren para el logro de los objetivos, así como la descripción de los distintos métodos y técnicas que posibilitaron obtener la información.

Se realiza un estudio de mercado para determinar la oferta, demanda, mercado y la comercialización de los tours de aventura, posteriormente los datos recopilados son analizados para comprobar que porción de la población utilizaría el servicio en el cual se desea incursionar.

Los aspectos legales para la comercialización de los tours, los aspectos organizacionales de personal requeridos y procesos administrativos idóneos, son detalladamente explicados con la finalidad de guiar al empresario turístico en cuanto las pautas que debe seguir para la formalización del negocio. Finalmente, el estudio financiero y de rentabilidad permitieron evaluar la factibilidad y viabilidad de la comercialización de los tours de aventura, por lo que en el apartado número cinco se puntualizan las conclusiones y recomendaciones en relación con los objetivos planteados en el inicio del proyecto.

Introducción

Cada día se utilizan diversa cantidad de bienes y servicios, desde los bienes comunes como los que se utilizan a diario para la alimentación, hasta servicios complejos que no se usan con regularidad como por ejemplo, el pago por servicios legales; todos estos tienen una particularidad que los relaciona, y es que en algún momento estos bienes y servicios, tuvieron que superar una etapa en la que solo eran un proyecto en papel, en donde su futuro en el mercado dependía de superar este escalón.

En un determinado momento, alguna persona, tomó la decisión de emprender un proyecto que significó la existencia de un nuevo producto o servicio, por lo que resulta lógico pensar que dichos proyectos solamente tendrían oportunidad de éxito en la medida en que se determine la factibilidad y viabilidad desde los diferentes estudios que encierra un proyecto.

Por ello, con la finalidad de resolver una necesidad, el proyecto pretende implementar un negocio de venta de tours de aventura en cuatriciclos en la región de Puerto Jiménez, específicamente en 2017, el cual incursionará en el mercado dentro de las empresas centradas en el turismo de aventura y vinculadas con la naturaleza.

La preparación y evaluación del proyecto busca recopilar, crear y analizar de manera sistemática, los antecedentes que permitirán evaluar de manera cualitativa y cuantitativa las ventajas y desventajas de asignar recursos a dicho proyecto.

Los proyectos surgen de las necesidades individuales y colectivas de las personas, y para su satisfacción es necesario realizar una adecuada asignación de recursos, teniendo en cuenta la realidad social, cultural y política en la que el proyecto pretende desarrollarse.

La planificación constituye un proceso mediador entre el futuro y el presente, por esta razón, la planificación de un negocio se convierte en un instrumento de diagnóstico, análisis y reflexión para tomar en cuenta el camino que debe recorrer la empresa a futuro y con ello adecuarse a los cambios y demandas que impone el entorno, logrando con ello la máxima

eficiencia y eficacia en la calidad de sus servicios. Planificar es un proceso importante, el cual ayuda a prever acciones que encaminen hasta un futuro deseado, tomando las decisiones adecuadas y pertinentes para lograr que el futuro esperado acontezca.

Este proyecto desarrollará herramientas, que ayudarán al emprendedor a realizar la planeación y la selección del camino que debe seguir para cumplir las metas y los objetivos planteados.

El contenido del proyecto se orientó a realizar los siguientes estudios: mercado, técnico, ambiental, legal y financiero; los cuales permitieron tener una visión clara, lo cual ayudó a determinar la factibilidad del mismo.

Capítulo I

Información General

1.1 Aspectos situacionales

El actual territorio de Puerto Jiménez es un pueblo antiguo, ya que es uno de los primeros poblados de la Zona Sur, sin embargo, “se encontraba en abandono y no había mostrado crecimiento hasta inicios del siglo XIX, esto debido al poco interés que mostraba el gobierno en ese entonces” (Sierra, Vartanian y Polimeni, 2003, p.47). Es decir, su desarrollo fue pausado y “el flujo de movimiento de población recién comenzó en el siglo XIX cuando el gobierno de Nueva Granada se adueñó de Bocas del Toro en 1836. Desde entonces y hasta 1930 hubo un flujo continuo, en pequeñas dosis, de inmigrantes de origen panameños (Chiricanos)” (Sierra, Vartanian y Polimeni, 2003, p.47). Lo que origina que la colonización de la zona se diera en su mayoría por Chiricanos.

1.1.1 Servicios básicos

Actualmente en Puerto Jiménez se pueden encontrar la mayoría de servicios públicos que se prestan en el país. Cuenta con agua potable, tendido eléctrico, telefonía fija e inalámbrica, internet, correo o mensajería postal, financieras con la presencia de dos sucursales de la banca pública como lo son el Banco Nacional de Costa Rica y el Banco de Costa Rica, además de banca privada como lo es Coopealianza; también posee dos escuelas una pública y otra privada, así como, un colegio público. Hay además una estación de policía, un EBAIS, la Cruz Roja, servicios de autobuses que viajan a diferentes destinos de la Zona Sur y San José, servicios de lanchas que viajan hacia Golfito en horarios de 6:00 a.m., 8:45 a.m., 11:00 a.m., 2:00 p.m. y 4:20 p.m., servicios aéreos prestados por dos empresas que viajan hacia y desde San José, una de ellas es Sansa que ofrece vuelos saliendo en horarios de 7:00 a.m., 9:30 a.m., 1:30 p.m. y algunas veces 5:00 pm, por otra parte la empresa Nature Air, ofrece horarios de 7:00 a.m., 10:15 a.m. y 2:00 p.m., además en Puerto Jiménez se pueden encontrar dos supermercados que prestan servicios de venta al menudeo y mayorista, así como una ferretería.

A lo largo de los años, la economía en esta parte del país ha cambiado en diferentes direcciones, al inicio, como en la mayoría de los pueblos costeros pequeños en el país, existió una economía de subsistencia basada en la pesca, en la caza y la cría de animales;

posteriormente, se dio por allá de los años ochenta la conocida fiebre del oro, cuando se descubrieron yacimientos en la zona y que posteriormente, algunos sectores serían concesionados a empresas que se dedican a la extracción del preciado mineral a gran escala. Una vez que el gobierno notara la riqueza natural presente en la zona, es que nace el Parque Nacional Corcovado y otras zonas de protección; dando como resultado el cese de las prácticas mineras y la bienvenida a la actividad turística a inicios de los años noventa; con la aparición de los primeros hoteles y servicios turísticos en la zona que han crecido significativamente, convirtiéndose en unas de las principales actividades económicas de esa región.

Durante el último siglo, las actividades económicas de la región han incluido tala de árboles, caza, ganadería, agricultura de pequeña escala, minería y plantaciones de arroz, banano, palma africana y madera. En años recientes, el empleo relacionado con el turismo ha crecido localmente; sin embargo, las oportunidades económicas en Osa son innegablemente limitadas, contribuyendo a la prevalencia de actividades insostenibles como la tala ilegal, la minería y prácticas destructivas de uso del suelo. Actualmente, las tierras en Osa están siendo deforestadas debido a la tala y la agricultura a una tasa mayor que en cualquier otro lugar en Costa Rica. Estas actividades tienen efectos devastadores en la vida silvestre, y el decline en las poblaciones de animales silvestres está en crecimiento de forma dramática. (Driscoll, Hunt, Honey y Durham, 2011, p.12)

Si bien el turismo es actualmente una de las actividades económicas significativas de la zona como se mencionó anteriormente, aún presentan problemáticas con las actividades ilegales; uno de esos inconvenientes es la minería ilegal que afecta los cauces de los ríos más importantes de la zona, debido a que estos lugares son los preferidos por los mineros para hacer las excavaciones, favorecidos por la erosión natural que produce la corriente de agua al bajar hacia el mar, dejando al descubierto el tan preciado oro. Además de este problema la tala ilegal es otro dolor de cabeza para las autoridades encargadas de resguardar el ambiente en esta zona del país.

1.1.2 Origen del nombre del distrito

El actual distrito de Puerto Jiménez comenzó sus días con el nombre de Santo Domingo y la ubicación del pueblo era diferente a la actual, en aquellos tiempos el pueblo se encontraba en el margen de la desembocadura del río Platanares rodeado por dos esteros, lo cual sería la razón principal para la movilización del pueblo, debido a lo insalubre que puede ser estar cerca de algún manglar.

El Ministro de Gobernación, Lic. Carlos María Jiménez, visitó Santo Domingo en febrero de 1914, acompañado de una delegación que incluía al Gobernador de Cartago y personeros de la Municipalidad de Puntarenas, junto con otros acompañantes. Durante su gestión, dispuso el traslado de Santo Domingo a un nuevo sitio, el actual Puerto Jiménez, llamado así en su honor, aunque esto fue posible hasta 1917. (Lobo y Bolaños 2005, p.32).

A pesar de que se tardó aproximadamente tres años para que se diera una intervención por parte del estado, es gracias a la participación del ministro que se logra el traslado del pueblo a un lugar salubre, seguro y con mejores condiciones.

1.1.3 Apertura del turismo

El turismo en Osa se remonta a los años 50, cuando inversionistas extranjeros compran, tierras costeras para el turismo, casas para vacacionar o especulación de bienes raíces. Sin embargo, como en todo lugar, existen conflictos, y las disputas de Centroamérica en ese momento evitaron un crecimiento real del turismo. Para 1990, Osa ya contaba con cinco hoteles y cinco restaurantes; desde entonces, el turismo basado en la naturaleza ha crecido sirviendo a los vacacionistas que desean experimentar actividades de naturaleza, aventura y un sencillo confort.

Son 19 hoteles en la Unidad de Planeamiento Corcovado-Golfito que habían recibido declaratorias turísticas y fueron por lo tanto registrados como adecuados para visitantes

internacionales. Tenían una capacidad total para 400 huéspedes. Ya en el 2009, el número se había incrementado a 28 hoteles con capacidad para 582 huéspedes. Todas son propiedades pequeñas de un solo dueño; todavía no existen cadenas internacionales de hoteles en Osa. De acuerdo con el ICT, estos hoteles en Osa representan solo el 2.8% de las habitaciones disponibles en Costa Rica para el mercado internacional. (Driscoll, Hunt, Honey y Durham , 2011, p.1)

1.1.4 Aspectos geográficos

Puerto Jiménez se encuentra situado dentro de la Península de Osa, la cual pertenece al cantón de Golfito en el extremo sureste de Costa Rica, en la zona costera del Océano Pacífico.

La península cuenta con unas 150.000.00 hectáreas, de las cuales la mayor parte de su topografía se presenta en forma de filas con laderas abruptas, abarcando éstas un 80% del total del terreno, mientras que las áreas más planas se concentran en las zonas litorales.

El punto más alto alcanza los 782 metros sobre el nivel del mar. Este sector del país es conocido por albergar gran cantidad de flora y fauna, concentrada en su mayoría en el Parque Nacional Corcovado, el cual abarca la mayor parte de terreno de la zona con 42.570 hectáreas terrestres, dentro de las cuales se logra encontrar una cobertura de árboles que se extiende hasta las zonas que bordean todo el Parque y prolongándose hasta sectores muy cercanos de Puerto Jiménez.

Entre sus principales atractivos está la pesca deportiva del pez vela, los paseos en lancha, a caballo, el ciclismo ecológico y sus playas. Por las noches, puede visitar sus centros sociales a la orilla de la playa o pescar en el muelle.

Por otra parte, Puerto Jiménez al estar cerca del Parque Nacional Corcovado y otras zonas protegidas, los turistas nacionales y extranjeros lo visitan con la finalidad de tener contacto con la naturaleza y así vivir aventuras inolvidables.

1.1.5 Aspectos climáticos

Esta zona del País presenta un clima tropical muy húmedo y cuenta con dos estaciones muy marcadas, la estación seca que se extiende desde mediados del mes de diciembre hasta mediados del mes de abril, y la estación lluviosa que se extiende desde mediados del mes de abril hasta mediados del mes de diciembre.

La temperatura promedio anual oscila entre los 25 - 27 °C en las tierras bajas y entre los 21 - 23 °C en las montañas. La humedad relativa es alta, variando entre 88,3% y 97,7%; mientras que la nubosidad es frecuente en las tierras altas, lo que contribuye a producir una temperatura ambiental más baja, alta humedad relativa, abundante condensación sobre la vegetación y frecuentes lloviznas. (Weissenhofer y Huber, 2001, p.11)

Por tanto las condiciones climáticas presentes en la zona son variadas dependiendo de la época del año y del lugar en el que se ubique dentro de la península

1.2 Descripción del problema de estudio

1.2.1 Antecedentes del problema

El sector turismo representa el 16% del total del Producto Interno Bruto Nacional(PIB) en el cuarto trimestre del 2014 (BCCR), posicionándose así en el tercer lugar de importancia en la participación al PIB, por debajo del sector de Industria manufacturera que representa el 20% del PIB y el sector de Transporte, almacenaje y comunicaciones que representa el 17% del total del PIB. Los números anteriormente expuestos, dejan ver el nivel de importancia que ha adquirido el turismo para el país en cuestión de ingresos; además, como se puede analizar con los datos históricos estadísticos de producción y empleo, este sector no solamente representa una parte importante del total de los ingresos nacionales, si no que a la vez, muestra un crecimiento acelerado a lo largo del tiempo y con más énfasis en la última década, donde se

observó, un aumento en el desarrollo turístico a nivel nacional en sectores donde por sus condiciones, propician este tipo de actividad.

Es por ello que hay zonas en el país que han mostrado un crecimiento y desarrollo del sector turismo y a la vez, la economía local se ha acelerado, gracias a las condiciones que propician este desarrollo, lugares como la zona del Pacífico Central o la Zona Norte de Costa Rica, en donde se ha creado un desarrollo en los últimos años, que no se presentaba mucho tiempo atrás, favoreciendo así, estas áreas que se encontraban marginadas y rezagadas en relación a otros puntos del país que cuentan con mejores oportunidades comerciales, siendo el turismo esta oportunidad que poseen lugares con las condiciones climáticas, geográficas y ricas en flora y fauna como lo es la parte de la península que representa el sector de Puerto Jiménez y alrededores.

Además de las bondades económicas que el turismo aporta al país, también esta actividad contribuye con 118,666.00 empleos directos que representaron un 6% de la población ocupada del país para el cuarto trimestre del 2014, (INEC. Encuesta continua de empleo. 2015), dicha encuesta no incluye los empleos indirectos que también genera el sector turístico.

Anteriormente, en el distrito de Puerto Jiménez, la agricultura y la ganadería fueron la principal fuente de ingresos; sin embargo, con el pasar del tiempo ha experimentado un desarrollo importante en la actividad turística.

Este crecimiento del turismo se genera gracias a las bellezas naturales que ofrece Costa Rica, las cuales son una oportunidad que se debe apreciar y saber explotar en cada región; y aunque en el sur del país ya se realizan actividades en esa dirección, es aún un sector económico en crecimiento. En el caso de Puerto Jiménez se busca generar un desarrollo integral que fomenta el respeto por los recursos naturales e implementar una economía basada en el turismo sostenible. Lo anterior puede alcanzarse con el aporte de las instituciones del estado y de las instituciones privadas.

Lo que para los habitantes de la comunidad puede ser una simple rutina, lugares comunes de paso o recreo, o actividades cotidianas, pueden ser experiencias excitantes y de interés para otras personas; la necesidad de imaginar y gestionar nuevas actividades o mejorar las experiencias hasta ahora ofrecidas no se debe dejar de lado nunca.

Los monopolios y la dependencia de una sola actividad o negocio siempre acarrea problemas con el paso del tiempo, ya la agricultura así lo ha demostrado con diversos monocultivos que se han presentado en el país; el turismo por su parte es algo tan amplio como se pueda imaginar y solo se deben hacer los estudios necesarios que permitan evolucionar y no estancarse para que la región crezca de manera sostenible.

La fama negativa por la falta de comodidades en la zona es algo que se debe enfrentar, la promoción boca a boca es un factor importante en la venta de servicios y las bases históricas dictan que el apoyo para el crecimiento del pueblo ha sido lento y difícil, el contar con todo lo que actualmente se tiene es algo muchas veces desconocido para la población a la que se le busca satisfacer las necesidades de actividades turísticas.

1.3 Justificación del problema

Actualmente, en Costa Rica existe una tendencia cada vez mayor en la apuesta por invertir el sector del turismo debido a que el país ha ganado fama mundial, por sus políticas de conservación del medio ambiente y por su belleza natural.

Esta tendencia ha crecido exponencialmente a lo largo de los últimos años, a saber, desde 1994, año desde el cual la actividad turística ocupa el primer lugar como generador de divisas y por consiguiente produce un efecto positivo en la inversión y, en el empleo en otros sectores de la economía. Esta actividad se fundamenta en la naturaleza, debido a la cantidad de atractivos naturales que posee el país, lo que permite que, en casi todo el territorio nacional, hayan empresas que se dedican a la explotación turística.

Entre los beneficios que tiene este modelo de desarrollo, es que no solo se generan ingresos para las empresas directamente relacionadas con la actividad, sino que amplía la generación de ingresos a otros sectores, lo cual beneficia a los fragmentos rezagados de la economía y a las zonas marginales con pocas oportunidades.

El territorio de Puerto Jiménez presenta múltiples posibilidades para el turismo y entre las actividades que ofrece actualmente se encuentran: tours a caballo, rappel, canopy, pesca deportiva, mountain bike, paintball, entre otros.

Variadas son las opciones de actividades turísticas que se pueden encontrar en la zona, sin embargo, tomando en cuenta la riqueza patrimonial y natural, se busca que la elaboración del proyecto de venta de tours de aventura en la región de Puerto Jiménez dé apertura a la recopilación de datos relevantes para determinar cuáles son los tours de mayor demanda en la zona y así comprobar si es factible la implementación del negocio.

1.4 Formulación del problema

¿Cuál es la factibilidad existente desde el punto de vista económico, de mercado, técnico, legal, ambiental y financiero para la creación de una empresa dedicada a brindar servicios de tours de aventura en cuatriciclos en el distrito de Puerto Jiménez?

1.4.1 Sistematización del problema

¿Cuál ha sido el comportamiento de la economía en Puerto Jiménez?, ¿Cómo se comporta el mercado en la zona de Puerto Jiménez?, ¿Cómo se ha comportado la oferta turística en Puerto Jiménez?, ¿Cuáles son las condiciones ambientales en la zona de Puerto Jiménez?, ¿Qué impacto tiene el turismo en la economía del distrito de Puerto Jiménez?

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivo general de diagnóstico

Determinar la factibilidad desde el punto de vista económico, de mercado, técnico, legal, ambiental y financiero para la implementación de un negocio de tours de aventura en cuadraciclos, en el distrito de Puerto Jiménez.

1.5.2 Objetivo general de la propuesta

Efectuar una propuesta de comercialización, producción y manejo contable para el proyecto, que garantice una implementación exitosa.

1.5.3 Objetivos específicos

Realizar un estudio de mercado que determine la oferta, demanda, mercado y la comercialización de tours de aventura en cuadraciclos, en el distrito de Puerto Jiménez.

Estimar los aspectos técnicos de costos de inversión y operación para la comercialización de tours de aventura en cuadraciclos, en el distrito de Puerto Jiménez.

Especificar los aspectos legales como normas y procedimientos para la comercialización de tours de aventura en cuadraciclos, en el distrito de Puerto Jiménez.

Determinar los aspectos organizacionales de personal requerido y procesos administrativos idóneos, para la comercialización de tours de aventura en cuadraciclos, en el distrito de Puerto Jiménez

Realizar un estudio financiero de rentabilidad y riesgo financiero que permita determinar la viabilidad de la comercialización de tours de aventura en cuadraciclos, en el distrito de Puerto Jiménez.

Investigar e implementar los aspectos ambientales de normas e impacto ambiental para la comercialización de tours de aventura en cuatriciclos, en el distrito de Puerto Jiménez.

Capítulo II

Marco Teórico

2.1 Antecedentes del proyecto

En el proyecto se analiza la factibilidad financiera que tiene la creación de una empresa de tours de aventura en cuatriciclos en el distrito de Puerto Jiménez; como se menciona en apartados anteriores, el turismo en Costa Rica se ha posicionado como una de las principales fuentes de ingresos y complemento fundamental del total del PIB del país. Para este caso en particular se manejará la definición de turismo dada por Novo quien lo define como:

Es un fenómeno de carácter económico, social y cultural, que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal, en forma individual o grupal, del lugar de residencia habitual, con motivos de recreación, descanso, cultura y salud; a otro sitio en el que no se realizan actividades remuneradas. Es la suma de relaciones y servicios resultantes de un cambio de residencia temporal y voluntaria, no motivada por razones de negocios o profesionales. Conjunto de interacciones humanas que se dan en el hospedaje, transporte, alimentación, diversiones y enseñanza, como resultado de los desplazamientos transitorios y temporales de personas de fuertes núcleos de población, con propósitos tan diversos como son múltiples las motivaciones humanas. (Novo, 1977, p.130)

El concepto de turismo es amplio y existe diversidad de trabajos basados en el estudio de éste, cabe resaltar que no es para nada nuevo, ya que se puede estudiar sobre el turismo desde la actualidad, hasta las primeras épocas del ser humano, en donde era común que grupos de nuestra especie se movilizaran con regularidad, la mayoría de las veces quizás por necesidad de encontrar sectores con nuevos recursos, pero no siempre era esta la razón para la movilización de algunos humanos, sino que también se movían en busca de lugares de los que habían escuchado hablar, que no conocían, pero que les atraía conocer; desde esos primeros seres humanos saciando su curiosidad en alguna época de nuestra historia, se puede señalar que nació el turismo.

Se puede percibir por lo antes mencionado que la historia del turismo no es corta, por el contrario, es bastante extensa y va de la mano de la naturaleza curiosa del ser humano, que en busca de saciar esa curiosidad emprende viajes para conocer y experimentar nuevas cosas.

2.1.1 Segmentación turística

El turismo en las últimas décadas presenta una diversificación amplia, con diferentes matices, a esta diversificación del turismo algunos expertos en el área le han nombrado segmentación del turismo, estos diferentes segmentos se enfocan según las necesidades o requerimientos de cada turista en específico, es decir, lo que esa persona puntualmente busca al hacer turismo; es de ahí que se desprenden los diferentes segmentos del turismo, de la necesidad específica que busca satisfacer el turista, por ejemplo si alguien busca atención médica en el exterior, que no puede encontrar en su lugar de origen o que podría encontrar a un mejor precio fuera de su país, entonces podría decirse que esta persona estaría practicando un turismo médico.

De ahí que la segmentación turística responde a la demanda de los turistas, en un enfoque desde el área de la mercadotecnia, es fácil de comprender este concepto, ya que si se ve la oferta para este caso serían los hoteles, restaurantes, tours operadores, transportes turísticos, complejos turísticos, entre otros; y la demanda vendría dada por los turistas los cuales tienen diferentes características, que pueden ser ubicadas en una segmentación específica del mercado turístico.

Segmentación consiste en dividir un mercado en segmentos más pequeños de los compradores con distintas necesidades, características o comportamientos que pueden requerir estrategias de marketing separadas o mezcladas. La compañía identifica diferentes maneras de segmentar el mercado y desarrolla perfiles de los segmentos de mercado resultantes. Mercado focalizado (o targeting) consiste en evaluar el atractivo de cada segmento de mercado y selección de uno o más segmentos de mercado para entrar. (Kotler, 2011, p. 190)

A continuación, se detallan los segmentos turísticos de relevancia para el proyecto:

2.1.1.1 Turismo de aventura

En determinado momento las personas sienten el deseo de experimentar nuevas aventuras y que mejor manera de que estos deseos se conviertan en realidad, es por ello por lo que la OMT hace referencia a este concepto de manera atinada.

El turismo de aventura es el que lleva a una persona o a un grupo de ellas a movilizarse hasta un lugar para realizar actividades que están llenas de emociones fuertes, las cuales le generan al turista un cargo de adrenalina, actividades de las que se podrían mencionar algunas como el canopy, rappelling, rafting, entre otras. El turismo de aventura corresponde a "actividades turísticas que introducen un elemento de dificultad física y, en ocasiones, entrañan verdadero riesgo". (OMT, 1996, p.85)

El turismo de aventura puede venir con un riesgo intrínseco que el turista experimenta mientras realiza una de estas actividades.

2.1.1.2 Turismo ecológico

Es un turismo que busca la práctica de esta actividad, con un sentido de profundo respeto hacia el medio ambiente que rodea al ser humano, generando el menor daño posible al ecosistema cuando se presta el servicio de turismo. Por tanto "tiene su base en el medio ambiente y en su conservación, normalmente en áreas remotas, donde el equilibrio entre la vida animal y vegetal en relación con la presencia humana debe ser cuidadosamente sostenido". (Sancho, A,1998, p. 140)

Este tipo de turismo busca entrelazar el desarrollo económico con una conciencia ambiental, que da el modelo para crear proyectos que sigan las pautas dadas por la legislación nacional y los acuerdos internacionales sobre turismo sostenible o ecológico.

2.1.1.3 Turismo de salud

Es también conocido como turismo médico y es el realizado por personas que salen de sus países en busca de una atención hospitalaria mejor. Es decir, “se basa en los viajes a instalaciones o destinos con la intención de obtener cuidados médicos, realizar una rehabilitación, hacer una cura de salud o un tratamiento de belleza. Son los balnearios, centros de talasoterapia, fitness center, etc”. (Sancho, A,1998, p. 140)

2.1.1.4 Turismo de negocios

Los negocios siempre están presentes en el diario vivir de las personas, es por ello que también se encuentran dentro de la segmentación turística. El turismo que encierra a las personas que se mueven a otros países en busca de oportunidades de negocios o a cerrar alguna negociación. También, suele darse cuando algunas personas buscan en otros países oportunidades de inversión o simplemente participar de alguna feria especializada o congreso. “Establecimientos que ofrecen instalaciones para congresos, conferencias, cursos, formación vocacional, meditación, etc. En general, el alojamiento está reservado a los participantes en las actividades especializadas organizadas por el establecimiento” (Organización Mundial del Turismo, 1998, p.139)

Un lugar donde se puede observar el turismo de negocios, puede ser ciudad de Panamá, en Panamá, donde periódicamente se realizan convenciones de diferentes sectores empresariales.

2.1.1.5 Turismo religioso

Este tipo de turismo es el que se da cuando el motivo por el que las personas viajan es la religión, ya sea en busca de celebrar un evento importante dentro su religión en cuestión que se presenta en un lugar específico o visitar lugares que tienen significados importantes para su religión, o también, en algunos casos realizar una peregrinación por una ruta específica hacia un lugar de devoción o lugar sagrado, según cada religión. “Turismo que involucra a todas aquellas

personas que viajan con el propósito de participar en eventos religiosos de importancia internacional”. (Bermúdez, F,2002, p. 14)

2.1.1.6 Turismo rural

Es el que practican las personas que viajan a las zonas alejadas o zonas rurales de los países que visitan, este tipo de turistas buscan conocer la forma en que vive y se relacionan los campesinos o personas que residen en el campo. “Referido a las actividades que tienen lugar en un ambiente rural, con las costumbres y actividades que se viven en los ambientes lejos de las ciudades y áreas industrializadas, tales como pueblos, granjas, etc”. (Sancho, A,1998, p. 140)

2.1.1.7 Turismo cultural

Es el turismo que practican las personas que quieren estudiar la cultura de otro país o conocer sus legados culturales, ya sea monumentos antiguos, museos o zonas de importancia cultural, también, este tipo de turista está en busca de conocimiento sobre las costumbres y legados que representan el país que visita.

Basado en las atracciones culturales que posee el destino, ya sean permanentes o temporales, tales como museos, actuaciones teatrales o musicales, orquestas, etc. O basado en las características culturales o sociales de una población que dispone de un estilo tradicional de vida o de unas características propias, como es el caso de las reservas indígenas en los EE. UU. (Sancho, A,1998, p. 139)

2.1.1.8 Turismo náutico

Es el turismo que “consiste en la navegación por ríos, canales, lagos o cruceros por mar. La navegación deportiva a vela es otra modalidad de este tipo de turismo”. (Organización Mundial del Turismo, 1996, p. 86)

2.2 Marco teórico sobre la evaluación de proyectos

2.2.1 Proyecto

Desde cualquier punto de vista, todo proyecto debe traer la solución ante un problema determinado, a continuación, se muestra un concepto detallado según el autor.

Descrito en forma general, un proyecto es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendente a resolver, entre muchas, una necesidad humana. En esta forma, puede haber diferentes ideas, inversiones de monto distinto, tecnología y metodologías con diverso enfoque, pero todas ellas destinadas a satisfacer las necesidades del ser humano en todas sus facetas, como pueden ser: la educación, alimentación, salud, ambiente, cultura, etcétera. (Baca, 2002, p.2)

Cuando se gestiona un proyecto, se aplican los conocimientos, habilidades, herramientas y técnicas con el objeto de satisfacer los requisitos del mismo. Consiste en reunir varias ideas para llevarlas a cabo. Dicho proyecto finaliza cuando se obtiene el resultado deseado, y se puede decir que colapsa cuando desaparece la necesidad inicial o se agotan los recursos disponibles.

En palabras sencillas se podría decir que, un proyecto es un esfuerzo planificado, temporal y único, que se realiza con la finalidad de crear productos o servicios únicos que agreguen valor o provoquen un cambio beneficioso para la zona en la cual se desarrolla.

2.2.1.1 Etapas de un proyecto

La primera etapa es la de diagnóstico, la cual consiste en establecer la necesidad u oportunidad a partir de la cual es posible iniciar el diseño del proyecto. La idea de proyecto puede iniciarse por la existencia de necesidades insatisfechas actuales o se prevé que existirán en el futuro si no se toman medidas al respecto, por la existencia potencial de recursos que pueden optimizarse y mejorar las condiciones actuales y también, porque es necesario

complementar o reforzar otras actividades o proyectos que se producen en el mismo lugar y con los mismos involucrados.

El diseño es la segunda etapa, aquí se valoran las opciones, tácticas y estrategias a seguir, teniendo como indicador principal el objetivo a lograr. En esta etapa se produce la aprobación del proyecto. Una vez dada la aprobación, se realiza la planificación operativa, un proceso relevante que consiste en prever los diferentes recursos y los plazos de tiempo necesarios para alcanzar los fines del proyecto, asimismo, establece la asignación o requerimiento de personal respectivo.

Como tercera etapa se tiene la ejecución, que como la palabra lo dice consiste en poner en práctica la planificación llevada a cabo previamente.

Por último, en la etapa final se encuentra la evaluación, aquí el proyecto es revisado, también se llevan a cabo las valoraciones pertinentes sobre lo planeado y lo ejecutado, así como sus resultados, en consideración al logro de los objetivos planteados.

2.2.3 Tipos de proyectos

Existen múltiples tipos de proyectos, no obstante, se dividen en dos grupos principales, los proyectos productivos y los proyectos sociales. El primero es generador de rentabilidad económica y obtiene ganancias en dinero. Sus principales promotores son empresas o individuos que buscan beneficios económicos; el segundo, también llamado proyecto social, busca mejorar la calidad de vida de la población, no necesariamente en dinero sino en crear valores en la sociedad por medio de la convivencia, sus promotores son organismos multilaterales, las ONG y las empresas con responsabilidad social.

2.2.4 Estudio de factibilidad

La asignación óptima de recursos escasos entre propuestas de inversión diferentes es un problema económico esencial, por esta razón, la administración racional de esos recursos se considera fundamental en el logro de los objetivos propuestos.

“El estudio que profundiza la investigación en fuentes 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 para tomar una decisión”. (Baca, 1995, p.5)

De la definición anterior se deduce que la elaboración, formulación y evaluación de un proyecto de inversión debe considerar aspectos de mercado, tecnológicos, organizacionales, legales, económicos y financieros.

2.2.5 Componentes de un proyecto de inversión

El concepto básico para los proyectos de inversión alude que “se puede describir como un plan que, si se le asigna determinado monto de capital y se le proporcionan insumos de varios tipos, podrá producir un bien o un servicio, útil al ser humano o a la sociedad en general” (Baca, 2006, p.2)

Es la búsqueda de una solución inteligente con tendencia a la resolución de las necesidades humanas; por ello su formulación, su evaluación y las decisiones finales, se circunscriben a la medida y a las expectativas humanas. Por tal razón, el proyecto debe nacer de la reflexión ante una necesidad u oportunidad detectada; de la conexión o creación de ideas que permitan formular hipótesis que den una posibilidad para la acción, del querer comprobar conceptos materializados en una decisión o plan estratégico y de una acción que permita no sólo satisfacer necesidades o aprovechar oportunidades sino también lograr la experiencia necesaria para mejorar continuamente procesos de supervivencia. En otras palabras “Tiene por objeto conocer su rentabilidad económica y social, de tal manera que asegure resolver una necesidad

humana en forma eficiente, segura y rentable. Sólo así es posible asignar los escasos recursos económicos a la mejor alternativa”. (Baca, 2006, p.2)

Los proyectos de inversión buscan resolver una necesidad en el ámbito económico o social, basándose en el análisis y la investigación de hipótesis o ideas planteadas.

2.2.6 Estudio de mercado

Primeramente, antes de definir lo que se entiende como estudio de mercado para el presente proyecto, se procederá a dar la definición que se tomará en cuenta para mercado. “El área donde confluyen las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados” (Baca, 20006. p. 14)

Ahora bien, siguiendo esa línea de ideas, es que se asigna la definición de estudio de mercado dada por Baca en la cual se indica que “consta básicamente de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización”. (Baca, 2006, p.2). De lo anteriormente expuesto, se deduce que dentro del estudio de mercado rigen cuatro aspectos principales: la demanda, la oferta, el precio y la comercialización.

2.2.6.1 Demanda

Existen diversas técnicas y procedimientos que permitirán obtener una aproximación de la demanda, por lo que es preciso conocer las estrategias que mejor se adapten a las condiciones del mercado que se estudia, y una vez obtenidas las características del mercado en específico, se puede llevar acabo el análisis de la demanda del mismo.

Para este caso, se toma de referencia que “la relación entre la cantidad ofrecida de un bien y su precio cuando todos los demás factores que influyen en los planes de venta permanecen constantes”. (Parkin & Esquivel, 2007, p. 80)

Conocer con claridad qué es lo que buscan los clientes, cuáles son las características del producto deseado y qué se puede ofrecer para entrar en el mercado y lograr competir de manera acertada es lo que se busca obtener al evaluar la demanda; la frecuencia de consumo y los picos de cada actividad según las temporadas.

Tener claro hasta dónde se puede abarcar y solucionar esa demanda para evitar el ofrecimiento ficticio de paquetes o actividades que no encajen como en realidad se promocionen o esperen de parte del cliente y que creen un estado de insatisfacción en lugar de complacer la necesidad que buscaba.

2.2.6.2 Oferta

Al momento de determinar la oferta suele tornarse complicado, ya que no se conoce a ciencia cierta los planes de expansión o los nuevos proyectos de la competencia. “Oferta es la relación entre la cantidad ofrecida de un bien y su precio cuando todos los demás factores que influyen en los planes de venta permanecen constantes”. (Parkin & Esquivel, 2007, p.80)

El tener la competencia medida para no quedarse atrás en cuanto a oferta se vuelve tarea constante y es inminente lograr adelantarse, para marcar la pauta a seguir y lograr establecerse como líder en la oferta del producto que se comercializa.

Esta medida y claridad, además ha de mantenerse acorde al estudio y manejo de demanda que se realiza, puesto que se busca llenar las necesidades que traen los clientes y estas pueden variar según edades, gustos y preferencias, temporadas del año y otras diversas situaciones a considerar para así mantener la oferta actualizada, acorde al cliente meta y objetivo que se tenga, sin descuidar el servicio de calidad y la satisfacción de un cliente bien atendido.

2.2.6.3 Precio

Se define como precio para el proyecto al “sentido más estricto, un precio es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio”. (Kotler; Armstrong, 2012, p. 290)

La importancia del precio dentro del mercado radica en que es el que regula el sistema económico, dando las pautas para la adquisición y venta de productos y servicios.

2.2.6.4 Comercialización

Generalmente la comercialización es uno de los factores más complicados de precisar, por lo que muchas de las decisiones aquí adoptadas tendrán repercusión directa en la rentabilidad del proyecto si no se elige correctamente. El concepto de comercialización “es el conjunto de herramientas tácticas que la empresa combina para obtener la respuesta que desea en el mercado meta”. (Kotler; Armstrong, 2012, p. 51)

Los precios, duración, restricciones, medidas de seguridad, medios y formas de promoción son actividades que se deben dejar plasmadas en el estudio de mercado y son fundamentales en la consecución exitosa del negocio, tienen costos y debe tenerse claro cómo se costearán y qué tanto ayudarán.

Se vuelve un estudio delicado, conlleva dedicación y constante revisión, que no se tenga una publicidad aburrida ni tediosa, que se mantenga fresca y en las mentes de la clientela buscada, y en alianzas estratégicas que faciliten la comercialización sin afectar el producto final de calidad que se ofrece.

2.2.7 El estudio técnico

Viene a dar las pautas sobre la estructura física del proyecto, la ubicación del mismo, basados en datos técnicos y de mercado, así como los detalles acerca del producto o servicio que se pretende, su análisis a nivel técnico, qué maquinaria interviene en la producción y la capacidad de producción requerida de esta maquinaria, cuando sea el caso; así como determinar cuál es la mejor estructura para la planta, con base en la investigación. En general, el estudio técnico abarca todo lo referente al estudio estructural y de producción que requiera un análisis de factibilidad dentro del proyecto y que para el presente proyecto se entenderá como:

Diferentes opciones de tamaño y su relación con el mercado; alternativas de localización y criterios para su definición; identificación y selección de procesos técnicos utilizables; aproximación al modelo administrativo tanto para el período de ejecución como para la operación; y definición en lo posible de las actividades que se desarrollarán en la etapa de ejecución y su cronología, para determinar en lo posible el momento de puesta en marcha. (Miranda, 2005, p. 33)

Este apartado se ha detallar y presentar con cuidado, lo que se defina que se va a necesitar para realizar la obra, las características de la infraestructura y los instrumentos o herramientas necesarias para el ofrecimiento y venta del producto que se oferta, la calidad de lo que se vende inicia en la calidad de lo que se utiliza para concretarlo, así pues, se debe considerar siempre que no es conveniente ahorrar un poco de dinero si afecta directamente la calidad y satisfacción del cliente y su producto; se debe presupuestar todo apegado a la realidad que se afronta, con vísperas a tener datos claros y reales de lo que se necesita para poner en marcha el negocio con los requerimientos necesarios que permitan un negocio próspero y atractivo para los clientes.

2.2.7.1 Equipamiento

La ubicación geográfica del proyecto es algo que se debe establecer de manera clara y concisa, se implementará un método que permita la selección correcta del lugar y que su acceso sea fácil y agradable a la población meta seleccionada; muchos negocios tienen éxito o fracaso por su ubicación-facilidad de acceso al cliente, un lugar debe seleccionarse por ello con cuidado y analizar varios aspectos de interés según el negocio que se propone, de ahí que en este apartado sea importante y necesario dejarlo claro. “Se entenderán todas las inversiones que permitan la operación normal de la planta de la empresa creada por el proyecto, por ejemplo, maquinaria, herramientas, vehículos, mobiliario y equipos en general. Al igual que en la inversión en obra física, aquí interesa la información de carácter económico que necesariamente deberá respaldarse de manera técnica”. (Sapag, N y Sapag, R. 2008, p.154)

El equipamiento es uno de los aspectos principales para el funcionamiento correcto del proyecto, una vez que este es puesto en marcha.

2.2.7.2 Personal

Este apartado define al recurso humano que será más idóneo colocar en los puestos necesarios que también serán definidos en este segmento del proyecto, además, del coste por remuneración del personal, en donde se entenderá que el personal “permite sistematizar la información referida a la mano de obra y calcular el monto de la remuneración del periodo”. (Sapag, N y Sapag, R. 2008, p.161)

Este apartado por lo general tiene un cargo en costos más elevado que los otros rubros que conforman este monto, ya que además del monto por concepto de salarios en Costa Rica, existen cargas sociales a las cuales el patrono debe hacer frente, por esto la importancia del mismo para el éxito de un proyecto.

2.2.7.3 Costo de inversión

Estos costos son representados por los activos que son necesarios para concebir el proyecto y que este sea puesto en marcha con normalidad, para este caso en particular se entiende costo de inversión los que “se realizan antes de que el proyecto empiece a funcionar constituyen lo que los textos denominan calendario de inversiones previas a la puesta en marcha, caracterizado por incluir todos los desembolsos anteriores a la puesta en marcha”. (Sapag, N y Sapag, R. 2008, p.80)

La inversión inicial del proyecto determinará, si es óptimo en algún momento un financiamiento que pueda ayudar a la adquisición de todo lo necesario para poner en marcha el proyecto.

2.2.7.4 Costos de operación

A diferencia de los costos de inversión, los costos de operación se generan una vez, que el proyecto es puesto en marcha y son costos recurrentes, que se pueden generar por concepto de mantenimiento de maquinaria, gastos administrativos, gastos financieros, gastos de

mercadeo, entre otros que se podrían mencionar: “corresponden al gasto de remuneraciones, arriendo, comunicaciones, uniformes, publicidad, insumos varios, contabilidad, sistemas de información, seguros, mantenimiento de oficinas y maquinarias, materiales de oficina y energía.” (Sapag, N y Sapag, R. 2008, p.420)

Son en síntesis los costos a los que debe hacer frente para la producción del bien en cuestión, es decir, ambos aspectos están directamente relacionados.

2.2.7.5 Tamaño del proyecto

Poder determinar el tamaño adecuado del proyecto es de suma importancia para no crear una empresa que supere la demanda que existe o que financieramente sea inconcebible poner en marcha. “La importancia de definir el tamaño que tendrá el proyecto se manifiesta principalmente en su incidencia sobre el nivel de las inversiones y costos que se calculen, por lo tanto, también sobre la estimación de la rentabilidad que podría generar su implementación”. (Córdoba, 2006, p.211).

Tener una adecuada dimensión del tamaño del proyecto, dependerá en gran medida de la demanda que exista para el bien o el servicio que se esté ofreciendo.

2.2.7.6 Localización del proyecto

Así como el tamaño de un proyecto, la localización es importante también, ya que un proyecto mal ubicado, podría acarrear una percepción de ingresos disminuida o un mal abastecimiento de insumos, un encarecimiento en el transporte, entre otros factores que se podrían ver afectado por la ubicación que se elija. “Una buena selección será aquella que nos permita estar cerca de los mercados de consumo, de la materia prima, de la mano de obra, también que se contarán con los servicios básicos, etc.” (Hernández, Fernández, y Baptista, 2006, p. 65)

El determinar la ubicación de un proyecto, puede estar dada por factores de mercado, como por factores propios del inversionista, que usa consideraciones basadas en su experiencia.

2.2.8 Estudio organizacional

Se deben tener claros varios aspectos a nivel organizacional en la empresa, como lo son la cantidad de empleados que van a ser necesarios para el buen funcionamiento de la misma, considerando que una cantidad de empleados excesiva conlleva una considerable carga financiera para la empresa pues este es uno de los rubros más altos en los costos de la mayoría de las empresas.

Además, de lo antes expuesto a este estudio determina cuáles serían las responsabilidades y las cualidades que tendría cada empleado para sus diferentes puestos, así como la ubicación que tendrá cada puesto dentro de la organización de la empresa y su papel dentro de esta.

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. (Sapag, N y Sapag, R. 2008 p.28)

Además de establecer la cantidad óptima de personal que se necesitará para operar la empresa o proyecto y las responsabilidades que se contraerá con cada uno de ellos; anteriormente se ha de establecer la forma en que organizará al personal.

El establecimiento de un organigrama y cómo estará el negocio jerárquicamente dividido debe establecerse en este punto; los niveles de jefaturas, flujos de comunicación y cargos específicos se establecerán en un organigrama que será el mapa real de la estructura de la organización.

A partir de la ubicación de los puestos en el organigrama, se podrá establecer el manual de puestos donde se detalla cada función, responsabilidad y característica de cada uno de los puestos que colaboren en la consecución de personal calificado para brindar el producto o servicio que se pretende llevar al mercado.

Cuando todo esto está en papel es más fácil buscar y obtener lo que se quiere. Lo establecido será una herramienta facilitadora y colaborará en la parte financiera con los datos de los costos que representará el personal que en realidad se necesita para trabajar y todos aquellos costos que se generan por responsabilidad social y salarios reales según el puesto y responsabilidad que ostenten.

2.2.9 Estudio legal

Determina a nivel jurídico, cuál es el camino a seguir para el proyecto desde la etapa de ejecución, tanto como en la etapa de proceso o puesta en marcha del proyecto, determinado por las leyes y reglamentos que rigen a cada país. Mediante el estudio de la legislación regente el proyecto se evita paralizar la ejecución por falta de permisos o por la infracción de alguna normativa prohibitiva, así como el pago de cualquier multa o alguna amonestación por desconocimiento del entorno jurídico.

Normalmente existen disposiciones que afectan de manera diferente a los proyectos, dependiendo del bien o servicio que produzcan. Esto se manifiesta en el otorgamiento de permisos y patentes, en las tasas arancelarias diferenciadas para tipos distintos de materias primas o productos terminados, o incluso en la constitución de la empresa que llevará a cabo el proyecto, la cual tiene exigencias impositivas distintas según sea el tipo de organización que se seleccione. (Sapag, N y Sapag, R. 2008, p.29)

Como la investigación aborda la temática del turismo es razonable que en este apartado se atienda la legislación turística presente en Costa Rica. Con el fin de tener una idea clara de cuáles son las pautas legales que rigen al turismo en sí y cómo estas pautas afectan directa o indirectamente la investigación que se presenta.

Cuando se habla de legislación turística el primer indicio que se tiene es la Constitución Política de Costa Rica que, si bien dentro de esta no se habla directamente del turismo, si se habla de los recursos naturales que dan cabida al turismo y es en el Artículo 50 donde se destaca la participación que presenta el Estado como defensor de esos recursos, este artículo posteriormente fue reformado el 3 de junio de 1994, mediante la Ley N 7412 que dice:

El Estado procurará el mayor bienestar a todos los habitantes del país, organizando y estimulando la producción y el más adecuado reparto de la riqueza. Toda persona tiene derecho a un ambiente sano y ecológicamente equilibrado. Por ello, está legitimada para denunciar los actos que infrinjan ese derecho y para reclamar la reparación del daño causado. El Estado garantizará, defenderá y preservará ese derecho. La ley determinará las responsabilidades y las sanciones correspondientes. (Ley 7412, 1994, Artículo 50)

La siguiente Ley en grado de importancia para el sector turismo es la Ley Orgánica del Instituto Costarricense de Turismo, la cual en el año de 1955 crea el Instituto Costarricense de Turismo, como institución autónoma del Estado, con personería Jurídica y patrimonio propio tal como se señala en el Artículo 2 de su Ley Orgánica:

Como Institución Autónoma del Estado, el Instituto tendrá personería jurídica y patrimonio propios: ejercerá su gestión administrativa y comercial con absoluta independencia, guiándose exclusivamente por las decisiones de su Junta Directiva, que actuará conforme a su criterio, dentro de la Constitución, leyes y reglamentos pertinentes, y las normas comerciales de mayor conveniencia para el fomento del turismo hacia Costa Rica. La Junta Directiva será responsable de su gestión en forma total e ineludible. (Ley Orgánica del Instituto Costarricense de Turismo, 1955, Artículo 2).

El Instituto Costarricense de Turismo (ICT), nace para apoyar y fomentar el turismo de Costa Rica, esta institución es la manera en que el gobierno le atribuye la importancia necesaria que había venido ganando el turismo en las últimas décadas, es así que, mediante esta ley orgánica el gobierno busca dar respuesta al sinnúmero de empresas que se enfocan en el turismo

y que ven la necesidad de tener el apoyo del gobierno para darle a este sector el impulso necesario para estar en un nivel competitivo óptimo a nivel mundial en el área del turismo, esta finalidad y función del Instituto (ICT) son señaladas específicamente en los Artículos 4 y 5 de la Ley Orgánica del Instituto Costarricense de Turismo:

La finalidad principal del Instituto será la de incrementar el turismo en el país: a) Fomentando el ingreso y la grata permanencia en el país de los visitantes extranjeros que busquen descanso, diversiones o entretenimiento; b) Promoviendo la construcción y mantenimiento de lugares de habitación y recreo para uso de los turistas; c) Realizando en el exterior la propaganda necesaria para dar a conocer el país, a fin de atraer el turismo; y d) Promoviendo y vigilando la actividad privada de atención al turismo. Dirección Legal.

El Instituto tendrá las siguientes funciones: a) Construir, arrendar y administrar hoteles y otras edificaciones, campos de deporte y entretenimiento adecuados al descanso y esparcimiento de los visitantes, así como vías de acceso a los mismos, siempre y cuando la iniciativa privada no actúe en forma satisfactoria. Para cumplir con lo anterior podrá, de ser necesario, concertar empréstitos públicos o privados, municipales o nacionales, y gestionar empréstitos extranjeros de acuerdo con la Constitución y las leyes; b) Dirigir y efectuar en el exterior, por todos los medios adecuados, la propaganda necesaria para dar a conocer el país, con la finalidad de incrementar la afluencia de visitantes; contará con la colaboración de todas las Dependencias Gubernamentales, especialmente con las del Ministerio de Relaciones Exteriores, para lograr dicho propósito; c) Promover y estimular cualesquiera actividades comerciales, industriales, de transporte, deportivas, artísticas o culturales, que traten de atraer el turismo, brindándole facilidades y distracciones o que den a conocer al país en sus diversos aspectos, especialmente el folklórico; d) Operar los medios de transporte necesarios cuando se haga indispensable asumir tal actividad; e) Proteger y dar a conocer construcciones o sitios de interés histórico, así como lugares de belleza natural o de importancia científica, conservándolos intactos y preservando en su propio ambiente la flora y la fauna autóctonas. El Instituto podrá adquirir o administrar las construcciones o extensiones de territorio necesarias para el cumplimiento de lo anterior; f) Derogado 1 g) Proteger por todos los medios a su

alcance los intereses de los visitantes procurándoles una grata permanencia en el país; y h) Asumir cualesquiera otras funciones que por ley se le encomienden. (Ley Orgánica del Instituto Costarricense de Turismo, 1955, artículos 4-5).

2.2.10 Estudio de impacto ambiental

Es de suma importancia, ya que establece las pautas que debe seguir un proyecto para salvaguardar los recursos naturales, mientras se desarrolla la actividad económica, buscando el equilibrio entre ambos factores.

En la gestión del impacto ambiental se tiende a la búsqueda de un proceso continuo de mejoramiento ambiental de toda la cadena de producción, desde el proveedor hasta el distribuidor final. Es decir, el evaluador de proyectos debe preocuparse cada vez más del ciclo de producción completo que generará la inversión, determinando el impacto ambiental que ocasionará tanto el proveedor de los insumos por la extracción, producción, transporte o embalaje de la materia prima, como el sistema de distribución del producto en su embalaje, transporte y uso. (Sapag, N y Sapag, R. 2008, p.31-32)

Para este apartado la empresa debe analizar el coste que representará el manejar los recursos, respetando en el proceso los recursos naturales que rodean el proyecto, es decir, suelo, aire, aguas y demás recursos naturales.

2.2.10.1 Elementos del estudio de impacto ambiental

El estudio de impacto ambiental está conformado por varios elementos que indican las pautas para establecer si este existe y determinar el nivel de daño causado al medio ambiente.

Para este caso en específico se utilizará la definición para elementos dada por Vicente Conesa Fernández en su libro Guía metodológica para la evaluación del impacto ambiental, en el cual define como impacto ambiental lo siguiente.

Se dice que hay impacto ambiental (AI) cuando una acción o actividad produce una alteración, favorable o desfavorable, en el medio o en alguno de los componentes del medio. Esta acción puede ser un proyecto de ingeniería, un programa, un plan, una ley o una disposición administrativa con implicaciones ambientales. (Fernández, 1993, p. 25)

Seguido de este elemento, el autor define la evaluación de la estrategia ambiental como se muestra a continuación:

La evaluación estratégica ambiental (EEA) es un procedimiento que tiene por objeto la evaluación de las consecuencias ambientales que determinadas políticas, planes y programas, pueden producir en el territorio, en la utilización de los recursos naturales y, en definitiva, en el logro de un desarrollo sostenible y equilibrado. (Fernández, 1993, p. 26)

Después de establecer la EEA se procederá a determinar la evaluación del impacto ambiental que generará el proyecto para lo cual el autor define lo siguiente:

La evaluación de impacto ambiental (EIA), es un procedimiento jurídico-administrativo que tiene por objetivo la identificación, predicción e interpretación de los impactos ambientales que un proyecto o actividad produciría en caso de ser ejecutado, así como la prevención, corrección y valoración de los mismos, todo ello con el fin de ser aceptado, modificado o rechazado por parte de las distintas Administraciones Públicas competentes. (Fernández, 1993, p. 26)

Una vez evaluado se procede al estudio de impacto ambiental que mostrara el camino a seguir para evitar al mínimo afectar de forma negativa el medio ambiente por parte del proyecto, el autor define:

El estudio de impacto ambiental (ESIA) es el estudio técnico, de carácter interdisciplinar, que incorporado en el procedimiento de la EIA, está destinado a

predecir, identificar, valorar y corregir, las consecuencias o efectos ambientales de determinada acción puede causar sobre la calidad de vida del hombre y su entorno. (Fernández, 1993, p. 27)

Cuando se ha establecido el estudio del impacto ambiental, seguiría la valoración de dicho impacto, el cual mostrara en qué nivel se encuentra el proyecto que se analiza, para este elemento el autor puntualiza:

La valoración del impacto ambiental (VIA) tiene lugar en la última fase del ESIA y consiste en transformar los impactos, medidos en unidades heterogéneas, a unidades homogéneas de impacto ambiental, de tal manera que permita comparar alternativas diferentes de un mismo proyecto y aun de proyectos distintos. (Fernández, 1993, p. 27)

Ya que se ha hecho es estudio de impacto ambiental y que se valorizo, se procederá a dar la declaratoria de impacto ambiental, la cual es definida según el autor de la siguiente manera:

La declaración de impacto ambiental (DIA) es el pronunciamiento del organismo o autoridad competente en materia de medioambiente, en base a la ESIA, alegaciones, objeciones y comunicaciones resultantes del proceso de participación pública y consulta institucional, en el que se determina, respecto a los efectos ambientales previsibles, la conveniencia o no de realizar la actividad proyectada y, en caso afirmativo, las condiciones que deben establecerse en orden a la adecuada protección del medio ambiente y los recursos naturales. (Fernández, 1993, p. 28)

Posterior a efectuar un estudio de impacto ambiental se suele realizar una estimación de del posible impacto del proyecto en análisis, esta estimación es definida de la siguiente manera:

La estimación de impacto ambiental (ETIA) es el análisis que se realiza antes de realizar EIA real, para determinar una estimación del potencial impacto ambiental que pueda

generar el proyecto y de esta forma prever posibles costos por la mitigación de estos daños. (Fernández, 1993, p. 28)

Estos elementos mencionados anteriormente, son los que conformarían todo el proceso de elaboración de un estudio de impacto ambiental, en busca de determinar el nivel de impacto así como las pautas necesarias para mitigar dicha afectación al medio ambiente que rodea el proceso de ejecución del proyecto.

La incorporación de la EIA a planes y proyectos, según el momento en que se incluya la EIA en el proceso general de toma de decisiones, se suele hablar de enfoque reactivo, semiadaptativo o adaptativo. Fernández con respecto a los enfoques destaca:

Reactivo, Tiene lugar cuando un proyecto determinado, no previsto en un plan previo, y una vez tomada la decisión de ejecutarlo, es sometido a evaluación ambiental. Evidentemente, es un método no deseable ya que, al dirigirse a algo ya decidido, resulta escasamente eficaz. Semi-adaptativo, El momento de tomar la decisión (aceptación, modificación o rechazo) sobre el proyecto en cuestión, igualmente no previsto en un plan previo, tiene lugar después de efectuar la EIA. Este enfoque es el que más reiteradamente se está produciendo en la actualidad española, suponiendo una notable mejora respecto al planteamiento anterior. Adaptativo, Es el tipo de enfoque más idóneo, considerando que todo proyecto debe estar incluido en un plan previo. Así, la EIA resulta agilizada por la información contenida en el plan y porque éste la encauza hacia los aspectos más destacados o conflictivos. El proceso de protección ambiental se sinergiza si se ha llevado a cabo la EEA del plan en que se enmarca el proyecto o actividad considerada. (Fernández, 1993, p. 28)

2.2.11 Estudio financiero

Este sin duda alguna es uno de los aspectos relevantes dentro de cualquier proyecto, el estudio financiero es de importancia para poder tener claro los recursos que serán necesarios para la puesta en marcha de la empresa así como para su normal funcionamiento una vez que se

inserte dentro del mercado. Este estudio muestra con claridad cuáles son los aspectos económicos a tomar en cuenta para el presente proyecto y el panorama que se vislumbra basado en este, es decir, si el proyecto muestra en este apartado datos financieros positivos, se determinara la viabilidad del proyecto, pero por el contrario, si en este apartado los números no parecen favorecer el proyecto se puede tener una idea del panorama que se podría enfrentar.

La sistematización de la información financiera consiste en identificar y ordenar todos los ítems de inversiones, costos e ingresos que puedan deducirse de los estudios previos. Sin embargo, y debido a que no se ha proporcionado toda la información necesaria para la evaluación, en esta etapa deben definirse todos aquellos elementos que debe suministrar el propio estudio financiero. El caso clásico es el cálculo del monto que debe invertirse en capital de trabajo o el valor de desecho del proyecto. (Sapag, N y Sapag, R. 2008, p.30)

2.1.11.1 Los ingresos proyectados

Otro aspecto de importancia en este estudio es que la mayoría de los proyectos son planeados con base en un financiamiento para la puesta en marcha y dicho financiamiento es facilitado por alguna entidad financiera, la cual utiliza los datos arrojados por este estudio para determinar la aprobación o no de dicho crédito.

Muchos proyectos pueden ser viables a nivel de mercado, legal, ambiental u organizacional, en conjunto, o unas si y otras no, pero, aunque todos ellos sean viables, el factor financiero es considerado el de mayor valor a la hora de tomar la decisión de factibilidad, puesto que es el que dicta la cantidad de dinero necesaria para la puesta en marcha del proyecto y dictamina según las proyecciones, las posibilidades de recuperación de lo invertido y los porcentajes de ganancia de invertir en el proyecto.

Al recoger datos de los demás estudios y dictaminar qué se necesita y cuánto cuesta, este estudio necesita una perspectiva muy real de todos los demás y que los números que presente

sean reales para evitar engañar y embaucar al inversionista en algo que no tenga buen término como negocio.

2.1.11.2 Flujo de caja

Los análisis financieros pueden realizarse para un proyecto tomando en consideración aspectos como el rendimiento, rentabilidad, entre otros, pero existen métodos más exactos para determinar el éxito financiero de un proyecto que según los autores Sapag, N y Sapag, R los métodos más comunes en la evaluación de un proyecto son:

- **El valor actual neto (VAN)**

Este indicador brinda el valor de la inversión traída al presente y se define como “un indicador de la rentabilidad de un proyecto, que señala cuánto se ganaría al hacerlo por sobre la rentabilidad que se le exige al proyecto y después de recuperada la inversión.” (Sapag, N y Sapag, R. 2011, p.27) dándole al inversionista una herramienta para determinar si el invertir en dicho proyecto le significaría dividendos a futuro. Y la fórmula para su cálculo es:

$$VAN = -I_o + \frac{R_1}{(1+K)} + \frac{R_2}{(1+K)^2} + \dots + \frac{R_n}{(1+K)^N}$$

Fuente: (Marín, Ketelhöhn, 1988, p.80)

Dónde:

I_o = Inversión inicial

R_1 a R_n = Flujos de efectivo netos por periodo

K = Rendimiento mínimo aceptable

- **La tasa interna de retorno (TIR)**

Representa la tasa de interés más alta que un inversionista podría pagar sin perder dinero, si todos los fondos para el financiamiento de la inversión se tomaran prestados y el préstamo (principal e interés acumulado) se pagara con las entradas en efectivo de la inversión a medida que se fuesen produciendo”. (Bierman y Smidt, 2011, p.323). Y su fórmula es:

$$I_0 = \frac{R_1}{(1+r)} + \frac{R_2}{(1+r)^2} + \dots + \frac{R_n}{(1+r)^N}$$

Fuente: (Marín, Ketelhöhn, 1988, p.78)

Dónde:

I_0 = Inversión inicial

R_1 a R_n = Flujos de efectivo netos por periodo

r = Tasa de descuento

- **Punto de equilibrio**

La importancia del punto de equilibrio radica en que es uno de los métodos sencillos y básicos para analizar la rentabilidad de un proyecto, basándose en las ventas. “Indica el nivel de operaciones que se requiere para cubrir todos los costos y permite evaluar la rentabilidad relacionada con diversos niveles de ventas; se conoce también como análisis de costo, volumen y utilidad”. (Gitman, Ly Zutter, C. 2012, p.456). Y la fórmula para su cálculo es:

$$P \times Q = CF + CV$$

Dónde:

$P \times Q$ = Los ingresos

CF = Los costos fijos

CV = Los costos variables

- **Análisis de sensibilidad**

Para determinar si el proyecto es susceptible a cambios en la rentabilidad, se suele usar un análisis de sensibilidad financiera, que está creado con el fin de identificar el nivel de respuesta del proyecto a cambios en los panoramas financieros.

Considera varias alternativas posibles (o escenarios) para obtener una percepción del grado de variación de los rendimientos. Un método común implica realizar cálculos pesimistas (peores escenarios), cálculos más probables (esperados) y cálculos optimistas (mejores escenarios) del rendimiento relacionado con un activo específico. (Gitman, 2012, p.290).

De esta manera, el investigador puede tener una idea de las posibilidades que el proyecto pueda presentar en el futuro y cómo podría reaccionar a dichos panoramas.

Capítulo III
Marco Metodológico

3.1 Tipos de investigación

Al momento de elegir el tipo de investigación que se llevará a cabo, es importante ser cuidadoso, ya que, con la investigación se podrán tomar decisiones acertadas que favorecerán el crecimiento de la empresa; por otra parte, permitirá conocer el tamaño del mercado al que se desea llegar y aunado a ello, lograr la satisfacción de los clientes.

Para la realización del proyecto, se utilizó la investigación exploratoria y la investigación descriptiva. Según su orientación se utilizó la investigación mixta, es decir, la que combina la investigación cualitativa con la cuantitativa; esto debido a que, si bien, parte de la información a procesar es cuantificable, existe cierta información relacionada con el comportamiento y gustos de los turistas que se abordaron desde una perspectiva cualitativa.

3.1.1 Investigación exploratoria

Para este caso, este tipo de investigación se aplica para obtener información preliminar sobre el problema de investigación, permitiendo así, formular hipótesis relacionadas con el problema.

Recibe este nombre la investigación que se realiza con el propósito de destacar los aspectos fundamentales de una problemática determinada y encontrar los procedimientos adecuados para elaborar una investigación posterior. Es útil desarrollar este tipo de investigación porque, al contar con sus resultados, se simplifica abrir líneas de investigación y proceder a su consecuente comprobación. (Behar, 2008, p. 21)

3.1.2 Investigación descriptiva

Dado que el estudio consiste en determinar la factibilidad económica de prestar un servicio, es necesario medir el comportamiento presente y futuro de los agentes económicos relacionados, es decir, la oferta y la demanda, situación que conduce a desarrollar una investigación de tipo descriptiva.

Mediante este tipo de investigación, que utiliza el método de análisis, se logra caracterizar un objeto de estudio o una situación concreta, señalar sus características y propiedades. Combinada con ciertos criterios de clasificación sirve para ordenar, agrupar o sistematizar los objetos involucrados en el trabajo indagatorio. Al igual que la investigación que se ha descrito anteriormente, puede servir de base para investigaciones que requieran un mayor nivel de profundidad. Su objetivo es describir la estructura de los fenómenos y su dinámica, identificar aspectos relevantes de la realidad. Pueden usar técnicas cuantitativas (test, encuesta...) o cualitativas (estudios etnográficos...). (Behar, 2008, p. 21)

De acuerdo con su profundidad u objetivo se dice que explica los fenómenos que ocurren y preceden a la presentación de este material y estudia las relaciones de estos con el ambiente que rodean a la comunidad para conocer la estructura real del turismo en la zona, el qué y cómo interviene cada aspecto en la dinámica de la evolución del tema. Según su dimensión temporal también, se considera una investigación descriptiva por cuanto el estudio se realiza a fenómenos del presente y tal cual se están dando en la comunidad en el momento en que se está realizando el proyecto.

En la variedad de estudios que se realizan en todo el proyecto se busca describir cada fenómeno y así detallar a fondo cada aspecto de interés con el fin de clarificar todo cuanto ocurre y se necesita para obtener viabilidad en cada aspecto.

3.1.3 Investigación cualitativa

Recoge información de carácter subjetivo, es decir que no se perciben por los sentidos, como el cariño, la afición, los valores, aspectos culturales. Por lo que sus resultados siempre se traducen en apreciaciones conceptuales (en ideas o conceptos) pero de la más alta precisión o fidelidad posible con la realidad investigada. (Behar, 2008, p. 38).

El proyecto se enmarca en esta modalidad por cuanto evalúa la calidad de los servicios de tours brindados en la zona, a través de la aplicación y análisis de los instrumentos de recolección de información: la observación, entrevistas no estructuradas y el cuestionario.

3.2 Alcances y limitaciones de la investigación

3.2.1 Alcances

La presente investigación abarca a la población de turistas nacionales y extranjeros que visitan la zona dentro de la Península de Osa, teniendo una aproximación sobre el perfil del turista.

Además, se indaga en el mercado turístico de la zona de la Península de Osa, los locales que prestan servicios de turismo de aventura y la oferta en general de servicios relacionados, dando un panorama de la situación actual del mercado turístico de la zona.

Este proyecto ofrece un servicio novedoso al turismo que visita la comunidad de Puerto Jiménez y brinda una oportunidad de empleo a los pobladores de la zona en busca de un crecimiento sostenido para la comunidad.

Se establece con claridad la factibilidad de llevar a cabo un proyecto de esta índole en Puerto Jiménez. Se determina la viabilidad de cada estudio por aparte con el objetivo de brindar total confianza de que lo dictaminado al final será el resultado obtenido, si lo planteado, se concreta como se espera.

Se incluye la necesidad de solventar el problema de trabajo y generación de ingresos propios en la comunidad de Puerto Jiménez, así como ofrecer un servicio fresco en cuanto a turismo se refiere; además integra estudios complementarios en cada etapa, en cuanto a legalidades, cuestiones ambientales y organizacionales se refiere, por lo que es un compendio de estudios con el fin de obtener seguridad en que lo propuesto es o no factible de desarrollar

en Puerto Jiménez con las condiciones actuales que atraviesa la comunidad y sus pobladores, como también, lo que necesitan o buscan los turistas.

3.2.2 Limitaciones

Para el desarrollo de la investigación se presentarán las siguientes limitaciones.

- La falta de registros confiables de algunos locales de servicios turísticos.
- Escasez de bibliografía de la zona de Puerto Jiménez que abarque el tema del turismo de aventura.
- El periodo de tiempo en el que se aplican las herramientas de recolección de datos es conocido en Costa Rica como la temporada baja de turismo, por lo que los sujetos de investigación son más escasos, y el perfil del turista cambia con respecto al de temporada alta.
- La idea generalizada de difícil acceso a la región de Puerto Jiménez.
- El descuido por parte de los gobiernos en cuanto a inversión e infraestructura en la comunidad.
- La resistencia al cambio y el miedo a lo nuevo en los empresarios de la zona para optar por una opción poco o nada utilizada en la comunidad como oferta al turismo.
- La falta de tiempo para poder abarcar en el estudio mayor población meta y la temporada climática de mayor visita en la comunidad.

3.3 Fuentes de información

Las fuentes de información son utilizadas con la intención de obtener datos acerca del trabajo de la investigación que se pretende realizar, para dar con los objetivos planteados. Para la recopilación de la información se consultaron fuentes secundarias y fuentes primarias.

3.3.1 Fuentes secundarias

Para un concepto exacto, se puede ver lo que expone el autor en el siguiente enunciado. Fuentes secundarias. Son listas, compilaciones y resúmenes de referencias o fuentes primarias publicadas en un área de conocimiento en particular. Es decir, reprocesan información de primera mano. Comentan brevemente artículos, libros, tesis, disertaciones y otros documentos (publicados básicamente en inglés, aunque también se incluyen referencias en otros idiomas); algunos ejemplos son el Review of Educational Research, Psychological Bulletin y el Annual Review of Psychology. Estos pueden encontrarse disponibles físicamente o en la Internet. Algunas fuentes secundarias incluyen los datos de las referencias y un breve resumen de cada una de estas. A continuación, se reproduce un ejemplo de algunas referencias de un índice hipotético (fuente secundaria) en el área de la investigación de la conducta humana (Hernández et al, 2006, p.66).

Es por ello, que se puede afirmar que una fuente secundaria es una o varias personas que tienen la información, pero no la ha generado. Contienen información primaria, sintetizada y reorganizada. Están especialmente diseñadas para facilitar y maximizar el acceso a las fuentes primarias o a sus contenidos. Componen la colección de referencia de la biblioteca y facilitan el control y el acceso a las fuentes primarias.

Se debe hacer referencia a ellas cuando no se puede utilizar una fuente primaria por una razón específica, cuando los recursos son limitados y cuando la fuente es confiable. Es utilizada para confirmar hallazgos, ampliar el contenido de la información de una fuente primaria y para planificar los estudios. Entre las fuentes secundarias a utilizar se pueden citar:

- Revistas turísticas que recopilan datos estadísticos del distrito.
- Los datos turísticos de la zona proporcionados por el ICT.
- Investigaciones posteriormente realizadas que traten sobre el comportamiento del turismo en el distrito o las zonas cercanas.
- Indagación de documentos que abarquen el tema de turismo en Puerto Jiménez.

3.3.2 Fuentes primarias

Es también conocida como fuentes directas, ya que es información de primera mano y se define de la siguiente manera:

Fuentes primarias (directas). Constituyen el objeto de la investigación bibliográfica o revisión de la literatura y proporcionan datos de primera mano, pues se trata de documentos que contienen los resultados de los estudios correspondientes. Ejemplos de estas son: libros, antologías, artículos de publicaciones periódicas, monografías, tesis y disertaciones, documentos oficiales, reportes de asociaciones, trabajos presentados en conferencias o seminarios, artículos periodísticos, testimonios de expertos, documentales, videocintas en diferentes formatos, foros y páginas en internet, etc. (Hernández et al, 2006, p.66)

Se puede hacer énfasis que la información primaria contienen información original, que ha sido publicada por primera vez y que no ha sido filtrada, interpretada o evaluada por nadie más. Son producto de una investigación o de una actividad eminentemente creativa. Componen la colección básica de una biblioteca, y pueden encontrarse en formato tradicional impreso como los libros y las publicaciones seriadas; o en formatos especiales.

Es por ello, por lo que para el presente proyecto se utilizarán las siguientes fuentes primarias:

- La aplicación del cuestionario a los turistas extranjeros y nacionales que visiten Puerto Jiménez, que forman parte del marco muestral. El instrumento se aplicó del 23/08/2015 al 29/08/2015.

- Entrevista a los encargados de los hoteles de la zona de Puerto Jiménez que se detallan en la página #94(Entrevista).

- Entrevista y observación a operadores de tours de la zona que se detallan en la página #95 (Entrevista).

3.4 Técnicas de investigación utilizadas

La técnica es el conjunto de instrumentos a través de los cuales se efectúa el método y es indispensable en el proceso de la investigación. La técnica documental permite recopilar información para enunciar teorías que sustentan el estudio, mientras que la técnica de campo permite la observación en contacto directo con el objeto de estudio. A continuación, se enumeran las técnicas utilizadas para la investigación en cuestión.

3.4.1 La encuesta

Esta técnica, se desarrolla por medio de un cuestionario previamente elaborado, a través del cual se puede conocer la opinión o valoración del sujeto seleccionado en una muestra sobre un asunto dado, en este caso se aplica a los turistas extranjeros y nacionales que visiten el distrito de Puerto Jiménez, que conformen la muestra.

3.4.2 Entrevista a hoteles y tours operadores

Es una técnica de recopilación de información mediante una conversación profesional, con la que se adquiere información acerca de lo que se investiga. Estas entrevistas serán semi-estructuradas basadas en una lista de la información (ver anexo No.2) que se quiere recabar; datos sobre el comportamiento de los turistas ante las opciones de turismo que ofrecen los

diferentes servicios y la experiencia de estas empresas con los turistas, los hoteles y operadores turísticos se mencionan detalle en el capítulo cuatro.

La principal técnica utilizada en la presente investigación es la encuesta; esta no requiere de personal calificado a la hora de hacerla llegar al encuestado. A diferencia de la entrevista, la encuesta cuenta con una estructura lógica, rígida, que permanece inalterada a lo largo de todo el proceso investigativo.

3.5 Instrumentos utilizados

Para dar con la información que se investiga sobre la población meta se utilizó un cuestionario, que se aplicó a los turistas nacionales y extranjeros que visitaron la zona de Puerto Jiménez. (ver anexo No.1). El cuestionario se define como:

Instrumento de observación o recogida de datos que consiste en un conjunto de preguntas, preparado cuidadosamente, sobre los hechos, opiniones, actitudes, y motivaciones que interesan en una investigación sociológica para su contestación por la población o muestra a que se extiende el estudio comprendido. (Sierra, 2001, p.306).

3.6 Descripción metodológica

Para la recopilación de la información se utilizó la entrevista personal. Se confeccionó un cuestionario que se aplicó a los turistas extranjeros y nacionales que componen la muestra. Como algunos de los turistas extranjeros hablan inglés, los encuestadores requirieron el manejo del idioma.

3.6.1 Población de interés

En un sentido específico, es el conjunto total de observaciones de una misma característica, es quizás la definición más importante desde el punto de vista práctico. La población de interés para el proyecto, es el mercado consumidor de este tipo de servicios

turísticos, los turistas extranjeros y nacionales que visitan Puerto Jiménez. Como en la zona no cuenta con datos exactos de la cantidad de turistas que visitan el lugar, se decidió tomar la información que aporta el ICT sobre la cantidad de turistas que visitan el Parque Nacional Corcovado, esto porque es precisamente este parque el que representa el mayor atractivo turístico de la zona.

Tabla 1: Visitas de turistas anual

| Período | Residentes | Extranjeros | Total |
|----------------|-------------------|--------------------|--------------|
| 2013 | 3.341,00 | 35.190,00 | 38.531,00 |
| 2012 | 3.708,00 | 25.153,00 | 28.861,00 |
| 2011 | 3.243,00 | 25.054,00 | 28.297,00 |

Fuente: Elaborado por los investigadores, con base en los datos del ICT.

Según datos del ICT, para los años que van del 2011 al 2013 en promedio el total de turistas que visitaron la zona de Puerto Jiménez más específicamente la Península de Osa es de 31,896.33 turistas, esto incluye tanto turistas nacionales como extranjeros, sin embargo, los turistas extranjeros para este periodo de tiempo en promedio representan el 86% del total de turistas, mientras que los turistas nacionales tan solo representan el 14% del total de turistas que visitan esta zona.

3.6.1.1 Marco muestral

El marco muestral para el proyecto se tratará de los turistas extranjeros y nacionales que visitaron el distrito de Puerto Jiménez en los meses de julio a septiembre de 2015, a los que se les aplicó el cuestionario.

3.6.1.2 Tipo de muestra

Básicamente se categorizan las muestras en dos ramas principales: las muestras no probabilísticas y las muestras probabilísticas. En estas últimas todos los elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser escogidos y se obtienen definiendo las características de la población y el tamaño de la muestra, por medio de una selección aleatoria o mecánica de las unidades de análisis.

En las muestras no probabilísticas, la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características de la investigación o de quién hace la muestra. Aquí el procedimiento no es mecánico, sino que depende del proceso de toma de decisiones de una persona o de un grupo de personas y, desde luego, las muestras seleccionadas obedecen a otros criterios de investigación. Elegir entre una muestra probabilística o una no probabilística depende de los objetivos del estudio, del esquema de investigación y de la contribución que se piensa hacer con ella. (Hernández et al, 2006, pp. 240-241).

En la investigación se utilizará una muestra probabilística, mediante el muestreo aleatorio simple, en el cual cada uno de los elementos que forman el universo, tienen la misma probabilidad de ser elegidos para la muestra. La fórmula a aplicar para determinar dicha muestra es la siguiente:

Figura 1: Fórmula para calcular la muestra

$$n = \frac{n'}{1 + n'/N}$$

Fuente: Fórmula para calcular la muestra; basado en Hernández et al (2006)

Donde N sería la población total en estudio y n_0 sería la muestra sin ajustar también conocida como “ n ” prima, la cual a su vez se calcula con la siguiente fórmula.

$$n' = \frac{s^2}{V^2}$$

En la que s^2 sería la varianza de la muestra o nivel de confiabilidad y V^2 es la varianza de la población o error estándar. Para el estudio se utilizó un error estándar menor de 0.015 al 90% de confiabilidad.

Así entonces se tendría que:

$$V^2 = (0.015)^2 = 0.000255$$

$$S^2 = p(1-p) \Rightarrow 0.90(1-0.9) \Rightarrow 0.09$$

$$N' = S^2/V^2 \Rightarrow 0.09/0.000255 \Rightarrow 385$$

Obteniendo como muestra sin ajustar la cantidad de 385 personas, posteriormente, se procedió a ajustar este número utilizando la fórmula que se señaló anteriormente remplazando los valores de la siguiente manera.

$$n = n_0 / 1 + (N/n_0) \Rightarrow 385 / 1 + (31,896.33 / 385) \Rightarrow 380$$

Luego de aplicar la fórmula de ajuste de la muestra se logra apreciar que la muestra total que se obtiene es de 380 personas para aplicar las herramientas de investigación.

3.7 Definición de Variables

A continuación, se presenta el cuadro de análisis de variables para el proyecto en investigación:

Tabla 2: Conceptualización, operacionalización e instrumentalización de las variables

| Objetivo específico | Variables de estudio | Definición conceptual | Indicadores | Definición instrumental | Sujetos |
|---|--|---|--|--|---|
| Realizar el estudio de mercado del proyecto. | Demanda. Oferta. Precio. Consumidor. Competencia. Comercialización. | Es la planificación, la recolección y el estudio de los datos que se obtienen del mercado, para determinar el comportamiento tanto de los clientes potenciales como de la oferta presente en dicho mercado. | Cantidades demandadas por el mercado. Cantidades ofrecidas en el mercado. Principales competidores directos. | Encuesta a los turistas nacionales y extranjeros que visiten Puerto Jiménez. Entrevista a los encargados de las compañías turísticas locales. | Turistas nacionales y extranjeros, así también los empresarios. |

| | | | | | |
|---|--|---|---|--|-------------------------------------|
| Realizar el estudio técnico del proyecto. | Inversión inicial necesaria. Costos de operación. Tamaño del proyecto. Localización del proyecto. | Es el cálculo de los costos e inversión requerida, así como el tamaño y ubicación del proyecto. | Recursos financieros necesarios para iniciar la inversión. Calculo de costos de operación. Tamaño necesario del proyecto. Ubicación exacta del proyecto. | Revisión de la documentación. Consulta a expertos en el tema. Consulta de proformas solicitadas. Observación. | Investigador. Expertos del tema. |
| Realizar el estudio financiero y de sensibilidad del proyecto. | Viabilidad financiera del proyecto. Gastos Ingresos | Evaluación financiera que determina la posible factibilidad de implementar el proyecto. | La determinación real de los Ingresos, costos, gastos y de capital. | Flujo de caja proyectado. Estados financieros proyectados. Razones financieras. Análisis de sensibilidad | Investigador. |

Fuente: Primaria, tabla elaborada por Sleyman Quintero y Vanessa García

Capítulo IV

Análisis e Interpretación de la Información

4.1 Análisis de la demanda

El mercado consumidor para este proyecto en concreto está formado por los turistas que visitan la zona de Puerto Jiménez, ya sea turistas extranjeros como turistas nacionales, sin embargo, cabe resaltar que las visitas a la zona son mayormente realizadas por turistas extranjeros, representando estos la mayor parte de la población en estudio.

Se desprende de las cifras del ICT, que la visita de ambos tipos de turistas a la zona ha venido en aumento a través de los últimos años, dando como tal un crecimiento de la demanda potencial para este proyecto de inversión, a continuación, se muestra en la tabla número 3 el comportamiento anual de demanda turística en la zona de Puerto Jiménez.

Tabla 3: Demanda histórica

| Periodo | Residentes | Extranjeros | Total |
|----------------|-------------------|--------------------|--------------|
| 2013 | 3.341,00 | 35.190,00 | 38.531,00 |
| 2012 | 3.708,00 | 25.153,00 | 28.861,00 |
| 2011 | 3.243,00 | 25.054,00 | 28.297,00 |

Fuente: Elaborado por los investigadores, con base en los datos del ICT.

De la información anterior se puede rescatar que la población turística en la zona, en promedio, basándose en estos datos es de 31,896.33 turistas por año, lo cual indica que la demanda total turística de la zona es de consideración para un proyecto de inversión en este sector de la economía local.

Se desarrollo la investigación de campo, para identificar la información necesaria para analizar detalladamente la factibilidad del proyecto, según el comportamiento del mercado turístico en la zona, esto mediante una encuesta aplicada a 380 turistas que visitaron la zona de Puerto Jiménez.

Este estudio de campo busca dar con el detalle de los gustos y las preferencias de los turistas, así como el comportamiento de los mismos y su aceptación hacia un posible uso de un servicio de tours de aventura como el que se plantea en este estudio. A continuación, se detalla la información obtenida:

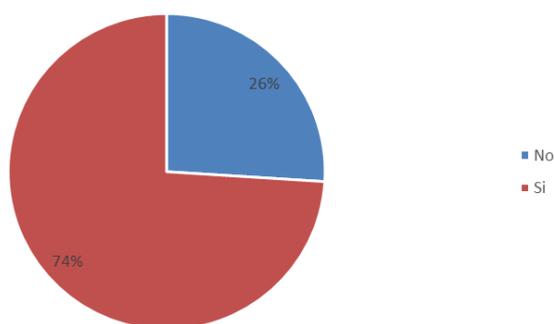
Tabla 4: ¿Es la primera vez que visita Puerto Jiménez?

| Pregunta | Respuesta | F. A | F. R |
|---|-----------|------|------|
| ¿Primera vez que visita Puerto Jiménez? | No | 97 | 26% |
| | Sí | 283 | 74% |
| Total | | 380 | 100% |

Fuente: Elaborado por los investigadores, con base en la encuesta aplicada.

Se realizan 380 encuestas, con la finalidad de conocer la cantidad de personas que visitaron Puerto Jiménez por primera vez. Los resultados arrojan que el 74% del total encuestado representado por 283 personas dicen que si es la primera vez; y solamente el 26% no son nuevos en el lugar, quienes están representados por 97 personas.

Gráfico 1: ¿Es la primera vez que visita Puerto Jiménez?



Fuente: Elaborado por los investigadores, con base en la encuesta aplicada.

En el gráfico anterior se muestra que la mayor cantidad de personas no habían visitado Puerto Jiménez anteriormente; lo que denota que el turismo es un sector que ha tomado importancia en el país, ya que los turistas que visitan Puerto Jiménez, realizan visitas posteriores y en ocasiones acompañados de personas que no conocían el sector, permitiendo con ello que el lugar gane fama por sus atractivos turísticos y bellezas naturales.

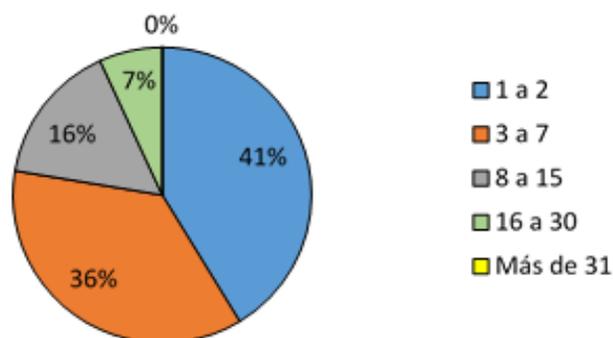
Tabla 5: Cantidad de días a vacacionar en Puerto Jiménez

| Pregunta | Respuesta | F. A | F. R |
|--|-----------|------------|-------------|
| Días a vacacionar en Puerto Jiménez | 1 a 2 | 157 | 41% |
| | 3 a 7 | 138 | 36% |
| | 8 a 15 | 59 | 16% |
| | 15 a 30 | 26 | 7% |
| | Más de 31 | 0 | 0% |
| Total | | 380 | 100% |

Fuente: Elaborado por los investigadores, con base en la encuesta aplicada.

Al preguntar a 380 personas sobre la cantidad de días a vacacionar en Puerto Jiménez, el 41%, representado por 157 personas, indican que estarán de 1 a 2 días; mientras el 36% representado por 138 personas estarían de 3 a 5 días; tan solo un 16% indicó que estarían de 8 a 15 días, este porcentaje representa 59 personas; por último, el 7% representado por 26 personas estarían de 15 a 30 días.

Gráfico 2: Cantidad de días de vacaciones en Puerto Jiménez



Fuente: Elaborado por los investigadores, con base en la encuesta aplicada.

Los encuestados a los que se les realizó la pregunta sobre la cantidad de días a vacacionar, contestaron en su mayoría que, de 1 a 2 días, representado por un 41%; seguido de un 36% que corresponde de 3 a 7 días. Se puede deducir que esto se debe a las ajetreadas agendas de trabajo que solo permiten a las familias y amigos compartir durante fines de semana o bien durante las vacaciones.

La minoría son las que permanecen por más tiempo en la zona. Un 16% indica que estará de 8 a 15 días y tan solo un 7% estará de 16 a 30. Es nula la demanda que se tiene para vacacionar por más de un mes.

Se puede decir que las temporadas vacacionales no son tan marcadas unas de otras; sin embargo, son en los meses de noviembre a enero, Semana Santa y las primeras tres semanas de julio, cuando más turistas gozan de los encantos de la zona. No obstante, en los demás meses del año, los visitantes tienen la posibilidad de disfrutar de este destino.

Tabla 6: Tipos de turismo a practicar en Puerto Jiménez

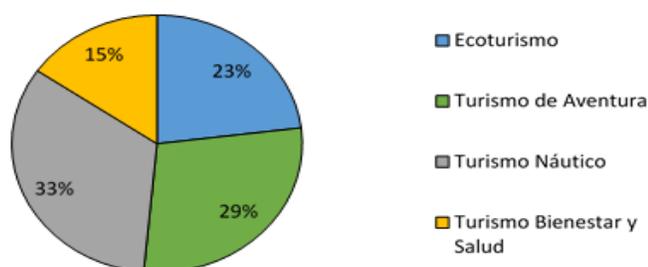
| Pregunta | Respuesta | F. A | F. R |
|-------------------------------------|---------------------------|-------------|-------------|
| Tipos de turismo a practicar | Ecoturismo | 196 | 23% |
| | Turismo de aventura | 242 | 28% |
| | Turismo náutico | 282 | 33% |
| | Turismo bienestar y salud | 131 | 15% |
| Total | | 851 | 100% |

Fuente: Elaborado por los investigadores, con base en la encuesta aplicada.

Cuando se preguntó por los tipos de turismo a practicar en Puerto Jiménez, se obtuvieron respuestas múltiples, ya que generalmente durante la estadía en el lugar se llevan a cabo diferentes actividades. De las 851 repuestas, un 33% indica que practicará o practicó el turismo náutico lo que representa 282 respuestas; el turismo de aventura es elegido por un 28%,

representado por 242 respuestas; un 23% representado por 196 seleccionó el ecoturismo, finalmente con 131 respuestas representadas por el 15% eligieron turismo de bienestar y salud.

Gráfico 3: Tipo de turismo a practicar en Puerto Jiménez



Fuente: Elaborado por los investigadores, con base en la encuesta aplicada.

El Turismo náutico y el turismo de aventura, son las actividades que más seleccionaron los turistas según los encuestados. El turismo náutico no sólo es una manera agradable de ver lugares únicos en la zona, sino también que combinan dicho tour con otras actividades, como de aventura que tienen como finalidad ofrecer al turista una experiencia vivencial a bordo de una embarcación.

Seguido de este tipo de turismo en porcentaje de respuestas, los encuestados externaron que deseaban practicar el turismo de aventura, mientras estaban en la zona; esto no es de extrañar, ya que como se sabe, Costa Rica cuenta con una geografía irregular a lo largo de su territorio, que incluye bosques primarios y secundarios los que se prestan para la práctica de este tipo de turismo.

Los encuestados eligieron practicar el ecoturismo, el cual, para muchos, es un sector del turismo que tiene muchas posibilidades a futuro en el mercado, esto por los cambios que ha experimentado el sector a nivel mundial.

Por último, están el grupo de encuestados que dijeron que buscaban practicar el turismo de bienestar, externando algunos de ellos, que buscaban relajarse y otros que viajaban para realizar la práctica del yoga, la cual es una actividad que ha experimentado cierta popularidad los últimos años.

Tabla 7: Actividades de turismo que ha realizado

| Pregunta | Respuesta | F. A | F. R |
|---|-------------------------------------|-------------|-------------|
| Actividades de turismo de aventura | Pesca deportiva | 260 | 12% |
| | Kayaking | 297 | 14% |
| | Caminatas | 317 | 15% |
| | Canopy | 184 | 9% |
| | Avistamiento de aves | 60 | 3% |
| | Avistamiento de delfines y ballenas | 199 | 9% |
| | Rapelling | 46 | 2% |
| | Tours a caballo | 178 | 8% |
| | Tours de surf | 124 | 6% |
| | Tours en cuadraciclos | 44 | 2% |
| | Escalada de árboles | 97 | 4% |
| | Visita guiada a Parques Nacionales | 170 | 8% |
| | Visita a centros de refugio animal | 99 | 5% |
| | Tour de granja ecológica | 70 | 3% |
| | Tours en Paddleboards | 12 | 1% |
| Total | | 2157 | 100% |

Fuente: Elaborado por los investigadores, con base en la encuesta aplicada.

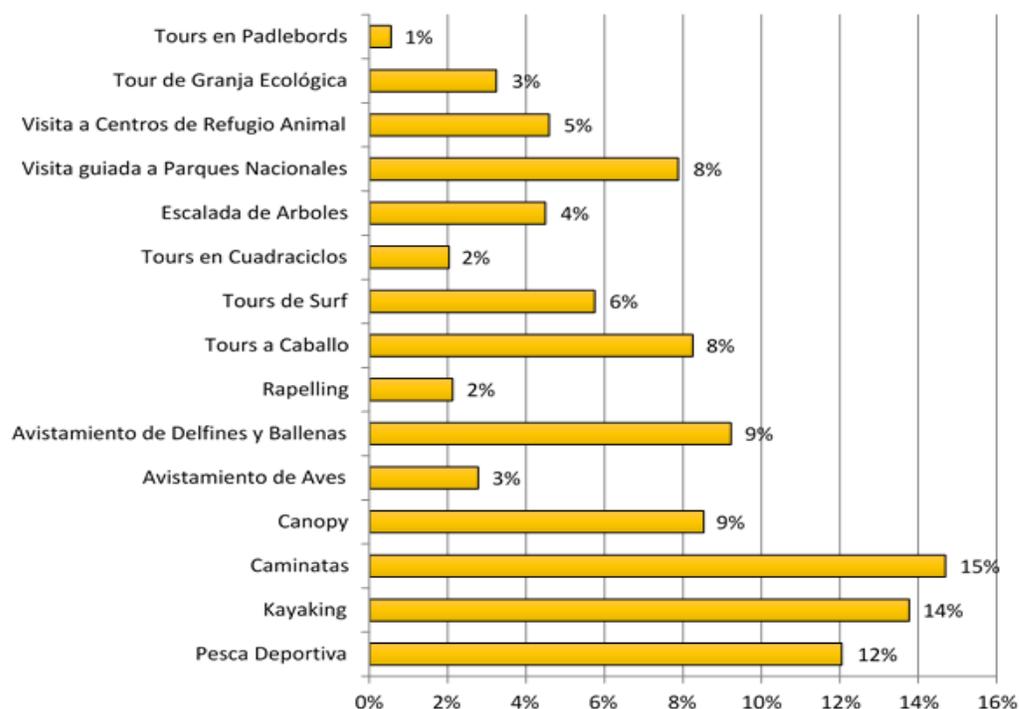
Al encuestar sobre las actividades del turismo que han realizado anteriormente, se obtuvo como resultado múltiples respuestas para un total de 2.157.

Las caminatas fueron elegidas por 317 personas con un porcentaje del 15% del total de respuestas obtenidas; el kayaking fue realizado 297 personas, representadas por el 14%; un 12% constituido por 260 personas han realizado pesca deportiva; el canopy y el avistamiento de ballenas son las principales actividades que realiza el 18% de total de respuestas obtenidas,

mientras que los tours a caballo y las visitas guiadas a Parques Nacionales son las actividades que lleva a cabo el 16%.

Con porcentajes menores se encuentran, un 6% para tours de surf y un 5% para visita a centros de refugio animal, ambas representadas por 23 respuestas.

Gráfico 4: Actividades de turismo que ha practicado



Fuente: Elaborado por los investigadores, con base en la encuesta aplicada.

Uno de los platos fuertes que tiene Costa Rica y por el cual es reconocido, son los deportes y actividades de aventura. Costa Rica es una tierra de volcanes, bosques húmedos y nubosos, enormes cataratas y ríos caudalosos. Esta naturaleza generosa hace difícil decidir entre la variada oferta de actividades.

La actividad que posee mayor porcentaje son las caminatas representadas por 15%, de la mano a dicha actividad se puede realizar otra actividad como lo es el avistamiento de aves, la

cual es representada solamente por un 3%. En la parte costera, las actividades que se realizan con mayor frecuencia suelen ser, kayaking con un 14%, pesca deportiva representada con un 12% y finalmente el avistamiento de ballenas y delfines con un 9% y tours de surf con un 6%, y como es bien sabido, Costa Rica cuenta con franjas costeras extensas que facilitan este tipo de actividades. En las montañas las actividades que se suelen destacar son, canopy que en la encuesta representa un 9%, las opciones de cabalgatas y visitas guiadas a Parques Nacionales ambas presentaron un 8% de las respuestas de los encuestados.

Para los amantes del turismo de aventura, Costa Rica es un destino en el que abundan las emociones y la adrenalina. Durante todo el año y en la mayor parte del país, ya sea por agua, tierra o aire, se puede escoger entre una variedad de actividades para toda la familia, que se desarrollan generalmente en escenarios naturales en los que podrá vivir experiencias memorables.

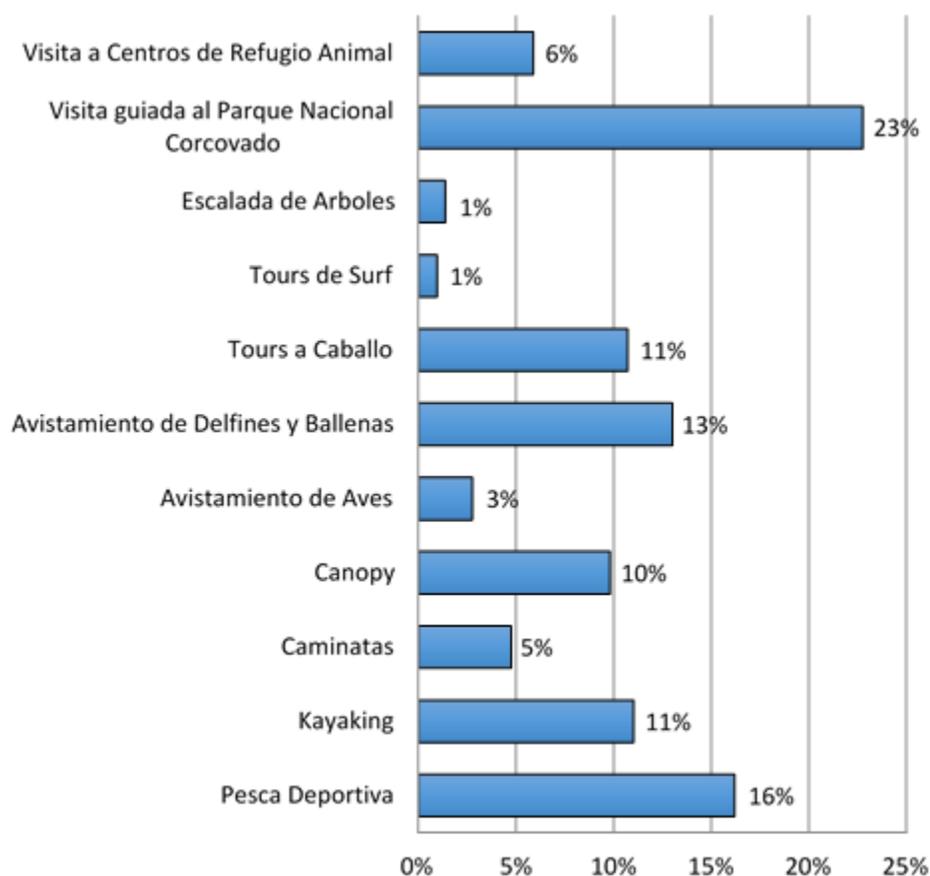
Tabla 8: Actividades de turismo en Puerto Jiménez

| Pregunta | Respuesta | F.A | F.R |
|---|--|-------------|-------------|
| Actividades de turismo de aventura en Puerto Jiménez | Pesca deportiva | 269 | 16% |
| | Kayaking | 183 | 11% |
| | Caminatas | 79 | 5% |
| | Canopy | 163 | 10% |
| | Avistamiento de aves | 46 | 3% |
| | Avistamiento de delfines y ballenas | 216 | 13% |
| | Rapelling | 0 | 0% |
| | Tours a caballo | 178 | 11% |
| | Tours de surf | 16 | 1% |
| | Tours en cuadraciclos | 0 | 0% |
| | Escalada de arboles | 23 | 1% |
| | Visita guiada al Parque Nacional Corcovado | 378 | 23% |
| | Visita a centros de refugio animal | 98 | 6% |
| | Tour de granja ecológica | 3 | 0% |
| | Tours en paddleboards | 8 | 0% |
| TOTAL | | 1660 | 100% |

Fuente: Elaborado por los investigadores, con base en la encuesta aplicada.

La zona de Puerto Jiménez posee variedad en lo que a actividades de aventura se refiere. Al preguntar a las personas sobre dichas actividades se obtuvieron diferentes respuestas en las que se destacan las siguientes; el 23% que representa a 378 personas indican que conocen que se realizan visitas guiadas al Parque Nacional Corcovado; un 16% conoce que se lleva a cabo la pesca deportiva y son representados por 269 personas; 183 personas del total encuestado dice que sabe que se practica el kayaking lo que equivale a un 11%; otro 11% conoce tours a caballo y un 10% el canopy; el 16% restante tiene presente que se realizan otras actividades tales como, caminatas, avistamiento de aves, tours de surf, escalada de árboles, tours de granja ecológica y tours en paddleboards.

Gráfico 5: Actividades de turismo en Puerto Jiménez



Fuente: Elaborado por los investigadores, con base en la encuesta aplicada.

Puerto Jiménez no se queda atrás con sus atractivos para realizar actividades de aventura; es una región con características climáticas húmedas y cálidas, por ende, las playas y las colinas inmediatas a la costa presentan una mayor biodiversidad.

Las principales actividades y zonas que son el disfrute para los turistas en dicha región se destacan, la zona montañosa con las visitas guiadas al Parque Nacional Corcovado con un 23%, luego está tours a caballo con un 11% y por último se tiene el canopy con un 10%. Seguidamente se tiene la zona de la playa donde se puede apreciar que las actividades que más gustan son la pesca deportiva con un 16%, el avistamiento de ballenas con un 13% y el kayaking con un 11%. Ambas zonas permiten desarrollar actividades de aventura y observación de la naturaleza.

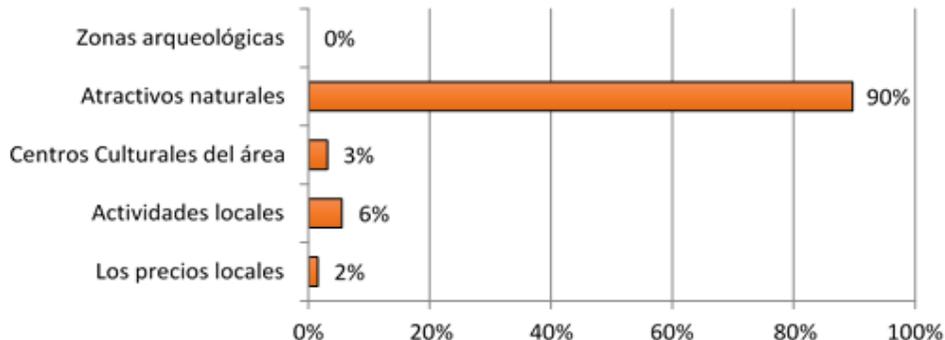
Tabla 9: Motivos para elegir Puerto Jiménez como destino turístico

| Pregunta | Respuesta | F. A | F. R |
|--|-----------------------------|-------------|-------------|
| Motivos para elegir Puerto Jiménez como destino turístico | Los precios locales | 6 | 2% |
| | Actividades locales | 21 | 6% |
| | Centros Culturales del área | 12 | 3% |
| | Atractivos naturales | 341 | 90% |
| | Zonas arqueológicas | 0 | 0% |
| Total | | 380 | 100% |

Fuente: Elaborado por los investigadores, con base en la encuesta aplicada.

Al encuestar a 380 personas para conocer cuál es la principal razón por la que visita la zona de Puerto Jiménez se recopilaron las siguientes repuestas; el 90% de las personas encuestadas, es decir, 341 personas indican que el principal motivo son sus atractivos naturales, un 6% indica que es debido a sus actividades locales, mientras que un 2% solamente hace mención a los precios de la región.

Gráfico 6: Motivos para elegir Puerto Jiménez como destino turístico



Fuente: Elaborado por los investigadores, con base en la encuesta aplicada.

En la Región de Puerto Jiménez, el viajero puede encontrar: sol y playa, aventura, naturaleza y cultura; componentes necesarios para satisfacer sus necesidades.

A pesar de que existen múltiples factores a tomar en cuenta al momento de elegir un destino turístico, las encuestas arrojan que el principal motivo por el cual se visita Puerto Jiménez es por la variedad de atractivos naturales que posee y este ítem se ve representado por el 90% del total encuestado.

Y esto gracias a uno de los mayores atractivos naturales que posee la zona, que es sin duda alguna, el Parque Nacional Corcovado, siendo este el motivo que impulsa a muchos de los turistas a visitar la zona, ya que este parque a lo largo del tiempo goza de alta popularidad a nivel mundial por su densa concentración de vida silvestre.

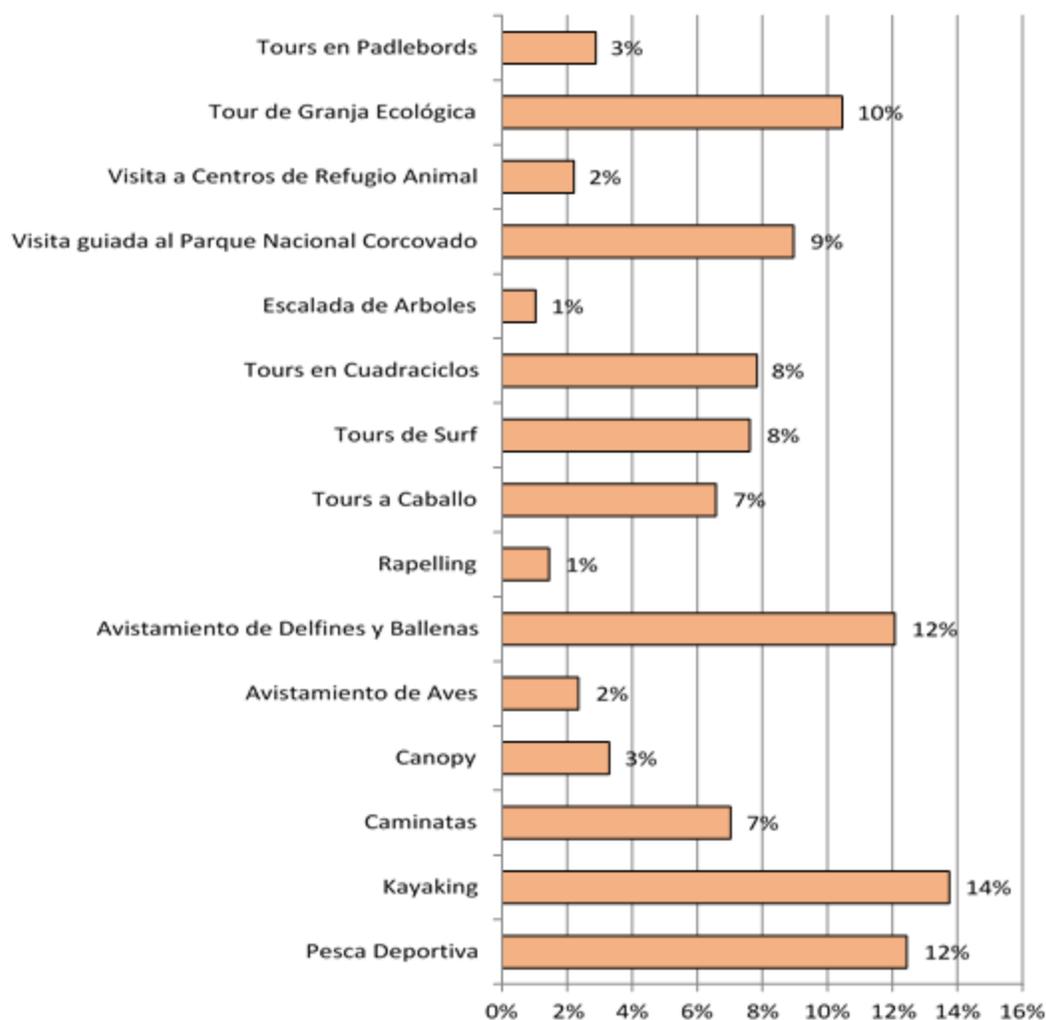
Seguido de esta respuesta, están las opciones de actividades locales y los centros culturales, estos en conjunto representaron un 9% de las respuestas obtenidas, ratificando que el principal motivo de la visita a la zona es debido a su atractivo natural.

Tabla 10: Actividades de preferencia

| Pregunta | Respuesta | F. A | F. R |
|-----------------------------------|--|-------------|-------------|
| | Pesca deportiva | 276 | 12% |
| | Kayaking | 305 | 14% |
| | Caminatas | 156 | 7% |
| | Canopy | 73 | 3% |
| | Avistamiento de aves | 52 | 2% |
| | Avistamiento de delfines y ballenas | 268 | 12% |
| Actividades de preferencia | Rapelling | 32 | 1% |
| | Tours a caballo | 146 | 7% |
| | Tours de surf | 169 | 8% |
| | Tours en cuadraciclos | 174 | 8% |
| | Escalada de árboles | 23 | 1% |
| | Visita guiada al Parque Nacional Corcovado | 199 | 9% |
| | Visita a centros de refugio animal | 49 | 2% |
| | Tour de granja ecológica | 232 | 10% |
| | Tours en Paddleboards | 64 | 3% |
| Total | | 2218 | 100% |

Fuente: Elaborado por los investigadores, con base en la encuesta aplicada.

Existen variedad en cuanto a las actividades que se realizan en la zona de Puerto Jiménez, sin embargo, al consultar sobre cuáles son las actividades de preferencia se obtuvo lo siguiente: un 14%, es decir, 305 personas indica que la actividad que más le gusta realizar es el kayaking; la pesca deportiva y el avistamiento de ballenas comparten un 12%, ambas representadas por 544 personas; el tour de granja ecológica es del gusto de 232, representado estas el 10% del total encuestado; a 199 personas, es decir un 9% les gusta visitar el Parque Nacional Corcovado; mientras que los tours de surf y los tours en cuadraciclos ambos son buscados por el 8%; los tours a caballo también le interesa a 146 personas.

Gráfico 7: Actividades de preferencia

Fuente: Elaborado por los investigadores, con base en la encuesta aplicada.

Las actividades de preferencia que se llevan a cabo en la Región de Puerto Jiménez se encuentran divididas en dos zonas como lo son: la zona de montaña y la zona de playa. Al estar ambas a pocos minutos una de otra se pueden desarrollar múltiples actividades en cualquiera de las dos zonas, en un mismo tour de aventura.

En la actividad de preferencia se destaca el hecho que las tres opciones más gustadas por los turistas son actividades acuáticas, representando en conjunto estas tres principales

actividades un 38% del total de las actividades, de estas tres principales se resalta el kayaking como la actividad más gustada por los turistas.

Tabla 11: Actividades más accesibles económicamente

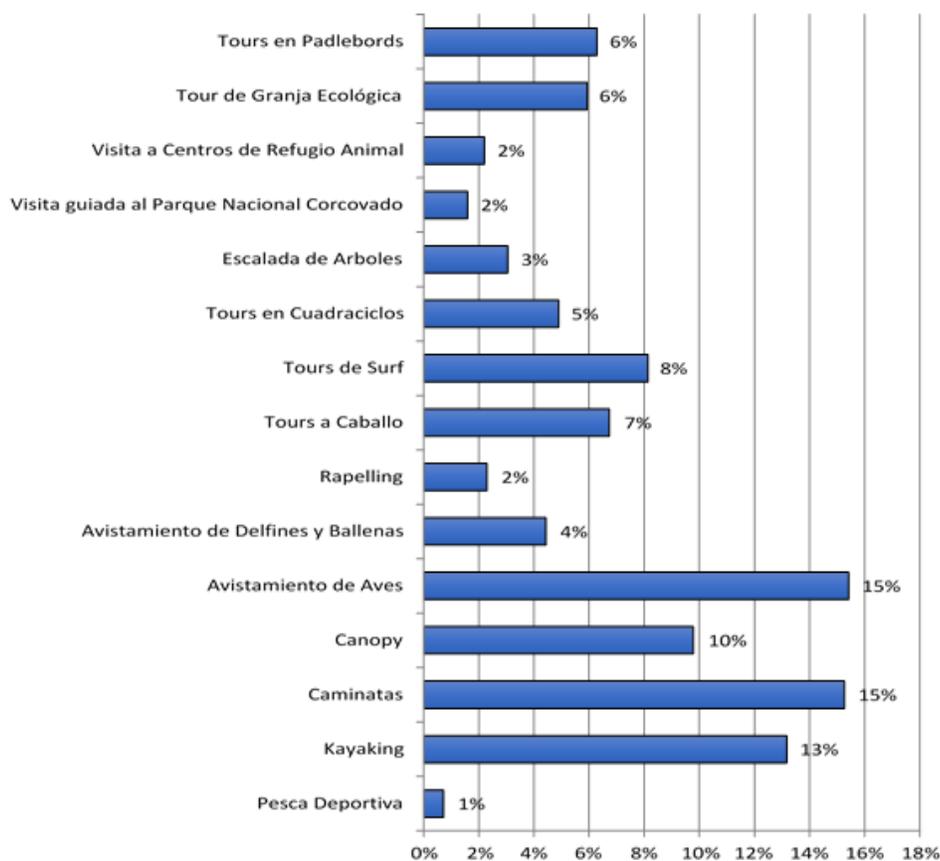
| Pregunta | Respuesta | F. A | F. R |
|-----------------------------------|--|-------------|-------------|
| Actividades más accesibles | Pesca deportiva | 16 | 1% |
| | Kayaking | 264 | 13% |
| | Caminatas | 306 | 15% |
| | Canopy | 196 | 10% |
| | Avistamiento de aves | 309 | 15% |
| | Avistamiento de delfines y ballenas | 89 | 4% |
| | Rapelling | 46 | 2% |
| | Tours a caballo | 135 | 7% |
| | Tours de surf | 163 | 8% |
| | Tours en cuatriciclos | 98 | 5% |
| | Escalada de árboles | 61 | 3% |
| | Visita guiada al Parque Nacional Corcovado | 32 | 2% |
| | Visita a centros de refugio animal | 44 | 2% |
| | Tour de granja ecológica | 119 | 6% |
| | Tours en paddleboards | 126 | 6% |
| Total | | 2004 | 100% |

Fuente: Elaborado por los investigadores, con base en la encuesta aplicada.

Se le preguntó a una muestra de 380 personas, cuál cree que sean las actividades turísticas más accesibles según su percepción, para lo cual se permitió la selección múltiple de opciones, obteniendo así 2004 opciones seleccionadas, de esta manera, se logran los siguientes resultados: Las dos principales respuestas a la interrogante planteada fueron avistamientos de aves y caminatas con un 15% cada una, del total de la actividades señaladas, muy de cerca a

este número está también las actividades de kayaking con un 13%, y canopy con el 10% del total encuestado; las actividades que representaron un menor porcentaje fueron la pesca deportiva con un 1%, visita a centros de refugio animal, visita guiada al Parque Nacional Corcovado y rapelling, estas tres últimas todas con un 2%.

Gráfico 8: Actividades más accesibles económicamente



Fuente: Elaborado por los investigadores, con base en la encuesta aplicada.

Basados en los datos arrojados por el gráfico número 8 se puede denotar que de las quince actividades por las que se preguntó, cuatro de ellas representan el 53% del total de la encuesta y por ende, son las que los turistas encuestados consideran más accesibles para la mayoría de ellos, estas actividades serían las siguientes: avistamientos de aves (15%), caminatas (15%), kayaking (13%) y canopy (10%).

Siguiendo la misma línea de lógica se puede colocar como actividades de moderada accesibilidad, al grupo de actividades conformadas por los tours de surf, tours a caballo, tours en padlebords, tour de granja ecológica y tours en cuadríciclos; representando estas en conjunto un 32% del total de las actividades analizadas.

Las actividades consideradas de menos accesibilidad según los resultados de los turistas encuestados estarían conformadas por los tours de pesca deportiva, rapelling, visita al Parque Nacional Corcovado, escalda de árboles, avistamiento de delfines y ballenas y visitas a centros de refugio animal; conformando estas actividades tan solo el 14% de las actividades consideradas de mayor accesibilidad para turistas.

Tabla 12: Monto dispuesto a pagar por un tour de aventura en cuadraciclo

| Pregunta | Respuesta | F. A | F. R |
|----------------------|------------------|-------------|-------------|
| Monto a pagar | \$1-\$50 | 73 | 19% |
| | \$51-\$100 | 285 | 75% |
| | \$101-\$200 | 14 | 4% |
| | \$201-\$300 | 3 | 1% |
| | \$301-\$400 | 4 | 1% |
| | \$401-\$500 | 1 | 0% |
| Total | | 380 | 100% |

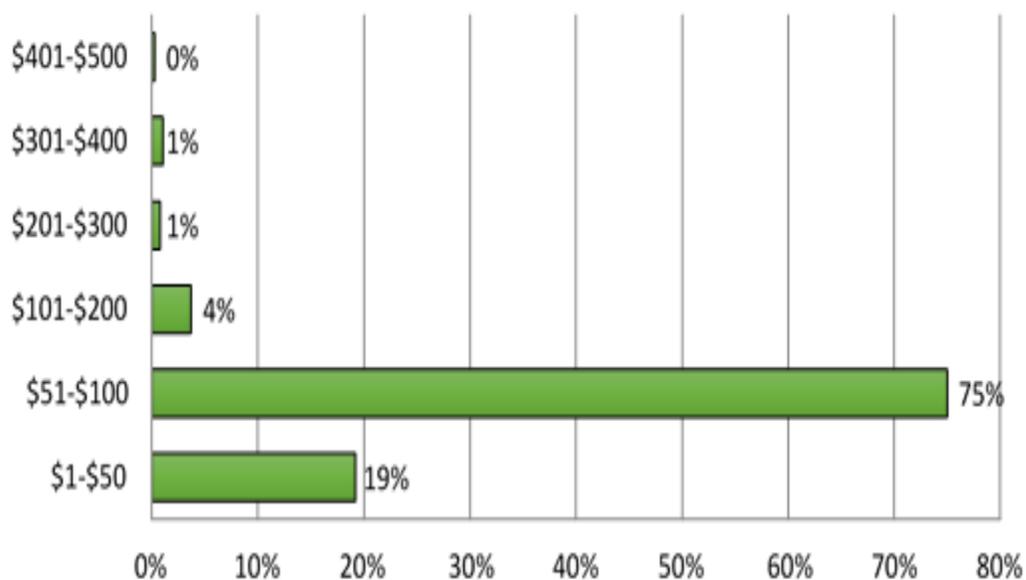
Fuente: Elaborado por los investigadores, con base en la encuesta aplicada.

Cuando se preguntó a los encuestados por el monto que están dispuestos a pagar por un tour de aventura como el que se estudia estos dijeron lo siguiente: el 75%, es decir 285 personas dicen que un rango de \$51 a \$100.

Un 19% indica que están dispuestos a pagar entre \$1 a \$50 lo que representa 73 personas. Un 4% opta por un pago más elevado, siendo este de \$101 a \$200, tan solo un 1% de los encuestados dijeron que pagarían de \$201 a \$300, igual porcentaje de personas dijeron que

podrían pagar entre \$301 a \$400 y tan solo 1 persona indicó que estaría dispuesto a pagar entre \$401 a \$500.

Gráfico 9: Monto a pagar promedio por un tour de aventura en cuadraciclo



Fuente: Elaborado por los investigadores, con base en la encuesta aplicada.

Analizando la gráfica anterior se determina lo siguiente, en primer lugar ninguno de los encuestados está dispuesto a pagar más de 400 dólares por un tour de aventura; además, que tan solo el 2% está dispuesto a pagar más de 200 dólares por un tour de aventura, esto deja el rango de los 50 a 100 dólares como el que las personas sienten más cómodo, a la hora de hablar de precios para un tour de este tipo y que el siguiente porcentaje más considerable a partir de este monto sería el 19%, el cual pertenece al rango de 1 a 50 dólares, que estarían dispuestos a pagar por un tour como el que se analiza en este documento; seguido de este rango de precios, está el 4% de encuestados, que está dispuesto a desembolsar de 100 a 200 dólares por un tour de aventura.

4.1.1 Demanda estimada del proyecto

A partir de la información suministrada anteriormente, se pueden rescatar datos interesantes sobre el comportamiento de los turistas en relación a las actividades que les gusta practicar y que suelen practicar cuando hacen turismo.

Sin embargo, dos de los datos obtenidos son de vital importancia cuando de estimar la demanda proyectada se trata, el primer dato es la cantidad de demanda potencial que se obtuvo de los registros del ICT sobre las visitas históricas de turistas a la zona; la cual se determinó que en promedio es de 31,896.33 personas que visitan la zona de Puerto Jiménez para realizar turismo, anualmente.

El otro dato que puede proyectar una demanda estimada, se desprende de la encuesta aplicada a la muestra; este se trataría del resultado de la pregunta número 7 del cuestionario, en donde se puede observar que, del total de la población en estudio, el 8% de esta expresó el deseo de utilizar el servicio de tours en cuadraciclos del presente proyecto de inversión.

Esta información ayuda a crear la proyección de la demanda de la siguiente manera, tomando la demanda potencial es decir los 31,896.33 turistas promedio anuales y aplicándoles el porcentaje de la muestra analizada que expresó que utilizaría el servicio, se obtiene la demanda estimada anual, que sería de 2,552.00 personas, que podrían acceder al servicio.

4.1.1.1 Demanda estimada del proyecto mensual

Teniendo la demanda estimada por año se procede a calcular la demanda estimada mensual para el primer año para lo cual se preparó un promedio para cada mes del año, basándose en los datos de la demanda nacional mensual de ICT para los últimos años, esto teniendo en cuenta que el comportamiento de la demanda turística a lo largo del año varía según el mes del que se trate. Así pues, se obtuvo los datos que se detallan en el siguiente cuadro.

Tabla 13: Demanda estimada mensual

| Mes | Porcentaje | N° turistas |
|------------------|-------------------|--------------------|
| Enero | 11% | 81 |
| Febrero | 12% | 89 |
| Marzo | 17% | 126 |
| Abril | 9% | 67 |
| Mayo | 6% | 44 |
| Junio | 5% | 37 |
| Julio | 8% | 59 |
| Agosto | 6% | 44 |
| Setiembre | 2% | 15 |
| Octubre | 3% | 22 |
| Noviembre | 7% | 52 |
| Diciembre | 14% | 104 |
| Total | 100% | 740 |

Fuente: Elaborado por los investigadores, con base en la encuesta aplicada.

4.1.1.2 Demanda estimada del proyecto anual

Una vez que se obtuvo la demanda estimada para el primer año se procedió a establecer la proyección de la demanda para los años siguientes del proyecto, específicamente se proyectó una demanda hasta 10 años en el futuro, para lo cual se estableció un promedio del crecimiento de la demanda local, basándose en datos del ICT de la demanda anual desde el años 2007 al 2013, este rango, 7 años, para tener una visión más amplia del comportamiento de la demanda turística en la zona para los últimos años. Con lo cual se obtuvo que en promedio el crecimiento de la demanda local es de 8,20% anual tal como se detalla en el cuadro siguiente.

Tabla 14: Variación de la demanda anual

| Año | Número de turistas | Variación con el año anterior |
|-----------------------|---------------------------|--------------------------------------|
| 2013 | 38.531,00 | 33,51% |
| 2012 | 28.861,00 | 1,99% |
| 2011 | 28.297,00 | 0,85% |
| 2010 | 28.058,00 | 11,58% |
| 2009 | 25.145,00 | -10,91% |
| 2008 | 28.225,00 | 12,20% |
| 2007 | 25.156,00 | |
| Promedio total | 28.896,14 | 8,20% |

Fuente: Elaborado por los investigadores, con base en la encuesta aplicada.

Con la variación promedio anual de la demanda del turismo local es que se procede a generar la proyección anual de la demanda estimada que se calculó más arriba y de esta manera es que se detalla en la siguiente tabla.

Tabla 15: Demanda estimada anual

| Año | N° de turistas |
|------------|-----------------------|
| 1 | 740 |
| 2 | 801 |
| 3 | 866 |
| 4 | 937 |
| 5 | 1.014 |
| 6 | 1.097 |
| 7 | 1.187 |
| 8 | 1.285 |
| 9 | 1.390 |
| 10 | 1.504 |

Fuente: Elaborado por los investigadores, con base en la encuesta aplicada.

4.2 Análisis de la oferta

En la zona de Puerto Jiménez el turismo ha ganado mucha importancia, ya que se ha convertido en un mecanismo para fomentar la economía local y hoy en día, es sin duda alguna, la principal fuente económica y de empleo que existe en la zona; ya que a lo largo de estos últimos años han proliferado un sin número de empresas que se ven beneficiadas de dicha actividad, ya sea de forma directa, como lo serían los hoteles, empresas de transporte turístico, tours operadores, entre otros, como también las empresas que se benefician de la actividad de forma indirecta, entre las cuales se podrían mencionar, restaurantes de la zona, distribuidores de insumos para el uso en los hoteles, empresas subcontratadas por los hoteles y así una lista amplia de empresas que ven el turismo como el principal medio para que estas puedan desarrollarse.

4.2.1 Transporte

En relación a la oferta de servicios de transporte, se puede encontrar en la zona, 3 diferentes empresas de servicio de renta de automóviles, Alamo Rent a Car, Solid Rent a Car y Toyota Rent a Car, además continuando en el área del transporte turístico se puede mencionar las empresas de Sansa y Nature Air, las cuales brindan el servicio de transporte aéreo desde San José a Puerto Jiménez y viceversa, teniendo además una lista bastante amplia de destino además del antes mencionado. Existe otra empresa de servicio de transporte aéreo llamada Alfa Romeo, la cual se dedica más específicamente al transporte de turistas entre Puerto Jiménez y el Parque Nacional Corcovado. Además del servicio aéreo que se mencionó, también existe en la zona el servicio de transporte acuático entre Puerto Jiménez y Golfito, lugar de donde proviene una buena parte de los turistas que visitan la zona, este servicio lo brindan dos empresas, una de ellas local y la otra es de Golfito.

Siguiendo la misma línea de ideas, mucho del transporte turístico a la zona, se ofrece hacia el destino más llamativo que sería el Parque Nacional Corcovado, mucho del flujo de turistas a este atractivo turístico se realiza por medio del sistema de transporte público que existe, el cual se trata de un camión acondicionado con sillas para el transporte de personas, esto debido a que las condiciones de la carretera hacia Corcovado no permiten el uso de un autobús, además

del transporte público con camión, se puede encontrar el servicio de taxis, los cuales también brindan el servicio en toda la zona de Puerto Jiménez y alrededores.

4.2.2 Hospedaje

La oferta de hospedaje en la zona está dada principalmente por dos tipos de hospedajes que se pueden caracterizar de la siguiente manera: el primer grupo está conformado por pequeños hostales y cabinas, los cuales se encuentran en su mayoría dentro del pueblo en las zonas más céntricas y presentan capacidades muy limitadas de alojamiento llegando a tener en promedio capacidades que van de las 6 a 20 personas. El otro grupo está conformado por los Hoteles y Lodge de la zona, que en la mayoría de los casos se encuentran en la zona de montaña o la playa, en zonas más alejadas del pueblo; estos tipos de alojamientos suelen tener una capacidad mucho mayor que el grupo anterior, además de más comodidades y habitaciones más espaciales, como también, diferentes servicios que se ofrecen dentro de las instalaciones que requieren áreas más espaciales, como pueden llegar a ser piscinas, Spas, plataformas para Yoga, entre otras que se podrían mencionar.

4.2.3 Cabinas y hostales

En la zona de Puerto Jiménez se pueden encontrar nueve habitaciones catalogadas como cabinas y hostales, por lo que se mencionan las siguientes:

Tabla 16: Cabinas y hostales

| Local | | |
|-------------------|-------------------|-------------------|
| Cabinas Marcelina | Cabinas Eilyn | Cabinas Carolina |
| The Corner | Cabinas Oro Verde | Caninas The Palms |
| Cabinas Agua Luna | Cabinas Jiménez | Cabinas Thompson |

Fuente: Elaborado por los investigadores, con base en la encuesta aplicada.

4.2.4 Hoteles y lodges

En la zona de Puerto Jiménez se pueden encontrar quince habitaciones catalogadas como hoteles y lodges, por lo que se mencionan los siguientes:

Tabla 17: Hoteles y lodges

| Local | | |
|---------------------|---------------------------|-------------------|
| Crocodile Bay Lodge | Iguana Lodge | Villa Corcovado |
| La Leona Ecolodge | Hotel Bosque del Cabo | Las Islas Lodge |
| El Remanso Ecolodge | Rio Nuevo Lodge | Lookout Inn |
| Aguadulce Ecolodge | Hotel Encanta La Vida | Golfo Dulce Lodge |
| Lapa Rios Ecolodge | Hotel Laguna Vista Villas | Luna Lodge |

Fuente: Elaborado por los investigadores, con base en la encuesta aplicada.

4.2.5 Tours y actividades

En el ámbito de las actividades recreativas o tours, en la zona se pueden encontrar una variedad de empresas que prestan diversas formas de entretenimiento y disfrute, debido a que en la zona se puede encontrar paisaje de montaña tanto como de playa, se pueden realizar un número de actividades mayor que en otras zonas del país donde solo se cuenta con tipo de paisaje de los antes mencionados; para efectos de un mejor análisis de este tipo de oferta se va a separar las actividades en cuatro grandes grupos, los cuales serían, actividades acuáticas, actividades de bienestar y salud, actividades de aventura y actividades de turismo ecológico, tal y como son separadas las actividades turísticas por el ICT.

4.2.5.1 Actividades acuáticas

Tabla 18: Actividades acuáticas

| Actividades | Tipo de actividad |
|------------------------------|--|
| Surf Lakos | Tours de surf y Paddleboards |
| Los Delfines Tours | Tours de surf y Paddleboards |
| Osa Dreams Tours | Kayaking |
| Aventuras Tropicales | Kayaking |
| Almentours | Pesca deportiva, avistamiento de delfines y ballenas |
| Garelis Tours | Pesca deportiva, avistamiento de delfines y ballenas |
| Servicios Acuaticos Tijerino | Pesca deportiva, avistamiento de delfines y ballenas |
| Josh Sibley | Pesca deportiva, avistamiento de delfines y ballenas |
| Crocodile Bay Lodge | Pesca deportiva |
| Miguel´s Tours | Pesca deportiva, avistamiento de delfines y ballenas |
| Tours Taboga | Pesca deportiva, avistamiento de delfines y ballenas |

Fuente: Elaborado por los investigadores, con base en la encuesta aplicada.

4.2.5.2 Actividades de aventura

Tabla 19: Actividades de aventura

| Actividades | Tipo de actividad |
|---------------------|----------------------------|
| Everyday Adventures | Rappelling y Tree climbing |
| Bosque Mar | Canopy tour |
| Osa Palmas | Canopy tour |

Fuente: Elaborado por los investigadores, con base en la encuesta aplicada.

4.2.5.3 Actividades de ecoturismo

Tabla 20: Actividades de ecoturismo

| Actividades | Tipo de actividad |
|---------------------|--------------------------|
| Finca Kobo | Tour de chocolate |
| Rancho Raices | Granja ecológica |
| Franchise Tour | Tour a caballo |
| Nando Tour | Tour a caballo |
| Refugio Caña Blanca | Refugio de animales |

Fuente: Elaborado por los investigadores, con base en la encuesta aplicada.

Según como se pudo apreciar en los cuadros anteriores, las empresas en Puerto Jiménez, dedicadas a prestar servicios de entretenimiento turístico son bastantes y variadas. Hay todo tipo de actividades para la mayoría de los diferentes gustos, pudiendo separar estas actividades tal y como se mostró anteriormente, según el método que utiliza el ICT, catalogando las actividades en 4 grandes grupos, actividades acuáticas, actividades de bienestar y salud, actividades de aventura y actividades de turismo ecológico; cabe resaltar que un grupo de estos es casi inexistente en el área, como lo es el de bienestar y salud, por cuanto las salas de masajes y spas's suelen ser parte de los complejos hoteleros de la zona, es por esto que no se tomaron en consideración en la presente investigación.

Para los otros tipos de actividades se procedió a separarlas según el método del ICT, para poder conocer el porcentaje de participación u oferta de estas en el mercado local, obteniendo un total de empresas de 19 que se dedican a algún tipo de actividad de las antes señaladas; en el siguiente cuadro se muestra la distribución de dichas empresas según el tipo de actividad turística que ofrecen.

Tabla 21: Participación de la oferta por tipo de actividad

| Tipo de actividad | N° de empresas | % de participantes |
|----------------------------------|-----------------------|---------------------------|
| Actividades acuáticas | 11 | 57,90% |
| Actividades de ecoturismo | 5 | 26,40% |
| Actividades de aventura | 3 | 15,80% |
| Actividades de bienestar y salud | 0 | 0,00% |
| Total | 19 | 100,00% |

Fuente: Elaborado por los investigadores, con base en la encuesta aplicada.

Analizando los datos anteriores se puede concluir que las actividades de bienestar y salud aún no se desarrollan de forma individual, sin embargo, si existen estos tipos de servicios dentro de algunos hoteles, pero no se da la actividad de forma autónoma para los hoteles.

Otro dato que se puede señalar es la oferta que existe en la zona de actividades acuáticas o náuticas, las que representan el 57,90% de la oferta analizada, es decir, más de la mitad de la oferta en actividades en Puerto Jiménez, se mueve en el sector de acuáticas o náuticas; a continuación están las actividades de eco-turismo, las cuales representan el 26,40% de la oferta de actividades turísticas de la zona y por último, únicamente el 15,80% de la oferta en estudio abarca las actividades turísticas que se desempeñan en el área del turismo de aventura.

Si se analizan los datos anteriores y se relacionan con los obtenidos de la encuesta aplicada, específicamente con la pregunta número 3 sobre el tipo de turismo a practicar en Puerto Jiménez, se podría decir que la demanda no está del todo satisfecha, ya que el resultado a esta pregunta arrojó que un 29% de los encuestados pretendían practicar actividades de turismo de aventura y los datos sobre la oferta local según el tipo de actividad, indican que este tipo de actividades representan únicamente un 15,80% de total de la oferta, dejando un margen un tanto amplio para el crecimiento en esta área.

4.3 Análisis de precios

Como se puede observar en los resultados del estudio de mercado, específicamente los obtenidos de la pregunta número 10 de la encuesta, los turistas se sienten más cómodos pagando por los tours un precio en el rango de los 51 a 100 dólares, ya que el 75% de la muestra encuestada contestó que ese era el precio que sentían más justo si se paga por el servicio; por lo cual se plantea mantener por debajo de los 100 dólares, dos de las cuatro opciones de tours que se estudia en este proyecto, por supuesto, tomado en cuenta para esto los costos del servicio, sin embargo, las otras dos opciones por las condiciones del tour, como lo es la distancia y el costo que esto representa para la empresa, se supera el rango de los 51-100 dólares, pero sin llegar al margen de los 200 dólares, que es donde se inician los precios de menos aceptación por parte del cliente. En la tabla número 22 se muestran los precios por opción de ruta. Más adelante se detallará cada ruta.

Tabla 22: Precios de cada ruta

| Ruta | Precio en dólares |
|-----------------------------|--------------------------|
| Ruta la Miramar | \$70 |
| Ruta Río Nuevo | \$90 |
| Ruta Matapalo | \$125 |
| Ruta P.N Corcovado Full Day | \$190 |

Fuente: Elaborado por los investigadores, con base en la encuesta aplicada.

4.3.1 Estrategias de información y divulgación

En el ámbito local, para captar los turistas que se encuentran en la zona y quieren realizar algún tipo de actividad de aventura, se utilizarán carteles de información en las carreteras

circundantes y las de ingreso al pueblo, estos estarán en idioma inglés, puesto que en Costa Rica la mayoría de turistas que la visitan son angloparlantes.

Además se entablarán negociaciones con los hoteles de la zona, para incluir en su oferta de actividades, los tours de la empresa, para esto se destinará un porcentaje de comisión según se plantee en las negociaciones con cada hotel.

Para el ámbito externo, se destinará una parte de la inversión en publicidad mediante páginas web, así como empresas de marketing que ofrecen servicio de publicidad electrónica, ya sea banners publicitarios en páginas web o mediante la inclusión en páginas web de publicidad turística.

4.3.2 Estrategias de marketing

Establecer una buena publicidad y de esta manera captar la mayor cantidad de personas que puedan convertirse en posibles consumidores, que se ubiquen dentro de la demanda potencial del proyecto, uno de los tipos de publicidad que se utilizará es la visual, en tanto que el cerebro humano se ve atraído por las imágenes.

Se contratará un servicio que elabore rotulación, la cual se ubicará en puntos estratégicos, por los cuales suelen ingresar los clientes a la zona y de esta manera captar la atención del turista e informarle de la opción existente del tour en el lugar.

Sin embargo, el método más adecuado para la comercialización de los tours será a través de Internet, mediante una página web bien diseñada. Esta página debe brindar información que favorezca al cliente el informarse bien sobre el servicio y permitir reservas en línea. Además, se apostará por las páginas de información turística como lo son Trip Advisor, Expedia, entre otras, que dan a conocer las diferentes actividades de un lugar en específico y las cuales han tenido una considerable repercusión en la decisión de los turistas en los últimos años.

Adicionalmente, se elaborarán flyers (panfletos) explicativos con descripción de los diferentes tours que se ofrecen. Se repartirán en los diferentes hoteles, tours operadores de la zona y demás locales comerciales donde suelen reunirse los turistas.

Finalmente, se establecerá una base de datos históricos de los clientes, a los cuales se les enviará periódicamente vía mail, información respecto a nuevas rutas que se irán creando posteriormente.

4.3.3 Estrategia para el producto

Se está optando por la oferta de tours accesibles que le permitan al cliente visitar los atractivos turísticos más importantes de la zona, con un gasto menor al que tendrían que incurrir con la mayoría de los operadores de tours del área; esto porque el rubro por concepto de transporte es uno de los más significativos en los tours ofrecidos de la zona, ya que para la mayoría se requiere desplazarse hasta los sectores donde se realizarán dichos tours. Con la opción que se pretenden ofrecer el problema del costo de transporte quedaría mejor cubierto, ya que el tour en si incluye el transporte y por tratarse de cuadraciclos el consumo de gasolina es mucho menor a si se tratara de taxis, teniendo un margen de costos con el cual poder ofrecer un mejor precio al de la competencia.

Se ofrecerá un tour de un día al Parque Nacional Corcovado a un precio accesible, ya que la mayoría de oferentes de tours al Parque brindan pocas opciones que abarquen un día completo y los que existen pueden ser considerados caros debido al factor transporte.

4.4 Estudio técnico

4.4.1 Caracterización del producto

A continuación, se detallan las generalidades del servicio que se pretende comercializar.

Tabla 23: Caracterización del producto

| Servicios y parámetros técnicos | Descripción |
|---|---|
| Número máximo de personas en simultánea | Por la capacidad técnica limitada que existe, debido a la cantidad de unidades de cuadraciclos (10), el número máximo de personas por tour es de 18 personas, considerando que dos personas viajen en cada vehículo y que el guía viajaría en un vehículo solo. |
| Características especiales | <p>Es de estricto cumplimiento las medidas de seguridad y de uso, siguiendo exacta orientación de instructor.</p> <p>Adecuado estado de salud por parte del turista, porque tiene un grado moderado de exigencia física.</p> <p>No excederse en el uso de este servicio si existen las limitantes físicas y/o médicas.</p> <p>Uso de ropa adecuada para el tour, se recomienda el uso de pantalón largo y zapatos cerrados.</p> |
| Edades de usuarios | Preferiblemente mayores de doce (12) años. |
| Sexo | Indiferente |
| Idiomas | Inicialmente se tiene personal guía en español y en inglés. |

Fuente: Elaborado por los investigadores.

4.4.2 Descripción del servicio

El servicio que se pretende brindar se trata de tours guiados en cuadraciclos a diferentes puntos de atractivo turístico en los alrededores de Puerto Jiménez. Las zonas que fueron seleccionadas para realizar los tours se basaron en las entrevistas a los encargados de los tours operadores de la zona, quienes indicaron cuáles son las zonas que tienen mayor demanda para sus tours.

Playa Matapalo, según los tours operadores entrevistados (esta playa que goza de un bello bosque secundario) es el segundo punto de demanda turística de la zona, después del parque Corcovado, esto porque cuenta con facilidad para el avistamiento de animales, tales como los 4 tipos de monos presentes en la zona (mono araña, mono capuchino, mono ardilla y mono aullador), así como, una variedad de aves y otros mamíferos. Esta playa cuenta además con la posibilidad de la práctica de surf para principiantes.

Río Nuevo, es el otro punto que se señala como de alta afluencia de turistas para realizar actividades, esto porque según los tours operadores, cuenta con la posibilidad de observar, un sinnúmero de plantas y animales, además de tener la posibilidad de acceder a senderos dentro del bosque primario que funge como zona de contención para del Parque Nacional Corcovado, así como el poder disfrutar del río que es de poca profundidad.

Miramar, es una de las zonas más cercanas al pueblo en comparación a las anteriores, ya que se encuentra a escasos 7 Km de distancia, y en el cual por su topografía elevada se puede apreciar la mayor parte de la Península de Osa, dotándolo de un atractivo escénico particular; además de mantener en los alrededores del recorrido un bosque secundario el cual genera la posibilidades de apreciar la fauna y flora de la zona.

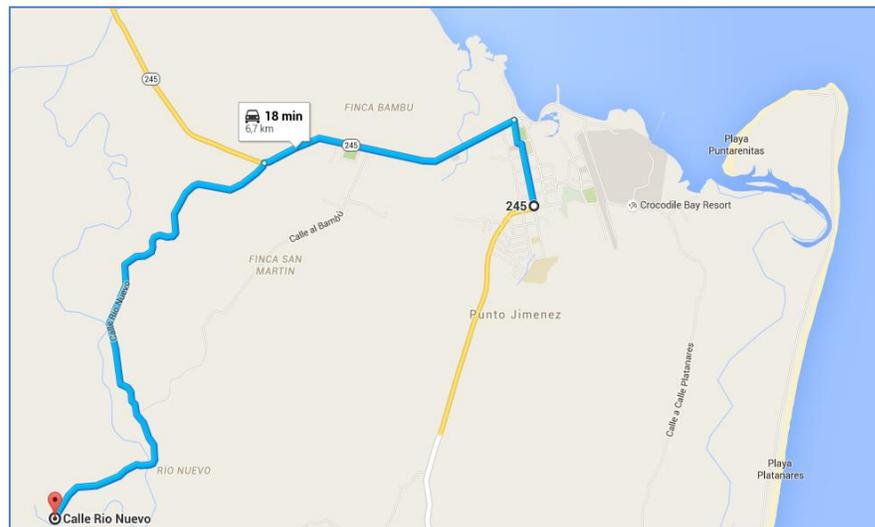
El proyecto contempla estas 4 rutas tomando en cuenta la experiencia de los encargados de los tours operadores entrevistados y además las distancias de los recorridos, considerando para esto los márgenes de precios que se analizaron en el estudio de mercado, según la distancia de las rutas y la duración de las mismas. A continuación, se detallan cada una de las rutas, así como la distancia y la duración.

4.4.2.1 Ruta Miramar

Esta ruta inicia en el local de la empresa al costado oeste del aeropuerto de Puerto Jiménez y se extiende 14 km hasta lo alto del sendero Miramar, un sendero con bellezas escénicas, ya que se encuentra rodeado de un exuberante bosque en sus alrededores, pudiendo apreciar cantidad de vida silvestre. El sendero finaliza en lo alto de una pequeña montaña de la

que nace en el corazón del Parque Nacional Corcovado, el cual se deberá cruzar varias veces mientras se desarrolla el tour, pudiendo apreciar la variedad de vida silvestre presente en la zona y que se caracteriza por tener un sinnúmero de especies acuáticas. El camino es perfecto para la práctica de este tipo de actividad, debido a que existe un tráfico limitado de algún otro vehículo y la morfología del terreno es irregular, favoreciendo la aventura. El refrigerio se tomará en una parte del río donde hay una poza grande, donde los clientes podrán disfrutar de un chapuzón si así lo desean. Una vez finalizado el refrigerio y el descanso en el río, se procederá a regresar al pueblo.

Figura 3: Ruta Río Nuevo



Fuente: Elaborado por los investigadores.

- **Qué incluye el tour**

1. Uso del cuadraciclo por alrededor de 3 horas (promedio de duración del tour).
2. Refrigerio compuesto por un plato de frutas mixtas y un refresco natural.
3. Pequeña caminata por los alrededores del río, para apreciar la flora y la fauna.
4. Guía capacitado y debidamente registrado ante el ICT.

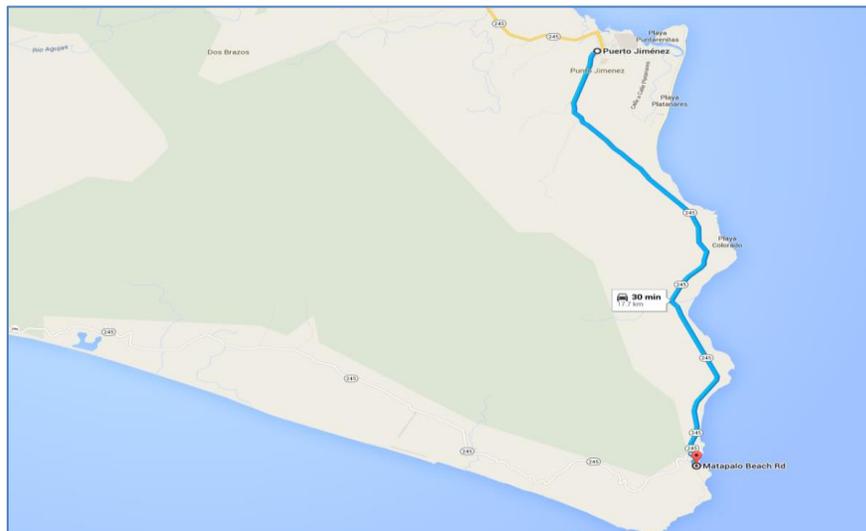
- **Precio**

1. El precio sería de \$90 i.v.i por persona

4.4.2.3 Ruta Matapalo

Esta ruta inicia desde el centro del pueblo en el local de la empresa y se extenderá por alrededor de 38 Kilómetros, hasta la zona conocida como Playa Matapalo, para lo cual se deberá cruzar un par de ríos y recorrer una carretera rodeada de mucha belleza escénica siendo uno de los sectores más populares en la zona para la visita de turistas, ya que se puede apreciar mucha vida silvestre, así como una de las playas más hermosas del lugar, y tener la opción de visitar una catarata.

Figura 4: Matapalo



Fuente: Elaborado por los investigadores.

- **Qué incluye el tour**

1. Uso del cuadraciclo por alrededor de 4 horas (promedio de duración del tour).

2. Refrigerio que estaría compuesto por un plato de frutas mixtas y un refresco natural.
3. Caminata por los senderos del lugar para apreciar la flora y la fauna.
4. Visita a la catarata.
5. Guía capacitado y debidamente registrado ante el ICT.

- **Precio**

1. El precio sería de \$125 i.v.i por persona

4.4.2.4 Ruta P.N Corcovado Full Day

Esta ruta se inicia en el centro de Puerto Jiménez en el local de la empresa y se extenderá por 96 km, hasta el lugar de mayor atractivo turístico en la zona, el Parque Nacional Corcovado, la ruta es bastante extensa ya que se trata de un camino de 48 km, por lo que se ofrecerá el tour como el sistema de día completo o full day, por cuanto se deberá coordinar con anterioridad para gestionar las entradas al parque nacional y la hora de salida que deberá ser temprano por la mañana al iniciar el día. La ruta encierra una variedad de paisajes que van desde pequeñas granjas locales y remotas, hasta zonas donde el camino atraviesa el bosque tropical húmedo, además de cruzar varios ríos que le darán mayor aventura a esta ruta; para esta ruta se coordina anteriormente con el MINAET las entradas para el Parque Nacional Corcovado, ya que el tour incluye visita a dicho parque y sus senderos, por lo que se llegará con los cuadraciclos hasta la zona de Playa Carate y se proseguirá a pie para la visita a los senderos del parque nacional, pero antes de ingresar al parque se disfrutará del refrigerio; una vez finalizada la caminata dentro del parque se procede al retorno, en donde se coordinará un almuerzo para tomar en un restaurante que se encuentra ubicado entre Playa Carate y Playa Matapalo.

4.4.3 Diseño de Logotipo

Figura 6: Logotipo



Fuente: Elaborado por los investigadores.

4.4.4 Costos de inversión para llevar a cabo el proyecto

Tabla 24: Costo de inversión

| Artículo | Precio unitario | Precio total |
|---|-----------------|----------------|
| 10X cuadraciclos marca Yamaha Modelo Grizzly 350CC | \$9.500,00 X10 | Ø50.160.000,00 |
| 30X cascos marca LS2 | Ø44.000,00 X30 | Ø1.320.000,00 |
| 25X anteojos protectores Progrip | Ø26.000,00 X25 | Ø650.000,00 |
| 1X computadora DC CEL G1820 2.7 GHZ 4GB HD 750 GB T, M Y PARL | Ø147.900,00 X1 | Ø147.900,00 |
| 1X Teléfono inalámbrico Motorola | Ø17.149,00 X1 | Ø17.149,00 |
| 1X Escritorio y silla | Ø62.000,00 X1 | Ø62.000,00 |
| 1X Archivero | Ø42.000,00 X1 | Ø42.000,00 |
| Gastos de acondicionamiento | Ø180.000,00 | Ø180.000,00 |

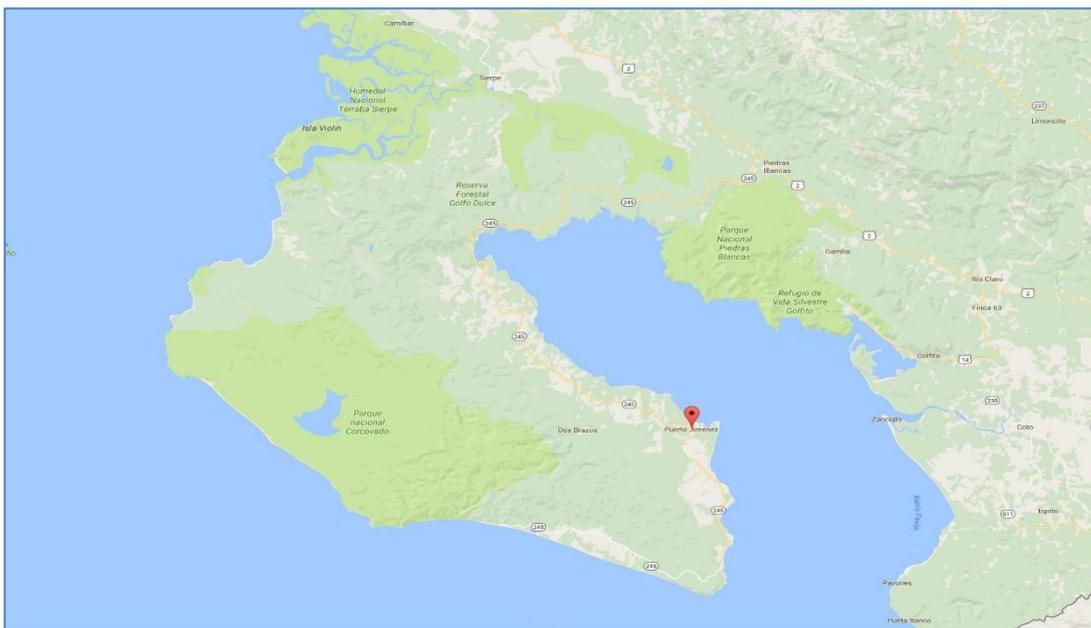
Fuente: Elaborado por los investigadores, con base en la encuesta aplicada.

4.4.5 Localización

4.4.5.1 Macro localización

La macro localización del proyecto sería en la Zona Sur de Costa Rica, específicamente en la Península de Osa, la cual se encuentra cerca de la frontera de Costa Rica con Panamá, al sur del país.

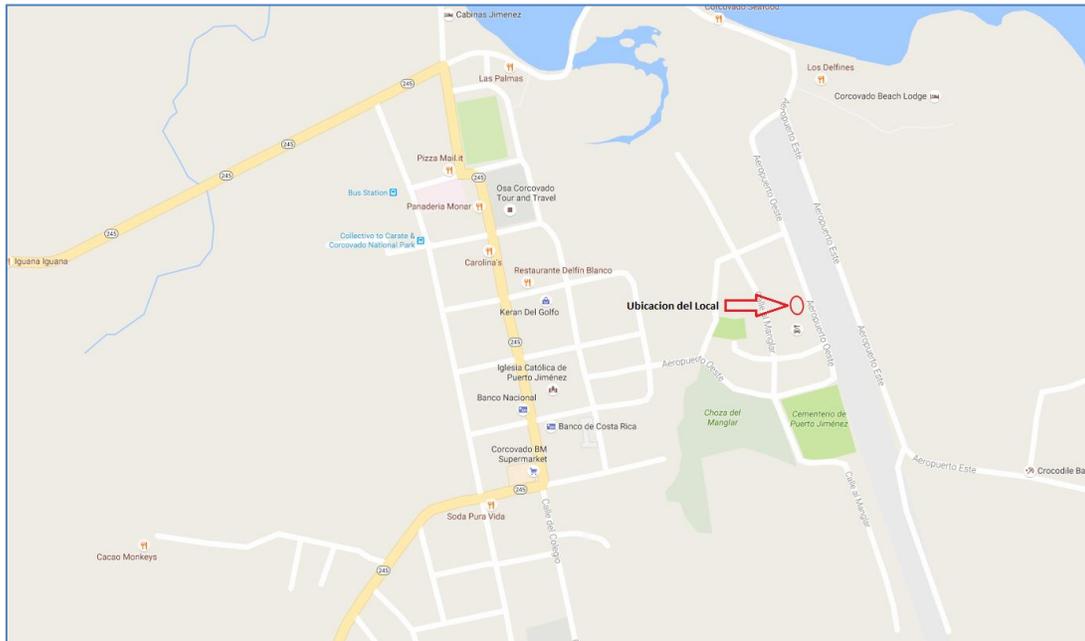
Figura 7: Macro localización



Fuente: Elaborado por los investigadores, con base en la encuesta aplicada.

4.4.5.2 Micro localización

Costa Rica, Puntarenas, Golfito, Puerto Jiménez al costado oeste del aeropuerto del pueblo, a un costado de las oficinas del MINAET.

Figura 8:Micro localización

Fuente: Elaborado por los investigadores, con base en la encuesta aplicada.

4.4.6 Infraestructura de la planta

Se utilizará un local en alquiler que se encuentra a un costado del aeropuerto de Puerto Jiménez. Es una oficina pequeña de 95m² que cuenta con baño, los servicios básicos y un amplio espacio frontal para el parqueo de los cuadraciclos o vehículos de los clientes, el cual tendrá un costo de alquiler mensual de 250,000.00 colones, pagaderos todos los fines de mes.

4.4.7 Maquinaria requerida

Se analizó las opciones existentes en el mercado, según precio y funcionalidad para el proyecto y se determinó que la mejor opción dadas las variables es el uso del cuadraciclo de la marca Yamaha, modelo Grizzly 4X4 de cilindraje 300cm. Con el cual se cubre la necesidad técnica de la tracción en las cuatro llantas, debido a las condiciones del terreno de la zona y su precio en comparación con otras marcas con las mismas características, es más cómodo. Abajo se detalla la ficha técnica del proveedor.

Los detalles del motor Yamaha Grizzly 300 2015 son los siguientes:

- Tipo de motor: Mono cilíndrico refrigerado por agua de 4 tiempos, SOCH y 4 válvulas
- Desplazamiento/cilindrada: 287cc
- Diámetro x carrera: 75,0 x 65,0 mm
- Ratio de compresión: 8.6:1
- Sistema de lubricación: Cáster húmedo
- Sistema de combustible: Carburador CVK32
- Sistema de encendido: CDI
- Sistema de arranque: Eléctrico
- Transmisión: Automático tipo CVT
- Sistema de transmisión: 2 ruedas motrices
- Transmisión final: Eje

Los detalles del ciclo son los siguientes:

- Suspensión delantera: Doble viga independiente con 151 mm de carrera
- Suspensión trasera: Brazo oscilante con 141 mm de recorrido
- Freno delantero: Freno hidráulico de doble disco
- Freno trasero: Freno trasero
- Neumáticos delanteros: AT22x7-10
- Neumáticos traseros: AT22x10-9

Las características de las dimensiones son:

- Longitud total: 1.895 mm
- Altura total: 1.069 mm
- Anchura total: 1.124 mm
- Altura del asiento: 794 mm
- Distancia entre ejes: 1.199 mm

- Radio mínimo de giro: 3,15 m
- Peso húmedo (aceite y gasolina): 232 kg
- Capacidad depósito de combustible: 10,7 litros
- Capacidad del depósito de aceite: 1,4 litros

Como parte de los accesorios se puede encontrar:

- Parrilla delantera: 20 kg
- Parrilla trasera: 5 kg
- **Cuadriciclos**

Además de los cuadriciclos que son esenciales para la prestación del servicio se necesitarán los implementos que le acompañan para prestar un servicio que cumpla todas las normas de seguridad, por lo que se adquirirán los siguiente:

Figura 9: Cuadriciclo



Fuente: Yamaha Grizzly 300 4X4.

- **Cascos**

30 cascos profesionales para la práctica del motociclismo estilo modular. marca LS2, 10 de cada talla para cubrir la posibilidad de diferentes medidas por parte de los clientes en el uso del servicio.

Figura 10: Casco



Fuente: Fotografía casco Ls2 OF573.

- **Lentes**

Se adquirirá 25 lentes de motociclismo marca Progrid estilo anti-empañantes.

Figura 11: Lentes



Fuente: Fotografía lentes Progrid 3450.

4.4.8 Costos de producción

4.4.8.1 Costos de producción variables

Para determinar cuáles serán los costos de producción del proyecto se tendrá como marco de referencia el costo en que se incurre para cada una de las diferentes rutas según la distancia y el consumo que generen.

Se determinó que los insumos que se consumirán por tour se dividen en:

- Gasolina, necesaria para que el cuatriciclo funcione.
- Aceite para motor, usado para lubricar el motor y que este funcione de manera correcta.
- Las llantas de los vehículos.
- Los platos de refrigerios que se ofrecerán en las excursiones.

Luego de terminar los costos se procederá a identificar a cada uno por separado, por ruta, el primero que se analizará será la gasolina, la cual se estableció en un precio de 538.00 colones, que es el precio que se mantenía en el mercado cuando esta investigación se realizó, el consumo de gasolina del vehículo se estableció, mediante la consulta a un experto en el área, específicamente un encargado de mantenimiento de vehículos de la agencia de Yamaha, quien determinó que un motor como el de los vehículos analizados en este proyecto de 300 centímetros cúbicos, recorre en promedio 7,89 kilómetros por litro de gasolina, dando como resultado los datos que muestran en la tabla número 25.

Tabla 25: Costos operativos por gasolina

| Ruta | Distancia de ruta (Km) | Consumo en litros | Costo en colones |
|------------------------------------|-------------------------------|--------------------------|-------------------------|
| Ruta la Miramar | 14 | 1,77 | 954,63 |
| Ruta Río Nuevo | 18 | 2,28 | 1.227,38 |
| Ruta Matapalo | 32 | 4,06 | 2.182,00 |
| Ruta P.N Corcovado Full Day | 96 | 12,17 | 6.546,01 |
| Total | 160 | 20,27 | 10.910,01 |

Fuente: Elaborado por los investigadores.

El siguiente costo por analizar será el consumo de aceite, el cual por consejo del experto de la Yamaha será utilizado de la marca Yamatube del tipo 10w-40, el cual tiene un precio por litro de 7,080.00 colones. Además, el experto determinó que el consumo de este tipo de motor por concepto de aceite en promedio es de 1,000.00 kilómetros por litro de aceite, de esta manera, se establece la información que se muestra en la tabla número 26.

Tabla 26: Costos operativos por aceite para motor

| Ruta | Distancia de ruta (Km) | Consumo en litros | Costo en colones |
|------------------------------------|-------------------------------|--------------------------|-------------------------|
| Ruta la Miramar | 14 | 0,01 | 99,12 |
| Ruta Río Nuevo | 18 | 0,02 | 254,88 |
| Ruta Matapalo | 32 | 0,03 | 453,12 |
| Ruta P.N Corcovado Full Day | 96 | 0,10 | 1.359,36 |
| Total | 160 | 0,16 | 2.166,48 |

Fuente: Elaborado por los investigadores.

Posteriormente, se analizará el costo por concepto de llantas por ruta, para lo cual se estableció con base en recomendaciones del experto de la Yamaha que se utilizarán llantas de

la marca ITP con las medidas necesarias para el tipo de vehículo analizado en este proyecto las cuales son de 24X8X12, el precio de estas llantas en la agencia de Yamaha de Puerto Jiménez es de 13,750.00 colones por llanta y como cada vehículo necesita 4 llantas, el precio por vehículo sería de 55,000.00 colones por concepto de llantas. Estas llantas, según la ficha técnica tienen una vida promedio de 15,000.00 kilómetros, por lo cual se podría decir que cada kilómetro por llanta tendría un costo de 3.667 colones, a continuación, se incorporan los costos por consumo de llantas para cada ruta.

Tabla 27: Costo operativos por consumo de llantas

| Ruta | Distancia de Ruta(Km) | Costo en Colones por Ruta |
|------------------------------------|------------------------------|----------------------------------|
| Ruta la Miramar | 14 | 205,35 |
| Ruta Río Nuevo | 18 | 264,02 |
| Ruta Matapalo | 32 | 469,38 |
| Ruta P.N Corcovado Full Day | 96 | 1.408,13 |
| Total | 160 | 2.346,88 |

Fuente: Elaborado por los investigadores.

Por último, se analizará el costo por concepto de refrigerio, el cual se estableció que sería un plato de frutas de 400 gramos de peso, que estaría conformado por los siguientes ingredientes 110gm de papaya criolla, 110gm de sandía mediana de campo, 40gm de piña, 100gm de banano y 40gm de manga. Además se estableció el costo promedio para cada tipo de fruta, estos precios se basaron en el costo promedio que da CENADA con su lista del Programa Integral de Mercado Agropecuario (PIMA).

Tabla 28: Costos operativos por refrigerios

| Producto | Unidad | Precio de Fruta | Peso por plato (gramos) | Costo por Plato |
|--------------------------------|---------------|------------------------|--------------------------------|------------------------|
| Papaya criolla | Kilo | 470,00 | 110 | 51,70 |
| Sandía mediana de campo | Kilo | 500,00 | 110 | 55,00 |
| Piña | Unidad | 613,64 | 40 | 24,55 |
| Banano | Unidad | 50,00 | 100 | 50,00 |
| Manga | Kilo | 855,00 | 40 | 34,20 |
| Total | | 2.488,64 | 400 | 215,45 |

Fuente: Elaborado por los investigadores.

4.4.8.2 Costos de producción fijos

Además de los costos variables que se analizaron anteriormente y los cuales estaban ligados directamente con los ingresos y la actividad que tenga la empresa en cuanto a venta de tours, se deberá tomar en consideración también los costos fijos, los cuales tendrán un comportamiento estable mes a mes, independientemente de las ventas del servicio, estos costos son primordiales para el funcionamiento normal de la empresa, sobre todo para la oficina y el área administrativa.

Podrían dividirse estos costos en dos rubros principales, a saber, costos fijos por los servicios básicos: agua, electricidad, teléfono e internet y los costos fijos por concepto de remuneraciones, los cuales serán abarcados con más detalle en el apartado del estudio organizacional de este documento.

Para el primer apartado, sobre los costos fijos de servicios públicos, se tomarán con base en la tarifa comercial que está dada por cada institución en concreto. De esta forma, se procedió a elaborar el siguiente cuadro que detalla esta información.

Tabla 29: Costo por servicios públicos

| Servicios básicos | Tarifa mensual | Costo anual |
|-------------------|------------------|-------------------|
| Agua | 6.000,00 | 72.000,00 |
| Luz | 15.500,00 | 186.000,00 |
| Teléfono | 11.000,00 | 132.000,00 |
| Internet | 16.000,00 | 192.000,00 |
| Total | 48.500,00 | 582.000,00 |

Fuente: Elaborado por los investigadores.

Posteriormente, se establece el costo por concepto de remuneraciones a los colaboradores que se contratarán, los cuales serán dos personas, por el momento solo se mencionará dicho egreso, ya que, en el apartado siguiente, sobre el estudio organizacional del proyecto se abarcará más detalladamente este rubro.

4.4.8.3 Proceso de producción

El proceso para la creación del servicio consta de los siguientes pasos:

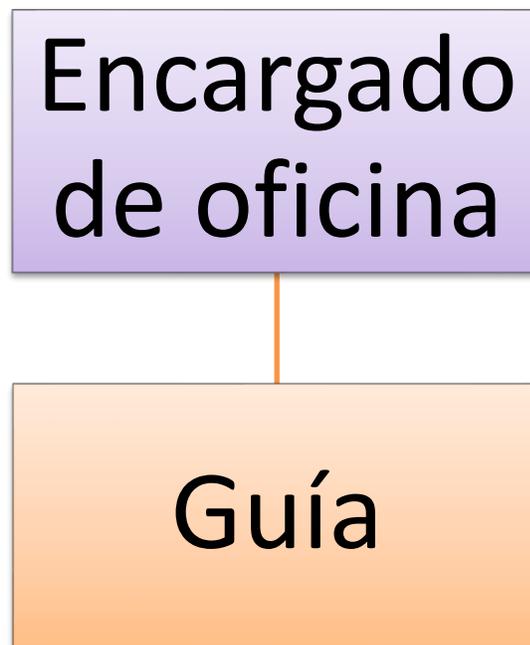
- Identificar qué actividades van a desarrollarse en cada tour ofertado.
- Planificar itinerarios y rutas.
- Calcular tiempos de duración de cada actividad.
- Calcular tiempos de transporte de cada lugar mediante el cálculo o la velocidad a la que se permitirá que opere el vehículo y por el número de kilómetros que comprenda entre cada lugar a visitar.
- Acuerdos verbales o por escrito con los prestadores de servicios complementarios.
- Armar los paquetes turísticos.
- Promocionar los tours mediante nuestra página web para contactos extranjeros y publicidad externa para los turistas nacionales.

4.5 Estudio organizacional

4.5.1 Descripción de las áreas funcionales de la empresa

Por ser una empresa tan pequeña se contará con una estructura organizacional simple, en donde se carece de áreas organizacionales bien demarcadas. A continuación, se presenta un organigrama de cómo está constituido el Proyecto. Se muestra una visión de lo que será el modelo administrativo que se puede implementar dentro del negocio que se desea establecer. Es un modelo muy básico ya que cuenta solo con niveles tal como se visualiza a continuación.

Gráfico 10: Organigrama



Fuente: Elaborado por los investigadores.

En la siguiente tabla se muestra el pago mensual que recibirá cada empleado por el servicio prestado de acuerdo con sus funciones.

Tabla 30: Costo por servicios remuneraciones

| Cargo | Remuneración mensual bruta | Cargas sociales mensuales | Salario neto mensual |
|-----------------------------|-----------------------------------|----------------------------------|-----------------------------|
| Encargado de oficina | ¢400.000,00 | ¢105.320,00 | ¢505.320,00 |
| Guía | ¢400.000,00 | ¢105.320,00 | ¢505.320,00 |
| Total | ¢800.000,00 | ¢210.640,00 | ¢1.010.640,00 |

Fuente: Elaborado por los investigadores.

4.5.1.1 Funciones y responsabilidades de cada colaborador

El encargado de la oficina será la persona responsable de administrar la oficina, así como de velar por que todas las actividades administrativas vayan de una buena manera, algunas de sus funciones y responsabilidades son:

- Manejará la computadora, para realizar reservaciones.
- Registrar los datos contables, cobros a clientes, pagos de proveedores.
- Llevar un registro virtual de las actividades que realicen los clientes.
- Indicarle al guía las pautas de los tours, así como comunicarle al cliente los requerimientos y horarios del tour.
- Se encargará de las llaves de la oficina, por lo que es el responsable de cerrar y abrir la oficina.
- Será la persona encargada de realizar los diferentes pagos que se presenten, ya sea los servicios públicos o a los proveedores.

El guía será la persona que se encargará de impartir los tours por cuanto es quien acompañará a los clientes en las actividades fuera de la oficina en las diferentes rutas. Además es la persona responsable de velar por el bienestar de los clientes mientras realizan las actividades, algunas de sus funciones y responsabilidades son:

- Recibir y despedir a los clientes durante las actividades.
- Cerciorarse que los refrigerios estén listos para las actividades y deberá repartirlos en el momento que se establezca para su ingesta.
- Deberá mantener actualizada su licencia para la práctica de la guía en la zona.
- Revisar que máquinas una vez que las recibe para determinar que están en las condiciones óptimas para el posterior uso de los clientes.
- Explicará y dará charlas a los clientes sobre el entorno natural y cultural mientras esté dando la excursión.

4.5.2 Contabilidad

4.5.2.1 Ciclo contable

El periodo contable estará basado en el periodo fiscal, el cual inicia desde el 1 de octubre y finaliza el 30 de septiembre del siguiente año.

4.5.2.2 Moneda y transacciones en moneda extranjera

Los registros contables se llevarán en moneda costarricense tal y como lo describe la ley. Se registran transacciones en moneda extranjera al tipo de cambio de compra del día de la transacción, establecida por el Banco Central de Costa Rica. Al determinar la situación financiera y los resultados de sus operaciones, se valúa sus activos y pasivos en moneda extranjera al tipo de cambio vigente a la fecha de la valuación.

4.5.2.3 Reconocimiento de los ingresos

Los ingresos se registran en el momento que se perciben, los costos se registran en el momento en que se incurren. Los gastos operativos, generales y financieros, se registran con

base en la norma de información financiera bajo el principio de acumulación, realización y período contable.

4.5.2.4 Inmuebles, planta, mobiliario y equipo

Las inversiones en equipo y vehículos se registran a su costo histórico de compra, las renovaciones y mejoras importantes se capitalizan, las reparaciones y mantenimiento, así como los reemplazos menores, que no aumentan la vida del activo, se cargan a resultados del periodo. La depreciación se calcula bajo el método de línea recta utilizando las tasas establecidas por las autoridades fiscales.

4.5.2.5 Impuesto sobre la Renta

El impuesto sobre la renta es calculado sobre sobre la utilidad contable de acuerdo con las tasas establecidas por las autoridades fiscales.

4.5.3 Misión, visión y valores de la empresa

4.5.3.1 Misión

Brindar a los turistas que visitan la zona de Puerto Jiménez y sus alrededores, la posibilidad de disfrutar la aventura de conducir cuadraciclos, mientras se aprecia la flora y la fauna local, al precio más cómodo.

4.5.3.2 Visión

Posicionarse en el mercado local como uno de los atractivos turísticos principales, con condiciones para desarrollarse y crecer.

4.5.3.3 Valores

- Respeto
- Responsabilidad

- Solidaridad
- Equidad
- Honestidad
- Igualdad

4.5.4 Definición de objetivos estratégicos

- Garantizar la mejor calidad posible en los servicios ofrecidos
- Buscar el posicionamiento en el mercado turístico del pueblo de Puerto Jiménez.
- Expandir el campo de acción llegando a otras zonas turísticas.
- Ampliar el portafolio de servicios para abarcar más clientes y lograr un reconocimiento en el campo del servicio ofrecido.

4.6 Estudio legal

4.6.1 Administración tributaria

Según lo dicta las leyes de Costa Rica toda persona ya sea física como jurídica está en la obligación de inscribirse en el registro único de contribuyentes al dar por iniciadas sus actividades o negocios de carácter lucrativo.

Para dicha inscripción el contribuyente, puede realizarla, mediante la herramienta electrónica facilitada por el Ministerio de Hacienda, o bien, directamente presentándose ante la administración tributaria, para tal caso deberá presentar cinco requerimientos según sea el caso:

- Presentar el formulario D-140 "Declaración de Inscripción, Modificación de Datos de inscripción, Registro Único de Contribuyentes" completo, sin tachones ni borrones.

- Si el trámite lo solicita una persona física, entonces debe presentar la cédula de identidad en original y fotocopia simple; o bien, una fotocopia certificada por un notario público.

• Si el trámite es solicitado por una persona jurídica, entonces debe presentar:

1. Cédula Jurídica, en original y fotocopia simple; o bien una fotocopia certificada por un notario público.
2. Certificación de personería jurídica, emitida por el Registro Público o por un notario público, con una antigüedad no mayor a los 3 meses contados a partir de su expedición. En ella debe acreditarse la vigencia de la representación legal, así como el tipo de actuación –conjunta o separada – y el poder que ostenta – generalísimo con o sin límite de suma, general, u otro.
3. Cédula de identidad del representante legal, en original y fotocopia simple; o bien fotocopia certificada por un notario público.

• Si el trámite es solicitado por una persona extranjera, ésta debe presentar su pasaporte, cédula de residencia permanente o temporal, carné diplomático o de misión internacional u otro documento de identificación vigente, en original y fotocopia simple; o bien una fotocopia certificada por notario público.

• Si el trámite es solicitado o realizado por una tercera persona, ésta debe presentar adicionalmente:

1. Cédula de identidad del gestor, en original y fotocopia simple; o bien, una fotocopia certificada por notario público.
2. Certificación del poder con que actúa, o nota emitida por el contribuyente indicando: el nombre del autorizado y de la persona que autoriza, el número de cédula de identidad de ambos y el trámite para el cual se emite la autorización. Este documento debe ser autenticado por un abogado. (Resolución de requisitos de inscripción, modificación de datos y des inscripción en Rut N° dgt-r-067-2015)

Una vez inscrito ante la administración tributaria, el contribuyente estará sujeto a la normativa que se detalla a continuación.

4.6.1.1 Impuesto de ventas

Este impuesto se aplica sobre: 1) La venta de mercadería y 2) La venta de servicios. La venta de mercadería incluye toda transacción por medio de la cual se traspase la propiedad de bienes muebles manufacturados o adquiridos para su comercialización. Incluye además la importación de mercadería.

Están exentos del Impuesto de Ventas: alimentos de consumo básico, medicinas, insumos agrícolas y de pesca. La venta de servicios que incluye: restaurantes, bares, hoteles, talleres mecánicos, parqueos, teléfono y cable, revelado de fotos, bodegas, lavandería, publicidad, lavado de automóviles y bienes raíces. La tarifa aplicable es de un 13% sobre el precio de venta.

4.6.1.2 Impuesto selectivo de consumo

Este impuesto se aplica sobre la transferencia de los bienes estipulados por la ley. La tarifa aplicable dependerá del tipo de bien. Este impuesto aplica además sobre la importación de la mercadería incluida en la misma ley. Están exentos de este impuesto los bienes exportados por comerciantes.

4.6.1.3 Impuesto sobre la renta

El sistema de impuesto sobre la renta en Costa Rica está basado en el principio de territorialidad. Debido a dicho principio, sólo aquella renta que provenga de una fuente costarricense está sujeta a este impuesto en Costa Rica, sin tomar en cuenta la nacionalidad, domicilio o lugar de incorporación del contribuyente. La renta de fuente costarricense es aquella que resulta de los servicios prestados, capital utilizado y propiedades localizadas en Costa Rica. Las compañías que perciben renta de fuente costarricense están sujetas en general a una tarifa del 30% por concepto de impuesto sobre la renta. Por otro lado, al momento de distribuir los dividendos a sus socios, las compañías deberán retener el 15% de tales dividendos, excepto cuando las distribuciones se hagan a compañías costarricenses. Las ganancias de capital están

exentas del pago del impuesto sobre la renta. Dichas ganancias son definidas como aquella renta generada por el traspaso de bienes muebles o inmuebles, siempre y cuando ésta no sea la actividad o negocio normal del contribuyente.

Están exentos del impuesto sobre la renta: el Estado, las municipalidades, agencias gubernamentales, entidades descentralizadas del gobierno, instituciones religiosas, cooperativas, y organizaciones sin fines de lucro. Adicionalmente, se eximen de este impuesto cierto tipo de rentas, principalmente: aportes de capital, revaluaciones de activos fijos, ganancias de capital, rentas generadas en virtud de contratos, convenios o negociaciones sobre bienes o capitales localizados en el exterior, herencias, premios de la lotería nacional, y donaciones a entidades autorizadas.

Incluyen todos los costos y gastos útiles, necesarios y pertinentes para producir la utilidad o beneficio, entre ellos: salarios y bonificaciones pagadas a empleados, intereses, deudas incobrables, depreciación, compensaciones a directores, honorarios por servicios técnicos.

La tarifa que se aplica depende directamente de la renta bruta del período que según sea el caso se aplicará según la tabla número 31. Los rangos de renta bruta sobre los que se calcula la tarifa varían anualmente.

| | Período 2013 | Período 2014 | Período 2015 | Período 2016 | Tarifa |
|-----------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|---------------|
| Ingresos brutos hasta | ¢47.451.000 | ¢49.969.000 | ¢52.710.000 | ¢52.320.000 | 0% |
| Ingresos brutos hasta | ¢95.447.000 | ¢100.513.000 | ¢106.026.000 | ¢105.241.000 | 20% |

| | | | | | |
|------------------------------|-------------|--------------|--------------|--------------|-----|
| Ingresos brutos de más de | ¢95.447.000 | ¢100.513.000 | ¢106.026.000 | ¢105.241.000 | 30% |
|------------------------------|-------------|--------------|--------------|--------------|-----|

Tabla 31: Tarifa sobre renta

Fuente: Elaborado por los investigadores.

4.6.1.4 Dividendos

Los dividendos distribuidos por compañías costarricenses a individuos y a compañías extranjeras están sujetos a una retención del 15%. Los dividendos distribuidos por compañías costarricenses a otras compañías costarricenses están exentos del impuesto.

4.6.1.5 Impuesto sobre las remesas al exterior

Las rentas de fuente costarricense pagadas a personas domiciliadas en el exterior están sujetas a una retención en Costa Rica. La tarifa aplicable dependerá del tipo de renta, a saber: a) intereses, 15%; b) ganancias por la producción, distribución u otras actividades relacionadas al cine o televisión o cintas de video, 20%; c) salarios, 10%; d) Comisiones, 15%; e) Dividendos, 15%; f) Asesoría técnica, financiera, administrativa o similar, 25%; g) Patentes, marcas, franquicias y regalías, 25%; h) Compensación a directores, 15%, i) Cualquier otra ganancia remitida al exterior, 30%. Están exentos de este impuesto, los intereses pagados a instituciones bancarias y financieras autorizadas por el Banco Central o por las autoridades tributarias.

4.6.2 Municipalidad

“Cualquier actividad lucrativa requiere una licencia (o patente) de la municipalidad del cantón en el cual se desarrolla la actividad. Ella implica el pago de un impuesto durante el tiempo de operación” (Código Municipal, Ley N° 7794, Artículo 79).

En virtud de la autonomía municipal, el trámite y los requisitos para la obtención de una patente pueden variar entre una y otra municipalidad conforme a su legislación y disposiciones administrativas. Requisitos de la Municipalidad de Golfito:

El primer paso para obtener la patente municipal es presentar el formulario de solicitud debidamente lleno y firmado por el solicitante o por el representante legal, además de los siguientes requisitos:

- Permiso de ubicación de actividad comercial por parte de la Municipalidad.
- Copia de permiso de funcionamiento del Ministerio de Salud o el acuse de recibido de los papeles, si no le han entregado aún el permiso.
- Fotocopia de la cédula del solicitante por ambos lados.
- Adjuntar copia del contrato de arrendamiento.
- Estar al día con los impuestos y tributos municipales (tanto el dueño del inmueble como el solicitante).

Presentados todos estos requisitos la Municipalidad otorga un mes de licencia o permiso para que se abra el negocio, mientras se obtiene el permiso definitivo de funcionamiento del Ministerio de Salud, cuando se obtiene el permiso de la Municipalidad extiende la patente comercial la cual tendrá un costo de 120.000 colones anualmente. Se anexan formularios requeridos para solicitar los permisos del Ministerio de Salud y de la Municipalidad de Golfito.

4.6.3 Caja Costarricense de Seguro Social

La legislación costarricense establece la obligación del patrono de hacer un aporte, a fin de que sus trabajadores coticen para el Régimen de Invalidez, Vejez y Muerte de la Caja Costarricense del Seguro Social (CCSS). Previamente al pago de las cuotas de seguridad social, debe inscribirse como patrono en las oficinas centrales o regionales de la CCSS.

El patrono debe entregar periódicamente la planilla y hacer pagos mensuales a la CCSS, así como entregar a sus empleados una orden patronal (la cual permite utilizar los servicios ofrecidos por la seguridad social). El patrono tiene la obligación de pagar a la CCSS el equivalente a un 26.33% del salario del trabajador. Además, tiene la obligación de retener un 9.34% del salario del trabajador y aportar este a la CCSS.

La inscripción patronal y el aseguramiento de los trabajadores debe hacerse dentro de los ocho días siguientes a la fecha de ingreso de los empleados.

4.6.4 Instituto Nacional de Seguros

El Estado costarricense, obliga al patrono a adquirir el Seguro de Riesgos Profesionales para sus empleados con el Instituto Nacional de Seguros (INS), esta póliza debe estar suscrita al inicio de operaciones y estar vigente durante la operación.

Para suscribir la Póliza de Riesgos del Trabajo, el interesado debe dirigirse a las oficinas centrales o sucursales del INS, a una agencia comercializadora de seguros o bien, a un agente de seguros autorizado. En el momento de suscribir la póliza, la empresa queda automáticamente registrada como patrono en el INS.

El patrono debe declarar mensualmente en la plantilla, nombre y apellidos de los trabajadores, días y horas laborados y los salarios pagados. Este trámite puede hacerse electrónicamente en la página web del INS, mediante el servicio que ellos denominan RT virtual.

4.6.5 Ministerio de Salud

Las actividades o establecimientos agropecuarias, industriales, comercio o de servicio y aquellas actividades que por disposición requieren de permisos sanitarios para operar en el territorio nacional (sujetas a tal trámite) así como los requerimientos y plazos de vigencia, están definidos en el Decreto Ejecutivo N° 34728-S y sus reformas y el Reglamento de Registro

Sanitario de Establecimientos Regulados por el Ministerio de Salud N° 32161 y sus reformas. Para efectos de la obtención de un permiso sanitario de funcionamiento los establecimientos o actividades se clasifican en tres categorías según su nivel de riesgo ambiental y sanitario: A (riesgo alto); B (riesgo moderado) y C (riesgo bajo).

De conformidad con el Decreto Ejecutivo No. 34728-S, “Reglamento General para el otorgamiento de permisos sanitarios de funcionamiento del Ministerio de Salud”, publicado en La Gaceta No 174 del 09/09/2008, para otorgar los permisos los administrados o interesados, independientemente del grupo de riesgo (A, B o C) al que la actividad o establecimiento pertenezca, deben cumplir con las siguientes condiciones y requisitos previos.

Para obtener este permiso de funcionamiento el primer paso es solicitar en la municipalidad un permiso de ubicación, en el cual la municipalidad verificará mediante una inspección de un funcionario de la Municipalidad, el tipo de negocio que se va a desarrollar y que la ubicación cumpla con los requisitos de ley. En este caso el local se encuentra dentro de la zona comercial y ya está completamente construido. Para este permiso la municipalidad requerirá una copia del contrato de arrendamiento del local y llenar el formulario de permiso de ubicación.

Una vez llena la solicitud hay que dejarla en plataforma de servicios de la Municipalidad y pagar el impuesto sobre inspección que es de 30 mil colones. Luego hay que esperar que el inspector llegue a hacer la visita, la cual puede demorar entre 10 y 15 días.

Una vez realizada la inspección se debe retirar en la plataforma de servicios el permiso de ubicación a nombre del solicitante, con dicho permiso se va al Ministerio de Salud, ahí le dan un tiquete para que pague en el banco el costo del permiso que es de 100 dólares al tipo de cambio. Con el depósito realizado le solicitan llenar un formulario y al recibirlos le dan un acuse de recibo que sirve para continuar los trámites de patentes en la municipalidad. Luego realizan una inspección al negocio para verificar que se cumplan los requisitos de la Ley de Salud Pública y de ser aprobado, emitirá el permiso de funcionamiento por un año; el cual hay que renovar antes de su fecha de vencimiento.

4.7 Estudio de impacto ambiental

Para establecer el impacto ambiental de un proyecto en Costa Rica existe una entidad establecida por el gobierno que cerciora si las empresas o proyectos cumplen con los requerimientos necesarios para avalar su construcción o su aprobación de puesta en marcha, es así que para el análisis del impacto ambiental del proyecto presente se procedió a seguir las pautas dadas por SETENA (Secretaría Técnica Ambiental) para determinar la factibilidad ambiental.

Para solicitar la viabilidad ambiental ante SETENA se deberá llenar el formulario D1 o D2 según sea el caso, los cuales ofrece en su página web oficial, de donde puede ser descargado.

Dadas las características de este estudio, no se puede costear lo que implicaría generar todo este proceso para conseguir la viabilidad ambiental por medio de SETENA, sin embargo, si se toma en consideración el Reglamento General sobre los procedimientos de Evaluación de Impacto Ambiental (EIA), del 28 de junio del 2004, se podría realizar una pequeña evaluación preliminar del impacto ambiental del proyecto.

Según el reglamento mencionado anteriormente, en su artículo número 4, existen dos tipos de trámites ante SETENA según su clasificación, los cuales serían, las actividades que cuentan con una ley específica que ordena el cumplimiento del trámite y las demás actividades que no cuentan con una ley específica que las regule en cuanto a este tema. Para el caso del actual proyecto en estudio, este no cuenta con una ley específica que le regule el trámite ante SETENA, por cuanto, se puede clasificarlo entre las demás actividades, posteriormente se consultó el anexo 2 del reglamento para poder establecer qué tipo de formulario se deberá presentar ante SETENA y su respectivo proceso, ya que como se mencionó anteriormente existe el formulario D1 y el D2 dependiendo de la calificación que se le dé a la actividad según el cuadro que se aporta en dicho anexo. En el artículo número 6 del reglamento se establece la categorización del tipo de impacto según la actividad, como muestra el cuadro siguiente.

Tabla 32: Categorización del impacto ambiental

| Categorización | Impacto potencial ambiental (IPA) |
|------------------------|--|
| Categoría A | Alto impacto ambiental potencial. |
| Categoría B | Moderado impacto ambiental potencia, se subdivide a su vez en dos categorías |
| Subcategoría B1 | Moderado – Alto impacto ambiental potencial |
| Subcategoría B2 | Moderado – Bajo impacto ambiental potencial. |
| Categoría C | Bajo impacto ambiental potencial. |

Fuente: Elaborado por los investigadores.

Con base en lo analizado del anexo 2 del reglamento, se puede clasificar el presente proyecto dentro de la categorización B2 sin plan regulador, por lo que para iniciar el proceso del análisis del impacto ambiental se deberá llenar el formulario D1, siguiendo las pautas dadas por SETENA. La información que debe señalarse en el D1 es:

- Nombre de la actividad, obra o proyecto.
- Categoría de la actividad, obra o proyecto de acuerdo a la Clasificación CIU y su IAP.
- Localización administrativa y geográfica del terreno donde se desarrollaría la actividad, obra o proyecto.
- Nombre completo del desarrollador, calidades, domicilio personal y lugar y número de fax para atender notificaciones, cuando se trate de una persona física.
- Nombre de la sociedad legalmente constituida en el país, número de cédula jurídica, domicilio fiscal, lugar para atender notificaciones, nombre y calidades completas del representante legal y apoderados legales, en este último caso si quisiera contar para el

trámite con apoderados además de su representante legal, cuando el desarrollador sea una sociedad.

- Descripción del proceso que implica la actividad productiva, respecto a sus dimensiones, recursos y servicios requeridos, así como la generación potencial de desechos líquidos, sólidos y emisiones y otros factores de riesgo ambiental, incluyendo las medidas ambientales para prevenir, corregir y mitigar los posibles impactos ambientales.

- Marco jurídico – ambiental, que regula la actividad, obra o proyecto.

- Descripción general de la situación ambiental del sitio donde se desarrollará la actividad, obra o proyecto. (Decreto Ejecutivo Número 31849-MINAE-SALUD-MOPT-MAG-MEIC)

La documentación que debe adjuntarse al D1 es la siguiente:

- Una copia de la cédula de identidad, de residencia o pasaporte del desarrollador, para el caso de persona física.

- Una certificación notarial o registral, que contenga nombre de la sociedad, número de cédula jurídica, domicilio fiscal, calidades completas del representante legal. En los casos que desee nombrar a apoderados una certificación notarial del poder.

- Una copia certificada del plano catastrado, o en su lugar, una copia con el original, para que sea confrontada ante el funcionario de la SETENA que tiene fe pública.

- Una certificación de propiedad o inmueble donde se desarrollará la actividad, obra o proyecto, o en su lugar, una copia con el original, para que sea confrontada ante el funcionario de la SETENA que tiene fe pública.

- La matriz básica de identificación de impactos ambientales acumulativos que se generarían debidamente completada (D1).
- Otros estudios técnicos básicos elaborados en el terreno en que se desarrollará la actividad, obra o proyecto, y que se especifican en el Manual de EIA. (Decreto Ejecutivo Número 31849-MINAE-SALUD-MOPT-MAG-MEIC)

Una vez que se llenó el formulario D1, se deberá proceder a presentar el mismo por parte de un consultor y deberá estar registrado ante SETENA, esto por disposiciones de la misma entidad. Por último, el expediente se trasladará al departamento respectivo dentro de SETENA, el cual verificará el impacto ambiental del proyecto.

4.8 Estudio financiero

4.8.1 Proyecciones resumidas de ingresos mensuales y anuales

Los ingresos vienen a ser dados, gracias al estudio de mercado donde se determina la población meta, que, a su vez, gracias al establecimiento de una muestra genera una demanda probable, la cual es la que se usó en este proyecto para determinar la demanda estimada y así también los ingresos probables con los que contará el estudio financiero.

Dichos ingresos son el resultado de tomar la demanda estimada que arroja el estudio de mercado la cual fue de 740 personas, que podrían llegar a usar el servicio de tours anualmente y multiplicar por los diferentes precios de los tours, los cuales se distribuyeron entre la demanda probable según el nivel de aceptación de los precios de los diferentes tours, tema que se analizó en el estudio de la demanda en el apartado de precios y la entrevista con los proveedores turísticos sobre las zonas de mayor demanda turística; lo que da como resultado la tabla que se muestra a continuación, el tipo de cambio que se utiliza es el de venta promedio de los últimos meses 540 colones.

Tabla 33: Ingreso primer año por tipo de tour

| Tipo de tour | Precios | % de elección del tour | Cantidad de personas / tipo de tour | Monto anual (ingresos brutos) |
|------------------------|----------------|-------------------------------|--|--------------------------------------|
| Ruta la Miramar | \$70,00 | 50,00 | 370 | ¢13.986.000,00 |
| Ruta Río Nuevo | \$90,00 | 25,00 | 185 | ¢8.991.000,00 |
| Ruta Matapalo | \$125,00 | 15,00 | 111 | ¢7.492.500,00 |
| Ruta Corcovado | \$190,00 | 10,00 | 74 | ¢7.592.400,00 |
| Total | | | 740 | 38.061.900,00 |

Fuente: Elaborado por los investigadores.

Para determinar el ingreso para los primeros 12 meses se toma en cuenta los ingresos anuales probables y la tendencia de la demanda turística para cada mes del año en específico, esto basándose en los datos estadísticos nacionales sobre la demanda turística por mes, del Instituto Costarricense de Turismo, de los cuales se promedió según los datos obtenidos de los últimos cuatro años para calcular los ingresos del proyecto según el mes del que se trate, como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 34: Ingreso mensual

| Tipo de tour | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo | Junio |
|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Ruta Miramar | 1.481.297,67 | 1.685.295,63 | 2.410.174,99 | 1.204.839,71 | 846.851,72 | 687.418,31 |
| Ruta Río Nuevo | 952.262,78 | 1.083.404,33 | 1.549.398,21 | 774.539,81 | 544.404,68 | 441.911,77 |
| Ruta Matapalo | 793.552,32 | 902.836,95 | 1.291.165,17 | 645.449,84 | 453.670,56 | 368.259,81 |
| Ruta Corcovado | 804.133,02 | 914.874,77 | 1.308.380,71 | 654.055,84 | 459.719,50 | 373.169,94 |
| Total | 4.031.245,79 | 4.586.411,68 | 6.559.119,07 | 3.278.885,20 | 2.304.646,46 | 1.870.759,84 |

| Tipo de tour | Julio | Agosto | Setiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | Anual |
|------------------------|---------------------|---------------------|-------------------|---------------------|---------------------|---------------------|----------------------|
| Ruta la Miramar | 1.147.327,45 | 842.896,46 | 322.115,74 | 456.410,09 | 1.001.955,73 | 1.899.416,51 | 13.986.000,00 |
| Ruta Río Nuevo | 737.567,65 | 541.862,01 | 207.074,41 | 293.406,49 | 644.114,40 | 1.221.053,47 | 8.991.000,00 |
| Ruta Matapalo | 614.639,71 | 451.551,67 | 172.562,00 | 244.505,40 | 536.762,00 | 1.017.544,56 | 7.492.500,00 |
| Ruta Corcovado | 622.834,90 | 457.572,36 | 174.862,83 | 247.765,48 | 543.918,82 | 1.031.111,82 | 7.592.400,00 |
| Total | 3.122.369,71 | 2.293.882,50 | 876.614,98 | 1.242.087,46 | 2.726.750,94 | 5.169.126,37 | 38.061.900,00 |

Fuente: Elaborado por los investigadores.

Para proyectar los ingresos anualmente se tomaron los datos obtenidos en el estudio de mercado sobre la tendencia en la variación de la demanda total local de turistas que visitan la zona, la cual dio como resultado que la demanda local varía anualmente en promedio para los últimos 7 años a saber desde el 2006 hasta el 2013, en un 8,20% interanual, es de esta manera que se procedió a proyectar el siguiente tabla.

Tabla 35: Proyección de ingresos anuales

| Año | Número de turistas | Ingresos brutos anuales |
|------------|---------------------------|--------------------------------|
| 1 | 740 | 38.061.900,00 |
| 2 | 801 | 41.182.975,80 |
| 3 | 866 | 44.559.979,82 |
| 4 | 937 | 48.213.898,16 |
| 5 | 1.014 | 52.167.437,81 |
| 6 | 1.097 | 56.445.167,71 |
| 7 | 1.187 | 61.073.671,46 |
| 8 | 1.285 | 66.081.712,52 |
| 9 | 1.390 | 71.500.412,95 |
| 10 | 9.318 | 479.287.156,23 |

Fuente: Elaborado por los investigadores.

4.8.2 Costos de inversión resumidos

Los costos de inversión en el proyecto son diversos y se podrá encontrar desde los vehículos que son los que representan la mayor parte del costo de inversión, hasta los productos de limpieza que no son menos importantes para el buen desarrollo de actividades de la empresa; cada uno de los rubros en los costos de inversión, tiene un porqué y son vitales para la empresa y sus funciones, es por esto que cada uno de los rubros fue pensado en base a la puesta en marcha de la empresa, ya que una vez que la empresa llegue a esta etapa es difícil disponer de liquidez que ayude a solventar algún aspecto que no se tomara en cuenta y que tenga un costo mayor al monto que se definió en los imprevistos, los cuales se incluyeron pensando en alguna situación que no fuese tomada en cuenta, pero que en la puesta en marcha llegase a presentarse y deba resolverse, en el Tabla que se muestra a continuación se detalla los rubros que conforman el costo de inversión del proyecto.

Tabla 36: Costo de inversión

| Costos de inversión | Cantidad requerida | Precio por unidad | Costo total |
|---|--------------------|-------------------|------------------------|
| <i>Mobiliario y equipo</i> | | | |
| Mobiliario (sillas y mesas) | 1 | € 62.000,00 | € 62.000,00 |
| Archivero | 1 | € 42.000,00 | € 42.000,00 |
| Computadoras | 1 | € 147.900,00 | € 147.900,00 |
| Impresora Multifuncional | 1 | € 148.178,00 | € 148.178,00 |
| Teléfono inalámbrico | 1 | € 17.149,00 | € 17.149,00 |
| <i>Vehículos y accesorios</i> | | | |
| Cuadriciclos Grizzly 350 cc | 10 | € 5.016.000,00 | € 50.160.000,00 |
| Anteojo Progrip | 25 | € 26.000,00 | € 650.000,00 |
| Casco LS2 | 30 | € 44.000,00 | € 1.320.000,00 |
| <i>Limpieza</i> | | | |
| Palo de piso | 1 | € 3.000,00 | € 3.000,00 |
| Productos de limpieza | 1 | € 1.000,00 | € 1.000,00 |
| <i>Alquiler y permisos</i> | | | |
| Alquiler | - | € 400.000,00 | € 400.000,00 |
| Pago de permisos al Ministerio de Salud | 1 | € 60.000,00 | € 60.000,00 |
| Pago de patente de funcionamiento | 1 | € 30.000,00 | € 30.000,00 |
| <i>Publicidad</i> | | | |
| Publicidad Web | 12 | € 100.000,00 | € 1.200.000,00 |
| <i>Acondicionamiento del local</i> | | | |
| Gastos de acondicionamiento | | | € 180.000,00 |
| <i>Otros gastos de inversión</i> | | | |
| Capital de trabajo | | | € 503.860,50 |
| Costo total de inversión | | | € 54.925.087,50 |
| Imprevistos | | | € 2.746.254,37 |
| Total | | | € 57.671.341,87 |

Fuente: Elaborado por los investigadores.

4.8.3 Inversión fija

Para el presente proyecto no se pueden señalar más inversión fija que la de los vehículos, es decir, los cuadriciclos, los cuales representan la mayor parte de la inversión inicial del proyecto, ya que se pretende alquilar el local y dentro del proyecto no se llega a contemplar la

compra de terrenos o de edificaciones, el monto total de la inversión fija para este proyecto es de ¢ 50.160.000,00

4.8.4 Inversión diferida

Dentro de las inversiones diferidas se pueden mencionar, el capital de trabajo el cual se determinó para este proyecto, mediante el método de déficit acumulado, en donde se calculan los ingresos y egresos proyectados del proyecto para determinar un total de líquido de efectivo para cada periodo, una vez hecho esto se procede a seleccionar el monto del periodo donde el monto del déficit fue el mayor y se toma para usarlo como el capital de trabajo a utilizar, esto le da al proyecto, una cantidad de recursos suficientes para arrancar en el periodo cero con cierta certeza de que no perderá liquidez, a continuación se muestra en la tabla número 37 el cálculo del capital de trabajo.

Tabla 37: Capital de trabajo

| Período | Ingresos | Gastos | Total líquido efectivo | Deficit acumulado | Capital de trabajo |
|---------|----------------|----------------|------------------------|-------------------|--------------------|
| 0 | | ¢ 1.201.100,00 | -¢ 1.201.100,00 | ¢ 1.229.992,99 | ¢ 503.860,50 |
| 1 | ¢ 4.031.245,79 | ¢ 1.600.152,80 | ¢ 2.431.092,99 | ¢ 5.412.417,55 | |
| 2 | ¢ 4.586.411,68 | ¢ 1.605.087,12 | ¢ 2.981.324,56 | ¢ 7.740.154,78 | |
| 3 | ¢ 6.559.119,07 | ¢ 1.800.288,85 | ¢ 4.758.830,21 | ¢ 6.512.009,59 | |
| 4 | ¢ 3.278.885,20 | ¢ 1.525.705,83 | ¢ 1.753.179,38 | ¢ 2.678.522,09 | |
| 5 | ¢ 2.304.646,46 | ¢ 1.379.303,75 | ¢ 925.342,71 | ¢ 1.434.532,40 | |
| 6 | ¢ 1.870.759,84 | ¢ 1.361.570,15 | ¢ 509.189,68 | ¢ 2.096.140,96 | |
| 7 | ¢ 3.122.369,71 | ¢ 1.535.418,43 | ¢ 1.586.951,27 | ¢ 2.477.395,13 | |
| 8 | ¢ 2.293.882,50 | ¢ 1.403.438,64 | ¢ 890.443,86 | ¢ 503.860,50 | |
| 9 | ¢ 876.614,98 | ¢ 1.263.198,34 | -¢ 386.583,36 | -¢ 493.858,18 | |
| 10 | ¢ 1.242.087,46 | ¢ 1.349.362,28 | -¢ 107.274,82 | ¢ 1.173.204,64 | |
| 11 | ¢ 2.726.750,94 | ¢ 1.446.271,49 | ¢ 1.280.479,46 | ¢ 4.711.658,39 | |
| 12 | ¢ 5.169.126,37 | ¢ 1.737.947,43 | ¢ 3.431.178,94 | ¢ 3.431.178,94 | |

Fuente: Elaborado por los investigadores.

4.8.5 Costos de operación resumidos

Los costos de producción, están clasificados en cuatro rubros, los cuales se relacionan directamente con los ingresos, estos apartados de costos son, la gasolina, que se utiliza para alimentar el motor de los cuadracilos, costo que varía según el uso de las mismas, al igual que lo hace el costo por razón de aceite del motor, que también varía según sea el uso de las cuadracilos, como también varía el costo relacionado al uso de las llantas que se desgastan según el uso y el último costo a analizar, sería las frutas que se utilizarán en el refrigerio que se ofrecerá.

El primer rubro, la gasolina, se determinó basándose en el consumo promedio del motor por kilómetro recorrido, dato que se obtuvo del encargado de mantenimiento de los vehículos de la Yamaha, (A, Artavia entrevista personal 13 de julio de 2015); quien establece como consumo promedio del motor en gasolina de 7,8 kilómetros por litro de gasolina, tomando en cuenta a la vez el precio de la gasolina regular el cual es el tipo de gasolina que usan los cuadracilos, el cual al momento de analizar el costo tenía un precio de 538.00 colones por litro, con base en estos datos, se llega a determinar el costo de este rubro, el cual se señala en la tabla 38.

Tabla 38: Costo de gasolina

| Ruta | Distancia de ruta (Km) | Consumo en litros | Costo en colones por gasolina | Costo anual por ruta |
|-----------------|-------------------------------|--------------------------|--------------------------------------|-----------------------------|
| Ruta la Miramar | 14 | 1.77 | 954.63 | 706.423.32 |
| Ruta Río Nuevo | 18 | 2.28 | 1.227.38 | 454.129.28 |
| Ruta Matapalo | 32 | 4.06 | 2.182.00 | 484.404.56 |
| Ruta Corcovado | 96 | 12.17 | 6.546.01 | 968.809.13 |
| Total | | | | 2.613.766,29 |

Fuente: Elaborado por los investigadores.

Para determinar el costo del aceite que utilizarán los cuadraciclos para mantener el motor lubricado, se estableció por parte del encargado de mantenimiento de la Yamaha un consumo promedio del motor de 1,000.00 kilómetros por litro de aceite. Si se toma en cuenta el precio del aceite, en este caso de la marca Yamatube 10w-40, el cual es de 14.160,00 colones por litro, al cruzar estos datos con la cantidad de personas que según la demanda probable utilizarían el servicio, esto da como resultado los costos para este apartado y que se muestra a detalle en la tabla siguiente.

Tabla 39: Costo por aceite

| Ruta | Distancia de ruta (Km) | Consumo en litros | Costo en colones por aceite | Costo anual por ruta |
|------------------------|-------------------------------|--------------------------|------------------------------------|-----------------------------|
| Ruta la Miramar | 14 | 0,01 | 198,24 | 73.348,80 |
| Ruta Río Nuevo | 18 | 0,02 | 254,88 | 47.152,80 |
| Ruta Matapalo | 32 | 0,03 | 453,12 | 50.296,32 |
| Ruta Corcovado | 96 | 0,10 | 1.359,36 | 100.592,64 |
| Total | | | | 271.390,56 |

Fuente: Elaborado por los investigadores.

En el cálculo de los costos por consumo de llantas se toma en consideración la vida útil promedio que detallan en la lista técnica que aporta la compañía productora del artículo que en este caso en particular se trataría de una llanta marca ITP, con medidas de 24X8X12, para las cuales la empresa que las produce da un promedio de vida de uso de 15.000,00 kilómetros. Esta llanta tiene un precio por unidad de 13.750,00 colones, en la agencia de Yamaha en Puerto Jiménez, tomando este dato es que se procede a proyectar el costo aproximado para este rubro que se puede ver detallado en la siguiente tabla número 40.

Tabla 40: Costo por consumo de llantas

| Ruta | Distancia de ruta (Km) | Costo en colones por ruta | Costo anual por ruta |
|------------------------|-----------------------------------|--------------------------------------|---------------------------------|
| Ruta la Miramar | 14 | 205,35 | 151.960,48 |
| Ruta Río Nuevo | 18 | 264,02 | 97.688,88 |
| Ruta Matapalo | 32 | 469,38 | 104.201,47 |
| Ruta Corcovado | 96 | 1.408,13 | 208.402,94 |
| Total | 160 | 586,72 | 562.253,78 |

Fuente: Elaborado por los investigadores.

El último rubro de costos a considerar es el relacionado a refrigerios, costo que estará determinado por la cantidad de personas y el costo por plato que se ofrecerá, es así que para determinar este costo se debió establecer primeramente el precio del plato de frutas, para lo cual se estableció un peso promedio de frutas por plato, que en conjunto debería pesar en promedio 400 gramos, los cuales estarán distribuidos según el tipo de fruta que se utilizara; además se estableció el costo promedio para cada tipo de fruta, estos precios se basaron en el costo promedio que da CENADA con su lista del Programa Integral de Mercado Agropecuario (PIMA); es de esta información que se logra determinar un costo promedio para cada tipo de fruta y para el plato de frutas de refrigerio, tal como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 41: Costo de frutas por peso

| Producto | Unidad | Precio | Peso por plato (gramos) | Precio plato |
|--------------------------------|---------------|---------------|------------------------------------|---------------------|
| Papaya criolla | Kilo | 470 | 110 | 51,70 |
| Sandía mediana de campo | Kilo | 500 | 110 | 55,00 |
| Piña | Unidad | 613,64 | 40 | 24.545,60 |
| Banano | Unidad | 50 | 100 | 50,00 |
| Manga | Kilo | 855 | 40 | 34,20 |
| Total | | 2.488,64 | 400 | 215,45 |

Fuente: Elaborado por los investigadores.

Tabla 42: Costo de plato por ruta

| Ruta | Cantidad de personas | Costo anual por ruta |
|------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| Ruta la Miramar | 370 | 79.714,87 |
| Ruta Río Nuevo | 185 | 39.857,44 |
| Ruta Matapalo | 111 | 23.914,46 |
| Ruta P.N Corcovado Full Day | 74 | 15.942,97 |
| Total | | 159.429,74 |

Fuente: Elaborado por los investigadores.

4.8.5.1 Proyección de costos mensuales

Para dar las proyecciones de los costos de forma mensual, se toma en consideración los ingresos que se generan mensualmente, debido a que los costos operativos de una empresa están proporcionalmente relacionados con los ingresos.

Y como se mencionará en el apartado de la proyección estimada de los ingresos, se utilizó para dar con estos números, la tendencia de la demanda turística para cada mes del año en específico, esto basándose en los datos estadísticos nacionales sobre la demanda turística por mes, del Instituto Costarricense de Turismo.

Tabla 43: Proyección de costos mensuales

| Tipo de costo | Costo de gasolina | Costo de aceite | Costo en llantas | Refrigerio | Total |
|----------------------|--------------------------|------------------------|-------------------------|-------------------|--------------|
| Enero | 276.831,54 | 28.743,76 | 59.549,92 | 16.885,66 | 382.010,88 |
| Febrero | 314.955,59 | 32.702,23 | 67.750,88 | 19.211,09 | 434.619,79 |
| Marzo | 450.424,29 | 46.768,11 | 96.891,89 | 27.474,16 | 621.558,45 |
| Abril | 225.165,84 | 23.379,25 | 48.435,98 | 13.734,25 | 310.715,32 |
| Mayo | 158.263,44 | 16.432,69 | 34.044,44 | 9.653,46 | 218.394,03 |
| Junio | 128.467,81 | 13.338,97 | 27.635,03 | 7.836,05 | 177.277,86 |
| Julio | 214.417,69 | 22.263,25 | 46.123,92 | 13.078,66 | 295.883,52 |
| Agosto | 157.524,26 | 16.355,94 | 33.885,44 | 9.608,38 | 217.374,01 |
| Setiembre | 60.198,43 | 6.250,48 | 12.949,43 | 3.671,87 | 83.070,22 |
| Octubre | 85.295,96 | 8.856,38 | 18.348,23 | 5.202,73 | 117.703,30 |
| Noviembre | 187.249,97 | 19.442,39 | 40.279,81 | 11.421,53 | 258.393,71 |
| Diciembre | 354.971,46 | 36.857,12 | 76.358,79 | 21.651,90 | 489.839,28 |
| Anual | 2.613.766,29 | 271.390,56 | 562.253,78 | 159.429,74 | 3.606.840,37 |

Fuente: Elaborado por los investigadores.

4.8.5.2 Proyección de costos anuales

Para determinar los costos anuales para el proyecto, se toma como referencia el crecimiento anual de los ingresos, puesto que como se mencionara anteriormente, los costos representan ese porcentaje de inversión que se realiza para obtener una ganancia; en este caso en particular, como los ingresos crecen anualmente un 8,20% anual; resultado obtenido del promedio de la variación interanual de los últimos 7 años, a saber, desde el 2006 hasta el 2013, los costos, por consiguiente, deberían mantener el mismo patrón que dichos ingresos brutos, tal como se muestra en tabla número 44.

Tabla 44: Proyección de costos anuales

| Periodo | Gasolina | Aceite | Llantas | Refrigerios | Costo total |
|----------------|-----------------|---------------|----------------|--------------------|--------------------|
| Año 1 | 2.613.766,29 | 271.390,56 | 562.253,78 | 159.429,74 | 3.606.840,37 |
| Año 2 | 2.828.095,12 | 293.644,59 | 608.358,59 | 172.502,98 | 3.902.601,28 |
| Año 3 | 3.059.998,92 | 317.723,44 | 658.243,99 | 186.648,23 | 4.222.614,58 |
| Año 4 | 3.310.918,83 | 343.776,76 | 712.220,00 | 201.953,38 | 4.568.868,98 |
| Año 5 | 3.582.414,18 | 371.966,46 | 770.622,04 | 218.513,56 | 4.943.516,23 |
| Año 6 | 3.876.172,14 | 402.467,71 | 833.813,04 | 236.431,67 | 5.348.884,56 |
| Año 7 | 4.194.018,26 | 435.470,06 | 902.185,71 | 255.819,07 | 5.787.493,10 |
| Año 8 | 4.537.927,75 | 471.178,61 | 976.164,94 | 276.796,23 | 6.262.067,53 |
| Año 9 | 4.910.037,83 | 509.815,25 | 1.056.210,47 | 299.493,52 | 6.775.557,07 |
| Año 10 | 5.312.660,93 | 551.620,10 | 1.142.819,73 | 324.051,99 | 7.331.152,75 |

Fuente: Elaborado por los investigadores.

4.8.6 Gastos administrativos

Los gastos administrativos están separados en varios rubros, los cuales son necesarios para el buen funcionamiento de la empresa, estos gastos están determinados según las necesidades de la empresa y la primera necesidad que resalta es la necesidad de personal, para lo cual la empresa deberá mantener como mínimo dos personas laborando, una de ellas será la encargada de la oficina y las reservaciones; mientras la otra, será la persona que se encargará de realizar los tours con los turistas como guía. Las dos personas contratadas recibirán un salario superior al establecido como mínimos para estas actividades en el Ministerio de Trabajo, así como, todas prestaciones que el patrono está obligado a pagar. El salario que se estableció para las dos personas será de 400.000,00 colones, los cuales se ajustarán anualmente según la inflación promedio del 4,775%, siempre y cuando no se llegue al salario mínimo por ley, porque

se ser así el ajuste deberá ser el de ley; en la tabla número 45 se muestra el gasto anual detallado por planilla.

Tabla 45: Remuneraciones

| Remuneraciones | |
|-----------------------|----------------------|
| Sueldos | 10.231.200,00 |
| Vacaciones | 426.300,00 |
| Aguinaldo | 852.600,00 |
| Total. | 11.510.100,00 |

| Cargas sociales | |
|-------------------------------------|---------------------|
| CCSS | 1.466.130,96 |
| Otras instituciones | 741.762,00 |
| Ley protección al trabajador | 485.982,00 |
| Total | 2.693.874,96 |

Fuente: Elaborado por los investigadores.

Los gastos por servicios públicos, también están incluidos en los gastos administrativos y distribuidos por servicio de agua potable, servicio eléctrico, servicio telefónico y servicio de conexión a internet; todos estos servicios tienen una tarifa empresarial por tratarse de un negocio, la tabla número 46 muestra el detalle anual de estos rubros, los cuales tendrán un aumento proyectado igual al porcentaje de inflación promedio, que para este proyecto en particular fue de 4,775% anual tomando datos históricos de este rubro del BCCR.

Tabla 46: Servicios públicos

| Servicios básicos | |
|-------------------|-------------------|
| Agua | 72.000,00 |
| Luz | 186.000,00 |
| Teléfono | 132.000,00 |
| Internet | 192.000,00 |
| Total | 582.000,00 |

Fuente: Elaborado por los investigadores.

4.8.7 Costos financieros

Para la elaboración del proyecto se pretende adquirir un crédito, el cual cubrirá un 70% del total de la inversión correspondiente a 39,928,523.37 colones y será solicitado al Banco Nacional de Costa Rica, a un plazo de 15 años y con una tasa de interés anual del 7,83% sobre saldos; en la tabla número 47 se muestra el total de pagos para el primer año.

Tabla 47: Costos financieros

| Nº | Fecha de pago | Saldo inicial | Interés | Capital | Saldo final | Interés acumulado |
|----|---------------|-----------------|--------------|--------------|-----------------|-------------------|
| 1 | 10/01/15 | ₡ 40.379.700,30 | ₡ 263.477,54 | ₡ 118.459,48 | ₡ 40.261.240,82 | ₡ 263.477,54 |
| 2 | 11/01/15 | ₡ 40.261.240,82 | ₡ 262.704,60 | ₡ 119.232,43 | ₡ 40.142.008,39 | ₡ 526.182,14 |
| 3 | 12/01/15 | ₡ 40.142.008,39 | ₡ 261.926,60 | ₡ 120.010,42 | ₡ 40.021.997,97 | ₡ 788.108,75 |
| 4 | 01/01/16 | ₡ 40.021.997,97 | ₡ 261.143,54 | ₡ 120.793,49 | ₡ 39.901.204,48 | ₡ 1.049.252,28 |
| 5 | 02/01/16 | ₡ 39.901.204,48 | ₡ 260.355,36 | ₡ 121.581,66 | ₡ 39.779.622,82 | ₡ 1.309.607,64 |
| 6 | 03/01/16 | ₡ 39.779.622,82 | ₡ 259.562,04 | ₡ 122.374,98 | ₡ 39.657.247,84 | ₡ 1.569.169,68 |
| 7 | 04/01/16 | ₡ 39.657.247,84 | ₡ 258.763,54 | ₡ 123.173,48 | ₡ 39.534.074,35 | ₡ 1.827.933,22 |
| 8 | 05/01/16 | ₡ 39.534.074,35 | ₡ 257.959,84 | ₡ 123.977,19 | ₡ 39.410.097,17 | ₡ 2.085.893,06 |
| 9 | 06/01/16 | ₡ 39.410.097,17 | ₡ 257.150,88 | ₡ 124.786,14 | ₡ 39.285.311,03 | ₡ 2.343.043,94 |
| 10 | 07/01/16 | ₡ 39.285.311,03 | ₡ 256.336,65 | ₡ 125.600,37 | ₡ 39.159.710,66 | ₡ 2.599.380,60 |
| 11 | 08/01/16 | ₡ 39.159.710,66 | ₡ 255.517,11 | ₡ 126.419,91 | ₡ 39.033.290,74 | ₡ 2.854.897,71 |
| 12 | 09/01/16 | ₡ 39.033.290,74 | ₡ 254.692,22 | ₡ 127.244,80 | ₡ 38.906.045,94 | ₡ 3.109.589,93 |

Fuente: Elaborado por los investigadores

4.8.8 Proyección del flujo de caja mensual

Tabla 48: Flujo de caja mensual

| Concepto | Periodo 0 | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Setiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre |
|---------------------------------------|----------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|---------------|---------------|-------------|-------------|
| Ingreso | | ₡ 4.031.246 | ₡ 4.586.412 | ₡ 6.559.119 | ₡ 3.278.885 | ₡ 2.304.646 | ₡ 1.870.760 | ₡ 3.122.370 | ₡ 2.293.882 | ₡ 876.615 | ₡ 1.242.087 | ₡ 2.726.751 | ₡ 5.169.126 |
| Costos Totales | | ₡ 382.011 | ₡ 434.620 | ₡ 621.558 | ₡ 310.715 | ₡ 218.394 | ₡ 177.278 | ₡ 295.884 | ₡ 217.374 | ₡ 83.070 | ₡ 117.703 | ₡ 258.394 | ₡ 489.839 |
| Egresos | | ₡ 2.957.245 | ₡ 2.995.719 | ₡ 3.182.838 | ₡ 2.872.216 | ₡ 2.780.159 | ₡ 2.739.352 | ₡ 2.858.314 | ₡ 2.780.211 | ₡ 2.646.366 | ₡ 2.681.514 | ₡ 2.822.777 | ₡ 3.054.856 |
| Gastos Administrativos | | | | | | | | | | | | | |
| Remuneraciones | | ₡ 1.159.175 | ₡ 1.159.175 | ₡ 1.159.175 | ₡ 1.159.175 | ₡ 1.159.175 | ₡ 1.159.175 | ₡ 1.159.175 | ₡ 1.159.175 | ₡ 1.159.175 | ₡ 1.159.175 | ₡ 1.159.175 | ₡ 1.159.175 |
| Cargas Sociales | | ₡ 224.490 | ₡ 224.490 | ₡ 224.490 | ₡ 224.490 | ₡ 224.490 | ₡ 224.490 | ₡ 224.490 | ₡ 224.490 | ₡ 224.490 | ₡ 224.490 | ₡ 224.490 | ₡ 224.490 |
| Alquiler | | ₡ 250.000 | ₡ 250.000 | ₡ 250.000 | ₡ 250.000 | ₡ 250.000 | ₡ 250.000 | ₡ 250.000 | ₡ 250.000 | ₡ 250.000 | ₡ 250.000 | ₡ 250.000 | ₡ 250.000 |
| Servicios basicos. | | ₡ 48.500 | ₡ 48.500 | ₡ 48.500 | ₡ 48.500 | ₡ 48.500 | ₡ 48.500 | ₡ 48.500 | ₡ 48.500 | ₡ 48.500 | ₡ 48.500 | ₡ 48.500 | ₡ 48.500 |
| Otras obligaciones. | | ₡ 19.167 | ₡ 19.167 | ₡ 19.167 | ₡ 19.167 | ₡ 19.167 | ₡ 19.167 | ₡ 19.167 | ₡ 19.167 | ₡ 19.167 | ₡ 19.167 | ₡ 19.167 | ₡ 19.167 |
| Mantenimiento. | | ₡ 33.433 | ₡ 20.072 | ₡ 21.031 | ₡ 22.035 | ₡ 23.087 | ₡ 24.189 | ₡ 25.344 | ₡ 26.554 | ₡ 27.822 | ₡ 29.151 | ₡ 30.543 | ₡ 32.001 |
| Producción | | | | | | | | | | | | | |
| Marchamo | | ₡ 50.000 | ₡ 50.000 | ₡ 50.000 | ₡ 50.000 | ₡ 50.000 | ₡ 50.000 | ₡ 50.000 | ₡ 50.000 | ₡ 50.000 | ₡ 50.000 | ₡ 50.000 | ₡ 50.000 |
| Reteve | | ₡ 5.451 | ₡ 5.451 | ₡ 5.451 | ₡ 5.451 | ₡ 5.451 | ₡ 5.451 | ₡ 5.451 | ₡ 5.451 | ₡ 5.451 | ₡ 5.451 | ₡ 5.451 | ₡ 5.451 |
| Publicidad | | ₡ 100.000 | ₡ 100.000 | ₡ 100.000 | ₡ 100.000 | ₡ 100.000 | ₡ 100.000 | ₡ 100.000 | ₡ 100.000 | ₡ 100.000 | ₡ 100.000 | ₡ 100.000 | ₡ 100.000 |
| Total de Gasto Administrativos | | ₡ 1.890.215 | ₡ 1.876.854 | ₡ 1.877.813 | ₡ 1.878.817 | ₡ 1.879.869 | ₡ 1.880.971 | ₡ 1.882.126 | ₡ 1.883.337 | ₡ 1.884.605 | ₡ 1.885.933 | ₡ 1.887.325 | ₡ 1.888.783 |
| Otro Gastos | | | | | | | | | | | | | |
| Interes del prestamo | | ₡ 263.478 | ₡ 262.705 | ₡ 261.927 | ₡ 261.144 | ₡ 260.355 | ₡ 259.562 | ₡ 258.764 | ₡ 257.960 | ₡ 257.151 | ₡ 256.337 | ₡ 255.517 | ₡ 254.692 |
| Depreciación | | ₡ 421.541 | ₡ 421.541 | ₡ 421.541 | ₡ 421.541 | ₡ 421.541 | ₡ 421.541 | ₡ 421.541 | ₡ 421.541 | ₡ 421.541 | ₡ 421.541 | ₡ 421.541 | ₡ 421.541 |
| Total de Otros Gastos | | ₡ 685.018 | ₡ 684.245 | ₡ 683.467 | ₡ 682.684 | ₡ 681.896 | ₡ 681.103 | ₡ 680.304 | ₡ 679.501 | ₡ 678.692 | ₡ 677.877 | ₡ 677.058 | ₡ 676.233 |
| Utilidad Bruta (UAI) | | ₡ 1.074.001 | ₡ 1.590.692 | ₡ 3.376.281 | ₡ 406.669 | ₡ (475.513) | ₡ (868.592) | ₡ 264.055 | ₡ (486.329) | ₡ (1.769.751) | ₡ (1.439.426) | ₡ (96.026) | ₡ 2.114.271 |
| Impuesto | | 107.400,12 | 159.069,24 | 337.628,07 | 40.666,88 | (47.551,27) | (86.859,22) | 26.405,55 | (48.632,87) | (176.975,14) | (143.942,63) | (9.602,57) | 211.427,06 |
| Utilidad Despues de Impuesto | | ₡ 966.601 | ₡ 1.431.623 | ₡ 3.038.653 | ₡ 366.002 | ₡ (427.961) | ₡ (781.733) | ₡ 237.650 | ₡ (437.696) | ₡ (1.592.776) | ₡ (1.295.484) | ₡ (86.423) | ₡ 1.902.844 |
| Depreciación | | ₡ 421.541 | ₡ 421.541 | ₡ 421.541 | ₡ 421.541 | ₡ 421.541 | ₡ 421.541 | ₡ 421.541 | ₡ 421.541 | ₡ 421.541 | ₡ 421.541 | ₡ 421.541 | ₡ 421.541 |
| Valor de Desecho | | ₡ - | ₡ - | ₡ - | ₡ - | ₡ - | ₡ - | ₡ - | ₡ - | ₡ - | ₡ - | ₡ - | ₡ - |
| Amortización de la deuda | | ₡ 118.459 | ₡ 119.232 | ₡ 120.010 | ₡ 120.793 | ₡ 121.582 | ₡ 122.375 | ₡ 123.173 | ₡ 123.977 | ₡ 124.786 | ₡ 125.600 | ₡ 126.420 | ₡ 127.245 |
| Inversión Inicial | ₡ (57.685.286) | | | | | | | | | | | | |
| Capital de Trabajo | ₡ 517.141 | | | | | | | | | | | | |
| Reinversión | | | | | | | | | | | | | |
| Prestamo (70%) | ₡ 40.379.700 | | | | | | | | | | | | |
| Flujo Neto de Efectivo | ₡ (16.788.445) | ₡ 1.269.682 | ₡ 1.733.931 | ₡ 3.340.183 | ₡ 666.749 | ₡ (128.002) | ₡ (482.567) | ₡ 536.017 | ₡ (140.132) | ₡ (1.296.022) | ₡ (999.543) | ₡ 208.698 | ₡ 2.197.140 |

Fuente: Elaborado por los investigadores.

4.8.9 Proyección de flujo de caja anual

Tabla 49: Flujo de caja anual

| Concepto | Periodo 0 | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 | Año 6 | Año 7 | Año 8 | Año 9 | Año 10 |
|-------------------------------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Ingreso | | ₺ 38.061.900 | ₺ 41.182.976 | ₺ 44.559.980 | ₺ 48.213.898 | ₺ 52.167.438 | ₺ 56.445.168 | ₺ 61.073.671 | ₺ 66.081.713 | ₺ 71.500.413 | ₺ 77.363.447 |
| Costos Totales | | ₺ 3.606.840 | ₺ 3.902.601 | ₺ 4.222.615 | ₺ 4.568.869 | ₺ 4.943.516 | ₺ 5.348.885 | ₺ 5.787.493 | ₺ 6.262.068 | ₺ 6.775.557 | ₺ 7.331.153 |
| Egresos | | ₺ 34.457.505 | ₺ 34.971.944 | ₺ 36.631.559 | ₺ 38.569.799 | ₺ 40.533.474 | ₺ 42.669.053 | ₺ 44.995.912 | ₺ 47.535.987 | ₺ 50.314.127 | ₺ 53.358.519 |
| Gastos Administrativos | | | | | | | | | | | |
| Remuneraciones | | ₺ 13.910.100 | ₺ 14.574.307 | ₺ 15.270.230 | ₺ 15.999.384 | ₺ 16.763.355 | ₺ 17.563.805 | ₺ 18.402.476 | ₺ 19.281.195 | ₺ 20.201.872 | ₺ 21.166.511 |
| Cargas Sociales | | ₺ 2.693.875 | ₺ 2.822.507 | ₺ 2.957.282 | ₺ 3.098.492 | ₺ 3.246.445 | ₺ 3.401.463 | ₺ 3.563.883 | ₺ 3.734.059 | ₺ 3.912.360 | ₺ 4.099.175 |
| Alquiler | | ₺ 3.000.000 | ₺ 3.450.000 | ₺ 3.967.500 | ₺ 4.562.625 | ₺ 5.247.019 | ₺ 6.034.072 | ₺ 6.939.182 | ₺ 7.980.060 | ₺ 9.177.069 | ₺ 10.553.629 |
| Servicios basicos. | | ₺ 582.000 | ₺ 609.791 | ₺ 638.908 | ₺ 669.416 | ₺ 701.380 | ₺ 734.871 | ₺ 769.961 | ₺ 806.727 | ₺ 845.248 | ₺ 885.609 |
| Otras obligaciones. | | ₺ 230.000 | ₺ 240.983 | ₺ 252.489 | ₺ 264.546 | ₺ 277.178 | ₺ 290.413 | ₺ 304.280 | ₺ 318.810 | ₺ 334.033 | ₺ 349.983 |
| Mantenimiento. | | ₺ 401.200 | ₺ 420.357 | ₺ 440.429 | ₺ 461.460 | ₺ 483.495 | ₺ 506.581 | ₺ 530.771 | ₺ 556.115 | ₺ 582.669 | ₺ 610.492 |
| | | | | ₺ - | ₺ - | ₺ - | ₺ - | ₺ - | ₺ - | ₺ - | ₺ - |
| Marchamo | | ₺ 600.000 | ₺ 600.000 | ₺ 600.000 | ₺ 600.000 | ₺ 600.000 | ₺ 600.000 | ₺ 600.000 | ₺ 600.000 | ₺ 600.000 | ₺ 600.000 |
| Reteve | | ₺ 65.410 | ₺ 65.410 | ₺ 65.410 | ₺ 65.410 | ₺ 65.410 | ₺ 65.410 | ₺ 65.410 | ₺ 65.410 | ₺ 65.410 | ₺ 65.410 |
| Publicidad | | ₺ 1.200.000 | ₺ 1.257.300 | ₺ 1.317.336 | ₺ 1.380.239 | ₺ 1.446.145 | ₺ 1.515.199 | ₺ 1.587.549 | ₺ 1.663.355 | ₺ 1.742.780 | ₺ 1.825.998 |
| Total de Gasto Admitrativos | | ₺ 22.682.585 | ₺ 24.040.655 | ₺ 25.509.586 | ₺ 27.101.572 | ₺ 28.830.427 | ₺ 30.711.814 | ₺ 32.763.514 | ₺ 35.005.730 | ₺ 37.461.441 | ₺ 40.156.807 |
| Otro Gastos | | | | | | | | | | | |
| Interes del prestamo | | ₺ 3.109.590 | ₺ 2.989.970 | ₺ 2.860.641 | ₺ 2.860.641 | ₺ 2.720.814 | ₺ 2.569.637 | ₺ 2.406.188 | ₺ 2.229.472 | ₺ 2.038.412 | ₺ 1.831.843 |
| Depreciación | | ₺ 5.058.489 | ₺ 4.038.717 | ₺ 4.038.717 | ₺ 4.038.717 | ₺ 4.038.717 | ₺ 4.038.717 | ₺ 4.038.717 | ₺ 4.038.717 | ₺ 4.038.717 | ₺ 4.038.717 |
| Total de Otros Gastos | | ₺ 8.168.079 | ₺ 7.028.688 | ₺ 6.899.358 | ₺ 6.899.358 | ₺ 6.759.531 | ₺ 6.608.354 | ₺ 6.444.905 | ₺ 6.268.189 | ₺ 6.077.129 | ₺ 5.870.560 |
| Utilidad Bruta (UAI) | | ₺ 3.604.395 | ₺ 6.211.032 | ₺ 7.928.421 | ₺ 9.644.099 | ₺ 11.633.963 | ₺ 13.776.115 | ₺ 16.077.759 | ₺ 18.545.726 | ₺ 21.186.286 | ₺ 24.004.928 |
| Impuesto | | ₺ 360.439,55 | ₺ 621.103,18 | ₺ 792.842,13 | ₺ 964.409,90 | ₺ 1.163.396,34 | ₺ 1.377.611,50 | ₺ 1.607.775,91 | ₺ 1.854.572,60 | ₺ 2.118.628,59 | ₺ 2.400.492,75 |
| Utilidad Despues de Impuesto | | ₺ 3.243.956 | ₺ 5.589.929 | ₺ 7.135.579 | ₺ 8.679.689 | ₺ 10.470.567 | ₺ 12.398.503 | ₺ 14.469.983 | ₺ 16.691.153 | ₺ 19.067.657 | ₺ 21.604.435 |
| Depreciación | | ₺ 5.058.489 | ₺ 4.038.717 | ₺ 4.038.717 | ₺ 4.038.717 | ₺ 4.038.717 | ₺ 4.038.717 | ₺ 4.038.717 | ₺ 4.038.717 | ₺ 4.038.717 | ₺ 4.038.717 |
| Valor de Desecho | | ₺ - | ₺ - | ₺ - | ₺ - | ₺ - | ₺ - | ₺ - | ₺ - | ₺ - | ₺ - |
| Amortización de la deuda | | ₺ 1.473.654 | ₺ 1.593.274 | ₺ 1.722.603 | ₺ 1.862.430 | ₺ 2.013.607 | ₺ 2.177.056 | ₺ 2.353.772 | ₺ 2.544.833 | ₺ 2.751.402 | ₺ 2.974.739 |
| Inversión Inicial | ₺ (57.685.286) | | | | | | | | | | |
| Capital de Trabajo | ₺ (517.141) | | | | | | | | | | |
| Reinversión | | | | | | | | | | | |
| Prestamo (70%) | ₺ 40.379.700 | | | | | | | | | | |
| Flujo Neto de Efectivo | ₺ (17.822.727) | ₺ 6.828.791 | ₺ 8.035.372 | ₺ 9.451.693 | ₺ 10.855.976 | ₺ 12.495.677 | ₺ 14.260.165 | ₺ 16.154.928 | ₺ 18.185.038 | ₺ 20.354.973 | ₺ 22.668.414 |

Fuente: Elaborado por los investigadores.

4.8.10 Evaluación del flujo de caja

Para realizar la evaluación financiera es importante analizar varios aspectos, que determinaran la viabilidad y es gracias a estos aspectos que se puede analizar a profundidad el aspecto económico de dicho proyecto. Para poder obtener la mayoría de los aspectos que se analizarán, es imprescindible elaborar un flujo de caja en donde se analizan los ingresos proyectados y los egresos proyectados, también tomando en consideración la inversión efectuada y los pasivos si es que existen.

Una vez elaborado el flujo de caja este arroja como primer aspecto para evaluar los flujos netos de efectivo, los cuales indican la fluidez de efectivo con los que contará la empresa una vez cubiertos todos los egresos; este monto si llega a ser mayor a cero, podría decirse que aun cubriendo todos los egresos, los ingresos llegan a ser mayores, en la tabla número 50 se muestran los flujos netos de efectivo, así como el valor presente, lo cual indica el valor presente de este efectivo si se le aplica la tasa de descuento.

Tabla 50: Flujos de caja neto y descontado

| Periodo | Flujos netos de efectivo | Valor presente |
|----------------|---------------------------------|-----------------------|
| Año 0 | ₡ 17.822.726,59 | |
| Año 1 | ₡ 6.828.790,84 | ₡ 6.013.271,03 |
| Año 2 | ₡ 8.035.372,00 | ₡ 7.075.757,73 |
| Año 3 | ₡ 9.451.693,31 | ₡ 8.322.936,64 |
| Año 4 | ₡ 10.855.976,07 | ₡ 9.559.514,68 |
| Año 5 | ₡ 12.495.676,83 | ₡ 11.003.396,23 |
| Año 6 | ₡ 14.260.164,66 | ₡ 12.557.162,31 |
| Año 7 | ₡ 16.154.928,40 | ₡ 14.225.646,25 |
| Año 8 | ₡ 18.185.038,10 | ₡ 16.013.312,64 |
| Año 9 | ₡ 20.354.972,88 | ₡ 17.924.105,67 |
| Año 10 | ₡ 22.668.413,52 | ₡ 19.961.266,55 |
| Total | ₡ 139.291.026,61 | ₡ 122.656.369,74 |

Fuente: Elaborado por los investigadores.

Dentro de la evaluación económica de proyectos, algunas de las técnicas más conocidas, para determinar la viabilidad de un proyecto, son el VAN o valor actual neto y la TIR que sería la tasa interna de retorno, aspectos que serán analizados en este proyecto en particular, pero además, se analizarán aspectos como el periodo de recuperación de la inversión, este mismo periodo, pero con los montos descontados y la razón beneficio costo.

Para el caso específico del VAN se puede entre ver que el monto presente en este proyecto es positivo lo cual indica que invirtiendo en este proyecto se puede llegar a tener una ganancia, pero además se puede ver que para este proyecto en específico se le está exigiendo una tasa del 13,56%, la cual da un valor actual de los flujos de efectivo de ¢41.130.180,22 sobre la inversión que se realizó, monto que a primera vista parece ser considerable para invertir.

Cuando se analiza la TIR, se puede ver en primera instancia que el porcentaje que arroja está muy por encima de la tasa exigida que fue del 13,56%, es decir, el proyecto con los datos que posee en este momento daría un tasa interna de retorno de 51,71%, mayor a la tasa mínima exigida al proyecto, lo cual se podría analizar como un margen de amplia variación para el proyecto.

Si se analiza los periodos de recuperación, tanto del neto como el descontado, se puede ver que el periodo para recuperar la inversión es mínimo según los resultados, llegando a ser menores a un periodo y medio, lo cual se podría interpretar como un proyecto de rápida generación de dividendos para los inversionistas, con periodos de recuperación cortos y tasa de retorno muy por encima de la mínima exigida.

Tabla 51: Evaluación financiera

| | |
|--|-----------------------|
| Trema | 13,56% |
| Periodo recuperación inversión | 1,28 |
| Periodo recuperación inversión descontado | 1,45 |
| Valor presente neto | ¢41.130.180,22 |
| TIR | 51,71% |
| Comprobación TIR (VAN 0) | ¢0,00 |
| Razón beneficio costo | 6,88 |

Fuente: Elaborado por los investigadores.

4.8.11 Análisis de sensibilidad (escenarios optimista-probable-pesimista)

4.8.11.1 Escenario no. 1 optimista

En este escenario se plantea acceder a un 25% más de la demanda probable que se planteó en el proyecto, es decir, se estaría abarcando a un total de 295,00 anual que harían uso del servicio.

Tabla 52: Escenario optimista flujos

| Periodo | Flujos netos de efectivo | Valor presente |
|----------------|---------------------------------|-------------------------|
| Año 0 | ₪ 18.766.256,60 | |
| Año 1 | ₪ 14.525.381,80 | ₪ 12.790.706,22 |
| Año 2 | ₪ 16.367.502,58 | ₪ 14.412.834,02 |
| Año 3 | ₪ 18.471.477,89 | ₪ 16.265.544,71 |
| Año 4 | ₪ 20.618.158,84 | ₪ 18.155.860,98 |
| Año 5 | ₪ 23.062.779,54 | ₪ 20.308.535,91 |
| Año 6 | ₪ 25.698.191,02 | ₪ 22.629.216,65 |
| Año 7 | ₪ 28.535.294,43 | ₪ 25.127.502,54 |
| Año 8 | ₪ 31.585.015,99 | ₪ 27.813.014,90 |
| Año 9 | ₪ 34.858.171,13 | ₪ 30.695.277,58 |
| Año 10 | ₪ 38.365.296,59 | ₪ 33.783.568,96 |
| Total | ₪ 252.087.269,80 | ₪ 221.982.062,48 |

Fuente: Elaborado por los investigadores.

Tabla 53: Escenario optimista evaluación

| | |
|--|-----------------------|
| Trema | 13,56% |
| Periodo recuperación inversión | 0,74 |
| Periodo recuperación inversión descontado | 0,85 |
| Valor presente neto | ₪88.853.430,29 |
| TIR | 89,33% |
| Comprobación TIR (VAN 0) | ₪0.00 |
| Razón beneficio costo | 11,83 |

Fuente: Elaborado por los investigadores.

Al aumentar en ese porcentaje la demanda, da como resultado, números positivos y niveles de rentabilidad altos, basándose en el periodo de recuperación neto y descontado, los cuales se redujeron casi a la mitad y además la tasa de retorno crece en alrededor de un 55% con relación a la demanda probable. Además, la relación beneficio costo se eleva 7 puntos por encima de la establecida en la demanda probable, así como el VAN con este aumento del 25% en la demanda, genera un aumento de cerca del 56% en su valor, lo que demuestra que el proyecto posee una sensibilidad al enfrentar cambios en la demanda.

4.8.11.2 Escenario no. 2 probable

Este escenario es el que se analiza arriba en el que se pretende acceder a un 8% de la población meta, los números son favorables y existe un margen de variación muy amplio para el proyecto en esta condición.

4.8.11.3 Escenario no.3 pesimista

Para plantear el escenario pesimista se reducirá la demanda del servicio en un 25% de lo establecido en la demanda probable, lo cual lleva de 740 personas usando el servicio anualmente a 555 personas.

Tabla 54: Escenario pesimista flujos

| Periodo | Flujos netos de efectivo | Valor presente |
|----------------|---------------------------------|-----------------------|
| Año 0 | ₡ 16.879.196,59 | |
| Año 1 | -₡ 867.800,11 | -₡ 764.164,17 |
| Año 2 | -₡ 296.758,58 | -₡ 261.318,56 |
| Año 3 | ₡ 431.908,73 | ₡ 380.328,57 |
| Año 4 | ₡ 1.093.793,29 | ₡ 963.168,39 |
| Año 5 | ₡ 1.928.574,12 | ₡ 1.698.256,56 |
| Año 6 | ₡ 2.822.138,31 | ₡ 2.485.107,96 |
| Año 7 | ₡ 3.774.562,36 | ₡ 3.323.789,97 |
| Año 8 | ₡ 4.785.060,22 | ₡ 4.213.610,38 |
| Año 9 | ₡ 5.851.774,62 | ₡ 5.152.933,75 |
| Año 10 | ₡ 6.971.530,45 | ₡ 6.138.964,14 |
| Total | ₡ 26.494.783,41 | ₡ 23.330.677,00 |

Fuente: Elaborado por los investigadores.

Tabla 55: Escenario pesimista evaluación

| | |
|--|-----------------------|
| Trema | 13,56% |
| Periodo recuperación inversión | 6,37 |
| Periodo recuperación inversión descontado | 7,23 |
| Valor presente neto | -₡6.593.069,85 |
| TIR | 5,66% |
| Comprobación TIR (VAN 0) | ₡-0,00 |
| Razón beneficio costo | 1,38 |

Fuente: Elaborado por los investigadores.

Este cambio da como resultado una reducción bastante considerable en la mayoría de los aspectos que analizan la viabilidad del proyecto, empezando por el VAN que se reduce en casi sesenta millones con respecto a la demanda probable, además de que el TIR se reduce en poco más de la mitad, aunque aún supera el mínimo exigido, la reducción es considerable.

También el periodo de recuperación cambia considerablemente, superando con este escenario más de un periodo, acercándose casi a los dos periodos para la recuperación de la inversión.

Sin embargo, dicho lo anterior aun los números llegan a ser favorables, aunque se logra apreciar una alta sensibilidad del proyecto a cambios en la demanda.

4.8.12 Estados de resultados proyectados

El estado de resultado o de situación financiera muestra más específicamente cual es el margen de rendimientos de una empresa, para este caso en particular el rendimiento promedio del proyecto para los 10 años de proyección es de un 24% en promedio, lo cual no está nada mal, tomando en consideración el rendimiento de las carteras de inversión la mayoría de entidades financieras.

Tabla 56 Estado de resultados

| ESTADO DE RESULTADOS | | | | | | | | | | |
|---|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|
| Año | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| Ventas | ₡ 38.061.900,00 | ₡ 41.182.975,80 | ₡ 44.559.979,82 | ₡ 48.213.898,16 | ₡ 52.167.437,81 | ₡ 56.445.167,71 | ₡ 61.073.671,46 | ₡ 66.081.712,52 | ₡ 71.500.412,95 | ₡ 77.363.446,81 |
| (-)Costo de Ventas | ₡ 3.606.840,37 | ₡ 3.902.601,28 | ₡ 4.222.614,58 | ₡ 4.568.868,98 | ₡ 4.943.516,23 | ₡ 5.348.884,56 | ₡ 5.787.493,10 | ₡ 6.262.067,53 | ₡ 6.775.557,07 | ₡ 7.331.152,75 |
| (=)Utilidad Bruta | ₡ 34.455.059,63 | ₡ 37.280.374,52 | ₡ 40.337.365,23 | ₡ 43.645.029,18 | ₡ 47.223.921,58 | ₡ 51.096.283,15 | ₡ 55.286.178,36 | ₡ 59.819.644,99 | ₡ 64.724.855,88 | ₡ 70.032.294,06 |
| % Utilidad Bruta | 90,52% | 90,52% | 90,52% | 90,52% | 90,52% | 90,52% | 90,52% | 90,52% | 90,52% | 90,52% |
| (-)Gastos Administrativos | ₡ 22.682.584,96 | ₡ 24.040.655,06 | ₡ 25.509.585,52 | ₡ 27.101.571,77 | ₡ 28.830.426,90 | ₡ 30.711.814,13 | ₡ 32.763.513,74 | ₡ 35.005.729,59 | ₡ 37.461.440,94 | ₡ 40.156.806,68 |
| (-)Depreciaciones | ₡ 5.058.489,29 | ₡ 4.038.717,25 | ₡ 4.038.717,25 | ₡ 4.038.717,25 | ₡ 4.038.717,25 | ₡ 4.038.717,25 | ₡ 4.038.717,25 | ₡ 4.038.717,25 | ₡ 4.038.717,25 | ₡ 4.038.717,25 |
| (=)Total de Gastos | ₡ 27.741.074,25 | ₡ 28.079.372,31 | ₡ 29.548.302,77 | ₡ 31.140.289,02 | ₡ 32.869.144,15 | ₡ 34.750.531,38 | ₡ 36.802.230,99 | ₡ 39.044.446,84 | ₡ 41.500.158,19 | ₡ 44.195.523,93 |
| (=)Utilidad Antes de Int. e Imp. | ₡ 6.713.985,38 | ₡ 9.201.002,21 | ₡ 10.789.062,47 | ₡ 12.504.740,16 | ₡ 14.354.777,42 | ₡ 16.345.751,77 | ₡ 18.483.947,37 | ₡ 20.775.198,15 | ₡ 23.224.697,69 | ₡ 25.836.770,13 |
| (=)Utilidad Antes de Imp. | ₡ 6.713.985,38 | ₡ 9.201.002,21 | ₡ 10.789.062,47 | ₡ 12.504.740,16 | ₡ 14.354.777,42 | ₡ 16.345.751,77 | ₡ 18.483.947,37 | ₡ 20.775.198,15 | ₡ 23.224.697,69 | ₡ 25.836.770,13 |
| (-)Impuesto a la Renta (10%) | ₡ 671.398,54 | ₡ 920.100,22 | ₡ 1.078.906,25 | ₡ 1.250.474,02 | ₡ 1.435.477,74 | ₡ 1.634.575,18 | ₡ 1.848.394,74 | ₡ 2.077.519,82 | ₡ 2.322.469,77 | ₡ 2.583.677,01 |
| (=)Utilidad Neta | ₡ 6.042.586,84 | ₡ 8.280.901,99 | ₡ 9.710.156,22 | ₡ 11.254.266,15 | ₡ 12.919.299,68 | ₡ 14.711.176,59 | ₡ 16.635.552,64 | ₡ 18.697.678,34 | ₡ 20.902.227,92 | ₡ 23.253.093,11 |
| Utilidad Acumulada | ₡ 6.042.586,84 | ₡ 14.323.488,83 | ₡ 24.033.645,05 | ₡ 35.287.911,20 | ₡ 48.207.210,88 | ₡ 64.928.387,47 | ₡ 81.649.564,06 | ₡ 100.347.236,40 | ₡ 121.249.464,32 | ₡ 144.502.557,43 |
| Redimiento | 16% | 20% | 22% | 23% | 25% | 26% | 27% | 28% | 29% | 30% |

Fuente: Elaborado por los investigadores.

4.8.13 Balance general proyectado (de apertura y a un año de labores)

El balance general se separará en dos para realizar el análisis, el primero sería el balance general de apertura en donde están contempladas las inversiones en activos fijos como en materiales y suministros para la puesta en marcha de la empresa y también se toma en cuenta los pasivos que serán necesarios para la adquisición de los insumos y activos necesarios, así como el capital proveniente de los accionistas.

En el balance general pasado un año de labores se aprecia como los activos fijos se deprecian por efecto del uso y del tiempo, además se logra observar como ya en este primer año las ganancias generadas por el ejercicio normal de la compañía ayudan a acrecentar el monto del patrimonio de la empresa, además para este primer año la cuenta de pasivos se ve disminuida por efecto de las amortizaciones a la deuda.

Tabla 57: Balance general de apertura

| Balance general | | | |
|----------------------------------|------------------------|-----------------------------------|------------------------|
| Activos | | Pasivo | |
| <u>Activos corrientes</u> | | <u>Pasivo largo plazo</u> | |
| | | | ₱ 38.906.045,94 |
| Caja | ₱ 9.978.044,52 | | |
| Materiales y suministros | ₱ 3.606.840,37 | | |
| Gastos pagados por adelantado | ₱ 4.493.393,11 | | |
| Total activos corrientes | ₱ 18.078.278,00 | Total pasivo a largo plazo | ₱ 38.906.045,94 |
| <u>Activos fijos</u> | | <u>Patrimonio</u> | |
| Terreno | | Capital social | ₱ 17.305.585,84 |
| Construcción | | Utilidad del ejercicio | |
| Vehículo | ₱ 50.160.000,00 | | |
| Maquinarias | | | |
| Muebles y enseres | ₱ 121.149,00 | | |
| Equipo de computación | ₱ 296.078,00 | | |
| Depreciación | -₱ 5.058.489,29 | | |
| Total activo fijo | ₱ 45.518.737,71 | Total patrimonio | ₱ 24.019.571,22 |
| Total de activos | ₱ 63.597.015,70 | Total pasivo + patrimonio | ₱ 63.597.015,70 |

Fuente: Elaborado por los investigadores.

Tabla 58: Balance general para el primer año

| Balance general | | | |
|--------------------------------------|------------------------|-----------------------------------|------------------------|
| Activos | | Pasivo | |
| <u>Activos Corrientes</u> | | <u>Pasivo largo plazo</u> | |
| Caja | ₡ 9.978.044,52 | | |
| Materiales y suministros | ₡ 3.902.601,28 | | |
| Gastos pagados por adelantado | ₡ 4.493.393,11 | | |
| Total activos corrientes | ₡ 18.374.038,91 | Total pasivo a largo plazo | ₡ 38.906.045,94 |
| <u>Activos fijos</u> | | <u>Patrimonio</u> | |
| Terreno | | Capital social | ₡ 12.590.816,61 |
| Construcción | | Utilidad del ejercicio | |
| Vehículo | ₡ 50.160.000,00 | | |
| Maquinarias | | | |
| Muebles y enseres | ₡ 121.149,00 | | |
| Equipo de computación | ₡ 296.078,00 | | |
| Depreciación | -₡ 5.058.489,29 | | |
| Total activo fijo | ₡ 40.085.510,71 | Total patrimonio | ₡ 18.633.403,45 |
| Total de activos | ₡ 58.459.549,61 | Total pasivo + patrimonio | ₡ 58.459.549,61 |

Fuente: Elaborado por los investigadores.

4.8.13.1 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es el monto en el que los ingresos por ventas igualan a los costos variables y costos fijos, es decir cuando la empresa no tiene ni pérdidas ni ganancias, a partir de este monto de ventas se logra generar ganancias. Para el proyecto en análisis el punto de equilibrio es el que se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 59: Punto de equilibrio

| Punto de equilibrio en ventas | |
|--------------------------------------|-----------------------|
| Ventas netas | ¢38.061.900,00 |
| Costos variables totales | ¢ 3.606.840,37 |
| Costos fijos totales | ¢22.682.584,96 |
| Punto de equilibrio | ¢25.057.053,73 |

Fuente: Elaborado por los investigadores.

Capítulo V

Conclusiones y Recomendaciones

5.1. Conclusiones

Una vez analizadas todas las variables e interpretados los datos que se obtuvieron de los diferentes estudios que abarcó el proyecto, se pueden puntualizar algunas conclusiones en relación con los objetivos planteados en el inicio de este proyecto.

El mercado está constituido en su mayoría por oferta de tours de tipo acuático o náutico y estos tienden a ser también, los que presentan los precios más altos dentro de las opciones de actividades para los turistas en la zona, según los estudios realizados.

Los servicios de tours de aventura son los que poseen menor oferta en el mercado, según se estableció en los diferentes estudios.

Se determinó que la mayoría de las personas encuestadas, prefieren precios en rangos que van de los 50 a los 100 dólares y disminuye la aceptación de los precios conforme aumenta, esto basándonos en los resultados del estudio de la demanda.

Se confirma que, aunque los tours de aventura no más aceptados por los encuestados, si representan un porcentaje del mercado meta, lo cual podría crear un espacio para una empresa que busque quedarse con una porción de ese mercado.

La apuesta del servicio de tours que se analiza para lograr un porcentaje del mercado es ofrecer precios competitivos y que estén en los rangos de mayor aceptación de los clientes, así como ofrecer un servicio novedoso y que no está presente actualmente en la zona.

Según lo analizado en el proyecto se puede ver que, si bien los costos de inversión inicial podrían parecer altos para algunas personas, el rendimiento de la inversión según los resultados del estudio financiero, responden bien ante niveles de exigencia de rendimiento altos; además de que los tiempos de recuperación de la inversión son muy cortos.

Tomando como referencia los estudios técnicos y financieros se podría decir que los costos de operación del proyecto son mínimos y representan en promedio un 12% de los ingresos brutos.

Con relación a los aspectos legales que se analizaron en el proyecto, no parece que esté presente algún problema de índole legal que impida la normal puesta en marcha del proyecto.

En el área organizacional del proyecto, la empresa que se pretende poner en marcha no necesitará de mucho personal. Se estableció un mínimo de dos personas para realizar las actividades básicas de la empresa, como lo es la atención al cliente, prestación del tour y el encargarse de aspectos administrativos de la oficina.

Según lo establece el estado de resultados proyectado que se creó en el apartado del estudio financiero, se puede analizar que, para los diez periodos seleccionados, el promedio de la rentabilidad del proyecto basándose en la utilidad neta es del 24%, un porcentaje que, si se compara con la tasa que se le pidió al proyecto, está varios puntos por encima.

Una vez analizados todos los aspectos anteriores, se puede puntualizar que si bien el proyecto presenta números que podrían considerarse positivos ante una posible inversión, lo cierto es que también tiene sensibilidad ante cambios considerables en la demanda, ya que se aplicó en el análisis de sensibilidad cambios del 25% en la demanda, que generaban variaciones de cerca del 50% en la mayoría de los indicadores que se aplicaron en el análisis de sensibilidad.

5.2. Recomendaciones

Es importante tener una delimitación estratégica de las áreas de desarrollo de esta actividad, para su respectiva utilización y conservación que en caso de cualquier situación anómala que se presente, pueda llegar apoyo de una manera rápida.

Se recomienda que si el proyecto se lleva acabo y se pone en marcha la empresa, que esta se acerque al ICT, para recibir acompañamiento gubernamental y pueda beneficiarse de los proyectos que el Instituto suele implementar para las empresas turísticas.

Ya que la empresa pretende desmañarse en el área del turismo, es importante que apoye las entidades o proyectos que buscan la conservación del medio ambiente, esto porque el principal activo de la empresa es la belleza natural de la zona y además, que los turistas en las últimas décadas buscan un turismo más enfocado a la conservación del medio ambiente.

Se recomienda tener un plan de reinversión a futuro para prever el desgaste normal de los vehículos utilizados, ya que en el proyecto actual no se tomó en consideración por los periodos que están en análisis.

Después de la puesta en marcha del proyecto, es de suma importancia crear una cultura de servicio, atención al cliente y calidad, ya que, esto es de valor para los turistas y crea una diferenciación con la competencia, que puede llegar a ser vital en la captación de los clientes o futuros clientes.

Se recomienda crear relaciones comerciales con las empresas de hospedajes locales, así como con los tours operadores, para acceder a posibles clientes por medio de estas empresas.

5.3. Propuesta

5.3.1 Introducción

Se realizaron diferentes estudios incluidos en el presente documento, con el fin analizar los gustos y preferencias de los consumidores y así el estado del mercado turístico y los posibles competidores a los que se enfrentaría una empresa de servicios de tours en cuadraciclo. Dentro de los cuales se realizó un análisis sobre la viabilidad financiera que este proyecto presenta, sobre la implementación de este.

5.3.2 Objetivos de la propuesta

5.3.2.1 Objetivo general

Diseñar un plan estratégico para la implementación de una empresa de servicios de tours en cuadraciclos, en el distrito de Puerto Jiménez de Golfito.

5.3.2.2 Objetivos específicos

Determinar los pasos a seguir para la comercialización de la empresa de servicios de tours en cuadraciclos.

Señalar los procedimientos que permitan desarrollar adecuadamente las actividades, tareas y funciones de la empresa. (Producción)

Describir políticas para el manejo contable y financiero para el buen desempeño de la empresa.

5.3.3 Propuesta

La primera propuesta es determinar los pasos a seguir para la comercialización de la empresa de servicios de tours en cudaraciclos.

Cuando se pretende implementar un negocio, se debe tener claro con anterioridad, cuál va ser el sistema de comercialización que se utilizará para llegar a los clientes, dentro de este sistema se podría mencionar los siguientes pasos a tomar en consideración:

Uso de rotulación, la cual se ubicará en puntos estratégicos, por los cuales suelen ingresar los clientes a la zona y de esta manera, captar la atención del turista e informarle de la opción existente del tour en el lugar.

Promoción a través de Internet, mediante una página web bien diseñada que favorezca al cliente al informarle muy bien del servicio que se ofrece y con la capacidad de generar reservación en línea.

Además, se apostará por las páginas de información turística como lo son Trip Advisor, Expedia, entre otras, que dan a conocer las diferentes actividades de un lugar en específico y las cuales ha tenido repercusión en la decisión de los turistas en los últimos años.

Finalmente, se creará una base datos históricos de los clientes, a los cuales se les enviará periódicamente vía correo electrónico, información respecto a las nuevas rutas que se crearán posteriormente.

La segunda propuesta es señalar los procedimientos que permitan desarrollar adecuadamente las actividades, tareas y funciones de la empresa. (Producción). Toda empresa en su etapa de operación tiene un proceso de producción, el cual da las pautas o los pasos a seguir para producir un producto en específico o brindar un servicio. Estas pautas establecen cómo debería prestarse el servicio normalmente, para este caso en cuestión se tienen las siguientes:

- Identificar qué actividades van a desarrollarse en cada tour ofertado, establecer según la elección que tome el cliente cuál de los tours ofrecidos se prestará, así como, el precio que se pactará con dicho cliente.
- Revisar todos los implementos de seguridad, así como el buen funcionamiento de los vehículos, que se cumpla con todos los aspectos de seguridad necesarias antes de hacer uso de los mismos.
- Planificar los itinerarios y las rutas a desarrollar, así como los diferentes puntos de descanso y el momento exacto del tour en el cual se brindará el refrigerio.

- Establecer tiempos de duración de cada actividad, esto para determinar los horarios tanto de salida, como de retorno.
- Calcular tiempos de transportación de cada lugar mediante el cálculo o la velocidad que se permitirá que opere el vehículo y por el número de kilómetros que comprenda entre cada lugar a visitar.
- Acuerdos verbales o por escrito con los prestadores de servicios complementarios. Si llegara a establecer un tour, en el cual se ofrezcan servicios adicionales brindados por terceros, se deberá establecer detalladamente cuáles son las condiciones de cada uno de estos servicios.
- Promocionar los tours mediante nuestra página web para contactos extranjeros y publicidad externa para los turistas nacionales.

La tercera propuesta es describir políticas para el manejo contable y financiero para el buen desempeño de la empresa.

Sin duda alguna, los aspectos contables y financieros dentro de una empresa, son de los más importantes que existen, es gracias a estos que se puede identificar cómo se encuentra la empresa en un momento determinado. También, es indispensable poder calcular los requerimientos fiscales que presente la empresa ante la administración tributaria, por tanto se tomarán en cuenta las siguientes políticas financiero-contables:

El periodo contable estará basado en el periodo fiscal, el cual inicia desde el 1 de octubre y finaliza el 30 de septiembre del siguiente año.

Se deberá llevar un Libro de diario donde se anotarán todos los asientos contables diarios.

- Libro mayor en el cual se registrarán todos los movimientos de cada cuenta en específico.
- Libro de inventarios, en este se llevará el registro del inventario tanto fijo, como el inventario de insumos.
- Libro de cuentas bancarias y de tarjetas de crédito: se anotan los ingresos y salidas de efectivo de las diferentes cuentas bancarias de la empresa. Cuentas por cobrar: se anotan, de manera ordenada, las sumas que adeudan las entidades o clientes a la empresa. En la mayoría de las organizaciones comerciales, las cuentas por cobrar normalmente se generan al emitir una factura y entregarla al cliente.

La clasificación de los costos para el proyecto son los siguientes:

- **Según la función que cumplen**

1. Costos de producción: materias primas, insumos, mano de obra.
2. Costos de administración: alquiler, suministros de oficina, etc.
3. Costos de comercialización: publicidad, etc.
4. Costos de financiamiento: amortización e intereses de créditos.

- Según su variabilidad

1. Costos fijos: permanecen constantes independientemente del nivel de actividad de la empresa (alquileres, por ejemplo).
2. Costos variables: aumentan o disminuyen de forma proporcional de acuerdo con el nivel de producción de la empresa (materias primas, por ejemplo).

- Según su asignación

1. Costos directos: se asignan directamente a una unidad de producción (son semejantes a los costos variables).

Costos indirectos: no se pueden asignar directamente a un producto o servicio, sino que se distribuyen entre las diversas unidades productivas (se asemejan a los Estados financieros, flujo de caja y balance general)

5.3.4 Recursos necesarios

La descripción de todos los recursos que se necesitan para llevar a cabo el proyecto de inversión se mencionaron en el capítulo cuatro, los recursos para hacer la adquisición de los mismos están contemplados en el monto del crédito bancario que se requiere solicitar.

5.3.5 Cronograma

El siguiente cuadro detalla las actividades, plazos, informes de esta propuesta.

Tabla 60: Cronograma de actividades

| Actividad | Plazo de ejecución | Responsable |
|---|---------------------------|--------------------|
| Registro de la Sociedad Anónima | Día 1-10 | Socios |
| Alquiler del local | Día 1-10 | Socios |
| Solicitud del permiso sanitario | Día 1-10 | Socios |
| Póliza de riesgos de trabajo a los empleados | Día 1-10 | Socios |
| Inscripción en la Dirección General de Tributación Directa | Día 1-10 | Socios |
| Solicitud de patente comercial en la municipalidad | Día 1-10 | Socios |
| Compra de vehículos, mobiliario y herramientas | Día 10-20 | Socios |
| Promoción Publicitaria | Día 20-30 | Socios |
| Contratación de personal | Día 20-30 | Socios |
| Apertura del local | Día 31 | Socios |

Fuente: Elaborado por los investigadores.

Bibliografía

- Baca, G. (1995). *Evaluación de Proyectos*. Tercera edición Editorial Mc Graw-Hill, México.
- Baca, G. (2002). *Evaluación De Proyectos*. Cuarta edición, Editorial McGraw-Hill. México
- Baca, G. (2006). *Evaluación De Proyectos*. Quinta edición. Editorial McGraw-Hill. México.
- Behar, D. (2008). *Metodología de la Investigación*. Primera edición, Editorial Shalom, México.
- Bierman, H, Smidt, S, (2011). *Advanced Capital Budgeting: Refinements in the Economic Analysis of Investment Projects*, Macmillan Publishers Limited, USA.
- Córdoba, M. (2006). *Formulación y evaluación de proyectos*. Segunda edición, Bogotá, Ecoe Ediciones, 2006.
- Driscoll, L, Hunt, C, Honey, M. y Durham, W. (2011). *The importance of ecotourism as a development and conservation tool in the Osa Peninsula*. Report for the Centre of Responsible Tourism (CREST), Costa Rica.
- Gitman, Ly Zutter, C. (2012). *Principios de la Administración Financiera*. Decimosegunda edición. Editorial Pearson Educación. México, 2012
- Gómez, M. (2008). *Elementos de Estadística Descriptiva*. 3ª edición. EUNED, San José, costa Rica.
- Hernández, R, Fernández, C y Baptista, P. (2006). *Metodología de la investigación*. Cuarta edición, Mcgrawhilli interamericana editores, S.A, Montreal, Canadá.

Kotler, P y Armstrong, G. (2012) *Marketing*. Decimocuarta edición. Editorial Pearson Educación, México, D.F.

Lobo, J y Bolaños, F. (2005). *Historia natural de Golfito – Costa Rica*. Instituto Nacional de Biodiversidad, INBio, Santo Domingo de Heredia, Costa Rica.

Meigs, R, Bettner, M, Haka, S y Williams, J. (1993). *Contabilidad: La base para decisiones empresariales*. Décimo primera edición, Editorial Mc Graw Hill. México.

Mokate, K, Cuervo A, Vallejos, H. (2004). *Evaluación Financiera de Proyectos de Inversión*. Primera edición. Editorial Alfaomega Universidad de los Andes, Bogotá, Colombia.

Marín, J y Ketelhöhn, W. (1988). *Inversiones estratégicas: un enfoque multidimensional*. Tercera edición, Editorial Libro Libre, San José, Costa Rica.

Novo, G. (1977). *Diccionario general de turismo*. México: Editorial Diana, 1977

Parkin, M y Esquivel, G. (2007). *Macroeconomía: versión para Latinoamérica*. Pearson Educación, México.

Salas, T. (1996). *Análisis y Diagnóstico Financiero*. Segunda edición, Editorial Guayacán, San José, Costa Rica.

Sapag, N y Sapag R. (2008). *Preparación y Evaluación de Proyectos*. Quinta edición. Editorial Graw Hill Latinoamérica S.A, Bogotá, D.C., Colombia.

Sierra, C. Vartanián, D. Polimeni, J. (2003). *Caracterización social, económica y ambiental del Area de Conservación Osa*. Ministerio del Ambiente y Energía, Dirección de Sociedad Civil, San José (Costa Rica).

Urbina, G. (2006). *Evaluación de Proyectos*. Quinta edición. McGraw-Hill, México, D.F.

Sierra, R. (2001) *Técnicas de Investigación Social. Teoría y Ejercicios*. Decimocuarta edición. Thomson Editores Spain. España.

Wikipedia. (2010). *Investigación Descriptiva*. Recuperado de, http://es.wikipedia.org/wiki/Investigación_descriptiva (Consultada 15 de enero de 2010)

Ley No. 1917 del 29 de julio de 1955, publicada en La Gaceta No. 175 del 9 de agosto de 1955.

Ley No. 7412 del 24 mayo de 1994, publicada en La Gaceta No. 111 del 10 de junio de 1994

Resolución DGT-R-067-2015 del 22 de octubre del 2015 sobre requisitos de inscripción, modificación y desinscripción en el Registro Único Tributario.

Decreto ejecutivo número 31849-MINAE-SALUD-MOPT-MAG-MEIC, Reglamento General sobre los procedimientos de Evaluación de Impacto Ambiental (EIA), del 28 de junio del 2004.

Yamaha Grizzly 300 4X4. Recuperado de <https://www.yamahacostarica.com/product-page/grizzly-300-4x4>

Fotografía casco Ls2 OF573. Recuperado de <https://ls2helmets.com/es/downtown/twister>

Fotografía lentes Progrip 3450. Recuperado de <https://www.motoblouz.es/gafas-de-motocross-progrip-top-line-3450-carbono-2017-60691-v.html#>

Anexos

Anexo 1 Cuestionario

UNIVERSIDAD NACIONAL DE COSTARICA

El presente cuestionario busca recolectar información, sobre los gustos y preferencias en la escogencia de actividades turísticas, esto para determinar la aceptación de un posible proyecto de inversión en el área del turismo en la zona de Puerto Jiménez. De ante mano se agradece su participación en la investigación.

INSTRUCCIONES:

- Marque con una “X” las repuestas
- Lea con cuidado las preguntas
- Algunas preguntas son de selección múltiple
- Consulte con el encuestador si tiene dudas
-

1. ¿Esta es la primera vez que visita Puerto Jiménez?

Cod. 001

1 SÍ ()

2 NO ()

2. ¿Cuántos días piensa estar vacacionando en Puerto Jiménez?

Cod. 002

1-2 ()

2 3-7 ()

3 8-15 ()

4 15-30 ()

5 Más de 30 ()

3. ¿Qué tipo de turismo piensa poner en practica al visitar Puerto Jiménez?

Cod. 003

1 Ecoturismo ()

2 Aventura ()

3 Turismo náutico ()

4 Bienestar ()

4. ¿A realizado alguna vez turismo de aventura? si su respuesta es "SÍ" por favor indique qué tipo de actividad realizó. Si la respuesta fuese "NO" pasar a la siguiente pregunta.

Cod. 004

- | | |
|--|---|
| 1 Pesca deportiva () | 9 Tours de surf () |
| 2 Kayaking () | 10 Tours en cuadraciclos () |
| 3 Caminatas () | 11 Escalada de árboles () |
| 4 Canopy () | 12 Visita guiada Parques Nacionales () |
| 5 Avistamiento de aves () | |
| 6 Avistamiento delfines y ballenas () | 13 Visita a centros de refugio () |
| 7 Rapelling () | 14 Tour de granja ecológica () |
| 8 Tours a caballo () | 15 Tours en paddleboards () |

5. ¿Conoce usted que se realice alguna actividad de turismo de aventura en Puerto Jiménez? Si su repuesta es "SÍ" por favor indicar cuál o cuáles.

Cod. 005

- | | |
|--|---|
| 1 Pesca deportiva () | 9 Tours de surf () |
| 2 Kayaking () | 10 Tours en cuadraciclos () |
| 3 Caminatas () | 11 Escalada de árboles () |
| 4 Canopy () | 12 Visita guiada Parques Nacionales () |
| 5 Avistamiento de aves () | 13 Visita a centros de refugio () |
| 6 Avistamiento delfines y ballenas () | 14 Tour de granja ecológica () |
| 7 Rapelling () | 15 Tours en paddleboards () |
| 8 Tours a caballo () | |

¿Cuál es el motivo que lo llevó a elegir Puerto Jiménez como su destino turístico?

Cod. 006

- | | |
|-------------------------------|-----|
| 1 Los precios locales | () |
| 2 Actividades locales | () |
| 3 Centros culturales del área | () |
| 4 Atractivos naturales | () |
| 5 Zonas arqueológicas | () |

7. Marque con una "X" de la siguiente lista, la actividad que preferiría practicar.

Cod. 007

- | | |
|--|------------------------------|
| 1 Pesca deportiva () | 7 Rapelling () |
| 2 Kayaking () | 8 Tours a caballo () |
| 3 Caminatas () | 9 Tours de surf () |
| 4 Canopy () | 10 Tours en cuadraciclos () |
| 5 Avistamiento de aves () | 11 Escalada de árboles () |
| 6 Avistamiento delfines y ballenas () | |

8. De la lista anterior, ¿cuáles considera usted que son las actividades más accesibles económicamente?

Cod. 008

- | | |
|--|---|
| 1 Pesca deportiva () | 9 Tours de surf () |
| 2 Kayaking () | 10 Tours en cuadraciclos () |
| 3 Caminatas () | 11 Escalada de árboles () |
| 4 Canopy () | 12 Visita guiada Parques Nacionales () |
| 5 Avistamiento de aves () | |
| 6 Avistamiento delfines y ballenas () | 13 Visita a centros de refugio () |
| 7 Rapelling () | 14 Tour de granja ecológica () |
| 8 Tours a caballo () | 15 Tours en paddleboards() |

9. Marque con una "X" de Siguiete lista, las actividades que tiene conocimiento que se practican en Puerto Jiménez

Cod. 009

- 1 Pesca deportiva ()
- 2 Kayaking ()
- 3 Caminatas ()
- 4 Canopy ()
- 5 Avistamiento de aves ()
- 6 Avistamiento delfines y ballenas ()
- 7 Rapelling ()
- 8 Tours a caballo ()
- 9 Tours de surf ()
- 10 Tours en cuadraciclos ()
- 11 Escalada de árboles ()
- 12 Visita guiada Parques Nacionales ()
- 13 Visita a centros de refugio ()
- 14 Tour de granja ecológica ()
- 15 Tours en paddleboards()

10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar en promedio por un tour de aventura?

Cod. 010

- 1 \$1-\$50
- 2 \$51-\$100
- 3 \$101-\$200
- 4 \$201-\$300
- 5 \$301-\$400
- 6 \$401-\$500

11. ¿Cuál es el medio más común que utiliza para buscar tours en los lugares que visita?

Cod. 011

- 1 Web de viajes
- 2 Tours operadores
- 3 Guía turística
- 4 Pagina web de información
- 5 Revistas turísticos
- 6 Anuncios televisivos
- 7 Web Site de la empresa

12. ¿Qué medios uso para reservar los tours que va realizar o realizó dentro de Costa Rica?

Cod. 012

- 1 Vía Web de la empresa
- 2 Llamada telefónica
- 3 Mediante un tercero (hoteles, tours operador)
- 4 Personalmente en el local

Anexo 2 Lista de temas que consultar a los encargados

Lista de Temas que consultar a los Encargados

- ¿Qué tipo de servicio ofrecen? Explique
- ¿Cuál es el precio del servicio que ofrecen y qué incluye?
- ¿Qué piensan del turismo en general en la zona (Puerto Jiménez)?
- ¿Cuántos turistas en promedio usan sus servicios y si tienen datos históricos que proporcionen?
- ¿Cuáles creen que son las desventajas del servicio que brindan?
- ¿Qué cosas mejoraría para brindar un mejor servicio?
- ¿Por cuál tipo de actividades suelen preguntar los turistas?
- ¿Qué actividades suelen ustedes recomendar?
- ¿Cuáles actividades toman los turistas?
- ¿Qué zonas son por las que más preguntan los turistas?
- ¿Cuáles zonas son las que más recomiendan a los turistas?
- ¿Cuáles zonas creen que son las más populares para el turista?
- ¿Cuáles zonas cree que tienen mayor potencial turístico?
- ¿Qué piensa que podría abaratar el precio de las actividades que se ofrecen en la zona?
- Comentar que piensa del turismo de aventura en la zona (Puerto Jiménez)

Anexo 3 Permiso sanitario

| SOLICITUD DE PERMISO SANITARIO DE FUNCIONAMIENTO (FORMULARIO UNIFICADO) | | | | | | | | | | |
|--|-------------------------|---|------------------|-------------------------------------|---|---------------------------------------|------------------------------------|---|--|--|
| A: INFORMACION RELATIVA AL ESTABLECIMIENTO Y ACTIVIDAD PARA LA CUAL SOLICITA PERMISO SANITARIO DE FUNCIONAMIENTO: (No dejar espacios en blanco, escribir claro de preferencia letra imprenta o de molde. libre de tachaduras). | | | | | | | | | | |
| 1 | MOTIVO DE PRESENTACIÓN: | 2 | GRUPO DE RIESGO: | | | 3 | CÓDIGO CIU | 4 | TIPO DE ACTIVIDAD O SERVICIO PRINCIPAL : | |
| | 1 ERA VEZ | | A | B | C | | | | ACCESORIA (S): | |
| | RENOVACION | | | | | | | | | |
| 5 NOMBRE COMERCIAL DEL ESTABLECIMIENTO, EMPRESA O NEGOCIO QUE SOLICITA PSF: | | | | | | | | | | |
| 6 PROVINCIA: | | 7 CANTON: | | | 8 | | DISTRITO: | | | |
| 9 DIRECCIÓN EXACTA DEL ESTABLECIMIENTO (OTRAS SEÑAS ESPECIFICAS): | | | | | | | | | | |
| 10 TELÉFONO: | | 11 N° DE FAX PARA NOTIFICACIONES: | | 12 APDO. POSTAL: | | 13 CORREO ELECTRÓNICO: | | | | |
| 14 NOMBRE DE LA PERSONA FÍSICA O JURÍDICA PROPIETARIA DE LA ACTIVIDAD O ESTABLECIMIENTO: | | | | | | | 15 CÉDULA DE IDENTIDAD O JURÍDICA: | | | |
| 16 LUGAR DE NOTIFICACIÓN PERSONA FÍSICA O JURÍDICA PROPIETARIA DEL ESTABLECIMIENTO EMPRESA O NEGOCIO : | | | | | | | | | | |
| 17 TELÉFONO | | 18 N° DE FAX PARA NOTIFICACIONES: | | 19 APDO. POSTAL: | | 20 CORREO ELECTRÓNICO: | | | | |
| 21 RAZÓN SOCIAL DE LA ACTIVIDAD O ESTABLECIMIENTO | | | | 22 CÉDULA JURÍDICA | | | | | | |
| 23 NOMBRE DEL PROPIETARIO DEL INMUEBLE, O SU REPRESENTANTE LEGAL EN CASO DE PERSONA JURÍDICA: | | | | | | | 24 CEDULA DE IDENTIDAD | | | |
| 25 LUGAR DE NOTIFICACIÓN DEL PROPIETARIO DEL INMUEBLE O SU REPRESENTANTE LEGAL EN CASO DE PERSONA JURÍDICA: | | | | | | | | | | |
| 26 TELÉFONO | | 27 N° DE FAX PARA NOTIFICACIONES: | | 28 APDO. POSTAL: | | 29 CORREO ELECTRÓNICO: | | | | |
| 30 N° TOTAL DE EMPLEADOS: | | 31 N° HOMBRES: | | N° MUJERES: | | 32 No. TOTAL DE CLIENTES U OCUPANTES: | | | | |
| 33 HORARIO DE TRABAJO (APERTURA Y CIERRE): | | | | 34 HORARIO DE ATENCIÓN DE USUARIOS: | | | | | | |
| 35 AREA DE TRABAJO EN METROS CUADRADOS : | | | | | | | | | | |
| 36 DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS OFERTADOS : (Ver instrucciones al dorso usar hojas adicionales si es necesario) | | | | | | | | | | |
| 37 GENERA DESECHOS PELIGROSOS: () SI () NO CANTIDAD POR MES : | | | | | | | | | | |
| B: INFORMACIÓN ESPECÍFICA PARA ESTABLECIMIENTOS DE SALUD Y AFINES: | | | | | | | | | | |
| 38 NOMBRE DEL RESPONSABLE TÉCNICO (EN CASO DE SERVICIOS DE SALUD O AFINES): | | | | | | | 39 No. CEDULA: | | | |
| 40 LUGAR DE NOTIFICACION RESPONSABLE TÉCNICO: | | | | | | | | | | |
| 41 TELÉFONO: | | 42 N° FAX PARA NOTIFICACIONES: | | 43 APDO. POSTAL: | | 44 CORREO ELECTRÓNICO: | | | | |
| 45 PROFESIÓN DEL RESPONSABLE TÉCNICO: | | 46 ESPECIALIDAD DEL RESPONSABLE TÉCNICO: | | | | 47 REGISTRO DEL COLEGIO PROFESIONAL: | | | | |
| 48 N° PERSONAL PROFESIONAL: | | | | 49 N° PERSONAL TÉCNICO | | | | | | |
| 50 FIRMA DEL RESPONSABLE TÉCNICO (EN CASO DE ESTABLECIMIENTOS DE SALUD O AFINES): | | | | | | | | | | |
| 51 FIRMA DEL PROPIETARIO DE LA ACTIVIDAD O ESTABLECIMIENTO: | | | | | | | AUTENTICACION: | | | |
| C: LOS SIGUIENTES ESPACIOS SON DE USO EXCLUSIVO DEL MINISTERIO DE SALUD (Deben llenarse conforme lo señala el instructivo). | | | | | | | | | | |
| 52 FECHA DE RECIBIDO DE SOLICITUD: | | 53 NOMBRE DEL FUNCIONARIO QUE RECIBE LA SOLICITUD | | | | | | | | |
| 54 SELLO | | | | 55 | | N° DE SOLICITUD | | | | |

D. REQUERIMIENTOS DE LA SOLICITUD

1. DECLARACIÓN JURADA ()
2. COPIA COMPROBANTE DE PAGO DE SERVICIOS ()
3. COPIA DE LA CÉDULA DE IDENTIDAD ()
4. CERTIFICACIÓN REGISTRAL O NOTARIAL DE LA PERSONERÍA Y CÉDULA JURÍDICAS VIGENTES ()
5. LISTADO DEL PERSONAL PROFESIONAL Y TÉCNICO EN CIENCIAS DE LA SALUD Y AFINES A LA SALUD ()

**INSTRUCTIVO PARA LLENAR LA SOLICITUD DE PERMISO SANITARIO DE
FUNCIONAMIENTO (PSF)**

INFORMACION RELATIVA AL ESTABLECIMIENTO, EMPRESA O NEGOCIO PARA EL CUAL SOLICITA PERMISO SANITARIO DE
FUNCIONAMIENTO:

| | |
|--|--|
| Casilla Nº 1 Motivo de presentación: Marcar con una "x" la Casilla correspondiente: | Solicitud PSF por primera vez: Aplica para establecimientos, empresas o negocios que nunca han solicitado PSF, para aquellos que van a iniciar operaciones. Renovación PSF: aplica para todos los establecimientos, empresas o negocios a los cuales se les ha otorgado el PSF y se encuentra ha un mes de su vencimiento. |
| Casilla Nº 2 Grupo de riesgo: | Marcar con una "x" la Casilla del grupo de riesgo al que pertenece la actividad, para la cual usted solicita PSF (Ver Anexo No. 1 Tabla de clasificación de establecimientos y actividades según riesgo sanitario ambiental y Anexo 2 del presente Reglamento). |
| Casilla Nº 3 Código CIU: | Anotar el número de código que la "clasificación industrial internacional uniforme" asigna a su actividad, usando como referencia el anexo 1 y 2 del presente Reglamento. |
| Casilla Nº 4 Tipo de actividad: | Anotar el tipo de actividad principal (aquella actividad que se considera de mayor riesgo sanitario o ambiental según se señala en los Anexos Nos. 1 y 2 del presente Reglamento) que desarrolla dentro de su establecimiento. En caso de desarrollar otra (s) actividad (es) accesoria (s) (aquella actividad que se lleva a cabo en un establecimiento como complemento de su actividad principal, depende de esta última y pertenece al mismo propietario o representante legal), se deben señalar. |
| Casilla Nº 5 Nombre comercial del establecimiento, empresa o negocio que solicita PSF: | Anotar claramente el nombre comercial del establecimiento, empresa o negocio para el cual solicita el PSF. |
| Casillas Nº 6, 7, 8: | Anotar de acuerdo a la división territorial existente, el número asignado a la provincia, cantón y distrito donde se ubica el establecimiento, empresa o negocio. |
| Casilla Nº 9 dirección exacta del establecimiento (otras señas específicas): | Anotar claramente la dirección, del local, señalando calles, avenidas, nombre del barrio y cualquier otra seña que permita ubicar correctamente el establecimiento, empresa o negocio. |
| Casillas Nº 10, 11, 12, 13: | Anotar claramente los números telefónicos, apartado postal y direcciones electrónicas, con el fin de mantener una vía oportuna de comunicación con la empresa cuando las circunstancias lo ameriten. |
| Casilla Nº 14 nombre de la persona física o jurídica propietaria de la actividad o establecimiento. | En caso de ser persona física debe anotar forma legible el nombre y apellidos del propietario de la empresa o negocio que solicita el PSF, si es persona jurídica indicar el nombre y apellidos del representante legal. |
| Casilla Nº 15: cédula de identidad o jurídica: | Anotar el número de cédula de identidad según sea el caso. Los extranjeros que no cuenten con cédula, podrán utilizar el Nº de pasaporte o permiso de residencia vigente. |
| Casilla Nº 16: Lugar de notificación persona física o jurídica propietaria del establecimiento, empresa o negocio | Anotar en forma legible la dirección para recibir notificaciones y cualquier otra seña que permita ubicar correctamente a la persona física o jurídica propietaria de la actividad o establecimientos. |
| Casillas Nº 17, 18, 19, 20: | Anotar claramente los números telefónicos, apartado postal y direcciones electrónicas, con el fin de mantener una vía oportuna de comunicación con la empresa cuando las circunstancias lo ameriten. |
| Casillas Nº 21 y 22 Razón social de la actividad o establecimiento | Anotar claramente la razón social de la actividad o establecimiento y el número de cédula jurídica. |
| Casilla Nº 23 y 24 Nombre del propietario del inmueble o su representante legal | Anotar el nombre y apellidos, del propietario del inmueble o su representante legal en caso de persona jurídica y su Nº de cédula de identidad. |
| Casillas Nº 25: Lugar de notificación del propietario del inmueble o su representante legal | Anotar en forma legible la dirección para recibir notificaciones y cualquier otra seña que permita ubicar correctamente al propietario del inmueble o su representante legal. |
| Casillas Nº 26, 27, 28 y 29: | Anotar claramente los números telefónicos, apartado postal y direcciones electrónicas, con el fin de mantener una vía oportuna de comunicación con la empresa cuando las circunstancias lo ameriten. |
| Casillas Nº 30 y 31 Total de empleados por sexo | Anotar la suma total de trabajadores que laboran en el establecimiento, empresa o negocio, seguidamente anotar el número empleados según sexo. |
| Casilla Nº 32 Número total de clientes u ocupantes | Indicar el número de personas que asisten al establecimiento en calidad de clientes o usuarios (aplica en caso de sitios de reunión pública o cualquier otro establecimiento donde se reúnan personas para recibir un servicio). |
| Casilla Nº 33: Horario de trabajo (apertura y cierre): | Indicar la jornada laboral diaria, que incluya la hora de inicio y final de labores, por ejemplo: 1 turno de 8 horas, de 8am a 4pm. |
| Casilla Nº 34: Horario de atención de usuarios: | Anotar la hora de inicio de atención a los usuarios y la hora en que finaliza. Cuando sea diferente al horario de trabajo. |
| Casilla Nº 35 Área de trabajo en metros cuadrados : | Anotar el tamaño en metros cuadrados del local o establecimiento. |
| Casillas Nº 36 Descripción de los servicios ofertados | Describir en forma detallada la oferta de servicios que prestará el establecimiento si el espacio no es suficiente puede hacerlo en hojas adicionales, poner sobre todo lo referente a procesos o procedimientos. |
| Casillas Nº 37 Genera desechos peligrosos | Indicar si se generan desechos peligrosos producto del funcionamiento de la empresa o la actividad. En este caso debe contar con un Plan de Manejo de Desechos de acuerdo a lo establecido en este Reglamento. |
| Casilla Nº 38 Nombre del responsable técnico (en caso de servicios de salud o afines) | Se llenará únicamente cuando el establecimiento cuente con un director (ra) diferente al propietario. La persona cuyo nombre está esta Casilla debe aportar fotocopia del título profesional y certificación del colegio profesional respectivo. Es la persona autorizada para ejercer, en razón de su profesión, la dirección técnica o científica del establecimiento. |
| Casilla no. 39 Número de cédula del responsable técnico | Anotar el número de cédula de identidad del responsable técnico, los extranjeros que no cuenten con cédula, podrán utilizar el Nº de pasaporte o permiso de residencia vigente. |
| Casillas de la Nº 40 Lugar de notificación del Responsable Técnico | Anotar en forma legible la dirección para recibir notificaciones y cualquier otra seña que permita ubicar correctamente al Responsable Técnico. |
| Casilla Nº 41, 42, 43 y 44 | Anotar claramente los números telefónicos, apartado postal y direcciones electrónicas, con el fin de mantener una vía oportuna de comunicación con la empresa cuando las circunstancias lo ameriten. |
| Casilla Nº 45 Profesión del Responsable Técnico | Debe anotar claramente la profesión acorde a la oferta en los servicios. |
| Casilla Nº 46 | Se llena solamente cuando el responsable técnico posea alguna especialidad académica de acuerdo con los servicios ofertados. |

| | |
|--|--|
| Técnico | |
| Casilla Nº 47 Registro del Colegio Profesional | Se debe anotar el número de código bajo el cual está Registrado el Colegio Profesional Correspondiente |
| Casillas Nº 48 y 49 Número de personal profesional y técnico | Se debe anotar el número de personal profesional y el número del personal técnico. |
| Casilla Nº 50 Firma del responsable técnico | En este espacio se debe consignar la firma del Responsable técnico solo en casos en que sea diferente al Propietario de la Actividad o Establecimiento. |
| Casilla Nº 51 Firma del Propietario de la actividad o establecimiento | En este espacio se debe consignar la firma del Propietario de la actividad o establecimiento. En caso de que no sea el propietario de la actividad quien presente la solicitud esta firma debe ser autenticada por un abogado. |

1.3. Documentación legal y técnica que debe adjuntarse al D1.



| Requisitos legales a presentar junto con este formulario. | |
|--|------------------|
| A. En el caso de que el desarrollador sea una persona jurídica | Anexo No. |
| A.1. Una certificación notarial o registral de la personería jurídica | |
| A.2. Una copia de la cédula jurídica vigente. | |
| A.3. Una copia de la cédula de identidad, pasaporte u otro documento de identidad del representante legal (para confrontar con su original o copia certificada). | |
| B. En el caso de que el desarrollador sea una persona física | |
| B.1. Una copia de la cédula de identidad, pasaporte u otro documento de identidad (para confrontar con su original o certificada). | |
| C. Otros documentos a presentar | |
| C.1. Una certificación notarial o registral de la propiedad. | |
| C.2. Una copia certificada del plano catastrado (o bien una copia con el original para confrontar). | |
| C.3. Si el desarrollador no es dueño del inmueble, debe presentar la autorización del propietario con la firma autenticada por abogado. | |
| C.4. Matriz básica de identificación de impactos ambientales acumulativos. | |

Nota: Las certificaciones no deben tener más de 3 meses de emitidas.

1.4. Documentos técnicos complementarios

| Documentos técnicos complementarios a presentar junto con este formulario | |
|--|--|
| A) Diseño de sitio de la actividad, obra o proyecto. | |
| B) Hoja cartográfica con la localización del AP (copia a color) | |
| C) Estudio de ingeniería básica del terreno del AP, conforme al protocolo que se indica en el Manual de EIA. | |
| D) Estudio de geología básica del terreno del AP, conforme al protocolo que se indica en el Manual de EIA. | |
| E) Reporte arqueológico rápido del terreno del AP, conforme al protocolo que se indica en el Manual de EIA. | |
| F) Certificación sobre el monto de inversión global de la actividad, obra o proyecto aquí planteada, que incluya el monto de las erogaciones por compra de terrenos, construcción de instalaciones, caminos de acceso, obras de electrificación, y agua potable e industrial, compra de maquinaria y equipo, personal calificado y no calificado. Se debe indicar la vida útil del Proyecto y valor de rescate estimado del mismo. No deben incluirse los costos hundidos tales como el estudio de factibilidad. El desglose del monto global de la inversión deberá ser presentado por medio de una declaración jurada, firmada por el profesional correspondiente. | |
| G) Registro fotográfico de las condiciones actuales del AP. | |
| Estudio Biológico Rápido, conforme al protocolo que se indica en el Manual de EIA | |
| En el caso de los documentos que se indican en los incisos C, D y E, su presentación quedará a discreción del consultor Ambiental. En consecuencia, de no presentarse el estudio respectivo deberá presentarse certificación que indique que no se requiere estudio técnico. | |

1.5. Descripción general de la situación ambiental del sitio donde se desarrollará la actividad, obra o proyecto la (caracterización básica del AP y áreas de influencia)

| | | | | | | |
|---|---|---|--|--|---|----------|
| Caracterización básica actual del área del AP y de influencia del proyecto obra o actividad | A) Área del proyecto y área de influencia directa | A.1. Área de influencia directa del proyecto (AID) en m ² : | A.2. Área total del proyecto (Ap) en m ² : | A.3. Área neta del proyecto (Apn) en m ² : | | |
| | B) Identificación del área de influencia directa del proyecto (AID). | B.1. () Dentro del AID existen <u>áreas protegidas</u> hasta un 25% de la superficie total. | B.2. () Dentro del AID existen <u>áreas protegidas</u> entre 25 y 50% de la superficie total. | B.3. () Dentro del AID existen áreas protegidas superior al 50% de la superficie total. | | |
| | | B.3.1 () No aplica. | | | | |
| | C) Identificación del área total del proyecto (APT): | B.4. () Dentro del AID existen obras de infraestructura como líneas de transmisión, oleoductos, acueductos, alcantarillados, entre otros. | B.5. () Dentro del AID NO existen obras de infraestructura como líneas de transmisión, oleoductos, acueductos, alcantarillados, entre otros. | | | |
| | | C.1. () Dentro del APT más de un 50% de la cobertura vegetal es pasto o charral | C.2. () Dentro del APT más de un 50% de la cobertura vegetal es tacional o cultivo. | C.3. () Dentro del APT más de un 50% de la cobertura vegetal es bosque. | C.3.1 () El AP es un terreno sin cobertura vegetal (no se incluyen los jardines) | |
| | | C.4. () Los servicios públicos de agua potable, recolección de desechos y servicio eléctrico, están disponibles y tienen capacidad de carga para soportar la demanda del proyecto. | C.5. () Los servicios públicos de agua potable, recolección de desechos y servicio eléctrico, están disponibles y NO tienen capacidad de carga para soportar la demanda del proyecto. | C.6. () Los servicios públicos de agua potable, recolección de desechos y servicio eléctrico, NO están disponibles. | | |
| | | C.7. () Los caminos de acceso al AP son de pavimento o asfalto. | C.8. () Los caminos de acceso al AP son de tierra o lastre. | C.9. () No hay caminos de acceso al AP. | C.10. () Existen otras vías de acceso. | ¿Cuáles? |
| | | | | | | |
| | | | | | | |

1.6. Datos climáticos básicos

| Indicar condiciones climáticas promedio anuales en la zona en que ubica el Área de proyecto (según datos meteorológicos recientes) | | | | | |
|--|---|--|---|----------------------|--|
| 1 | Precipitación promedio anual | | 4 | Temperatura promedio | |
| 2 | Velocidad y orientación predominante del viento | | 5 | Meses más lluviosos | |
| 3 | Luz solar | | 6 | Meses más secos | |

Anexo 5 Tabla de amortización

| Tabla de Depreciación | | | | | | 10 años | |
|-----------------------|--------------------|------------|---------------|---------------------|-------------------|----------------------|----------------------|
| Cantidad | Activo | V.U (años) | Costo | Dep. anual | Dep. mensual | Años de depreciación | Valor en libros |
| 1 | Computadoras | 20 | 147.900,00 | 7.395,00 | 616,25 | - | 147.900,00 |
| 1 | Impresoras | 8 | 148.178,00 | 18.522,25 | 1.543,52 | - | 148.178,00 |
| 1 | Escritorio y Silla | 7 | 62.000,00 | 8.857,14 | 738,10 | - | 62.000,00 |
| 1 | Teléfonos | 10 | 17.149,00 | 1.714,90 | 142,91 | - | 17.149,00 |
| 1 | Archivero | 7 | 42.000,00 | 6.000,00 | 500,00 | - | 42.000,00 |
| 10 | Cuadriciclos | 10 | 50.160.000,00 | 5.016.000,00 | 418.000,00 | - | 50.160.000,00 |
| Total | | | | 5.058.489,29 | 421.540,77 | | 50.577.227,00 |

