

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua
Recinto Universitario Carlos Fonseca Amador

UNAN-RUCFA



Seminario de Graduación Para Optar al Título de
Licenciatura en Economía Agrícola

Tema: Desarrollo Rural

Sub Tema: Planes de Negocio de las Fincas “Los Limones” y “El Orosal”

Localizadas en el Municipio de Camoapa, Departamento de Boaco.

Autor

Br: Baltodano López Marvin José

Br: Meneses Pavón Mauricio Yamil

Mes de Junio 2012

Tutor: MPhil. Ricardo Guevara

Contenido

	<i>Paginación</i>
1- Dedicatorias.....	6
2- Agradecimientos.....	8
3- Resumen.....	10
4- Introducción.....	11
5- Justificación.....	13
6- Planteamiento del problema.....	14
7- Objetivos.....	16
➤ General	
➤ Específicos	
Capítulo I. Aspectos Metodológicos y Conceptuales.....	17
1.1 Metodología de la investigación.....	17
1.2 Marco conceptual.....	19
Capítulo II. Turismo rural y Desarrollo Rural.....	22
2.1 Turismo rural y sus modalidades.....	22
2.2 Turismo rural convencional.....	23
2.3 Agroturismo.....	24
2.4 Turismo vivencial.....	24
2.5 Turismo de estancia.....	25
2.6 Influencia del turismo rural en el desarrollo rural.....	25

2.7 Ventajas y Desventajas del turismo rural.....	27
2.8 Marco legal.....	28
Capítulo III. El Agroturismo en Nicaragua.....	31
3.1 El Agroturismo.....	31
3.2 Los impactos del agroturismo en Nicaragua.....	33
3.3 Impacto ambiental.....	33
3.4 Impacto económico.....	34
Capítulo IV. Planes de negocio de Los Limones y El Orosal.....	36
4.1 Plan de Negocio Finca Los Limones.....	37
4.1.1 Introducción.....	38
4.1.2 Antecedentes.....	39
4.1.3 Análisis Organizativo.....	41
4.1.4 Análisis Estratégico.....	44
4.1.5 Análisis Competitivo.....	46
4.1.6 Análisis FODA.....	49
4.1.7 Análisis de Mercado.....	51
4.1.8 Análisis Financiero.....	54
4.1.9 Conclusión.....	57
4.1.9 Recomendación.....	58

4.2 Plan de Negocio Finca El Orosal.....	59
4.2.1 Resumen Ejecutivo.....	60
4.2.2 Introducción.....	61
4.2.3 Antecedentes.....	62
4.2.4 Análisis Organizativo.....	63
4.2.5 Análisis Estratégico.....	64
4.2.6 Análisis Competitivo.....	65
4.2.7 Análisis FODA.....	68
4.2.8 Análisis Financiero.....	73
Capítulo V.....	78
5.1 Conclusiones.....	78
5.2 Recomendaciones.....	80
Bibliografía.....	81
Anexos	
Anexo # 1.....	85
Anexo # 2.....	86
Anexo # 3.....	88
Anexo #4.....	90
Anexo # 5.....	91

Anexo # 6.....	92
Anexo # 7.....	93
Anexo # 8.....	95
Anexo # 9.....	96
Anexo #10.....	98
Anexo #11.....	99
Anexo #12.....	100
Anexo #13.....	101
Anexo #14.....	102
Anexo #15.....	103
Anexo #16.....	104

Dedicatoria

A DIOS padre todo poderoso por darme la oportunidad de vida y permitirme llegar a este momento, así como guiarme por el camino correcto por estar siempre con migo en cada momento de mi vida.

A mi madre Gloria Marina López Hernández, a mi Abuela Ángela María Hernández Pérez quienes me dieron una buena formación con valores que me han permitido avanzar en la búsqueda del conocimiento, por su amor, apoyo incondicional y su comprensión, ¡GRACIAS!

A mi familia con quien comparto momentos encantadores agradables y desagradables en el transcurso de nuestra vida.

A mi Hermana Karla Patricia Baltodano quien me ha demostrado su aprecio, apoyo, comprensión y cariño.

A mi hija Luz Marina, que ha sido mi estímulo para forjarme en esta vida, y así ser ejemplo a seguir.

A mi padre que ha pasado a la eternidad y que siempre está presente en mi corazón.

Marvin José Baltodano López

Dedicatoria

A Dios padre por permitirme llegar hasta este momento, el que me guio por el camino correcto en este largo trayecto de mi vida y que hasta este momento siempre ha estado conmigo en todos los momentos más Agradables y difíciles de mi vida.

A mis padres la Sra. Sonia Pavón López y el Sr. Francisco Meneses Miranda quienes me transmitieron esos valores que me han permitido progresar en la búsqueda del conocimiento a lo largo de mi vida, gracias por su apoyo, su amor y su comprensión de padres incondicional.

A mi hermana Karina Meneses Pavón quien me ha demostrado su apoyo y cariño gracias.

A la Persona que Amo Elia María Taleno Rueda que ha sido un apoyo incondicional gracias por ayudarme cuando lo necesite, por su comprensión y cariño, por estar siempre a mi lado.

A mi Familia que siempre me está dándome su apoyo para seguir adelante.

A mis amigos y amigas por haber compartido esos momentos felices y desagradables en el trascurso de nuestra amistad.

Mauricio Yamil Meneses Pavón

Agradecimiento

A Dios por ser mi modelo y por brindarme la sabiduría, fortaleza durante este camino de enseñanza; por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de aprendizaje. Con su consejo nos manda en la sagrada escritura y dice: Esfuérzate y se valiente

A mis profesores que han llevado la semilla del saber, por su vocación, amor y paciencia.

Al profesor Mphil Ricardo Guevara Carrión quien me guio en la realización de mi trabajo de seminario de graduación quien me brindo consejos y palabras de ánimo.

Marvin José Baltodano López

Agradecimiento

A Dios por ser mi guía y haberme permitido llegar a la meta con sabiduría, fortaleza, por ser mi soporte y mi compañía durante todo el trayecto de mi aprendizaje.

A mi tutor Mphil. Ricardo Guevara quien me ha apoyado con sus conocimientos durante todo el desarrollo de este Seminario.

A mis Maestros quienes compartieron todo ese conocimiento con paciencia y esfuerzo.

Mauricio Yamil Meneses Pavón

Resumen

La presente investigación consiste en ampliar el tema de desarrollo rural ya que este es un tema de actualidad y gran de importancia por esa razón se llevo a cabo el estudio investigativo en las finca los limones y el Orosal que se encuentra ubicadas en el departamento de Boaco municipio de Camoapa donde se elaboraron planes de negocios que esta enfocados en la necesidad de desarrollar las actividades y los servicios turísticos como alternativa económica.

Ante esta situación el gobierno de Nicaragua a través del INTUR llevan a cabo proyectos de fincas agro turística donde la actividad agro turística es la principal y complementando con cabalgatas, belleza escénica, cascadas etc.

Nicaragua un país de lagos, volcanes y una gran diversificación en recursos naturales ofrece opciones turísticas a visitantes de países europeos y norte América que a pesar de esta dinámica este sector no contaba con un plan para desarrollar esta actividad.

Actualmente el turismo rural en Nicaragua se está desarrollando como una actividad de atracción turística brindando al consumidor la posibilidad de conocer costumbres y tradiciones.

Introducción

El presente documento está conformado de cuatro capítulos, en el primero se enfocan en presentar información general y conceptos sobre las actividades económicas desarrolladas en el presente estudio, así se aborda la interrelación que existe entre el desarrollo rural y turismo rural destacando la importancia que tiene este sector para el país. En el segundo explica las diferentes modalidades de turismo rural que otros países están desarrollando en sus mercados nacional, donde el objetivo es analizar los diferentes aspectos de cómo el turismo rural ha venido tomando auge en países bien desarrollados, también presenta aspectos legales respecto a la ampliación comercial.

En el tercero se hace un análisis del mercado nacional con respecto al mercado centroamericano, se analizan las iniciativas de turismo rural que han sido desarrolladas se explica los impactos ambiental y económico. Y finalmente en el último capítulo se concluye que existe viabilidad técnica económica y social del agroturismo en las fincas Los Limones y el Orosal presentando los flujos de fondo se evalúa la sensibilización financiera los precios y los costos de operación, recomendando que para ambos propietarios de las finca realizar campañas publicitarias para promocionar la oferta y servicio del hostel restaurante.

Actualmente se lleva a cabo un proyecto de fincas agro turísticas en la zona norte del país del departamento de Boaco municipio de Camoapa donde el gobierno de Nicaragua a través del INTUR y las universidades (UNAN – UNI) han establecidos alianzas con el objetivo de desarrollar y potencializar el agroturismo en las Fincas de El Orosal y Los Limones.

El agroturismo en Nicaragua se ha venido desarrollando desde el 2007¹ como una estrategia, generadora de ingresos y eje de desarrollo de inversión nacional y extranjera.

Esta actividad incrementa en la economía del país el 5.1% del Producto Interno Bruto (PIB)² y facilita de igual manera el beneficio a familias campesinas, promoviendo nuevas alternativas de negocio mediante la diversificación de fincas agro turísticas.

En esta iniciativa de proyecto se han realizado planes de negocio haciendo uso de técnicas cualitativas y cuantitativas con el objetivo de obtener información que demuestran la potencialidad de la zona, recursos naturales, belleza escénica así como la viabilidad, rentabilidad y auto sostenibilidad permitiendo a las familias generar ingresos y empleos a nivel local.

¹RENITURAL (RUTA DEL CAFÉ)

² Cuenta Satélite del Turismo

Justificación

El Agro Turismo es un tema de actualidad y de gran importancia para el Desarrollo Rural del país, razón por la cual se llevó a cabo el estudio investigativo en Desarrollo Rural en las Fincas los Limones y Orosal que se encuentran ubicadas en el Departamento de Boaco, Municipio de Camoapa.

La temática abordada en esta investigación se enfatizó dos aspectos fundamentales como:

- Investigación documental sobre el tema de Desarrollo Rural
- Realización de Planes de Negocios, para el desarrollo de proyecto de fincas agro turísticas, desarrollo rural, financiar y proveer a los productores y productoras de las zonas rurales alternativas generadoras de ingreso.

En Nicaragua el Turismo Rural es una actividad económica generadora de ingreso al país, sin embargo no se ha explotado a otros niveles, como es el Agroturismo que ofrece otras opciones de explotación de los recursos naturales, la biodiversidad de la flora y fauna así como el intercambio de la cultura e historia de Nicaragua.

El agroturismo nace con la revalorización del rol de la agricultura en la economía rural, en búsquedas de alternativas de desarrollo económico, como fuente de ingreso a nivel familiar y generación de empleo a nivel local, en actividades no agrícolas que permita mejorar el nivel de vida en las familias productoras en la zona rural.

Planteamiento del Problema

Nicaragua es un país de lagos y volcanes que ofrece opciones turísticas para visitantes de países europeos y Norte de América, la diversificación de sus recursos naturales que a pesar de esta dinámica, este sector en años anteriores no contaba con un plan para desarrollar esta actividad económica.

La poca experiencia en Desarrollo Rural, la falta de financiamiento y limitada inversión en infraestructura, donde las fincas no cuentan con instalaciones adecuadas en turismo rural son factores que limita la expansión de esta estrategia

El turismo en Nicaragua ha manifestado un auge relevante (del 2009 al año 2011).Según datos estadísticos del Instituto Nacional de Turismo (INTUR) en su informe anual muestra crecientes aumentos de dicha actividad económica en este período.³

Actualmente el Turismo Rural en Nicaragua se está desarrollando como una actividad de atracción turística innovadora de Desarrollo Rural; brindando al consumidor la posibilidad de relacionarse con los habitantes rurales, conocer sus costumbres y tradiciones, realizar senderismo sin alterar el ecosistema, así como también la oportunidad de participar en actividades agrícolas que ejecuta la finca.

Sin embargo existe poca publicidad y mercadeo para el desarrollo del Turismo Rural en esta zona Norte de Boaco, hay desconocimiento de segmentos de mercados potenciales debido a carencias de planes de negocios para la ejecución de las técnicas y alcanzar las expectativas deseadas y viabilidad económica.

Es importante la implementación del Agro turismo en la zona de Boaco ya que es una estrategia generadora de ingreso que permite mejorar la economía familiar con la generación de empleos directos e indirectos (Empleo Rural No Asalariado).

³ Crecimiento del afluencia turística” (boletín de estadísticas de turismo de Nicaragua)

El Turismo Rural es una actividad de atracción turística, por medio del cual las comunidades rurales tienen la oportunidad de explotar los recursos naturales, su evolución, su entorno y su valor social.

Como estrategia el Turismo Rural contribuye a mejorar el bienestar de las comunidades rurales insertándolas en la economía globalizada⁴, sin embargo estas fincas presentan dificultades económicas y de infraestructura adecuadas para el funcionamiento turístico.

Ante esta situación el Instituto Nicaragüense del Turismo (INTUR.) ofrece políticas para la ejecución del turismo rural así como el apoyo en financiamiento y acompañamiento en el fortalecimiento de habilidades y destrezas humanas (capacitaciones) manejo y control de calidad en el servicio y atención al público

Por esa razón se llevó a cabo la realización de un plan de negocio en las fincas **Los Limones y El Orosal** respectivamente, ubicadas en el Municipio de Camoapa departamento de Boaco; el cual brinda alternativas a ejecutar para realizar un Proyecto turístico con éxito.

En esta zona de Boaco se están realizando actividades de atracción turística, por su ubicación geográfica y condiciones óptimas para la ejecución de esta estrategia turística.

⁴ Economía globalizada: un fenómeno que trata de universalizar a nivel planetario, lo económico, lo cultural, lo social. Pero este fenómeno es más amplio y tiene múltiple efectos y manifestaciones.

Objetivos

Objetivos General

- Elaborar Planes de Negocio para el producto Agro turístico de las fincas El Orosal y Los Limones, en el municipio de Camoapa, departamento de Boaco, para mejorar así la oferta turística y su desarrollo.

Objetivos Específicos

- Elaboración de un análisis FODA
- Determinar la interrelación entre Turismo Rural y Desarrollo Rural en las fincas El Orosal y Los Limones
- Realizar un análisis de rentabilidad que nos permita determinar el desarrollo de la actividad agro turística en las finca los limones y el Orosal es viable económicamente
- Indicar alternativas factibles para un adecuado desempeño del turismo rural de las cooperativas bajo estudio.

Capítulo I.

Aspectos Generales del Diseño de la Investigación

1.1. Metodología De La Investigación:

El presente estudio de investigación es de carácter exploratorio que se basa sobre un tema poco estudiado (desarrollo rural a través del turismo rural) facilita información, datos y elementos que condujesen a la formulación del planteamiento de problema.

De carácter descriptivo, porque permite caracterizar la situación concreta de las fincas de estudio (**El Orosal y Los Limones**) indicando sus rasgos peculiares o diferenciados a través de la descripción de las actividades, procesos y personas que se interrelacionan en el área de estudio.

Y deductivo debido que él estudió permitió analizar la información de manera cuidadosa, obteniendo resultados y generalizaciones significativas que contribuyen al conocimiento.

Para la realización del trabajo de campo se planificaron las acciones a realizar en el campo con INTUR – UNAN, dando inicio en el mes de Noviembre del 2011 con el objetivo de trabajar en la zona realizando lo siguiente:

1. Selección de la unidad de estudio:

Identificación de área geográfica para realizar el estudio, determinando las fincas El Orosal y Los Limones, tomando de referencias como iniciativas representativas de INTUR para el desarrollo del Turismo Rural.

2. Recolección de información sobre el tema de estudio:

Se realizó revisión bibliográfica sobre la temática, con el objetivo de dotarnos de una base documental adecuada para el tipo de trabajo a realizar, de crearnos conocimiento previo, para posteriormente hacer uso de la información obtenida in situ.

3. Realización de trabajo de campo:

3.1. Visita y alojamiento en los dos lugares de estudio.

Con el objetivo observar las actividades realizadas en la Finca: atención al público y observar y describir cual es la perspectiva que los turistas tienen con la visita a estos lugares.

3.2. Obtención de información sobre el área geográfica. (Observación de la zona).

Se realizaron entrevistas personales aplicadas a los encargados de dichas fincas:

- ✓ Entrevista con Isolina e Ignacio Bodan, Propietarios de la Finca Los Limones, quien nos brindó importante información de primera mano tanto visual como digital.
- ✓ Entrevista con Agustín Orozco, Propietario de la Finca El Orosal, el cual nos facilitó la información para la creación de nuestro trabajo.
- ✓ Entrevistas de manera informal a Instituciones claves, ubicadas en la zona y que juegan un rol importante en el desarrollo de la comunidad en el área de turismo rural:

Para llevar a cabo esta investigación se convivió en la finca para realizar el estudio en la zona dio como resultado obtener información necesaria a través de observación de manera sistemática siendo de gran utilidad para la realización del estudio final.

1.2 Marco Conceptual:

Desarrollo Rural: Es un proceso de localización de cambio social y crecimiento económico sostenible, tiene como finalidad el progreso del individuo integrado en las comunidades en la zona rural;

Según Gómez, (2002), En un sentido básico se define como las mejoras de condiciones de vida de los habitantes de los espacios rurales que a su vez implica el incremento del nivel de renta mejoras en condiciones de trabajo y conservación del medio ambiente.

Desarrollo Sostenible: Es un proceso de cambio progresivo en la calidad de vida del ser humano, siendo el centro y sujeto primordial del desarrollo, donde incide el crecimiento económico con equidad social y la transformación de métodos de producción, patrones de consumo, que se sustenta en el equilibrio ecológico y el soporte vital de la región.

Este proceso implica el respeto a la diversidad étnica y cultura regional, nacional y local, así como el fortalecimiento y participación ciudadana, en convivencia pacífica viviendo en armonía con la naturaleza.

En resumen el desarrollo sostenible es toda actividad económica que marche en armonía con el medio ambiente. (Brundlandt, 1990) ALIDES ha logrado “centroamericanizar” el concepto⁵

⁵Fuente: <http://www.inbio.ac.cr/estrategia/coabio/ALIDES.html>

Espacio Rural: Es el territorio no urbano de la superficie terrestre o parte de municipio que no está clasificada como Área de Expansión Urbana utilizadas para actividades agropecuarias, agroindustriales, extractivas, de silvicultura y de conservación ambiental.(es.wikipedia.org)

Población Rural: Se refiere a las personas que viven en zonas rurales dedicadas principalmente a actividades económicas propias del sector primario, ligadas a las características físicas y los recursos naturales de su entorno próximo; agrícola, ganadero, forestal, pesquero o a veces minero.

Cuadro N°1.
Población Rural

	Año 2006	Año 2007	Año 2008	Año 2009	Año 2010
<u>Nicaragua</u>	2.407.263,5	2.422.415,0	2.437.950,6	2.454.256,9	2.471.545,6
Tasa crecimiento de Población rural					1%
Población rural (% de la población total)					43%

Fuente: Informe Anual del Banco Mundial, Indicadores de Desarrollo Mundial.

<http://datos.bancomundial.org/indicador>

En el cuadro anterior se puede observar que la población rural en Nicaragua para el año 2010 crece al 1% anual y representa el 43% de la población total.

Planes de Negocio: Es una herramienta que se utilizan al iniciar u operar con éxito en la actual economía globalizada. Este documento reúne la información de la empresa de manera ordenada y sistemática, detallando los aspectos operacionales y financieros que evalúa la factibilidad de las alternativas propuestas y puestas en marcha.

El objetivo específico del plan de negocio fundamentalmente busca el financiamiento de socios o inversionistas, y es una guía para quienes están al frente de la empresa para llevar a cabo un proyecto de inversión. (Guido, 2010)

Reserva Natural: Denominada también como reserva Ecológica, es aquella área dentro de un territorio, que se encuentra protegido, ostenta una inconmensurable importancia para el mantenimiento y desarrollo de la flora, fauna y vida silvestre del lugar en el cual está emplazada. (www.definicionabc.com)

Turismo: El turismo se denomina como la actividad que realizan las personas durante sus viajes y estancias en distintos lugares de entorno habitual por un corto periodo (menos de un año) y consecutivo con propósito de recreación, negocio u otros motivos, las personas que hacen referencia la definición se denominan visitantes. (Cuenta Satélite de Turismo de Nicaragua, 2009)

Turismo Rural: Conjunto de actividades que se desarrollan en un entorno rural, excediendo el mero alojamiento y que pueden constituirse, para los habitantes del medio, en una fuente de ingresos complementarios a los tradicionalmente dependientes del sector primario, convirtiéndose en un rubro productivo más de la empresa agropecuaria. (IICA, 1993; OMT, 1993)

Turismo Rural Sostenible: Orientado hacia la ecología, crean la necesidad imperiosa de proteger y utilizar las áreas naturales y rurales de los impactos ambientales como culturales. (Gurria, 2000)

Que es de carácter irreversible que tiene el hecho turístico y del cual deben participar la población y las tendencias modernas del desplazamiento de personas. La sostenibilidad en el tiempo y en espacio.

Capítulo II.

Turismo Rural Y Desarrollo Rural

2.1. Turismo Rural Y Sus Modalidades:

El turismo rural es una actividad turística que se realiza en áreas rurales, brinda mano de obra y espacios, evita la emigración de los Nicaragüenses del campo a la ciudad; genera empleo e incorpora a la mujer y jóvenes como fuerza de trabajo, se crean y fortalecen relaciones humanas, se realiza intercambio de cultura resultado de las visita de turistas a las comunidades.

En los últimos años han surgido nuevas modalidades de turismo rural, entre las que se destaca el llamado **Etnoturismo**, conocido como “rutas del vino”, que tienen sus orígenes y están muy bien desarrolladas en los países europeos, especialmente en Francia, España y Alemania.

El turismo internacional, ha generado un impacto que tiene un efecto directo sobre la Balanza Comercial de los países que reciben viajeros del exterior, balanza que suele ser favorable o puede generar impactos negativos si no existe una buena planificación turística.

Se ha desarrollado con éxito esta modalidad de turismo: en los Estados Unidos de América, en México y en los países del Sur: como Argentina, Chile, Uruguay y Brasil; Inspiradas en el concepto de las rutas del vino, se ha comenzado a desarrollar también otros tipos de rutas con características similares en el medio rural.

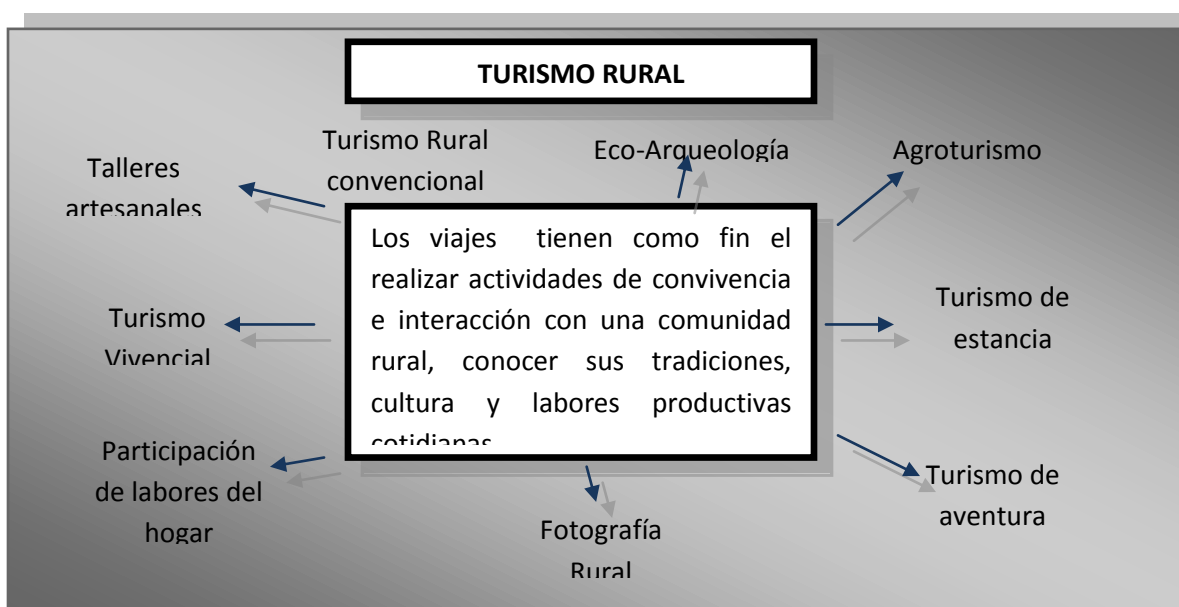
En la República Checa se desarrolló la “ruta de la cerveza”, en México se desarrolló la “ruta del tequila” y más recientemente Chile y Perú han desarrollado las denominadas “rutas del Pisco”.

El turismo rural puede adoptar distintas modalidades, en función del tipo de espacio rural en el cual tiene lugar este turismo y las características de las actividades que se realicen⁶.

El aprovechamiento del medio ambiente y recursos naturales, culturales socio-productivos; la incorporación de la actividad turística al sector rural se debe de tener en cuenta la demanda en crecimiento en el sector turístico.

Grafica N°1.

Turismo Rural



Fuente: (adaptado): Secretaria de Turismo de México, 2004.

El turismo rural muestra otras modalidades siendo las principales las que se describen a continuación.

2.1.1. Turismo rural convencional:

Es una forma de turismo tradicional, consiste en vacacionar, conocer y apreciar el medio rural, alojándose en posadas o pequeños hoteles; efectuar visitas a establecimientos agrícolas (sin hospedarse en ellos), acampar, efectuar

⁶ Conceptos de modalidades de turismo rural extraídas de la siguiente página: www.portaldeamerica.com/index.php -de-turismo-vi-turismo-rural& (visitada el 5 Febrero. del 2012).

cabalgatas y paseos en carro por los típicos caminos rurales, disfrutando del paisaje campestre, senderismo y disfrutar de las especialidades culinarias de las regiones visitadas.

2.1.2. Agroturismo:

Tiene sus inicios en Colombia en el denominado Eje Cafetero, en el año 2004 existían ya alrededor de 400 fincas que ofrecían este tipo de turismo.

En México también las fincas cafeteras del Estado de Chiapas cercanas a la ciudad de Tapachula, en la frontera con Guatemala, han desarrollado con éxito este tipo de agroturismo.

El agroturismo surge en Latinoamérica, es la de hospedarse en las fincas cafeteras las cuales han convertido sus casonas en “hoteles rurales”, a partir de los cuales los turistas se familiarizan con las plantaciones y el proceso de secado del café y aprovechar para efectuar recorridos turísticos por el medio rural circundante.

Actualmente esta modalidad de turismo rural se realiza en pequeños y medianos establecimientos en fincas y cooperativas rurales, es una estrategia generadora de ingreso a nivel familiar y grupal que consiste en brindar atención de recreación, servicios de alimentación y alojamiento a turistas nacionales y extranjeros, tiene particularidades específicas como es el involucramiento de participar en forma activa de las actividades de estos establecimientos, según el tipo de explotación a la cual se dediquen.

2.1.3. Turismo vivencial:

Esta es una variación particular del agroturismo empezó a desarrollar en países que poseen una alta población campesina de origen indígena asentada en el medio rural.

En este caso los turistas tienen oportunidad de convivir con los campesinos indígenas y su cultura, alojándose en las viviendas típicas de la familia anfitriona,

compartiendo la misma mesa, y participando en sus labores cotidianas agrícolas y artesanales.

Esta modalidad de turismo está desarrollada en Perú y ha comenzado a desarrollar también en las poblaciones indígenas asentadas en los Andes venezolanos.

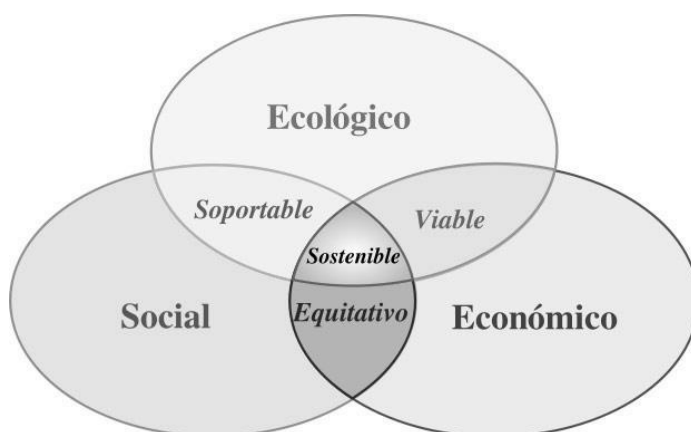
2.1.4 Turismo de estancia:

En este caso los turistas se hospedan en los cascos de las estancias o de las haciendas, se realizan actividades que permite familiarizarse con las labores de estos tipos de establecimientos así como explorar la flora y la fauna autóctona del entorno y disfrutar de la comida típica.

2.2. Influencia del Turismo Rural en el Desarrollo Rural

El turismo es un hecho social invariable genera el intercambio de interrelaciones que forja una gama de actividades conjugadas con el entorno social, económico y ambiental.

Grafica N°2



Fuente: www.alejandrogomezblog.com/?cat=24

El turismo interno o los viajes que hacen los habitantes de una nación dentro de esta, genera grandes beneficios en las comunidades donde existen empresas turísticas, el dinero ganado en una región, se gasta en otra, mejorando las condiciones microeconómicas de las comunidades locales.

En Nicaragua se logran contabilizar más de 100 establecimiento de actividad turística rurales, según datos de RENITURAL, captan un promedio de 100,000 visitantes al año concentrándose el 60 % en unos 15 ó 20 establecimiento de turismo, lo cual nos da una idea clara que su beneficio muchas veces sólo llega a pequeños sectores de la población.

El Desarrollo Rural a través del Turismo Rural crea el bienestar de las comunidades rurales, con un alto contenido de valores económicos, culturales, sociales que producen la satisfacción y mejoras en el nivel de vida de las comunidades rurales donde se establecen esta actividad.

El Turismo Rural surge como una alternativa para el Desarrollo Rural, como una actividad no tradicional que aporta nuevas posibilidades de diversificación del sector rural, contribuye a la generación de empleo rural no agrícola (ERNA), a la generación de ingresos y al dinamismo en la inversión del sector agrícola.

Con el desarrollo Rural no se desequilibran las actividades actuales del sector agrario, contribuye en la búsqueda de restablecer relaciones con el ser humano y armonizar con el medio ambiente y complementar el turismo con las actividades diarias de dicho sector.

De este modo el Desarrollo Rural, es un proceso localizado de cambio social y crecimiento económico sostenible, que tiene por finalidad el progreso permanente de la comunidad rural y de cada individuo integrado en ella.

El turismo rural se da en escenarios principalmente naturales es una oportunidad de Desarrollo Rural económico para las comunidades pequeñas fuera de las áreas

urbanas, ya que cuentan con atractivos suficientes para motivar los desplazamientos, conjugan una diversidad de experiencias e intercambios culturales que promoverán el verdadero encadenamiento de mercado a nivel local, lo que en otros países se les conoce como los focos de desarrollo económicos⁷.

2.3. Ventajas y Desventajas del Turismo Rural

Debido al progresivo comportamiento que ha desarrollado el Turismo Rural en este corto período muchas actividades que se creían pérdidas han resurgido y debido a la gran cantidad de personas que han elegido este tipo de turismo, se ha visto la necesidad de la creación, restauración de servicios tales como eco-albergues, cabañas, entre otros; esto ha generado un considerable aumento de oportunidades laborales para las zonas donde se ubican las cooperativas de Turismo Rural.

Contribuye y da como resultado la generación de riquezas y desarrollo de manera directa e indirecta en las comunidades como es la creación de nuevas plazas de trabajo del sector turismo: cocineros, guías turísticos que se dedican a este tipo de actividad, el Turismo Rural Beneficia de manera indirecta a las comunidades aledañas, ya que los turistas que visitan comúnmente suele comprar en sus pequeños comercios, panaderías, tiendas de cerámica, restaurantes y más.

⁷Información proporcionada por: Doc. El T.R.S. como oportunidad de Desarrollo de pequeñas comunidades de países en Desarrollo. Autor: Mtro. Manuel Gurría di-bella. Cuarta Feria Ecoturística y de Producción Santo Domingo, D.N., República Dominicana.

Cuadro N°2.
Ventajas y Desventajas del Turismo Rural

<u>VENTAJAS</u>	<u>DESVENTAJAS</u>
Contribuye al crecimiento económico de la comunidad y el país	Las prácticas tradicionales en el cultivo de granos básicos, falta de un plan de manejo de bosques, tratamiento de basura, genera cierto nivel de contaminación ya que existen estrategias de protección ambiental
Reconoce la riqueza natural, gastronomía y cultural de zonas para utilizar de manera sostenible	Infraestructura vial inadecuada
Este sector es atractivo para la inversión y también es una alternativa de desarrollo generadora de ingreso	Ausencia de experiencia en la actividad
Es una actividad rentable y se encamina hacia gente innovadora	Desigualdad en la distribución de ingresos generados por el turismo, tanto a nivel general como de comunidades.
Aumento de la demanda de servicios turísticos en las comunidades rurales	Escaza comunicación y propaganda

Fuente: datos de Laura Ferraro Velásquez; 04-may-2010 laura-ferraro-velasquez.suite101.net; www.ecobachillerato.com/trabajosecono/turismorural.pdf

2.4. Marco Legal

En países de Centro América, las políticas de fomento son catalizadoras del despegue y auge de este sector.⁸

En las políticas macroeconómicas de Nicaragua, la actividad turística ha venido ganando un mayor protagonismo e interés por parte del Estado. El gobierno y el Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR) han dado pasos para promover el crecimiento de la actividad turística, por lo cual, han promulgado leyes sobre:

- a. Incentivos a las inversiones extranjeras (Ley N° 127).
 - Derecho a la repatriación del 100% del capital extranjero invertido después de tres años.
 - Derecho al 100% de las utilidades generadas por el capital registrado.
 - Derecho al 100% de propiedad extranjera en la mayoría de las áreas.
 - Acceso a divisas al precio oficial del mercado.
 - Exención total de impuestos en la venta de acciones y en la venta total de la empresa.
- b. Ley General de Turismo y su respectiva reglamentación (Ley 495). Aprobado el 11 de Noviembre del año 2004.
- c. Ley de Incentivos a la Industria Turística con su respectiva reglamentación (Ley N° 306) publicada el 21 de junio de 1999. Ésta provee una serie de beneficios para el desarrollo de las actividades turísticas, entre los cuales destacan las exoneraciones fiscales, créditos fiscales y créditos sobre las ganancias para financiamiento del mismo proyecto turístico.

Estas medidas benefician, principalmente, a inversionistas extranjeros y a empresarios nacionales altamente capitalizados. La cantidad de requisitos de trámites para operar, así como los altos costos de los mismos constituyen una limitante para la conformación y desarrollo de los pequeños negocios turísticos.

⁸ Módulo Legislación Turística, octubre 2010, Carlos Fidel Bustos Ibarra

Estos últimos tampoco se ven beneficiados con la Ley de Incentivos Turísticos, Ley N° 306, ya que los montos mínimos de inversión aún son muy elevados para este sector. Por ejemplo, si se desea invertir en áreas protegidas, parques nacionales o sitios de interés turístico, se requiere una inversión mínima de 100,000.00 dólares norteamericanos, aunque según reportes del INTUR, este monto será reducido sustancialmente.

Los pequeños empresarios turísticos nicaragüenses y las pequeñas iniciativas de Turismo Rural comunitario no tienen tal capacidad de inversión, por esta razón, se hace necesario desarrollar iniciativas de ley que permitan flexibilizar los montos para aquellas zonas de planificación y desarrollo turístico propuestas por el INTUR, el cual ha formulado una política y estrategia de turismo rural sostenible para Nicaragua como parte de la estrategia del Plan Nacional de Desarrollo para complementar los ingresos al sector rural y ayudar a la reducción de la pobreza en el campo donde se elaboró un Anteproyecto de Ley de Turismo Rural que está en la Comisión de Turismo de la Asamblea Nacional.

Capítulo III. El agroturismo en Nicaragua

3.1. El Agroturismo

Según datos difundidos por la OMT (**Organización Mundial del Turismo**) en 2010 ha habido 935 millones de llegadas turísticas internacionales en todo el mundo.

En el mes de diciembre de año 2010; Nicaragua recibió la llegada de 1,011,251 turistas internacionales, lo cual representa un aumento de 79,347 turistas que ingresaron al país en comparación al periodo 2009 que fue de 931,904 turistas, lo cual representa porcentualmente del 8.5%.

Las principales nacionalidades de turistas que visitaron Nicaragua en el 2010 fue el siguiente:

Cuadro Nº 3
Turistas que visitaron Nicaragua en el 2010

PAIS	%
Honduras	21.2
USA	20.8
San Salvador	13.4
Costa Rica	12.4
Guatemala	7.6
Otros Países	24.5

Fuente: Boletín de estadísticas de turismo de Nicaragua 2010

En el año 2010 se registraron un total de 28 proyectos aprobados por la junta de incentivos turísticos, bajo la ley 306, con un monto de inversión total de U\$ 134.52 millones de dólares (77.5% de total de la inversión es de origen extranjero y 22.5% nacional) los que generan 7,537 empleos transitorios y 2,539 nuevos empleos⁹ permanentes.

⁹ Boletín de estadísticas de Turismo de Nicaragua 2010 INTUR

Este progreso positivo tanto en el número de llegadas de turistas internacionales como en los ingresos de divisas por turismo, confirman las amplias posibilidades de desarrollo en Nicaragua como destino turístico.

Actualmente en Nicaragua las iniciativas de turismo rural han sido desarrolladas por organizaciones como cooperativas, Asociaciones, Redes y Organizaciones que practican el manejo de áreas protegidas que invitan al turista a participar de modalidades¹⁰ como el turismo Rural Comunitario, Agroturismo, Ecoturismo como parte de su oferta.

El INTUR se encuentra promoviendo el proyecto de Fincas Agro turísticas de Nicaragua, que se ejecuta en base a una alianza público privada con las principales organizaciones de base campesina a nivel nacional, como RENITURAL y FENIAGRO.

Estas organizaciones firmaron convenios de colaboración con el INTUR para la promoción y desarrollo del Agroturismo. Este convenio tiene como objetivo brindar colaboración mutua económica, técnica y operativa para el impulso del desarrollo del Agroturismo en Nicaragua, así como proporcionar, divulgar y apoyar el desarrollo del turismo rural y comunitario en los departamentos de Estelí, Boaco, Jinotega, Matagalpa, entre otros, donde los productores buscan apoyo del INTUR¹¹.

¹⁰ Definición de la política y Estrategia para el Turismo Rural Sostenible de Nicaragua INTUR

¹¹ <http://www.newsinamerica.com/pagtur.php?idnoticia=7286&categ=2>

3.2 Los Impactos del Agroturismo en Nicaragua

Como toda actividad productiva el agroturismo provoca externalidades deseadas y otras no deseadas; tanto sobre los agentes mismos como la comunidad local y el medio ambiente.



Estas externalidades pueden ser sobre los entornos naturales (ambientales)

sobre las organizaciones sociales y su cultura (socioculturales), así como sobre el patrimonio familiar y comunitario (económicos).

3.3 Impacto Ambiental

El Agroturismo como muchas actividades productivas desarrolladas en el medio rural, provoca impactos en el ambiente natural, tanto de tipo negativo como positivo. El agroturismo utiliza los recursos naturales como uno de sus principales atractivos, casi al igual a la explotación que se hace de los recursos naturales¹².

Su uso está orientado principalmente a su carácter de paisaje y (Belleza escénica) como soporte de actividades turísticos-recreaciones; especialmente los bosques, la flora, ríos, lagos, cerros y montañas.

Las acciones que se efectúan en el medio natural son: en general de bajo impacto, entre los impactos negativos tenemos el aumento de los desechos tanto sólidos como líquidos y la mayor demanda por el recurso agua, recurso leña tanto para la elaboración de alimentos como para otros usos.

¹² Tomado del Análisis de las anteriores iniciativas INTUR

Otros elementos del agroturismo que hoy alteran el paisaje rural son: la construcción de áreas para estacionamiento sin ninguna preocupación por la armonía del paisaje; la acumulación de desechos de reciclajes alrededor de las casas rurales (plásticos, latas, metales, vidrios, neumáticos) y la utilización de señales con materiales poco amables con el entorno.

Impactos ambientales como la presencia de basuras y la extracción y sustitución de especies nativas para habilitar áreas de jardines que son identificados como negativos, pero con presencia baja.

Los impactos positivos sobre el medio ambiente provocados por el agroturismo, han sido poco analizados. Sin embargo debido a este presente estudio, se identifican a los programas de educación ambiental.

3.3 Impacto Económico

Es difícil medir el impacto económico del agroturismo debido a la variedad de actividades y servicios, escasas de información confiable y la reserva que sobre este tema guardan tanto empresarios como clientes.

A nivel nacional se reconocen las principales fuentes de ingresos de estos negocios la prestación de servicios de alojamiento y la venta de productos derivados de la ganadería y la agricultura. En un menor nivel como fuente de ingresos podemos citar servicio de restaurante y la venta de paquetes o excursiones, esta última identificada para emprendimientos con una oferta más compleja y diversificada. Finalmente con un aporte menor se señalan la venta de actividades propias de las fincas como son, enseñarles a los visitantes a ordeñar vacas, caminatas dentro de la finca, cabalgata, entradas a sitios turísticos y los servicios de guía.

En los últimos años las inversiones han sido orientadas a mejorar el equipamiento para la prestación de servicios de alojamiento y alimentación.

Luego destacan las inversiones para la compra de equipos, la promoción y las relaciones públicas realizando campañas publicitarias en algunos departamentos. Estas actividades están orientadas a la construcción de instalaciones, el desarrollo de acciones de capacitación, asesorías y mejoramiento de la infraestructura básica.

Capítulo IV.
PLANES DE NEGOCIO
DE LAS FINCAS LOS LIMONES Y EL
OROSAL



4.1. PLAN DE NEGOCIO LOS LIMONES

4.1.1. Introducción

Nicaragua ubicado en el Istmo Centroamericano, posee riquezas naturales culturales, históricas y distintos potenciales turísticos, como: lagos volcanes y zonas agroecológicas lo que ha permitido el turismo rural.

Con la visión panorámica del sector turístico rural y comunitario, el Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR), en su rol de gestor de la actividad turística como institución del Gobierno ha promovido a través de diferentes proyectos el desarrollo del sector, especialmente a través del Proyecto Fincas Agro Turísticas de Nicaragua (PFATN), el cual cuenta con el apoyo directo de organizaciones sectoriales como la Red Nicaragüense de Turismo Rural Comunitario (RENITURAL).

Actualmente el turismo es una industria, contribuye a la protección de los recursos naturales y es una alternativa económica financiera que genera ingresos al país contribuyendo al Producto Interno Bruto (PIB) y generadora de empleo que apoya al nivel y calidad de vida de los individuos que trabajan en este aspecto.

El turismo rural comprende actividades eco turísticas, agro turísticas, turismo de aventura que se desarrollan en un ambiente campestre rural y contribuye a la preservación del medio ambiente.

Dada las condiciones con las que cuenta el hostel Los Limones se ha elaborado el presente Plan de Negocios para la adquisición de financiamiento con el propósito de construir y mejorar las condiciones en infraestructura y brindar servicios al público de alojamiento, alimentación y recreación campestre.

En este documento se efectuaron diversos análisis a nivel organizativo, estratégico y competitivo haciendo un estudio cuantitativo (Estados Financieros) y cualitativos (FODA).

4.1.2. Antecedentes

El Hostal Los Limones ubicada en el departamento de Boaco a 20 km del municipio de Camoapa situada a 114 km de la ciudad capital Managua. Camoapa es el Municipio de mayor extensión territorial del Departamento de Boaco, limita al norte con el Departamento de Matagalpa, al Sur con Chontales, al Este con la RAAS y al Oeste con el Municipio de San Lorenzo; su territorio forma parte en su gran mayoría de la zona agroecológica.

La fisiografía dominante corresponde a las planicies onduladas húmedas, que es una parte ondulada y baja que desciende de las alturas de las serranías de Boaco, extendiéndose hacia la llanura aluvial del Caribe, su actividad productiva es predominantemente ganadera y por ende al proceso de lácteo y donde la tenencia de la tierra está orientada hacia fincas ganaderas extensivas ya que es característica de este territorio.¹³

El pueblo realiza fiestas tradicionales en el mes de Junio y Octubre donde festejan a San Francisco de Asís donde asisten en su mayoría pobladores de comunidades aledañas, locales y extranjeros estos permiten a la familia una oportunidad de adquirir otros ingresos.

El cuatro de agosto del año dos mil, la Finca los Limones con una extensión territorial 6.5 MZ fue comprada por dos hermanos Isolina e Ignacio Bodan; la Familia **Bodan** adquirieron estas tierras con el propósito de utilizar la parcela para establecer un proyecto de ganado menor y mayor, así como la siembra de árboles frutales y forestales. Sin embargo debido a la ubicación geográfica de la finca, que presenta características turísticas, facilidad de acceso al pueblo y el potencial de la finca; iniciaron los servicios de restaurante a personas nacionales en épocas de fiestas tradicionales del municipio.

¹³Ficha Municipal de Camoapa/ INTUR.

En busca de mejorar los servicios como una alternativa de ingresos y generar empleo surgió la idea de aprovechar turísticamente la finca e Iniciaron procesos de diversificación de la oferta de bienes y servicios aprovechando de manera general los recursos naturales, culturales, belleza escénica.

Con la visión panorámica del sector turístico rural y comunitario, el Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR), en su rol como gestor de la actividad turística promueve a través de diferentes proyectos el desarrollo del sector a través del proyecto Fincas Agro Turísticas de Nicaragua (PFATN) donde la Finca Los Limones es identificada por su potencial y desarrollo turístico viable.

4.1.3. Análisis Organizativo

La Finca Los Limones administrada por los propietarios Isolina e Ignacio Bodan, realizan labores que son asumidas por personas familiares. Este proyecto carece de una estructura organizativa formal; sin embargo cuenta con un documento de escritura pública que lo acreditan como legítimos dueños de esta propiedad, así como la experiencia en la elaboración de alimentos.

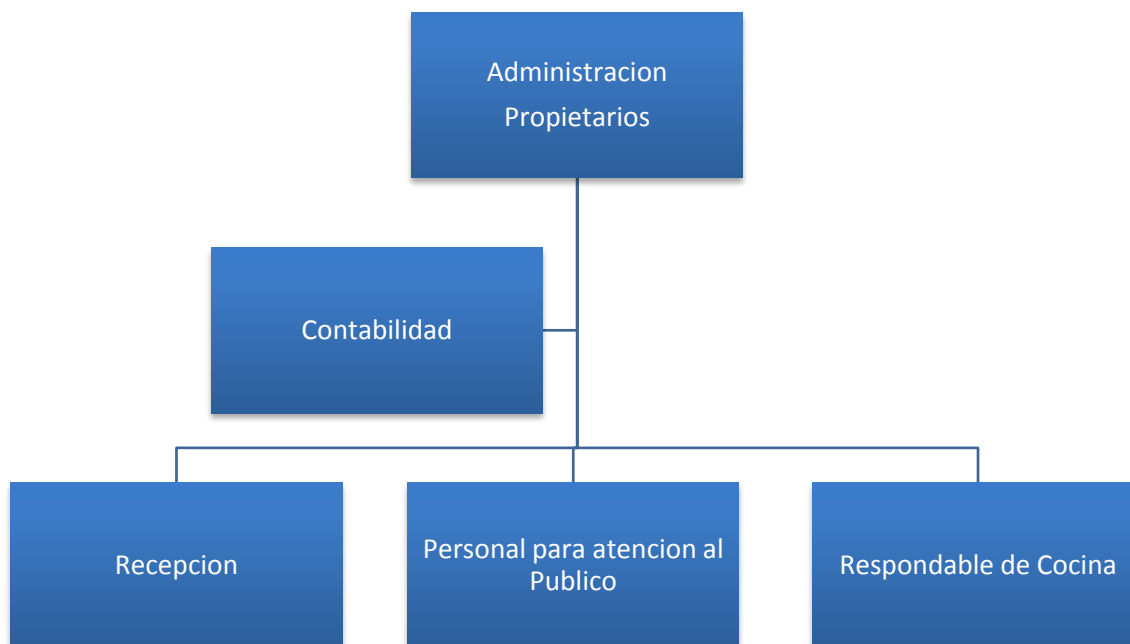
Este micro proyecto es desarrollado a nivel familiar, no cuenta con una constancia de negocio, carecen de un registro contable lo que limita visualizar los ingresos y egresos así como pérdidas y ganancias.

A través del tiempo la familia ha trabajado la venta de productos lácteos y ofrece servicios alimenticios como un medio de subsistencia aprovechando el potencial de la finca y la demanda de servicios a nivel local.

No tienen un esquema u organigrama establecido por lo que se le recomienda:

1. Realizar las gestiones pertinentes ante la municipalidad.
2. Establecer una jerarquía sobre funciones específicas.
3. Contratar personal calificado.
4. Llevar un registro contable de los ingresos así como los egresos para llevar un mejor control sobre obligaciones pertinentes.

Ante esta situación informal, se recomienda la siguiente estructura organizativa.



La administración: Realizaran las gestiones legales del negocio, cumplimiento de las obligaciones de pago y toma de decisiones, así como asegurar el cumplimiento de las funciones establecidas, se encarga de la supervisión y evaluación del desempeño del personal, asegura que se cumplan los objetivos y metas establecidas. Asisten junto con el personal a capacitaciones para el fortalecimiento del desempeño.

Contabilidad: Registra y controla todos los ingresos y egresos del Hostal Los Limones, realizar un informe financiero.

Recepción: Encargada de atender e informar sobre los bienes y servicios ofrecidos en el negocio.

Personal para atención al Público: Tomando en cuenta la equidad de género dando oportunidad de empleo a hombres y mujeres (50 – 50). Esta se encuentra dirigida por cuatro empleados los cuales realizaran las siguientes funciones:

1. Guía turístico
2. Responsable de mantenimiento (dormitorios, limpieza)

3. Servicios de seguridad.

Responsable de cocina: Es la encargada en la preparación y elaboración de alimentos con higiene y calidad según lo requerido por los estándares del Ministerio de Salud pública.

4.1.4. Análisis Estratégico

Misión

Somos una empresa familiar que proporciona un servicio de alojamiento y restaurante de calidad, ofreciendo un entorno natural y único, para el descanso y esparcimiento de todas aquellas personas amantes de la naturaleza.

Visión

Ser una finca agro turística familiar líder y representativa en el turismo rural comunitario que presta servicios de calidad Eco y Agro turístico en armonía con el medio ambiente y generador de empleo.

Valores

- ❖ **Responsabilidad Social:** Participando en la generación de empleo de pobladores en la comunidad.
- ❖ **Responsabilidad Ambiental:** Protección de los Recursos Naturales para hacer sostenible el negocio, convivir en armonía, conservar y proteger los recursos naturales.
- ❖ **Experiencia:** Brindaremos Atención de Calidad en Alojamiento y Alimentación.
- ❖ **Conocimiento:** Compartimos con nuestros clientes nuestro conocimiento y dominio de la zona.
- ❖ **Seguridad:** Valoramos altamente la protección de nuestros visitantes.

Políticas de Calidad

Atender con calidad y calidez a los clientes, brindar un servicio de alimentación de comidas tradicionales; Servicio de menú al gusto y preferencia del cliente con seguridad e higiene, rapidez y cortesía para el deleite del consumidor.

Ofrecer alojamientos, productos turísticos de calidad (cabalgata, senderismo) garantizando la seguridad de nuestros clientes durante su estadía en las instalaciones.

Generar empleos dignos, incentivando de esta forma la economía local.

Promover la reforestación y la regeneración de los Bosques, la conservación de la biodiversidad de las bellezas naturales.

4.1.5 Análisis Competitivo:

✓ A nivel internacional

Los países europeos, siguen siendo los líderes tradicionales en desarrollo turístico, entre ellos podemos citar a Francia, España, Italia, Alemania, Inglaterra.

Los países caribeños como República Dominicana, Puerto Rico y Cuba siguen siendo destinos muy codiciados, además de México y algunos países de Sur América como Argentina, Perú, Brasil y Chile; destinos que han sido tradicionales gracias a características propias como el clima, cultura y arquitectura, tradicional en la oferta del sector y características naturales como las playas.

En los últimos 20 años, han surgido una serie de destinos turísticos alternos, dentro de los cuales podemos mencionar en Centroamérica a Costa Rica, Guatemala y en los últimos años Nicaragua, por la ubicación geográfica y principalmente, por la oferta de sol y playa, y la incorporación de los aspectos naturales de la biodiversidad, la conservación de los recursos naturales, la convivencia con las comunidades locales, la protección al patrimonio histórico y cultural, y sobre todas las cosas, la propia idiosincrasia de la vida diaria de las poblaciones autóctonas de estas zonas.

El turismo representa un importante sector económico de desarrollo para un gran número de países del mundo, según la Organización Mundial del Turismo (OMT) hasta Octubre del año 2010 los destinos registran un total de 600 millones de llegadas, siendo el dato de la OMT para el año 2009 de 880 millones de turistas.

Este comportamiento del turismo durante el 2010 no ha sido igual en todo el mundo, de forma que en los países del continente Americano se ha visto un crecimiento del 7%, esto se debe en gran medida a factores económicos tales como la recuperación de la economía estadounidense y la vitalidad de los países latinoamericanos, así como la creciente integración de la región central y sur de

América. Según declaraciones ofrecidas por la Organización Mundial del Turismo.¹⁴

Cuadro No4
Visitas e ingreso Monetario Turístico en C.A.

2010 En miles	Costa Rica	El Salvador	Guatemala	Honduras	Nicaragua	Panamá
Turistas	2,099.8	1,149.6	1,218.7	895.6	1,011.3	1,317.4
Excursionistas	385.4	455.8	657.1	1,185.5	60.4	399.0
Total visitantes	2,485.2	1,605.4	1,875.8	2,081.1	1,071.7	1,716.4
Ingreso Monetario	1,961.1	518.0	1 378.0	650.0	281.5	2,552.5

Fuente: Boletín de estadísticas de Turismo de Nicaragua. (2010)

El cuadro anterior refleja que Centro América presenta un incremento en la llegada de turistas de 3.8% comparado con el año 2009, excelentes cifras de crecimiento que significa que el turismo continua teniendo una posición importante en el PIB de los países.

✓ A Nivel Nacional

El sector turístico en Nicaragua tiene una gran importancia, en la generación de empleos y divisas para el país, así como para el crecimiento de la economía nacional. En el primer semestre del 2011 los ingresos por turismo se elevaron a 196 millones de dólares, aumentado en un 3% comparado con el mismo periodo del año 2010, cuando se reporto un ingreso de 190.2 millones de dólares. De continuar la tendencia se ha demostrado que en el 2011 los ingresos por turismo podrían alcanzar los 380 millones de dólares.¹⁵

¹⁴WWW.e-unto.org barómetro OMT del turismo mundial.

¹⁵Boletín de Estadísticas de Turismo de Nicaragua

El turismo rural en su conjunto, representa una buena oportunidad para los turistas, ya que la oferta es amplia e integra diversos atractivos naturales, culturales e históricos, la realización de actividades diversas, la convivencia con familias y comunidades Rurales, la visita de sitios de mucho valor natural, identificadas como Maravillas del Mundo en Nicaragua, donde se pueden realizar actividades de aventura, educativas, generadoras de ingresos que permite el desarrollo del país; la realización de estas actividades cotidianas de la cultura rural y la oferta de servicios locales y la gastronomía tradicional nicaragüense.

La vía de ingreso utilizadas por los turistas es la terrestre con una representación del 63.9% del total, seguido por vía aérea con un 34.7% y el tercer lugar de importancia es la vía acuática con 1.4% (ver cuadro N° 3 pag. 31).

✓ A Nivel Local

Camoapa (en nahuatl "ciudad de lapas") con 12,000 habitantes, es la segunda ciudad más importante del departamento de Boaco, con un gran dinamismo comercial ganadero.

El clima es variado, su temperatura promedio anual es de 25.2 grados centígrados, y en algunos períodos logra descender 23° centígrados. La precipitación pluvial alcanza desde los 1200 hasta los 2000 milímetros en el año, sobre todo en la parte noroeste del Municipio

El clima es variado, su temperatura promedio anual es de 25.2 grados centígrados, y en algunos períodos logra descender 23° centígrados. La precipitación pluvial alcanza desde los 1200 hasta los 2000 milímetros en el año, sobre todo en la parte noroeste del Municipio.



Los camoapas, descendientes de boaqueños y masayas, según el historiador local Andrés Mendoza, estaban ubicados inicialmente entre los ríos Codorniz y Cacla, donde se conservan algunas ruinas. En 1680 la corona española dono tierras egidas y eximio de impuestos a la población; En 1925 en un conflicto con la vecina Comalapa, Camoapa se integró al departamento de Boaco.

Camoapa es el clásico pueblo ganadero con calles amplias y cultura Vaquera en su centro está el parque de Tasiwa y un bello templo parroquial barroco declarado monumento nacional.

En las comarcas de las salinas y cerca de la Escuela Cataluña, existen 16 cuevas construidas por los antiguos pobladores o según la creencia popular fueron levantadas por duendes. En el Limón cerca donde fue el primer asentamiento se puede admirar la Piedra Pintada, monolito con niños y sirenas, lagartos y otros animales bellamente pintados. Cerca hay otro monolito, el Salto del Gallo de menor tamaño pero también con relieve.¹⁶

4.1.6. Análisis FODA:

FODA: Es una herramienta estratégico, que permite analizar elementos internos a la empresa y por lo tanto controlables, tales como fortalezas y debilidades, además de factores externos a la misma y por lo tanto no controlables tales como oportunidades y amenazas.

Este análisis permite tener una visión clara sobre las características de la empresa, de su entorno, y de las posibles modificaciones que se pueden dar de acuerdo al desarrollo de procesos empresariales sostenibles que integren la participación, los procesos de planificación estratégica, el establecimiento de alianzas con actores públicos o privados, y principalmente, la actualización del mismo como herramienta de auto análisis y de mejora continua.

¹⁶ GUIA TURISTICA DE NICARAGUA.

Cuadro N° 5
Análisis FODA

<i>FORTALEZAS</i>	<i>OPORTUNIDADES</i>
<p>Propietarios poseen escritura Pública, con Infraestructura para ofertar servicios turísticos relacionados a la alimentación. La ubicación geográfica del área territorial, recursos naturales y belleza escénica para desarrollar el Turismo Rural.</p> <p>Trabaja con enfoque y responsabilidad social.</p> <p>Cuenta con dos vías de acceso con carretera pavimentada.</p> <p>Gozan de servicios básicos de agua, energía eléctrica e Internet.</p> <p>Celebraciones culturales en periodos de fiesta que permite afluencia de personas.</p>	<p>Política de gobierno y estrategia favorable al sector turismo rural: (creación de paquetes en turismo de aventura, ecoturismo, agroturismo).</p> <p>Aumento de visitantes al lugar motivados por la calidad del recurso, belleza escénica, patrimonios culturales e históricos locales.</p> <p>Futuras inversiones para mejorar infraestructura para el alojamiento de turistas.</p> <p>Establecer Alianzas con Tours operadoras nacionales e Internacionales.</p>
<i>DEBILIDADES</i>	<i>AMENAZAS</i>
<p>No se dispone de un sistema contable formal que sea avalado por una persona que maneje este tipo de tema.</p> <p>Falta de infraestructura para el servicio de alojamiento.</p> <p>No cuenta con vehículo propio.</p>	<p>Crisis financiera internacional no permite la llegada de clientes.</p> <p>Fenómenos Naturales que arrasen y deterioren del paisaje.</p> <p>Presencia de nuevas iniciativas turísticas en la zona competitivas.</p>

Fuente: En base a datos recogidos

4.1.7. Análisis de Mercado:

Los servicios del Hostal los Limones está dirigido al turista nacional e internacional. Ofertando alojamiento, alimentación, senderismo, cabalgatas actividades relacionadas de convivencia y aventuras.

Los aspectos geomorfológicos y más exclusivamente, geológicos constituyen el principal recurso natural de la finca. El enfoque de turismo rural comunitario no se ha explotado.

La principal actividad económica que realiza la familia Bodan se centra en ganadería y el procesamiento de los derivados de la leche (queso, quesillo, crema, leche agraria, cuajada).

Facilidades Existentes y servicios turísticos Disponibles:

Precio:

Alimentación: Actualmente no se cuenta con una tarifa establecida por los servicios ofertados que defina un monto económico por cada bien o servicio que se comercialice dentro de las instalaciones.

Los precios actuales son:

- Alimentación: C\$ 60.00
- Cabalgata: no tiene ningún costo
- Sendero: C\$ 50.00 por persona¹⁷

En el presente Plan de Negocio, se definen algunas condiciones para mejorar la estructura de precio de los bienes y servicios del Hostal, principalmente a través de la dolarización de los precios, lo que permite asumir la devaluación de la moneda nacional. Los precios propuestos son los siguientes:

- Alimentación: US\$ 5 - US\$ 8
- Refrigerios: US\$ 1.5

¹⁷ Visita de campo según la propietaria señora Isolina Bodan.

- Cabalgatas: US\$ 6
- Senderismo (Tour): US\$3

Promoción y comercialización:

La estrategia de promoción y comercialización se realizara con el objetivo de publicar y dar a conocer el proyecto Turístico a nivel nacional e internacional para ello se realizara los siguientes:

Cuadro N° 6 Elementos Publicitarios:

Material Promocional	Cantidades	Local	Nacional
Rótulos de madera con señalización que indique el camino hacia el Hostal	12und	12	
Publicidad en medios radiales	2 veces Semanal	2	
Mantas publicitarias en las principales vías de acceso	3	3	
Brochure	2,500	1000	1500
Internet (Facebook)	1		1
Tarjetas de presentación	2,000	1000	1000
Mapa turístico	500		500

Fuente: Elaboracion Propia

Se recomienda promover paquetes turísticos en conjunto con el Proyecto Fincas Agro Turísticas, en el mercado nacional y local, diseñando paquetes familiares, empresariales y estudiantiles a fin de brindar esparcimiento a la familia, al trabajador y Mantener las alianzas con universidades para promover procesos investigativos.

Seguimiento y control del plan:

Con el propósito de lograr objetivos, metas, el seguimiento y control debe ser realizado directamente por los propietarios, responsable de la auto sostenibilidad de la gestión empresarial del Hostal Los Limones.

La auto gestión y coordinaciones se realizaran de manera directas, con el objetivo que de establecer alianzas para realizar determinadas actividades que sea para lograr el éxito del hostel; brindar el seguimiento en la realización de las diferentes funciones establecidas para la atención al cliente; se elaboraran formato de reporte donde se integren los avances, dificultades, problemas y posibles soluciones a los aspectos relacionados con el plan de Negocios.

Realizar en conjunto con el responsable de contabilidad el registro integral de los ingresos del Hostal, evaluación del desempeño del personal en conjunto buscar estrategias que contribuya al éxito de las actividades.

Precios, costos y punto de equilibrio:

Los ingresos brutos por los servicios turísticos ofertados para el año 2011 fueron de U\$179.394,00 teniendo un margen de costo del 70% es decir un costo variable anual de U\$ 47.501,16, gastos de operación de U\$ 17.957,64 y gastos de propaganda U\$ 2.400,00.

Para calcular el punto de equilibrio se procedió primero a calcular los siguientes puntos:

Estimación de costos promedio mensuales

Gastos fijo anual U\$ 17.957.64/ 12 meses= U\$ 1.496.47

Costos Variable anual U\$ 47.501.16/12meses = U\$ 3.958.43

Total costo promedio mensual (U\$ 1.496.47 + U\$3.958.43) = U\$ 5.454.86

Estimación de costos unitario por turistas

Costo promedio mensual / No de turistas (U\$ 5.454.86 / 150) = U\$ 36.86

Estimación de costos variable unitario

Costo variable mensual / Total costos promedio mensual (U\$3.958.43 / U\$ 5.454.86) = 0.72 esto significa que por cada dólar de costo 72 centavos son de costos variables.

Estimación de costos fijo unitario

Costo fijo mensual / Total costo promedio mensual (U\$ 1.496.47 / U\$ 5.454.86) = 0.27 esto significa que por cada dólar de costo total 27 centavos son de costo fijo.

Estimación de costos unitario mensual por turistas

$(36.86 * 0.72) = U\$ 26.54$ de costos variables y $(36.86 * 0.27) = U\$ 9.96$ de costos fijos.

Estimación del Margen de contribución unitario

Promedio de ingresos por turistas – proporción de costo variable unitario (U\$ 99.66 – U\$ 26.54) = U\$ 73.12

Punto de Equilibrio:

PE: costo fijo promedio / MCU (U\$ 1.496.47 / U\$73.12) = 20.46 turistas.

Comprobando:

Utilidad: Ingresos menos costos.

Ingresos: I = ingreso promedio por turista por PE (U\$ 99.66 * 20.46) = U\$ 2.039.04.

Costos: Costo Fijo mensual + (costo variable X PE) = U\$ 1.496.47 + (U\$ 26.54 * 20.46) = 2.039.04

Al realizar la fórmula de utilidad = U\$ 2,039.04 – U\$ 2039.04 = 0.00

4.1.8. Análisis financiero:

El análisis financiero permite conocer la rentabilidad y determinar la viabilidad del Hostal Los Limones; las herramientas a utilizar son Valor Actual Neto (VAN), la tasa interna de retorno (TIR) y la relación Beneficio costo (RBC).

El escenario de inversión por un monto de **U\$196,457.26** Dólares; para la realización en la construcción de infraestructura (dormitorios).

Al realizar dicho análisis a través del uso de parámetros nos permite calcular la viabilidad del proyecto Hostal Los Limones

Considerando el crecimiento de visitantes, medidas por la capacidad de alojamiento en infraestructura a realizar se proyecta un Ingresoy un egreso según resultados obtenidos (Véase flujo de caja anexo N° 4 pág. N° 90).

Cuadro N° 7
Proyección Ingresos y Egresos
del Hostal Los Limones

Año	Ingresos	Egresos
2011	179.394,00	139.300,10
2012	215.272,80	84.213,50
2013	258.327,36	93.996,82
2014	309.992,83	107.918,76
2015	371.991,40	123.433,51
2016	446.389,68	142.049,10
2017	535.667,61	164.385,12
2018	642.801,14	191.185,51
2019	771.361,36	223.343,10
2020	925.633,64	261.929,22

Los egresos e ingresos: estudiados y analizados por visitas de campos e información suministrada por la Señora Isolina Bodan (Propietaria de la Finca).

Para la elaboración del flujo proyectado se considerou un plazo de 10 años con una tasa de descuento del **12%**, según el Sistema Nacional de Inversiones Públicas de Nicaragua, el cual se toma como referencia el **15%** que es la tasa social de descuento propuesta para un proyecto de Inversión en Agro-negocios.(ver anexo N° 4 pág. 90).

El margen de crecimiento anual es proyectado con un **20%**, este puede incrementar según la oferta y demanda del servicio turístico hotelero.

Indicadores Financieros

VAN	283,072.90
TIR	53%
R B/C	4%

Fuente: Elaboracion Propia

El VAN es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, según la evaluación financiera, la VAN obtenida es positiva lo que quiere decir que la inversión proporcionara más de U\$ 283.072,90 por encima de la inversión en un plazo de 10 años.

La TIR es la tasa de descuento de un proyecto de inversión que permite que el VAN sea igual a cero, la TIR es la máxima tasa de descuento que puede tener un proyecto para que sea rentable pues una mayor tasa ocasionaría que el VAN sea menor que la inversión.

Como se refleja en el cuadro anterior, la TIR está por encima de la tasa de descuento (53%) recuperándose el costo de oportunidad.

La relación Beneficio costo toma los ingresos y egresos presentes del flujo de caja para determinar cuáles son los beneficios por cada dólar que se invierte en el proyecto. Este indicador es mayor que 1. El (4%) significa que los ingresos son mayores a los egresos por lo tanto se determina que el proyecto es viable, factible y rentable

4.1.9. Conclusión

La Familia Bodan propietario de la Finca los Limones haciendo uso de los recursos agropecuarios de la propiedad inician como una micro empresa familiar realizando actividades comerciales haciendo uso de los derivados de la leche y brindando servicios de restaurante a nivel local.

Estos facilitan proyectarse a una iniciativa de turismo rural que permita diversificar la actividad Agro turística y mejorar sus ingresos económicos.

Para dar inicio a este proyecto la familia cuenta con financiamiento otorgado por INTUR como una estrategia de promoción y comercialización de bienes y servicios turísticos proyectado para diversos mercados nacional e internacional; para ello la familia cuenta con belleza escénica natural, flora y fauna siendo este un potencial atractivo para personas nacionales y extranjeras.

4.1.9. Recomendaciones

Es necesario diversificar la oferta turística de la iniciativa de la familia, para ello se proponen desarrollar este proyecto la inversión \$196,457.26 dólares, los cuales serán utilizados en infraestructura; esto permitirá realizar acciones de agroturismo, aprovechando el giro productivo agropecuario de la Finca Los Limones y realizar otras acciones que permitan al cliente tener más opciones de esparcimiento.

Es necesario que los propietarios capaciten al personal calificado en este aspecto turístico y se apropien de esta herramienta, seguir las recomendaciones que se detallan para lograr los objetivos y metas propuestas de viabilidad y rentabilidad del mismo.

Mantener la calidad, calidez del servicio en la finca Hostal Los Limones.



4.2. PLAN DE NEGOCIO

EL OROSAL

4.2.1. Resumen Ejecutivo

Finca el Orosal con una extensión de 80 manzanas administrada por Agustín Orosco, en un inicio la finca tenía ya afluencia de unos turistas ya que se promocionaba en la guía turística Map & Visitor`s Guide 2008-2009 Boaco Touring Around, y el Consejo de Desarrollo Departamental de Boaco (CODEBO).

Años más tarde El Orosal decide tomar la iniciativa de transformarse de una finca ganadera a una Agroturística esto con la iniciativa de aprovechar el potencial turístico de la finca con el apoyo del Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR).

Teniendo en cuenta que el desarrollo del turismo va teniendo mucho auge en Nicaragua se ven en la necesidad de llevar a cabo un proyecto de inversión y plan de negocio, que consiste en la construcción de una cabaña comedor, una cabaña renta caballos, cabaña estanque y mejoras en el techo de la casa hacienda esto con el objetivo de brindar un mejor servicio y calidad a los visitantes.

4.2.2. Introducción

El turismo rural en Nicaragua es una actividad que ha venido tomando mucho auge en el país desde hace varios años, los desequilibrios económicos y sociales presentes en el medio hacen que esta actividad surja como alternativa complementaria de las actividades económica para los productores.

El turismo rural es un conjunto de actividades que se realizan en los medios rurales, dentro del turismo rural podemos mencionar diferentes tipos de opciones turísticas que se pueden practicar como son; ecoturismo, agroturismo, turismo científico, turismo de aventura, etnoturismo, turismo deportivo, turismo salud, etc.

El turismo rural parece tener una buena influencia en lo que respecta a la calidad de vida de las familias donde se desarrolla el turismo rural, esta actividad ha sido un medio de desarrollo económico para la población de las zonas rurales que poseen recursos naturales con potencial turístico.

El Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR) en su rol de gestor de la actividad turística y el Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional (GRUN) han estado promoviendo el desarrollo de la actividad turística rural a través del Proyecto Fincas Agro Turísticas de Nicaragua (PFATN), el cual cuenta con el apoyo directo de organizaciones como la Red Nicaragüense de Turismo Rural Comunitario (RENITURAL), la Federación Nicaragüense de Cooperativas Agroindustriales de Nicaragua (FENIAGRO) y la Federación Nacional de Cooperativas Agropecuarias (FENACOOB) y la Cooperación Suiza en América Central a través del Programa PYMERURAL.

La finca El Orosal ha sido una de las fincas que forma parte del Proyecto de Fincas Turísticas de Nicaragua (PFATN), la cual ha venido desarrollando el turismo rural y comunitario, para ello se elaboró el presente plan de negocio donde se presenta la rentabilidad de la actividad turística, en su estructura el plan se forma a través del análisis organizativo, estratégico, competitivo, FODA, de mercadeo, financiero y la matriz de ruta crítica.

4.2.3. Antecedentes

El Orosal es una finca de 84 manzanas ubicada en el municipio de Camoapa en el departamento de Boaco, a unos 6 kilómetros de la cabecera departamental. El Orosal ha sido heredada de generación en generación, su nombre se deriva de los apellidos Orozco y Salazar para formar el Orosal.

La finca cuenta con 30 cabezas de ganado, la producción es vendida a una empresa productora de leche además cuenta con ganado menor para consumo propio, en el centro de la finca pasa un río donde se forma una cascada conocida como Salto el Orosal de 20 metros de altura aproximadamente, la finca también cuenta con tres senderos que conectan el Salto El Orosal, la Quebrada El Coralillo y el Río Cakla.

Un mirador donde se aprecian las montañas, vista excelente para los turistas de aventura, además la propiedad tiene un estanque que será utilizado para pesca deportiva, cultivan hortalizas y granos básicos en ciertas partes. Desde hace varios años han destinado gran parte de la finca para áreas boscosas.

Don Agustín Orozco y su esposa Noelia Salazar, actuales dueños se dedicaban a la ganadería y a cultivos tradicionales, actualmente tienen la idea de transformar la finca de ganadera a una finca Agroturística.

Con el apoyo del Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR) la finca entró al programa de fincas agroturísticas de Nicaragua, donde se les proporcionará un crédito para la construcción de cabañas y un comedor, para la atención de los visitantes nacionales y extranjeros.

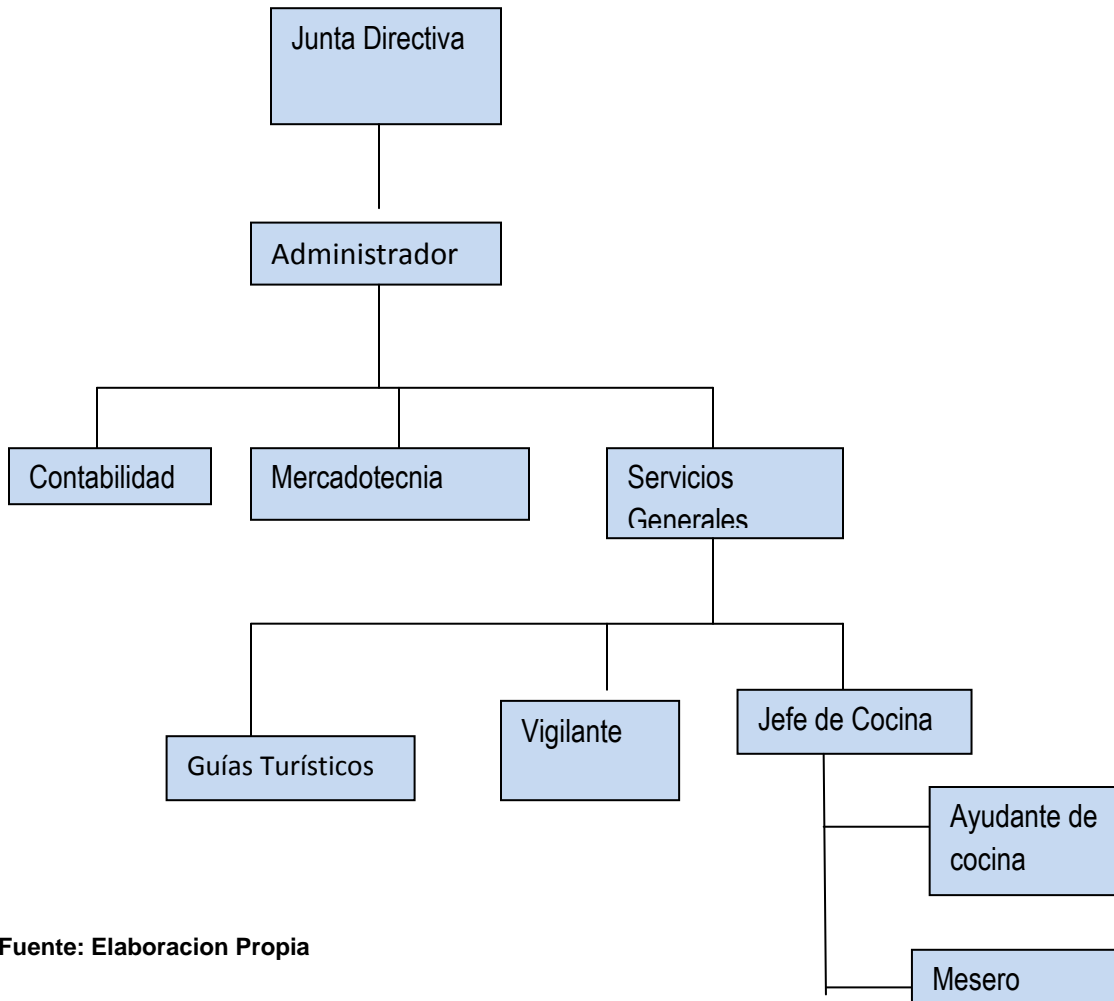
4.2.3. Análisis Organizativo

La Finca el Orosal cuenta con un plan de conservación y manejo de bosques empírico pero lo ha estado haciendo desde que tienen la idea de transformar la finca de ganadera a finca Agroturística.

La finca ha sido una empresa familiar donde todos laboran en ella, no cuenta con una estructura organizacional estable más bien empírica, no llevan registro contables, cuentan con trabajadores para las áreas de ganado y la parte de los cultivos, se está proponiendo una estructura organizacional más estable para los dueños la cual debe contar con un personal altamente calificado y especialista para la atención de los turistas.

La empresa deberá estar organizada con sus reglamentos y estatutos, se tendrá que formar una junta directiva que la conformaran los padres e hijos.

Propuesta de Organigrama del Orosal



Fuente: Elaboracion Propia

La Junta Directiva estará integrada con un presidente, vicepresidente, secretario, vocal y tesorero, los cuales serán electos entre los miembros de la familia.

La siguiente estructura planteada depende de la junta directiva, tendrá un Gerente General, un Contador, un Responsable de Mercadeo y un área de Servicios Generales que a su cargo estarán los guías turísticos, el vigilante, el jefe de cocina, el ayudante y para comenzar un mesero.

4.2.5. Análisis Estratégico

➤ MISION

Finca El Orosal una finca ganadera durante muchos años ahora una finca Agroturística enfocada en promover el desarrollo turístico en todas las actividades turísticas que conlleva su concepto, donde ofrecemos una interacción con la naturaleza en todo su entorno aprovechando los recursos naturales sosteniblemente.

➤ VISION

Ser una organización donde se promueva el turismo rural, mejorando las condiciones de vida de todos los dueños de la finca, integrando a la familia en las actividades turísticas y manteniendo un desarrollo sostenible para la conservación en la finca.

➤ VALORES

- Honradez
- Armonía
- Conservar
- Proteger
- Responsabilidad Social
- Calidad
- Rentabilidad

➔ POLITICAS DE CALIDAD

- Promovemos la reforestación y conservación de los bosques
- Capacitamos a nuestro personal en el manejo de los alimentos
- Preparamos alimentos tradicionales de la zona
- Contamos con excelentes guías turísticos
- Impulsamos el manejo integral de los desechos orgánicos e inorgánicos

4.2.6. Análisis Competitivo

Nivel Internacional

El turismo es un sector de la economía del país muy importante que ha venido desarrollándose lentamente, según datos de la Organización Mundial del Turismo (OMT) los informes arrojan que en el 2010 hubo 935 millones de llegadas de turistas internacionales en el mundo lo que ha dado como resultado un incremento del 6.6% de turistas con respecto al 2009.

El continente Americano creció un 6.6%, superior al promedio de América del Sur en 10.7%, América del Norte 7.2%, América Central 3.8% y el Caribe 3.6% , este crecimiento se le debe en parte a que han surgido destinos alternos no por su ubicación y tradición como lo son los paquetes de sol y playa si no que el turismo rural ha venido incrementando por los nuevos destinos tradicionales pero propios de cada país como convivencia con las comunidades, la conservación de la biodiversidad de los recursos, protección del patrimonio histórico y cultural y la idiosincrasia de la vida de las poblaciones autóctonas de cada región.

Razones por la cual Centro América es uno de los países con muchas visitas de turistas a nivel mundial la variedad de recursos, desarrollo de servicio y productos turísticos.

Los países como Francia, Italia, Inglaterra, Alemania, España son los países líderes en turismo en Europa y a menor escala los países del viejo continente, los países caribeños como República Dominicana, Cuba y Puerto Rico son países bien codiciados por los turistas internacionales. México y los países de Sur América como Argentina, Perú, Brasil y Chile son destinos donde se han enfocado en las

tradiciones aprovechando su clima, cultura, arquitectura y las características propias de sus playas.

Cuadro N° 8
Visitas de turistas en miles en Centro América e ingreso monetario

	Turista	Excursionista	Visitantes	Ingreso monetario (millones de U\$)
C.A	7.930.6	3.097.8	11.838.4	7.341.1
Belice	238.2	764.6	1.002.8	
Costa Rica	2.099.8	385.4	2.485.2	1.961.1
El Salvador	1.149.6	455.8	1.605.4	518.0
Guatemala	1.218.7	657.1	1.875.4	1.378.0
Honduras	895.6	1.185.5	2.081.1	650.0
Nicaragua	1.011.3	60.4	1.071.7	281.5
Panamá	1.317.4	399.0	1.716.4	2.552.5

Fuente: ANT P: proyección / preliminar

O: monto calculado de enero a octubre de 2010

F: proyecciones (preliminar)

A pesar de las crisis financiera en el mundo una de las causantes de baja de turistas europeos, que estos buscan destinos cerca de su hábitat, esto no ha sido impedimento para el turismo Centro Americano ya que se ha visto un aumento de turistas Norteamericanos hacia los países de Latinoamérica esto por ser destinos nuevos con menor costos. El turismo se ha sectorizado esto de acuerdo a las regiones geográficas, necesidades de los turistas y la grandes campañas publicitarias que los países han hecho a través de la internet.

Nicaragua según datos de la Organización Mundial del Turismo (OMT) ha incrementado un 8.5% al cerrar el año 2010 alcanzo la llegada de más de un millón de turista. A pesar de las crisis financiera, situaciones bélicas en algunas regiones, todas estas situaciones afectan al país positivamente y negativamente pero las estrategias que ha escogido el país a través de los diferentes programas que el Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR) y el Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional (GRUN) han sido muy efectivas ya que esto refleja el incrementó de los turistas al país,

Nivel Nacional

El turismo rural representa una buena oportunidad para los turistas ya que la oferta integra diversas actividades culturales históricas la convivencia con la familia y las comunidades rurales, en esto se puede clasificar las actividades que se realizan como las actividades de aventura y educativas.

Nicaragua cuenta con políticas públicas para incentivar el sector turismo como un sector de desarrollo económico para las comunidades, para ello cuenta con un marco jurídico compuesto por diversas leyes como:

Ley General de Turismo o ley 495.

Ley para incentivos de la Industria Turística de Nicaragua o ley 306.

Ley General de Cooperativas y su Reglamento o ley 499.

Ley de equidad Fiscal o ley 453

De acuerdo a los datos del boletín de estadísticas de turismo de Nicaragua las nacionalidades de turistas que visitaron el país, de acuerdo al cuadro N° 4 pag. 31, en el año 2010 21.1% hondureños, 20.8% Estadounidense, 13.4% Salvadoreños, 12.4% Costarricense, 7.6% Guatemaltecos y 24.5 de otras nacionalidades. A nivel de región Centroamérica creció en 13.9%, Europa 3.1% y Suramérica 2.9%, el resto de las regiones decrecieron.

NIVEL LOCAL

El municipio de Camoapa se encuentra localizado a 11 km de la ciudad capital y 30 km de la cabecera departamental. Se puede llegar a Camoapa por la carretera Boaco – Rio Blanco hasta el empalme de la Subasta, luego gire a la derecha hasta Camoapa.

La ciudad de Camoapa fue fundada el 23 de agosto de 1858. La población total del municipio es de 36577 habitantes los que están divididos en el área rural con 21,840 habitantes y en el área urbana con 14,737 habitantes (INEC 2005)

CAMOAPA en lengua mexicana significa “Lugar de las Lapas”. El poblado primitivo de los antiguos camuapas, descendientes de las tribus de los Boajos o Boacos, ocupó una región montañosa entre los ríos Codorniz y Cakla. Las ruinas de esta antigua población aún existen. (Map & Visitor’s Guide 2008-2009 Boaco Touring Around)

Camoapa es la segunda ciudad comercial más importante del departamento de Boaco. El municipio cuenta con importantes atractivos turísticos, relacionados con turismo de aventura esto es por la escala de cerros, la convivencia con las familias

rurales, la conservación y preservación de los bosques, las pirámides de Miragua, el salto de El Orosal, y mucho paisaje escénico. Además Camoapa es famoso por sus sombreros de Pitha ejemplos de herencia de los indígenas.

En los aspectos culturales, Camoapa como municipio inicia sus fiestas el 4 de octubre en Honor a San Francisco de Asís, las celebraciones incluyen procesiones con la imagen del Santo patrono por las calles de Camoapa, escoltados por un desfile Hípico.

4.2.7. Análisis FODA

El análisis FODA de la empresa determina las características propias de la empresa, influenciada por factores internos de la organización y factores externos del medio donde se desarrolló, es por ello que el análisis FODA muestra de manera general la percepción desde los empresarios, aumentar las fortalezas, disminuir las debilidades, aprovechar las oportunidades y neutralizar las debilidades.

Este análisis nos permite tener una visión más clara sobre las características de la empresa, de su entorno y de las posibles modificaciones que se pueden dar de acuerdo al desarrollo de procesos empresariales sostenibles.

Este proceso considera los factores económicos, políticos, socioculturales que representan las influencias del ámbito externo de la finca El Orosal.

FORTALEZAS

- Los dueños tienen la documentación legal en regla, por lo tanto pueden incorporarse al programa del INTUR.
- La finca tiene buena posición geográfica y vías de acceso que facilitan la llegada al lugar, por la carretera a Boaco – Río Blanco o San Benito – El Rama
- Cuenta con recursos hídricos ya que en la finca pasa un río y tiene una cascada de aproximadamente 20 metros.
- Al iniciar este negocio se cuenta con disponibilidad de recursos para que el servicio del comedor sea auto sostenible, ya que en la finca se proyecta el cultivo de percederos, granos básicos y la producción de lácteos para el consumo de los turistas.

Debilidades

- En la actualidad no existe ninguna estructura organizativa, ni registros contables.
- No existe Plan de Mercadeo
- No cuentan con infraestructura para la oferta de servicios turísticos.

AMENAZAS

- La existencia de otras fincas que ofrecen programas similares al que se desarrollará en El Orosal
- Contaminación de las aguas del río, ya que esté pasa por otras fincas.
- Crisis financiera que afectaría a gran medida la visita de los turistas.

OPORTUNIDADES

- Integrarse, mediante el acceso a créditos al Programa de Fincas Agroturisticas que ofrece el INTUR.
- Desarrollar un Plan de Negocios que permitan organizar, planificar e implementar una empresa familiar que ofrezca los servicios agroturisticos en la zona.
- Mejorar los servicios turísticos que ofrece la competencia en los alrededores de la finca.

Precios Costo y Punto de Equilibrio

Los precios de los servicios de los turistas ofertado fueron obtenidos atreves de una visita de campo, se estimó una demanda de turistas de 200 turistas con un incremento del 25% anual con un gasto promedio de U\$ 70 dólares por turista en el siguiente cuadro se observa el comportamiento de la demanda.

Cuadro N^o9
Proyección de demanda de turistas anuales

Año	Cantidad de Turistas anualmente
2011	200
2012	250
2013	313
2014	391
2015	488
2016	610
2017	763
2018	954
2019	1.192
2020	1.490

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

Los ingresos brutos por los servicios turísticos ofertados para el año 2011 son de \$ 14.000 teniendo un margen del 42.6 % es decir un costo variable anual de \$5.968 el cual los Gastos administrativos son \$ 3.580.80 (60%) y 650 dólares en gastos promocionales

Análisis de Mercado

El turismo rural es un mercado emergente en Nicaragua tanto en la oferta de servicios como en la demanda. En la finca el Orosal se identifican varios atractivos turísticos como el Salto El Orosal una cascada de 20 metros aproximadamente, un mirador con una vista panorámica estupenda. Un estanque para pesca deportiva la propia finca es una reserva con 80 manzanas de tierra rica en flora y fauna.

La finca El Orosal se dispondrá a ofrecer los siguientes servicios turísticos como:

Alimentación:

- Desayunos costo\$ 1.70 este plato lleva frijoles, tortilla, cuajada (crema o huevo según gusto del cliente) café o jugo
- Almuerzo: costo \$2.5 este plato lleva frijoles, arroz, carne asada , tortilla refresco,(según gusto del cliente ya sea que allá dos variedades de carnes pollo, carne de res)
- Guías turísticos: llevarlo hasta la zona de la cascada \$ 13.5
- Mirador \$6
- Paquete de mirador hasta la cascada \$ 18
- Cabalgatas por hora \$6
- Ordeño de vaca \$2.17

Promoción y comercialización

La promoción y comercialización nos permitirá que el producto turístico como una alternativa de desarrollo económico para las familias de la zona rural y de más mercados permita dinamizar la economía de la ciudad de Camoapa.

- ✓ Se realizara publicidad en medios radiales locales
- ✓ También en la internet se creara una página en Facebook
- ✓ Se elaborara material promocional como brochures, tarjetas de presentación, banners, mapas turísticos
- ✓ Aliarse con una tour operadora para la visita de los turistas
- ✓ Señalizar el acceso al centro turístico desde la ciudad de Boaco
- ✓ Suscribirse a revistas turísticas especializadas en el sector.

Los brochures se distribuirán en la ciudad de Boaco en las terminales de buses en la tour operadora de Boaco, en el Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR)

Se imprimirán 1000 brochures con un costo de \$ 0.60 para un total de \$600. Señalización en la entrada de Boaco costo \$50. Con un costo anual de \$ 650.

Recursos humanos

Para el crecimiento de la empresa la finca hace necesario que los dueños y los familiares estén involucrados en la atención de las actividades turísticas actuales como el senderismo, cabalgatas las actividades con más potencial

deberán estar más capacitados con el objetivó de brindar un mejor servicio a los clientes.

- ✓ La empresa se dispondrá a realizar un manual de funciones para definir a cada empleado las obligaciones y sus derechos.

Se debe buscar las capacitaciones del personal que labora en el área administrativa.

4.2.8. Análisis Financiero

El análisis financiero efectuado en la finca El Orosal muestra indicadores de crecimiento en los ingresos mediante la afluencia de turistas en los siguientes años pero no en la rentabilidad del proyecto ya que los costos son muy altos.

Cuadro N° 10
Ingresos y Egresos Finca El Orosal

Año	Ingresos	Egresos
2011	14.000.00	19.829.52
2012	17.500.00	23.433.55
2013	21.875.00	28.878.76
2014	27.343.75	36.892.07
2015	34.179.69	48.587.35
2016	42.724.61	65.554.52
2017	53.405.76	90.062.78
2018	66.757.20	125.349.45
2019	83.446.50	176.033.26
2012	104.308.13	248.702.61

Fuentes: Elaboración propia

En el presente flujo número 1, en el cuadro N° 7 de los anexos, se muestra que para una inversión en infraestructura es de un monto de U\$ 120,384 dólares. La finca no tiene capacidad de pago ya que la cuota del préstamo excede los gastos de administración y los de servicios turísticos, el flujo de caja se realizó con una tasa de interés del 8% a 10 años de plazo y una tasa de descuento del 12%.

La tasa interna de retorno (TIR) no hay porque los resultados son negativos.

En el presente flujo no hay una relación de beneficio costo ya que los egresos son superiores a los ingresos en resultado el proyecto no genera

beneficio a los dueños de la finca por lo tanto el proyecto no es viable ni factible.

Observando el crecimiento de los visitantes por año con un incremento del 25% anual los ingresos no superan a los egresos la finca tendrá que rediseñar su plan de mercadeo y analizar la propuesta de otra infraestructura para iniciar el proyecto ya que el costo de inversión para los dueños es muy alto.

Para el flujo número 2 se muestra que para una inversión inicial es de un monto de U\$ 100.000 dólares. Lo cual el Valor Actual Neto dio positivo lo que quiere decir que la inversión generara más U\$ 128.106.68 por encima de la inversión a un plazo de 10 años. (Ver cuadro de los anexos N° 9).

La Tasa Interna de Retorno dio 16% lo cual le permitirá que el proyecto genere suficiente efectivo para recuperar el costo de la inversión.

El resultado del flujo 2, ver cuadro de los anexos N° 9, nos da como resultado que el proyecto es factible lo que hay una relación de beneficio costo positivo. La finca debe establecerse metas para lograr los índices proyectados.

Para el flujo 3 con una inversión de U\$ 10.000 el Valor Actual Neto dio Positivo pero la Tasa Interna de Retorno dio negativo, por lo que el resultado de los dos últimos años son índices negativos. Lo que quiere decir que el proyecto no generara la inversión a recuperar, y no es factible invertir en el proyecto o se tendrá que incrementar la afluencia de los turistas o disminuir los costos de la finca.

Conclusiones

Finca El Orosal una iniciativa de turismo rural para mejorar sus formas de diversificación de ingreso apoyada por el Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR) y el Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional (GRUN).

Se realizó una serie de tres propuestas en las que se presentan tres flujos de caja de los cuales se elabora una proyección de demanda para cada proyecto y buscando la mejor propuesta en la cual la finca deberá estudiar la mejor alternativa.

Para el flujo N°1, la finca deberá estudiar la posibilidad de un nuevo crédito de menor magnitud aunque se observa que la cantidad de turista es mayor cada año la cuota del pago de préstamo no cubre para pagar la gastos y costos de la finca. (Ver anexo N° 7)

En respecto la situación de viabilidad técnica, económica del turismo en la finca El Orosal no es viable porque el monto de la inversión es muy alto. La finca tiene una ventaja geográfica además cuenta con una riqueza en biodiversidad y recursos naturales.

Para el flujo N°2 se propuso una inversión inicial de U\$ 100.000 lo cual el proyecto es rentable económicamente y es la mejor propuesta aunque con un monto menor para lo que deberá ajustarse a las proyecciones propuestas.(Ver anexo N° 9).

En la propuesta N°3 se observa que en los primeros años el proyecto es rentable sin embargo en los dos últimos años el resultado es negativo por lo cual no lo recomendamos.(Ver anexo N° 11).

Recomendaciones

Es necesario diversificar la oferta turística en El Orosal aprovechando el desarrollo del agroturismo.

La finca no cuenta con un sistema contable formal por lo que recomendamos implementarlo

Tener al menos una persona que hable inglés

Contratar personal especializado para atender los aspectos técnicos de la empresa

Capitulo V

Conclusiones y

Recomendaciones Generales

Capitulo V

5.1. Conclusiones

El objetivo general fue Analizar la Viabilidad Técnico Económica y Social del Turismo Rural en las fincas El Orosal y Los Limones, en el municipio de Camoapa, departamento de Boaco, para mejorar así la oferta turística y su Desarrollo.

Concluimos que existe viabilidad técnica y viabilidad económica de la finca Los Limones a través del financiamiento donde la finca antes mencionada obtendrá beneficio a partir del año 10; el Valor Actual Neto de \$ 283,939.92, la Tasa Interna de Retorno 53%, la Relación Beneficio Costos de 3%. En cambio la finca El Orosal muestran tres escenarios, siendo en el flujo 2 donde se demuestra la rentabilidad, obteniendo el Valor Actual Neto de \$ 121,513.15, la Tasa Interna de Retorno 16%.

El estudio investigativo realizado en fincas **Los Limones y el Orosal**, respectivamente; proporciona información cualitativa y cuantitativa sobre la viabilidad técnica, económica y social del Agro turismo rural en las fincas antes mencionadas; que la rentabilidad y sostenibilidad del proyecto es viable.

Existen factores que favorecen a las familias Bodan y Orozco, ambos propietarios, la ubicación geográfica de las Fincas Agroturística, la riqueza de recursos naturales, cuentan con el recursos tierra para este proyecto socio económico; y promueven de forma directa la diversificación de finca con actividades turísticas, generando ingresos y empleo a nivel local.

El gobierno Municipal promueve micro proyectos como una alternativa de generación de ingreso, mejorar las condiciones socio económicas con el fin de mejorar la oferta al turista en la ciudad, el municipio cuenta con un mercado turístico que favorece a pequeños comerciantes.

Es importante mencionar la estrategia del gobierno central a través del Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR) promoviendo en productores

agropecuarios diferentes proyectos de Fincas Agro Turísticas de Nicaragua para mejorar el desarrollo del sector.

5.2. Recomendaciones

La estrategia Agro turística es una actividad de desarrollo rural para mejorar el bienestar y la calidad de vida de las familias en las comunidades, sin embargo se requiere de Alianzas estratégicas directas con la Alcaldía, que facilite los procedimientos legales a los propietarios e instituciones involucradas en el proceso de desarrollo ara las mejoras de infraestructura vías de acceso y comunicación.

Establecer compromiso contractual con los propietarios de las fincas Agro turístico a fin de brindar el manejo apropiado en la preservación, conservación de bosques y la biodiversidad del medio ambiente, crear la perspectiva de un ambiente sostenible de los recursos y mejorar la concurrencia de los turistas a la zona.

Se sugiere para ambos propietarios de las fincas realizar campañas publicitarias para promocionar la oferta y servicio del hostel y restaurante.

Realizar convenios de oferta con Instituciones afines al desarrollo Agro turísticas. A fin de mantener relación comercial de la Oferta y demanda.

Bibliografía

- Alfaro, R., (1999); El Desarrollo Rural y su Importancia para el Pequeño y Mediano Productor., Centro de Investigación Academia/ (UNED).
- Augusto Navarro, J.F., (2003): Política Sectorial Agropecuaria de Nicaragua., Ministerio Agropecuario y Forestal, Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. (MAGFOR-IICA).
- Barrera, E. (1998). Situación del turismo rural en la República Argentina. En: Turismo rural y Desarrollo sostenible, Synergy. Consultores Santiago de Chile.
- Cuenta Satélite del Turismo en Nicaragua.
- CEPAL. (2001). Urbanización y Evolución de la Población Urbana de América Latina.
- CEPAL (2003). Empleo e Ingresos en las actividades rurales no agropecuarias de Centro América y México, informe PDF.
- Duque Rosa I, O. F (2007). Guía para la Elaboración de UN plan de negocio con enfoque hacia la sostenibilidad .Bogotá; Colombia.
- Echeverría, P. R. (2001). La Nueva Ruralidad en Latinoamérica y el Caribe. México: IICA CIDER, de NITLAPAN- UCA: Turismo Rural Comunitario Como Alternativa de Reducción de la Pobreza Rural en Centroamérica, 2010, Managua.
- Ficha Municipal de Camoapa INTUR

- Florencia Román, M., Cicclella M.(2009); Turismo Rural, Concepto, Situación y perspectiva., Instituto interamericano de cooperación para la agricultura / (IICA).

- Forstner, K. (2004).Community Ventures and Access to Markets. De NITLAPAN-UCA: Turismo Rural Comunitario Como Alternativa Para la Reducción de la Pobreza Rural en Centroamérica, 2010, Managua.

- Gurria Di –Bella, M. (2000). El Turismo Rural Sostenible como una oportunidad de desarrollo de las pequeñas comunidades de los países en desarrollo. Santo Domingo; República Dominicana.

- Guido Sánchez, Y. (2009): Planes de Negocios., Centro de Entrenamiento para Empresarios / (CEEM).

- Herrera Santamaría Martha Turismo y la Microempresa Turística en Nicaragua.

- Herrera, H. (2009): Estadísticas de Turismo de Nicaragua., Instituto Nicaragüense de Turismo/ (INTUR).

- Instituto Nicaragüense De Tecnología Agropecuaria Manual Plan de Negocios (2008).

- Indicadores Generales de Nicaragua y Estadísticas de Turismo

- López-Guzmán Guzmán, T. J., Sánchez Cañizares, S. M. (2009): Desarrollo Socioeconómico de las Zonas Rurales con Base en el Turismo Comunitario., Estudio de caso en Nicaragua / Universidad Javeriana de Colombia.

- Medrano G. (2009): Diseño y Diagramación, Cuenta Satélite de Turismo de Nicaragua (CSTN) Publicación y Distribución., Banco Central de Nicaragua / (BCN).

- Martínez F, L. (1997). Lo pequeños agricultores y el turismo rural. En agroturismo y turismo rural en Chile. Libro, Valdivia: Primera edición, Santiago de Chile.

- PRORURAL incluyente, (2011): Boletín Informativo., (pag. 3-8); MAGFOT, INTA, IDR, INAFOR.

- Propuesta Discusión y Acción, (2001): Iniciativa para el Desarrollo Rural de Nicaragua “Bases para un Plan de Desarrollo Rural de Nicaragua”. (pag. 1-10); Cooperación Internacional, Gobierno Español.

- Rivero, H. & Blanco. (2003). El agroturismo una alternativa para revalorizar la agroindustria rural, libro. Managua-Nicaragua: Primera edición Managua NITLAPAN-UCA, abril 2010.

- Rodríguez, T.A., (2002): Ajuste Estructural y Desarrollo Rural en Nicaragua., C.I. n° 16. / (NITLAPÁN – UCA).

- Sepúlveda, S. (2003). Desarrollo rural sostenible: Enfoque territorial. Bib. Orton IICA/CATIE, Documento Base Del Desarrollo Rural Productivo, MAGFOR.

Páginas de internet visitadas

- <http://www.laprensa.com.ni>
- www.portaldeturismo/turismorural
- <http://www.intur.gob/>
- <http://www.idr.gob.ni/>
- <http://www.inafor.gob.ni/>
- <http://www.inta.gob.ni>
- <http://www.nitlapan.org>.
- <http://www.monografias.com/trabajos37/desarrollo-rural-México/desarrollo-rural-mexico.shtml>
- <http://www.turismoruralecologico.com>
- <http://www.turismorueralennicaragua.com>

ANEXOS

INGRESOS Y EGRESOS HOSTAL LOS LIMONES

SERVICIO	precio	costo	margen de costo	cantidad de turista (potencial)	turistas que realizaron las actividad	% Turistas a demandar servicio	INGRESOS	EGRESOS	utilidades	margen de costo final
Tours (cultural y tradicional)	\$ 13,01	\$ 4,34	33%	150	150	47%	\$ 1.951,50	\$ 651,00	\$ 1.300,50	
Sendero (observación de flora y fauna)	\$ 28,00	\$ 10,12	33%	150	140	49%	\$ 3.920,00	\$ 1.416,80	\$ 2.503,20	
Cabalgata (por hrs.)	\$ 2,17	\$ 0,43	20%	150	150	60%	\$ 325,50	\$ 64,50	\$ 261,00	
Acampada (por noche)	\$ 30,00	\$ 8,67	33%	150	80	28%	\$ 2.400,00	\$ 693,60	\$ 1.706,40	
Tours	\$ 2,17	\$ 0,72	33%	150	150	42%	\$ 325,50	\$ 108,00	\$ 217,50	
Compra artesanía	\$ 8,67	\$ 2,89	33%	91	100	14%	\$ 867,00	\$ 289,00	\$ 578,00	
Alojamiento (nacional)	\$ 15,00	\$ 8,00	9%	80	184	200%	\$ 2.760,00	\$ 1.472,00	\$ 1.288,00	
Alojamiento (extranjero)	\$ 20,00	\$ 8,00	8%	47	120	200%	\$ 2.400,00	\$ 960,00	\$ 1.440,00	
alimentación (brindado por otro miembro de la cooperativa)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTALES:							\$ 14.949,50	\$ 5.654,90	\$ 9.294,60	26%

cálculos promedios mensuales ANEXO 1

Anexo 2

INGRESOS Y COSTOS	
Ingresos por servicios	\$ 179.394,00
Cantidad de Turistas	150
Nivel de Crecimiento turístico	20%
Margen de Costo	25,00%
Gastos Admón. Fijo	\$ 47.501,16
Variación moderada	0%
Impuestos Municipales	

GASTOS GENERALES	
Gastos de Operación	\$ 17.957,64
Variación Moderada	3%
Gastos de Propaganda	\$ 2.400,00
Otros gastos	0
Variación Moderada	3%

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE NICARAGUA

Estado de Resultados Proyectado

DOLARES

Anexo
2

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Cantidad de Turistas	150	180	216	259	311	373	448	537	645	774
INGRESOS										
Ingresos por servicios	179.394,00	215.272,80	258.327,36	309.992,83	371.991,40	446.389,68	535.667,61	642.801,14	771.361,36	925.633,64
Ingresos al crédito	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Otros servicios	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL INGRESOS	179.394,00	215.272,80	258.327,36	309.992,83	371.991,40	446.389,68	535.667,61	642.801,14	771.361,36	925.633,64
EGRESOS										
Costos										
Costos servicios	44.848,50	53.818,20	64.581,84	77.498,21	92.997,85	111.597,42	133.916,90	160.700,28	192.840,34	231.408,41
Gastos de Operación	17.957,64	18.496,37	19.051,26	19.622,80	20.211,48	20.817,83	21.442,36	22.085,63	22.748,20	23.430,65
Gastos de Administración	47.501,16	47.501,16	47.501,16	47.501,16	47.501,16	47.501,16	47.501,16	47.501,16	47.501,16	47.501,16
Gastos de promoción	2.400,00	2.472,00	2.546,16	2.622,54	2.701,22	2.782,26	2.865,73	2.951,70	3.040,25	3.131,46
Otros Gastos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL EGRESOS	112.707,30	122.287,73	133.680,42	147.244,71	163.411,71	182.698,66	205.726,15	233.238,77	266.129,95	305.471,67
Utilidad antes de Impuestos	66.686,70	92.985,07	124.646,94	162.748,12	208.579,69	263.691,01	329.941,46	409.562,36	505.231,41	620.161,96

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE NICARAGUA

Impuestos Municipales	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Utilidad Neta/(Deficit)	66.686,70	92.985,07	124.646,94	162.748,12	208.579,69	263.691,01	329.941,46	409.562,36	505.231,41	620.161,96

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE NICARAGUA

FLUJO DE CAJA											
Periodo	Inicio	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingresos											
Ventas en Efectivo		179.394,00	215.272,80	258.327,36	309.992,83	371.991,40	446.389,68	535.667,61	642.801,14	771.361,36	925.633,64
Ventas al crédito		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Deducciones											
Prestamos		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Otros		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total Ingresos		179.394,00	215.272,80	258.327,36	309.992,83	371.991,40	446.389,68	535.667,61	642.801,14	771.361,36	925.633,64
Egresos		126.223,89	70.052,38	78.664,00	91.320,50	105.468,58	122.608,17	143.350,10	168.428,88	198.727,13	235.305,16
Costos turísticos		44.848,50	53.818,20	64.581,84	77.498,21	92.997,85	111.597,42	133.916,90	160.700,28	192.840,34	231.408,41
Gastos de Operación		17.957,64	283,23	291,73	300,48	309,49	318,76	328,34	338,19	348,34	358,79
Gastos de Administración		47.501,16	1.113,27	118,27	1.108,72	1.108,27	1.108,27	1.108,27	1.108,27	1.108,27	1.108,27
Gastos de Promoción		200,00	206,00	212,18	218,55	225,10	231,85	238,81	245,97	253,35	260,95
Pago de Interés del Préstamo		15.716,59	14.631,68	13.459,98	12.194,54	10.827,87	9.351,87	7.757,78	6.036,17	4.176,83	2.168,74
Otros Gastos											

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE NICARAGUA

Utilidades antes de impuestos (UAI)		53.170,11	145.220,42	179.663,36	218.672,33	266.522,82	323.781,51	392.317,51	474.372,26	572.634,24	690.328,48
IR		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Impuestos Municipales		26.909,10	32.290,92	38.749,10	46.498,92	55.798,71	66.958,45	80.350,14	96.420,17	115.704,20	138.845,05
Utilidades después de impuestos		26.261,01	112.929,50	140.914,26	172.173,41	210.724,11	256.823,06	311.967,37	377.952,08	456.930,03	551.483,44
Valor residual		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Inversión Inicial	196.457,36										
Amortización de préstamo		-13.561,35	-14.646,26	-15.817,96	-17.083,40	-18.450,07	-19.926,07	-21.520,16	- 23.241,77	- 25.101,11	- 27.109,20
Utilidad Neta final	196.457,36	-	12.699,66	98.283,24	125.096,30	155.090,01	192.274,04	236.896,99	290.447,21	354.710,31	431.828,92
Beneficio Acumulado	196.457,36	183.757,70	-85.474,46	39.621,84	194.711,85	386.985,88	623.882,87	914.330,08	1.269.040,39	1.700.869,31	2.225.243,54

Análisis Financiero

		TASA SOCIAL DE DESCUENTO (SNIP)						15%
	Plazo en Años	10						
	Interés	8%						
	TASA DE DESCUENTO	12%						
Inversion	-							
	196.457,36							
			5	6	7	8	9	10
	VNA	-	13.445,13	26.396,79	74.209,49	131.587,26	200.443,16	283.072,90
	TIR		37%	43%	47%	50%	52%	53%
	Relacion C/B		3%	3%	4%	4%	4%	4%

Año	ingresos	egresos
2011	179.394,00	126.223,89
2012	215.272,80	70.052,38
2013	258.327,36	78.664,00
2014	309.992,83	91.320,50
2015	371.991,40	105.468,58
2016	446.389,68	122.608,17
2017	535.667,61	143.350,10
2018	642.801,14	168.428,88
2019	771.361,36	198.727,13
2020	925.633,64	235.305,16

Tabla de Amortización de la Deuda Finca los Limones
Anexo N° 5

Tasa	8%
Monto	196,457.36
Periodo de pago	10

Tabla de pago a deuda Flujo 1				
Año	Cuotas	Amortización	Interés	Saldo final
0				196,457.36
1	29,277.94	13,561.35	15,716.59	182,896.01
2	29,277.94	14,646.26	14,631.68	168,249.75
3	29,277.94	15,817.96	13,459.98	152,431.79
4	29,277.94	17,083.40	12,194.54	135,348.39
5	29,277.94	18,450.07	10,827.87	116,898.32
6	29,277.94	19,926.07	9,351.87	96,972.25
7	29,277.94	21,520.16	7,757.78	75,452.09
8	29,277.94	23,241.77	6,036.17	52,210.32
9	29,277.94	25,101.11	4,176.83	27,109.20
10	29,277.94	27,109.20	2,168.74	0.00

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE NICARAGUA

Anexo N° 6

PROYECCION DE COSTOS POR SERVICIOS 1 FINCA EL OROSAL

Servicio	Precio \$	Costo	Margen del costo	Cantidad de turistas (Potencial)	Turistas que realizaron la Actividad	Porcentaje de turistas demandaron el servicio	Ingresos	Egresos	Utilidad	Margen de costo final
Ordeño de vaca	2.17	0.6	27.6%	200	180	90.0%	390.60	108	282.60	
Participación de labores de la casa (cocina típica)	Gratis									
Sendero a la cascada El Orosal	13.5	6	44.4%	200	215	107.5%	2,902.50	1290	1,612.50	
Cabalgata (por hrs.)	6	2	33.3%	200	230	115.0%	1,380.00	460	920.00	
Sendero al mirador	6	2	33.33%	200	200	100.0%	1,200.00	400	800.00	
Sendero al bosque	6	2	33.33%	200	180	90.0%	1,080.00	360	720.00	
Paquete Mirador y Cascada el Orosal	18	8	44.44%	200	240	120.0%	4,320.00	1920	2,400.00	
Alimentación										
Desayuno	1.7	0.9	52.9%	200	650	325.0%	1,105.00	585	520.00	
Almuerzo	2.5	1.3	52.0%	200	650	325.0%	1,625.00	845	780.00	
Total							14,003.10	5968	8,035.10	42.6%

Fuente: Elaboración Propia

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE NICARAGUA

Flujo de Caja 1 Finca El Orosal
Anexo N° 7

Periodo	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingresos											
Ventas en Efectivo		14.000,00	17.500,00	21.875,00	27.343,75	34.179,00	42.724,61	42.724,61	66.757,20	83.446,54	104.308,87
Total Ingresos		14.000,00	17.500,00	21.875,00	27.343,75	34.179,00	42.724,61	42.724,61	66.757,20	83.446,54	104.308,87
Egresos											
Costos por servicios turísticos		5.968,00	8.510,37	12.135,78	17.305,63	24.677,83	35.190,58	50.181,77	71.559,20	102.043,42	145.513,92
Gastos de Administración		3.580,80	5.106,22	7.281,47	10.383,38	14.806,70	21.114,35	30.109,06	42.935,52	61.226,05	87.308,35
Gastos de promoción		650,00	851,04	1.213,58	1.730,56	2.467,78	3.519,06	5.018,18	7.155,92	10.204,34	14.551,39
Pago de Intereses del		9.630,72	8.965,92	8.247,93	7.472,50	6.635,04	5.730,58	4.753,77	3.698,81	2.559,45	1.328,95

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE NICARAGUA

Préstamo											
Otros Gastos											
Utilidades antes de impuestos (UAI)		- 5.829,52	- 5.933,55	- 7.003,76	- 9.548,32	- 14.408,35	- 22.829,96	- 47.338,17	- 58.592,25	- 92.586,72	- 144.393,74
Impuestos Municipales		280,00	350,00	437,50	546,88	683,58	854,49	854,49	1.335,14	1.668,93	2.086,18
Utilidades después de impuestos		- 6.109,52	- 6.283,55	- 7.441,26	- 10.095,20	-15.091,93	-23.684,45	-48.192,66	- 59.927,39	- 94.255,65	- 146.479,91
Inversión Inicial	120.384,00										
Amortización del Préstamo		- 8.310,05	- 8.974,85	- 9.692,84	- 10.468,26	-11.305,73	-12.210,18	- 13.187,00	-14.241,96	- 15.381,32	- 16.611,82
Utilidad Neta final	120.384,00	- 6.109,52	- 6.283,55	- 7.441,26	- 10.095,20	- 15.091,93	-23.684,45	- 48.192,66	- 59.927,39	-94.255,65	- 146.479,91
Beneficio Acumulado	120.384,00	-126.493,52	-132.777,07	- 140.218,32	- 150.313,52	- 165.405,45	-189.089,91	- 237.282,57	- 297.209,96	- 391.465,61	- 537.945,52

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE NICARAGUA

Anexo N° 8

Servicio	Precio	Costo	Margen del costo	Cantidad de turistas (Potencial)	Turistas que realizaron la Actividad	Porcentaje de turistas demandaron el servicio	Ingresos	Egresos	Utilidad	Margen de costo final
Ordeño de vaca	2,17	0,6	27,6%	300	50	16,7%	108,50	30	78,50	
Participación de labores de la casa (cocina típica)	Gratis									
Sendero a la cascada El Orosal	13,2	6	45,5%	300	100	33,3%	1.320,00	600	720,00	
Cabalgata (por hrs.)	6	2	33,3%	300	50	16,7%	300,00	100	200,00	
Sendero al mirador	13,2	2	15,15%	300	100	33,3%	1.320,00	200	1.120,00	
Sendero al bosque	13,2	2	15,15%	300	100	33,3%	1.320,00	200	1.120,00	
Paquete Mirador y Cascada el Orosal	18	8	44,44%	300	50	16,7%	900,00	400	500,00	
Alimentacion										
Desayuno	1,7	0,9	52,9%	300	50	16,7%	85,00	45	40,00	
Almuerzo	2,5	1,3	52,0%	300	50	16,7%	125,00	65	60,00	
Total	69,97						5.478,50	1640	3.838,50	29,9%

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE NICARAGUA

Finca El Orosal Flujo de Caja 2 Anexo N° 9

Periodo **0** **1** **2** **3** **4** **5** **6** **7** **8** **9** **10**

Ingresos

Ventas en Efectivo		35.000,00	43.750,00	54.687,50	68.359,38	85.449,22	106.811,52	133.514,40	166.893,01	208.616,26	260.770,32
Total Ingresos		35.000,00	43.750,00	54.687,50	68.359,38	85.449,22	106.811,52	133.514,40	166.893,01	208.616,26	260.770,32
Egresos		18.198,80	21.714,35	26.918,60	34.546,23	45.646,09	61.715,18	84.889,67	118.217,23	166.045,54	234.576,19
Costos por servicios turísticos		5.968,00	8.510,37	12.135,78	17.305,63	24.677,83	35.190,58	50.181,77	71.559,20	102.043,42	145.513,92
Gastos de Administración		3.580,80	5.106,22	7.281,47	10.383,38	14.806,70	21.114,35	30.109,06	42.935,52	61.226,05	87.308,35
Gastos de promoción		650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00
Pago de Interés del		8.000,00	7.447,76	6.851,35	6.207,22	5.511,56	4.760,25	3.948,84	3.072,51	2.126,07	1.103,92

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE NICARAGUA

Préstamo											
Utilidades antes de impuestos (UAI)		16.801,20	22.035,65	27.768,90	33.813,14	39.803,13	45.096,34	48.624,74	48.675,78	42.570,71	26.194,13
Impuestos Municipales		700,00	875,00	1.093,75	1.367,19	1.708,98	2.136,23	2.670,29	3.337,86	4.172,33	5.215,41
Utilidades después de impuestos		16.101,20	21.160,65	26.675,15	32.445,96	38.094,14	42.960,11	45.954,45	45.337,92	38.398,39	20.978,72
Inversión Inicial	100.000,00										
Amortización del préstamo		- 6.902,95	- 7.455,18	- 8.051,60	-8.695,73	- 9.391,39	-10.142,70	-10.954,11	-11.830,44	- 12.776,88	- 13.799,03
Utilidad Neta final	- 100.000,00	9.198,25	13.705,46	18.623,55	23.750,23	28.702,76	32.817,41	35.000,34	33.507,48	25.621,51	7.179,70
Beneficio Acumulado	- 100.000,00	-90.801,75	-77.096,29	-58.472,74	-34.722,51	- 6.019,75	26.797,66	61.798,00	95.305,48	120.926,99	128.106,68

Anexo N° 10

PROYECCION DE COSTOS POR SERVICIOS 3 FINCA EL OROSAL

Servicio	Precio \$	Costo	Margen del costo	Cantidad de turistas (Potencial)	Turistas que realizaron la Actividad	Porcentaje de turistas demandaron el servicio	Ingresos	Egresos	Utilidad	Margen de costo final
Ordeño de vaca	2,17	0,6	27,6%	300	30	10,0%	65,10	18	47,10	
Participación de labores de la casa (cocina típica)	Gratis									
Sendero a la cascada El Orosal	13,2	6	45,5%	300	70	23,3%	924,00	420	504,00	
Cabalgata (por hrs.)	6	2	33,3%	300	40	13,3%	240,00	80	160,00	
Sendero al mirador	13,2	2	15,15%	300	70	23,3%	924,00	140	784,00	
Sendero al bosque	13,2	2	15,15%	300	70	23,3%	924,00	140	784,00	
Paquete Mirador y Cascada el Orosal	18	8	44,44%	300	40	13,3%	720,00	320	400,00	
Alimentacion										
Desayuno	1,7	0,9	52,9%	300	40	13,3%	68,00	36	32,00	
Almuerzo	2,5	1,3	52,0%	300	40	13,3%	100,00	52	48,00	
Total	69,97						3.965,10	1206	2.759,10	30,4%

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE NICARAGUA

Flujo de Caja 3 Finca El Orosal
Anexo N° 11

Periodo	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingresos											
Ventas en Efectivo		28.000,00	35.000,00	43.750,00	54.687,50	68.359,38	85.449,22	106.811,52	133.514,40	166.893,01	208.616,26
Total Ingresos		28.000,00	35.000,00	43.750,00	54.687,50	68.359,38	85.449,22	106.811,52	133.514,40	166.893,01	208.616,26
Egresos											
Costos por servicios turísticos		5.968,00	5.968,00	5.968,00	5.968,00	5.968,00	5.968,00	5.968,00	5.968,00	5.968,00	5.968,00
Gastos de Administración		3.580,80	3.580,80	3.580,80	3.580,80	3.580,80	3.580,80	3.580,80	3.580,80	3.580,80	3.580,80
Gastos de promoción		650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE NICARAGUA

Pago de Interés del Préstamo		800,00	744,78	685,13	620,72	551,16	476,03	394,88	307,25	212,61	110,39
Utilidades antes de impuestos (UAI)		17.001,20	24.056,42	32.866,07	43.867,98	57.609,42	74.774,39	96.217,84	123.008,35	156.481,60	198.307,06
Impuestos Municipales		560,00	700,00	875,00	1.093,75	1.367,19	1.708,98	2.136,23	2.670,29	3.337,86	4.172,33
Utilidades después de impuestos		16.441,20	23.356,42	31.991,07	42.774,23	56.242,23	73.065,41	94.081,61	120.338,07	153.143,74	194.134,74
Inversión Inicial	10.000,00										
Amortización del Préstamo		- 690,29	- 745,52	- 805,16	- 869,57	- 939,14	- 1.014,27	- 1.095,41	- 1.183,04	- 1.277,69	- 1.379,90
Utilidad Neta final	-10.000,00	16.441,20	23.356,42	31.991,07	42.774,23	56.242,23	73.065,41	94.081,61	120.338,07	153.143,74	194.134,74
Beneficio Acumulado	- 10.000,00	6.441,20	29.797,62	61.788,69	104.562,92	160.805,15	233.870,56	327.952,17	448.290,23	601.433,97	795.568,71

Anexo N° 12

Análisis Financiero de la proyección del Flujo de caja No 2

	Plazo en Años	10	TASA SOCIAL DE DESCUENTO (SNIP)		15%			
	Interes	8%						
	TASA DE DESCUENTO	12%						
Inversión	100,000.00							
			5	6	7	8	9	10
VNA			- 36,225.08	- 19,598.75	61,798.00	95,305.48	120,926.99	128,106.68
TIR			-2%	6%	11%	14%	16%	16%
Relacion C/B			2%	2%	1%	1%	1%	2%

Proyección de turistas para el flujo 1
ANEXO N° 13

Año	CANTIDAD DE TURISTAS	Ingresos
2011	200	14,000.00
2012	250	17,500.00
2013	313	21,875.00
2014	391	27,343.75
2015	488	34,179.69
2016	610	42,724.61
2017	763	42,724.61
2018	954	66,757.20
2019	1.192	83,446.50
2020	1.490	104,308.13

Fuente: Elaboración Propia

Proyección de Turistas para el Flujo N°2
Anexo N° 14

Año	CANTIDAD DE TURISTAS	Ingresos
2011	500	35,000.00
2012	625	43,750.00
2013	781	54,687.50
2014	977	68,359.38
2015	1.221	85,449.22
2016	1.526	106,811.52
2017	1.907	133,514.40
2018	2.384	166,893.01
2019	2.980	208,616.26
2020	3.725	260,770.32

Fuente: Elaboración Propia

Proyección de Turistas para el flujo 3
Anexo N° 15

Año	CANTIDAD DE TURISTAS	Ingresos
2011	400	28,000.00
2012	500	35,000.00
2013	625	43,750.00
2014	781	54,687.50
2015	977	68,359.38
2016	1.221	85,449.22
2017	1.526	106,811.52
2018	1.907	133,514.40
2019	2.384	166,893.01
2020	2.980	208,616.26

Fuente: Elaboración Propia

Tabla de Amortización de la Deuda
Anexo N° 16

Tasa	8%
Monto	100.000,00
Periodo de pago	10

Tabla de pago a deuda Flujo 2				
Año	Cuotas	Amortización	Interés	Saldo final
0				100.000,00
1	14.902,95	6.902,95	8.000,00	93.097,05
2	14.902,95	7.455,18	7.447,76	85.641,87
3	14.902,95	8.051,60	6.851,35	77.590,27
4	14.902,95	8.695,73	6.207,22	68.894,54
5	14.902,95	9.391,39	5.511,56	59.503,15
6	14.902,95	10.142,70	4.760,25	49.360,46
7	14.902,95	10.954,11	3.948,84	38.406,34
8	14.902,95	11.830,44	3.072,51	26.575,90
9	14.902,95	12.776,88	2.126,07	13.799,03
10	14.902,95	13.799,03	1.103,92	0,00