

CONTENIDO

LISTADO DE CUADROS.....	ix
LISTADO DE ILUSTRACIONES	x
RESUMEN	xi

Capítulos	No. De Página
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. OBJETIVOS.....	2
A. Generales	2
B. Específicos.....	2
III. MARCO TEÓRICO	3
A. Panorama turístico en Guatemala.....	3
B. Concepto de turismo alternativo: Nueva tendencia del turismo.	5
IV. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO	7
A. Atracciones.	7
B. Instalaciones.	8
C. Servicios adicionales.	9
V. ESTUDIO DE MERCADO.....	11
A. Mercado objetivo.....	11
B. Demanda.....	12
C. Oferta.....	15
D. Balance oferta/demanda.	17
E. Precio.	18
F. Promoción.....	19
VI. ESTUDIO TÉCNICO.....	20

A.	Inventario turístico: Descripción general de la finca.	20
B.	Requerimientos del proyecto.	22
C.	Capacidad máxima instalada.	30
D.	Otras disposiciones.	30
VII.	ESTUDIO FINANCIERO	31
A.	Supuestos.....	31
B.	Inversión Inicial.	32
C.	Financiamiento.	32
D.	Costo Promedio Ponderado de Capital (CPPC).....	34
E.	Gastos de operación y otros gastos.	35
F.	Determinación de ingresos por ventas.	36
G.	Estado de resultados y flujo de efectivo.....	39
VIII.	DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	43
A.	Sobre el diseño del producto.....	43
B.	Sobre el estudio de mercado	44
C.	Sobre el estudio técnico.....	45
D.	Sobre el estudio financiero.	45
E.	Discusión general.....	46
IX.	CONCLUSIONES.....	47
X.	RECOMENDACIONES.....	48
XI.	BIBLIOGRAFÍA.....	49
XII.	APÉNDICE	51

LISTADO DE CUADROS

Cuadro No. 1: Fuente de divisas para Guatemala (Millones de US\$).....	3
Cuadro No. 2: Ingreso de divisas por actividad turística a partir del año 2,000.....	4
Cuadro No. 3: Cambio porcentual de ingreso de divisas por actividad turística.	4
Cuadro No. 4: Tipos de turismo alternativo.....	6
Cuadro No. 5: Turistas ingresados al país a partir del año 2000	12
Cuadro No. 6: Cambio porcentual de ingreso de turistas.....	13
Cuadro No. 7: Actividades realizadas por los turistas que visitan el país.....	13
Cuadro No. 10: Detalle de edificaciones.....	23
Cuadro No. 11: Requerimiento Energético del proyecto	24
Cuadro No. 12: Distribución de teléfonos	25
Cuadro No. 13: Distribución de empleados.....	25
Cuadro No. 14: Turnos.....	27
Cuadro No. 15: Resumen de Inversión Inicial.....	32
Cuadro No. 16: Estructuras típicas de capital para proyectos turísticos.....	33
Cuadro No. 17: Amortización de deuda.....	34
Cuadro No. 18: Costo Promedio Ponderado de Capital	34
Cuadro No. 19: Salarios para empleados de tiempo completo.....	35
Cuadro No. 20: Honorarios para empleados de Fin de Semana.....	35
Cuadro No. 21: Cuadro de ingreso durante los fines de semana	37
Cuadro No. 22: Cuadro de ingreso entre semana	37
Cuadro No. 23: Cuadro de ingreso durante los fines de semana	38
Cuadro No. 24: Cuadro de ingreso entre semana	38
Cuadro No. 25: Cuadro de ingreso durante los fines de semana	39
Cuadro No.26: Cuadro de ingreso entre semana	39
Cuadro No. 27: Cuadro de FEN y Flujo acumulado del escenario conservador.	40
Cuadro No. 28: Indicadores financieros del escenario conservador	40
Cuadro No. 29: Cuadro de FEN y Flujo acumulado del escenario optimista	40
Cuadro No. 30: Indicadores financieros del escenario conservador	41
Cuadro No. 31: Análisis de sensibilidad del escenario optimista.....	41

LISTADO DE ILUSTRACIONES

Ilustración No. 1: Organigrama.....	26
Ilustración No.2: Mapa de Distribución de atracciones e infraestructura.....	28
Ilustración No 3: Especificaciones de infraestructura	29
Ilustración No. 4: Gráfica de análisis de sensibilidad.	42

RESUMEN

En el presente trabajo se pretende evidenciar si es posible llevar a cabo un proyecto turístico en la finca Parador Los 13, ubicada en Quetzaltenango. Para lograr tal propósito, preliminarmente se llevó a cabo una exploración de las tendencias actuales del mercado turístico a nivel mundial y la situación turística actual en Guatemala, para inmediatamente después describir el producto turístico que se pretende llevar a cabo en la finca. Una vez definido el producto turístico a ofrecer, se procedió a realizar tres estudios: el estudio de mercado, el estudio técnico y el estudio financiero.

Dentro del estudio de mercado se demostró que hay suficiente potencial turístico para sostener el proyecto, no obstante también se demostró que existe un mercado bastante competitivo tanto de productos de competencia directa como sustitutos.

El estudio técnico, por su parte, arrojó a luz cuáles eran los requerimientos de infraestructura y de equipo para echar a andar el proyecto. De este estudio también se logró conocer que existen servicios que deben ser adicionados, ya que no se cuenta con ellos, como lo son el servicio de energía eléctrica, telefonía y agua potable.

Por último, en el estudio financiero se determinó el monto de la inversión inicial, las proyecciones de ingresos y gastos de operación, a partir de los que se determinaron los parámetros financieros que indicaron que el proyecto no es rentable debido a que bajo un escenario conservador en la proyección de ventas la TIR no superaba la TMAR, y bajo un escenario optimista de ventas la TIR del proyecto a pesar de superar a la TMAR era demasiado sensible a la baja en los ingresos. De tal razón se comprobó la inviabilidad financiera del proyecto.

La conclusión general a la que se llega en este trabajo es que el proyecto no es viable, ya que financieramente demuestra no serlo aunque los aspectos de mercados y técnicos no presenten ningún inconveniente para la realización del mismo.

I. INTRODUCCIÓN

Una corporación guatemalteca dedicada a varias actividades económicas en el país, tuvo dentro de sus ramas de negocio la explotación forestal. De esta razón actualmente cuenta con varias fincas y terrenos que fueron forestados con el fin de obtener de ellos remuneración económica. Sin embargo, hace varios años esta rama de negocio desapareció dejando a la deriva estos recursos.

Debido al compromiso que la corporación tiene con la sociedad, la corporación ha formado una organización social que pretende proyectar ayuda directa hacia la sociedad con varios programas dentro de los cuales se incluyen programas de becas universitarias. Actualmente son varias las promociones que han salido con éxito del programa, y los egresados del mismo han formado una asociación cuyo objetivo es reproducir el mismo programa de becas.

Como parte del apoyo de la corporación hacia esta iniciativa, estos han entregado a la asociación el manejo tentativo de una de las fincas, para que se pueda desarrollar algún proyecto productivo que pueda generar los suficientes fondos para hacer sostenible el mismo y permitir obtener a largo plazo los fondos suficientes para sostener el programa de becas antes mencionado.

Este trabajo tiene como objetivo, hacer el estudio de factibilidad de un proyecto turístico que será presentado a la directiva de la Corporación, la cual financiará parte del proyecto, si los resultados son positivos. De ser contrario los resultados, la iniciativa no se llevará a cabo y deberá buscarse otra alternativa de inversión.

II. OBJETIVOS

A. Generales

Realizar un estudio de factibilidad para un proyecto turístico en la finca “El parador los 13” ubicada en Quetzaltenango, Guatemala.

B. Específicos¹

1. Determinar las tendencias actuales de mercado de productos turísticos.
2. Desarrollo de un producto turístico acorde a las tendencias de mercado.
3. Determinar los requerimientos técnicos para que el proyecto sea viable.
4. Determinar la tasa interna de retorno y el periodo de recuperación de la inversión.

¹ Dado que el nivel de detalle que puede alcanzar el presente proyecto, el mismo se limitará a obtener datos generales y oportunos que sirvan como directrices para la realización del estudio de factibilidad. No se elaborará por lo tanto un plan de manejo ambiental, ni plan de seguridad ocupacional.

III. MARCO TEÓRICO

A. Panorama turístico en Guatemala

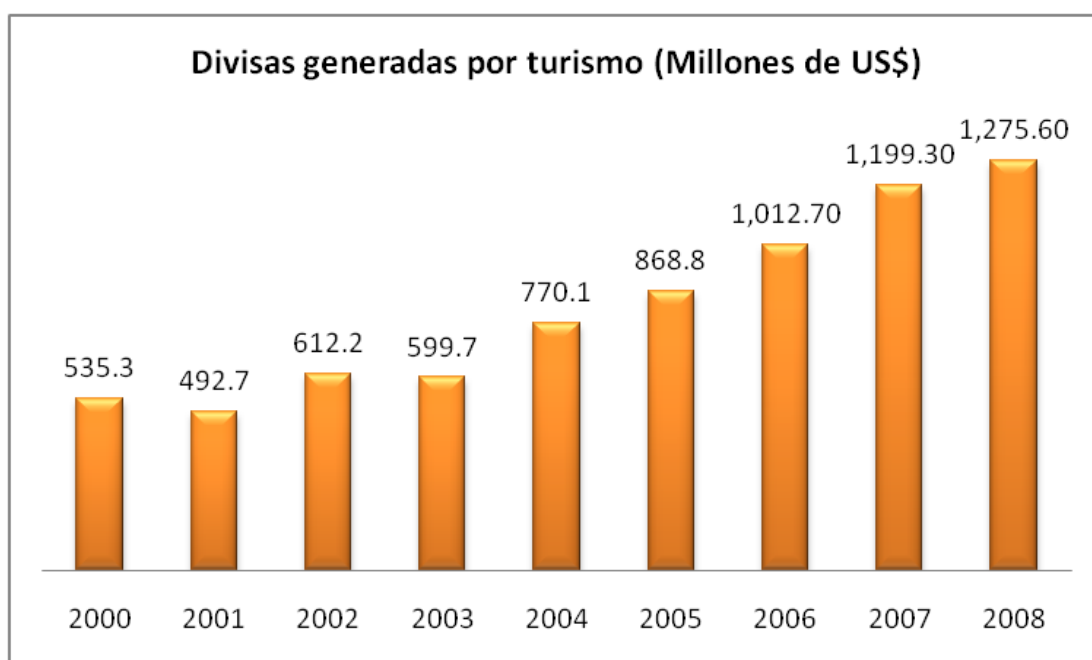
Para Guatemala el turismo representa la segunda actividad que más divisas genera al país, por encima de la exportación de los principales productos agrícolas como el café, azúcar, banano y cardamomo, y tan sólo por debajo de las remesas familiares. Durante el año 2007 se generaron 1,199.30 millones de dólares en divisas gracias al sector turístico, mientras que en año 2008 el ingreso fue de 1,275.60 millones de dólares, esto representó un 17.5 y 17.8% del total de divisas ingresado al país en cada año respectivo (el 100% está representado por la suma de divisas debidas a remesas, turismo, exportaciones de café, azúcar, banano, y cardamomo). Por lo tanto el turismo, representa para Guatemala, una actividad prometedora para la generación de fuentes de ingreso y para la creación de nuevas fuentes de empleo, que sigue desarrollándose de manera positiva.

Cuadro No. 1: Fuente de divisas para Guatemala² (Millones de US\$)

Actividad/Años	2004	2005	2006	2007	2008
Remesas Familiares	2,550.60	2,992.80	3,609.60	4,128	4,314.80
Turismo	770.1	868.8	1,012.70	1,199.30	1,275.60
Café	424.7	463.9	529.4	558	660.1
Azúcar	444.2	236.6	530.9	525.7	377.3
Banano	277.5	236.2	265.6	302.5	322.6
Cardamomo	98.5	70.4	122.8	143.8	180.4
Total	4,565.60	4,868.70	6,071.00	6,857	7,130.80

El sector turístico, además, es uno de los sectores que ha mantenido una tendencia de crecimiento positiva (respecto a los ingresos monetarios) durante los últimos años (a partir del 2004), creciendo a un ritmo promedio de 16.23 % durante los últimos cinco años, lo cual da la pauta para que tanto el sector público como del privado inviertan sus esfuerzos en la creación de destinos turísticos que sean atractivos y que puedan representar una fuente rentable de ingresos. A pesar de que del 2007 al 2008 sólo se creció 6.36%, y no se presentó el mismo nivel de crecimiento de los años anteriores, como consecuencia de la crisis económica internacional, la industria del turismo continúa entre los sectores dinámicos de la economía guatemalteca, que debe seguir siendo explotado.

² INGUAT, *Boletín Anual de Estadísticas de Turismo* No. 37.

Cuadro No. 2: Ingreso de divisas por actividad turística a partir del año 2,000³**Cuadro No. 3: Cambio porcentual de ingreso de divisas por actividad turística.**

Año	Cambio de ingreso de divisas %
2000-2001	-7.96%
2001-2002	24.25%
2002-2003	-2.04%
2003-2004	28.41%
2004-2005	11.36%
2005-2006	16.56%
2006-2007	18.43%
2007-2008	6.36%

NOTA: Los datos presentados en este apartado eran datos de naturaleza económica, el análisis de la tendencia en el ingreso de número de turistas será presentado en el estudio de mercado, en donde serán de mayor utilidad.

³ INGUAT, *Boletín Anual de Estadísticas de Turismo* No.35, 36 y 37.

B. Concepto de turismo alternativo: Nueva tendencia del turismo.

En los últimos años se han venido produciendo cambios importantes en las tendencias del mercado turístico a nivel mundial. El llamado “turismo de masas”, que para comprenderlo mejor debe asociarse a productos de “sol y playa”, ha traído consigo el deterioro del medio ambiente, y ha hecho de este tipo de turismo un turismo no sostenible a través del tiempo; sumado a esto, la relevancia del tema ambiental a nivel mundial ha traído consigo un nuevo concepto de turismo: el turismo alternativo⁴.

El turismo alternativo está ligado a destinos que ofrezcan atractivos naturales, que sirven al turista como una vía de escape de las aglomeraciones y espacios saturados de las grandes urbes. Los turistas valoran cada vez más espacios sin manipular, que ofrezcan la convivencia con la naturaleza, y permitan al turista tener una experiencia única. Es por eso que en la actualidad los turistas demandan viajes que los pongan en contacto con la naturaleza y las culturas locales, debido a que son cada vez más conscientes de la importancia de disfrutar de forma sostenible los destinos y comienzan a demandar que sus visitas no dañen el entorno ni las culturas anfitrionas⁵.

«Las tendencias del mercado indican que este tipo de turismo tiene cada vez más adeptos porque los turistas buscan algo más que vacaciones, buscan una experiencia única e irrepetible.»⁶

El turismo alternativo se puede clasificar en cuatro grupos, no excluyentes entre sí:

- Turismo ecológico
- Turismo cultural
- Turismo de aventuras
- Turismo especializado

⁴ Nieva, Ángel. SECTUR, 2004. *Turismo alternativo una nueva forma de hacer turismo*. Fascículo. Documento PDF. 60 pp.

⁵ INGUAT. 2003. *Política Nacional de Ecoturismo*. Formulada en el Marco de la Estrategia Nacional de Turismo. 67 pp.

⁶ SECTUR, 2000. México. Manual. *Como desarrollar productos turísticos competitivos*. Documento PDF. Pág. 5.

Cuadro No. 4: Tipos de turismo alternativo⁷

Tipos	Argumentos	Actividades
Turismo ecológico	La naturaleza es el principal protagonista de las actividades	Observación no científica y disfrute del medio natural
Turismo cultural	Divulgación del patrimonio histórico	Antropología, historia, arte.
Turismo de aventuras	Prácticas de actividades deportivas en la naturaleza es un elemento pasivo	Deporte-aventura, con diversos grados de riesgo.
Turismo especializado	Interpretación y conocimiento profundo del paisaje	Estudio de flora y fauna.

A nivel de país, Guatemala, es uno de los puntos en el planeta que tiene gran potencial en el desarrollo de este tipo de producto, por la diversidad de ambientes naturales, climas y culturas que presenta. Es por eso que bajo los conceptos de turismo alternativo presentados, el producto turístico que se pretende ofrecer queda clasificado dentro del turismo ecológico y de aventura, dado el tipo de atractivos turísticos que se ofrecerán. Hay que recordar que este tipo de turismo no es excluyente entre sí.

En el capítulo dedicado al producto turístico, se hará una descripción detallada del mismo en dónde se podrá verificar que el producto queda clasificado dentro de estas categorías.

⁷ Cuellar, Domingo y Jiménez, María. *Vías verdes y turismo alternativo: Potencialidades en Almería*. Documento PDF. Pág. 3.

IV. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO

El producto que se desea ofrecer será desarrollado en la finca “El Parador los 13”, la cual está ubicada en Quetzaltenango (la ubicación exacta y capacidad del parque será dada en el Estudio Técnico). La utilización actual de la finca es la plantación voluntaria de ciprés y pino, por lo estrictamente la finca está categorizada como bosque. El producto a ofrecer es un producto de naturaleza ecológica y de aventura, por lo que se espera que el producto a desarrollar tenga poco impacto en las características ambientales de la finca. A continuación se detalla lo que el producto turístico ofrecerá:

A. Atracciones.

Dentro de las atracciones turísticas que se han de ofrecer están:

1. Canopy tours: Un Canopy tour es un paseo por los árboles de un bosque, mediante un circuito de cuerdas de acero y otras instalaciones que hacen de estos paseos una atracción turística emocionante. Para este tipo de actividades la finca cuenta con árboles de 20-25 metros de altura y pendientes de terreno de hasta 40 grados, por lo tanto ésta actividad resulta bastante adecuada. El espacio de la Finca destinado al circuito de Canopy es de unos 900 metros lineales (Habrán tres circuitos de 300 metros cada uno).

2. Miradores: Un mirador es una estructura de metal, a través de la cual es posible tener una visión de la Finca completa y de los alrededores de la misma; además a través de estos los turistas tendrán la oportunidad de contemplar las fumarolas que el Volcán Santiaguito (este volcán está ubicado aproximadamente a tres kilómetros de la finca, y es muy claramente visible) expulsa cada hora aproximadamente. Actualmente la Finca cuenta con una torre de control de Fuegos, a partir de la cual surgió la idea de los miradores. Se pretende construir 6 miradores de 10 metros de altura cada uno, en puntos estratégicos de la finca.

3. Paseos a caballo: Se ofrecerán recorridos a caballo a través de los senderos de la finca. Se pretende tener 10 caballos disponibles todo el tiempo para dichos paseos. Para aquellas personas que no han montado a caballo y deseen realizar esta actividad, se contará con 10 guías que se encargarán de dirigir el caballo durante el recorrido. Los caballos serán cuidados y alimentados por personas que estarán asignada a esta tarea.

4. Granja: Habrá una granja para la crianza de animales domésticos. La granja estará dividida en tres secciones, y en la primera sección se criarán ovejas, en la segunda

sección se criará vacas lecheras y en la última sección se criarán gansos. Adjunto a la granja habrá un espacio cercado para que durante el día los animales salgan a comer y puedan ser observados por los turistas. Se permitirá que los turistas puedan alimentar a los animales, con comida adecuada a cada uno de estos; dicha comida será en casetas de misceláneos (las mismas se describen más adelante).

5. Área de foto: Dentro de la finca hay puntos en los que la vista a los volcanes es muy atractiva, por lo tanto dichas áreas serán llamadas “áreas de foto”; en esta área los visitantes podrán tomarse Fotografías con un paisaje hermoso tras ellos.

6. Ciclismo de montaña: La finca cuenta con más de 25 senderos bien definidos, en donde actualmente muchas personas llegan a realizar recorridos en bicicleta de montaña. Las bicicletas para realizar el ciclismo podrán ser llevadas por los turistas o podrán alquilarlas en el lugar. Habrán disponibles 30 bicicletas de montaña todo el tiempo para aquellas personas que deseen alquilarlas en el lugar.

7. Columpios gigantes: Dada la altura de los árboles se harán una serie de 10 columpios gigantes, para que los que asistan puedan disfrutar de este juego. El acceso a los columpios será libre.

8. Gotcha: Es un deporte cuya finalidad es derrotar al mayor número de oponentes utilizando una marcadora (pistola) que a base de aire dispara cápsulas de pintura. El área destinada para este deporte será de 5,000 m².

B. Instalaciones.

1. Área de administración. Esta área será destinada para el personal administrativo del parque. Contará con cuatro oficinas para los administradores, un área de recepción y un área de servicio al cliente.

2. Control de ingreso. Se debe contar con una garita en donde las personas que vayan a entrar a la Finca realicen el pago de ingreso. Además servirá para llevar el control de los vehículos que ingresen a las instalaciones. La garita de control será ubicada en la que es actualmente la entrada principal de la finca.

3. Área de parqueo. Habrá un parqueo destinado para las personas que deseen llegar en su vehículo propio. La capacidad del parqueo será de 50 vehículos. Dentro de la capacidad del área de parqueo está contemplado el espacio que se utilizará para el estacionamiento de los dos microbuses propios del parque que servirán para el transporte de turistas.

4. Caseta de misceláneos. Habrá dos áreas destinadas a la venta de productos misceláneos, como medicina, aperitivos, comida para alimentar a los animales de granja, dulces típicos entre otros.

5. Restaurante. Esta instalación será destinada a la venta de alimentos preparados para aquellas personas o familias que deseen comer en los mismos. La capacidad del restaurante será para 150 personas.

6. Área de carga y descarga para el restaurante. Área para el almacenamiento de suministros alimenticios. Quedará adyacente al restaurante. Será básicamente una bodega que cuente con espacios necesarios para el almacenamiento de producto perecedero y no perecedero. La dimensión de este espacio queda contemplada dentro del área total del restaurante.

7. Baños públicos. Todas las personas que visiten el Lugar tendrán acceso a los mismos. Habrá 5 baños para hombres y 5 baños para mujeres. Los baños para hombres contarán con 4 sanitarios y 5 mingitorios cada uno. Mientras que los baños de las mujeres con 5 sanitarios cada uno. Cada uno de los baños tendrá 4 Lavamanos.

8. Salón de usos múltiples (S.U.M). Esta instalación será destinada para la realización de eventos varios. La capacidad del salón será para 150 personas.

9. Guardianía. En esta área tendrán su vivienda el guardia del lugar. Únicamente el guardia será empleado permanentes. Por lo que se les ofrecerá vivienda.

10. Establo. Lugar donde se alimentará y cuidará a los caballos.

11. Granja. Lugar donde se alimentará y cuidará a los animales de granja.

12. Bodega de equipo. Lugar de almacenamiento de todo el equipo relacionado a las actividades turísticas.

13. Área de teléfonos públicos. Dado que la señal de telefonía móvil no es muy fuerte y a veces es nula. Se contará con 5 áreas de alquiler de teléfonos, donde los teléfonos serán monederos.

C. Servicios adicionales.

1. Transporte. Dada la ubicación de la Finca, se ofrecerá servicio de transporte a los turistas que no deseen llegar en su vehículo propio o simplemente no lo posean, dicho transporte los trasladará del centro de Quetzaltenango a la Finca. Se contará con 2 microbuses con una capacidad de 25 pasajeros cada uno. Los turistas que deseen utilizar

este servicio deberán llamar al parque con una hora de anticipación para que el microbús (o los dos microbuses) puedan llevarlos a la Finca. Los microbuses también servirán para transportar a los trabajadores del parque.

El proyecto tendrá un horario de atención al público de 8:00 A.M a 5 P.M., de martes a domingo. El lunes será día de descanso para los trabajadores. Inicialmente se pretendía que el parque estuviera abierto sólo fines de semana, sin embargo hay que tomar en cuenta que los turistas extranjeros permanecen en el país durante un promedio de 6 días⁸, lo que se traduce en aproximadamente una semana, y sus llegadas a los destinos turísticos son esporádicas.

Para la elaboración del producto turístico se procedió a explorar la oferta actual de parques naturales y ecológicos del país (los cuales también son de categoría ecológica), para determinar qué tipo de servicios y atracciones se ofrecen actualmente. La exploración se hizo con la visita directa de algunos parques (Florencia, Ecojinayá) y tour virtual a través de las páginas de internet de otros (Hunnalye, Ixpanpajul, Pino Dulce, Tomastepek). También se realizó un análisis FODA para determinar si la Finca poseía con las características necesarias para llevar a cabo el proyecto (*Véase Apéndice No. 1*). En conjunto a esto también se procedió a realizar encuestas con la cual se determinó cuáles eran las preferencias de los turistas nacionales, respecto a los destinos turísticos. A través de esto se obtuvieron datos que permitieron determinar qué tipo de producto turístico era el que mejor respondía a las preferencias del mercado nacional. Se realizaron un total de 300 encuestas. El valor de muestra se basó en el modelo estadístico de muestreo para poblaciones infinitas, con un margen de confiabilidad de 95% y un error variable de 6%. Debido a que no se cuenta con el valor de la proporción poblacional el intervalo que se utilizó fue 0.5. (*Véase Apéndice No. 2*) La encuesta consistió en 9 preguntas cerradas de opción múltiple, y una pregunta abierta. (*Véase Apéndice No. 3*)

NOTA: La encuesta se dirigió principalmente al mercado nacional, debido a que las preferencias de los mismos eran desconocidas. En lo que respecta a los turistas internacionales las preferencias de estos fueron determinadas a través de la revisión bibliográfica y de datos publicados por el Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT) (*Véase Estudio de Mercado*).

Los resultados de las encuestas se muestran en detalle en el **Apéndice No. 4**.

⁸ Fuente: INGUAT, *Boletín Anual de Estadísticas de Turismo* No.35, 36 y 37.

V. ESTUDIO DE MERCADO

A. Mercado objetivo

En base al tipo de producto que se desea ofrecer, se define el mercado objetivo de la siguiente manera: ecoturistas y turistas de aventura. El mercado objetivo ha sido dividido en dos segmentos, los cuales representan consumidores con alto/medio poder adquisitivo, que podrán acceder a los precios que se pretenden cobrar en las instalaciones.

1. Mercado objetivo 1. Este segmento está formado por los turistas nacionales que cumplen con el siguiente perfil:

- a. Género: Masculino y femenino.
- b. Edad: Entre 18-65 años.
- c. Económicamente activo: Sí
- d. Nivel Educación: Nivel Medio, y estudios Superiores.
- e. Estado Civil: Indiferente.
- f. Segmento de Mercado: A,B,C+
- g. Calidad requerida: Que esté dispuesto a gastar más de Q500 por persona por día en la visita a un destino turístico.

2. Mercado objetivo 2. El mercado objetivo son los turistas extranjeros que ingresan al país con el objetivo de realizar actividades eco turísticas y de aventura y que cumplen con el siguiente perfil:

- a. Género: Masculino o femenino.
- b. Edad: Entre 18-65 años.
- c. Económicamente activo: Sí
- d. Nivel Educación: Nivel Medio, y estudios Superiores.
- e. Estado Civil: Indiferente.
- f. Segmento de Mercado: A,B,C+
- g. Calidad requerida: Que esté dispuesto a gastar más de Q500 por persona por día en la visita a un destino turístico.

B. Demanda

1. Análisis del mercado de turistas extranjeros. El primer mercado que se procedió a explorar es el mercado de turistas extranjeros. Esta exploración se hizo con el objetivo de determinar si existe el suficiente potencial turístico internacional para el proyecto sostener el proyecto. Hay que tomar en cuenta que, ya definido el perfil de turista internacional que se desea, se precedió entonces a determinar cuántos del total de turistas que ingresan al país cumplen con dicho perfil. A continuación se muestra la variación de turistas entre los años 2000-2007.

Cuadro No. 5: Turistas ingresados al país a partir del año 2000⁹

Año	No. Turistas
2000	685,961
2001	650,358
2002	693,022
2003	685,397
2004	967,334
2005	1,315,646
2006	1,502,069
2007	1,627,552
2008	1,715,426

Como se observa en el cuadro No. 5, a partir del año 2004 se ha experimentado un crecimiento en el número total de turistas que ingresan al país. La tasa de crecimiento fue en promedio del año 2004 al 2008 es de 21.01%. Hay que notar que la tasa de crecimiento del año 2007 al 2008 fue únicamente del 5.40%, y no se mantuvieron los mismos niveles de crecimiento de los años anteriores, de nuevo, debido a la crisis económica que afecta al mundo desde principios finales del 2007.

⁹ INGUAT, *Boletín Anual de Estadísticas de Turismo* No.35, 36 y 37.

Cuadro No. 6: Cambio porcentual de ingreso de turistas.¹⁰

Año	No. Turistas	Cambio %
2000	685,961	
2001	650,358	-5.19%
2002	693,022	6.56%
2003	685,397	-1.10%
2004	967,334	41.13%
2005	1,315,646	36.01%
2006	1,502,069	14.17%
2007	1,627,552	8.35%
2008	1,715,426	5.40%

2. Perfil del turista internacional. Según datos recabados de los estudios realizados por el INGUAT durante los años 2006, 2007 y 2008, se pudo definir cuál es el perfil del turista internacional que ingresa al país.¹¹ Entre el 64% son hombres mientras que el 36% son mujeres. Aproximadamente el 59% de los turistas tienen entre 25-44 años, el 13% son jóvenes entre 18-24 años, y el 24% son mayores de 45 años. El 52% son casados, el 38% son solteros, mientras que el 11% son viudos o divorciados. El 59% de los turistas tienen estudios superiores, el 33% tiene estudios secundarios, mientras que el 7% únicamente estudios primarios. El motivo del viaje de la casi el 43% es el ocio, el 23% viene a visitar a familiares y amigos, el 19% viene por negocios, mientras que el resto viene a realizar otras actividades. La estadía promedio es de 6 días y el gasto promedio por día es de \$101.00 (Q823.15; cambio Q8.15=\$1.00¹²). (Véase **Apéndice No. 5**) Dentro de las actividades que realizan los turistas mientras se encuentran en el país están:

Cuadro No. 7: Actividades realizadas por los turistas que visitan el país¹³.

Actividades realizadas	
Entretenimiento, reuniones, incentivos	28%
Convenciones, eventos	7%
Visita a familiares y amigos	8%
Cultura	27%
Naturaleza	18%
Deportes	11%

¹⁰ INGUAT, *Boletín Anual de Estadísticas de Turismo* No.35, 36 y 37.

¹¹ INGUAT, *Boletín Anual de Estadísticas de Turismo* No. 37.

¹² Tipo de Cambio a Junio del 2009. Banco de Guatemala. www.banguat.gob.gt

¹³ Fuente: INGUAT, *Boletín Anual de Estadísticas de Turismo* No.35, 36 y 37.

Dado que el mercado al que va dirigido el producto, son ecoturistas y turistas de aventura, los datos de las actividades que realizaron los turistas mientras se encuentran en el país son importantes para la determinación del **mercado potencial internacional**.

Cuadro No. 8: Mercado potencial extranjero

Año	No. Turistas	Perfil de edad, género, estado civil (100%)	Perfil de educación (93%)	Ecoturistas y turistas de aventura (18%)
2000	685,961	685,961	637,944	114,830
2001	650,358	650,358	604,833	108,870
2002	693,022	693,022	644,510	116,012
2003	685,397	685,397	637,419	114,735
2004	967,334	967,334	899,621	161,932
2005	1,315,646	1,315,646	1,223,551	220,239
2006	1,502,069	1,502,069	1,396,924	251,446
2007	1,627,552	1,627,552	1,513,623	272,452
2008	1,715,426	1,715,426	1,595,346	287,162

NOTA: El 18% representa el porcentaje de turistas que realizaron actividades relacionadas con la naturaleza.

Por lo tanto si la tendencia de crecimiento en el ingreso de turistas permanece constante, se cuenta como mínimo con un **mercado potencial extranjero total** de 287,162 turistas, anualmente.

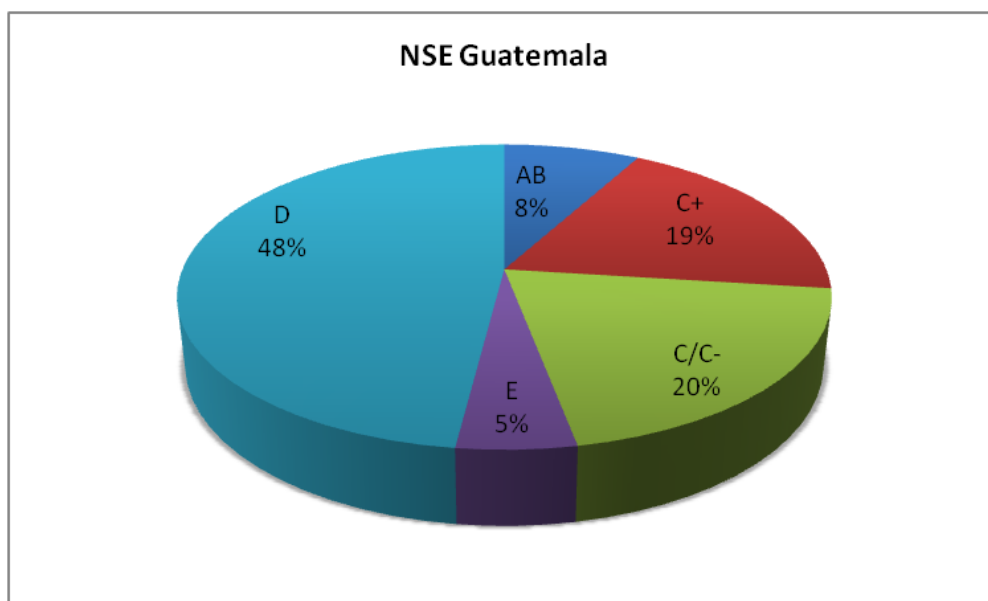
3. Perfil de turista nacional. Según datos presentados por la Revista AMAI, los niveles socioeconómicos de Guatemala están distribuidos de la siguiente forma:

Cuadro No. 9: Nivel socioeconómico de Guatemala¹⁴

NSE Guatemala	
AB	8%
C+	19%
C/C-	20%
E	5%
D	48%

¹⁴ Fuente: Revista AMAI: *El perfil latinoamericano: demografía y NSE*, 1999

Cuadro No. 10: Distribución NSE en Guatemala



En el caso del mercado nacional, sólo el 27% de la población cumple con el perfil socioeconómico que se desea para el producto turístico, esto es equivalente a 3, 506,703 personas. Ahora bien, según datos obtenidos de la encuesta sobre el gasto promedio que el turista nacional está dispuesto a gastar por persona por día durante la visita a un lugar turístico se podrá definir el **mercado potencial nacional**.

Los resultados de la encuesta demuestran que el 10% de los encuestados está dispuesto a gastar menos de Q100, el 52% está dispuesto a gastar entre Q100-Q300, el 26% está dispuesto a gastar entre Q300-Q500, y por último el 12% está dispuesto a gastar más de Q500. Dado los precios de productos que se desean ofrecer en el parque, el mercado potencial está constituido por las personas dispuestas a gastar más de Q500, por lo que del mercado potencial, se reduce a 420,804 personas (12% de 3, 506,703).

4. Mercado potencial total. De esta forma, dado que el turista extranjero está dispuesto a gastar un promedio de Q815 por persona por día, el mercado de turistas extranjeros seguirá siendo de 287,162 turistas. Las cifras del mercado potencial total es ahora: 689,966 (420,804 nacionales y 287,162 extranjeros). En donde el 59% del mercado potencial total está compuesto por turistas nacionales y el 41% por turistas extranjeros.

C. Oferta

1. Competencia directa. En la República de Guatemala existe un estimado de 30 sitios turísticos (Véase el listado y ubicación de los mismos en Apéndice No. 6) que están dirigidos a los mismos mercados objetivos que el producto presentado en el presente trabajo,

categorizados como parques ecológicos, y que poseen características similares a las que se pretenden ofrecer, dentro de ellos destacan (debido a la similitud):

- a. Parque Ecológico Pino Dulce. Ubicado a 113 kilómetros de la Capital. En Mataquescuintla, Jalapa.
- b. Parque Ecológico La Rinconada. Ubicado a dos kilómetros del parque central de Antigua Guatemala.
- c. Parque Natural Calderas. Ubicado a 50 kilómetros de la Ciudad Capital, en San Francisco de Sales.
- d. Parque Natural Ixpanpajul. Está ubicado en el Km. 468 de Río Dulce a Flores, a 10 kilómetros del aeropuerto de Santa Elena, Petén.

2. Sustitutos. Claro está que existen productos turísticos que no están dentro de la categoría de parques ecológicos, pero que representan alternativas para los ecoturistas y turistas de aventura. De hecho, más que los competidores directos, los productos sustitutos representan una competencia más fuerte, tomando en cuenta que existen destinos turísticos desarrollados por comunidades enteras y que para el turista ecológico representan actividades de turismo aún más genuinas que la de los parques ecológicos. Dentro de algunos de los productos desarrollados por comunidades son:

- a. Aventura Maya K'iche: se encuentra en San Miguel Totonicapán, da a conocer la riqueza cultural existente en esta región poco visitada, pero con muchas costumbres y tradiciones como su artesanía, bailes, trajes y gastronomía.
- b. Salto de Chilascó: Ubicado en Salamá, Baja Verapaz es de gran importancia por ser la catarata más grande de Centro América, con 130 metros de altura. En la puerta de entrada a la Reserva de la Biosfera de la Sierra de las Minas.
- c. Proyecto Destino San Pedro La Laguna: En las orillas del Lago de Atitlán, ofrece recorridos de naturaleza en el volcán San Pedro, playas, recorridos a caballo, deportes acuáticos, pesca al estilo tradicional tz'utuhil, así como otros productos de interacción con la comunidad, como los paseos tz'utuhiles, el tour de café orgánico, el tour de medicina tradicional y el de cosmovisión maya.
- d. San Juan La Laguna: Destino turístico a orillas del lago de Atitlán. Aquí, hombres y mujeres de ascendencia Maya Tz'utujil han trabajado en conjunto para ofrecer recorridos y demostraciones de plantas medicinales, tintes naturales, textiles,

galería de arte y murales al fresco, proyecto de ecoturismo acuático y tour de café.

- e. Corazón del Bosque: Localizado en el área boscosa de Sololá. Un parque ecológico en el cual se conservan y manejan sosteniblemente 40 hectáreas de bosque de coníferas, ofreciendo servicios como restaurante, cabañas, temascales (baño sauna maya), caminatas en senderos interpretativos, pozas de agua, vivero forestal y charlas de educación ambiental.
- f. Proyecto Puerta al Mundo Maya: Se encuentra en la región de Alta Verapaz, una combinación de destinos eco turísticos comunitarios en Chisec, Alta Verapaz y Petén. Incluye sitios arqueológicos en proceso de investigación, cuevas, ríos entre la selva, ríos subterráneos, lagunas, gran diversidad de flora y fauna, así como la oportunidad de experimentar tradiciones de la cultura Q'eqchi'. El destino engloba a seis destinos y proyectos que son: Lagunas de Sepalau, Cuevas B'omb'il Pek, Mucbilha, Río San Simón, Parque Nacional Cuevas de Candelaria, Sitio Arqueológico Cancuén.
- g. El Asintal: En este destino ofrece los servicios de alojamiento, alimentación, recorridos a caballo, visita al Parque Nacional Arqueológico Takalik Abaj, caminatas por plantaciones de café, hule, macadamia y papaya y participación en el proceso de producción de cada uno de los cultivos, observación de diversas especies de flora y fauna, sobre todo de aves en la Reserva Natural Privada La Montaña.

En general en la República de Guatemala, existen un sinnúmero de productos sustitutos que están bien posicionados en la mente de los turistas, especialmente aquellos como Semuc Champey, Parque Nacional Tikal, entre otros.

D. Balance oferta/demanda.

El balance de la oferta y demanda sirve para determinar la cuota de mercado que aún no está cubierta. A partir de esto se logra determinar el mercado real para cualquier proyecto. Sin embargo, debido a que el producto a ofrecer no es un producto de consumo masivo en donde una “marca” predomine sobre el mercado, no existe un balance fijo entre la oferta y la demanda. Esto se debe a que el consumo de un producto no excluye el consumo de otro. De esta forma es que la cuota a cubrir será aquella necesaria para cumplir con las proyecciones de ventas, las cuales serán detalladas en el estudio financiero.

E. Precio.

Para la fijación del precio, se ha elegido la estrategia *orientada a la competencia*¹⁵. Dado que la categoría de productos turísticos ecológicos se encuentran en la etapa de crecimiento¹⁶, acorde al ciclo de vida, el producto no puede imponer nuevos precios, sino que debe adaptarse a los precios que ya están establecidos, es por eso que el *benchmarking*¹⁷ es una buena herramienta para la fijación de los precios. Claro está, que debe de tomarse en cuenta también, cuánto está dispuesto a pagar el consumidor. Por lo tanto la fijación de precios se hizo tomando en cuenta las siguientes consideraciones:

1. Disposición del consumidor. El gasto promedio que el turista está dispuesto a desembolsar representa una directriz importante para no excederse en la fijación correcta de precios. Dado que el segmento de mercado elegido es aquel que está dispuesto a gastar por lo menos Q500 por persona por día, los precios han sido fijados de tal forma que el turista pueda realizar todas las actividades dentro del parque.

2. Benchmarking. Los precios de productos dirigidos al mismo segmento de mercado.

Tomando en cuenta los dos aspectos anteriores, los precios que se han fijado quedan de la siguiente manera:

Cuadro No. 11: Lista de precios

Precio		Precio	
Transporte	Q10,00	Gotcha (200 balas)	Q150,00
Canopy	Q100,00	Miradores	Q10,00
Recorrido a Caballo (1 Hora)	Q75,00	Desayunos	Q30,00
Ciclismo (1 hora)	Q40,00	Almuerzo	Q40,00

¹⁵ Es la estrategia de precios que establece que los precios se fijan en base al “precio de mercado” actual.

¹⁶ Fuente: SECTUR, México. *Taller de Desarrollo de Productos Turísticos*. Presentación Power Point. Slide No.6.

¹⁷ Comparar parámetros de producción y financieros, con el de la industria, para lograr alcanzar por lo menos los mismos niveles.

F. Promoción.

La estrategia de promoción elegida es la *estrategia orientada al consumidor final (Pull)*¹⁸. Se ha elegido esta estrategia debido a que el producto turístico busca ser vendido al consumidor final directamente (turista) y no existe un canal de distribución como sucede en el caso de productos tangibles de consumo masivo. Dentro de las herramientas comunes para promoción utilizadas por la *estrategia Pull* están:

1. **Cupones:** promociones que ofrecen al consumidor un descuento sobre el precio normal de venta, incentivando así el consumo.
2. **Promociones de precio:** Reducciones de precio a corto plazo, con el propósito de aumentar el consumo en los clientes potenciales.
3. **Premios:** mercancía ofrecida en forma gratuita.
4. **Competiciones o concursos:** Consumidores aplican su conocimiento o creatividad para ganar un premio.
5. **Muestras:** ofrecer el producto en forma gratuita o a un precio muy reducido. Se usa más para productos nuevos y facilita la primera prueba del producto.
6. **Programas de fidelidad:** Herramienta para animar y premiar compras repetidas, se da un premio a medida que las compras se acumulan.

Para llevar a cabo esta estrategia se ha presupuestado un desembolsó de US\$300,000 y US\$200,000 durante el primer y segundo año de echado andar el proyecto. Y se espera utilizar las herramientas descritas con anterioridad.

¹⁸ La estrategia "Push" es aquella que va orientada al canal de distribución.

VI. ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico pretende analizar y determinar cuáles son los recursos con los que se cuenta actualmente y cuáles son requerimientos del proyecto; a partir de los requerimientos propios del proyecto se determinará qué recursos resultan útiles, y qué infraestructura y servicios adicionales son necesarios. Además de lo anterior, el estudio técnico pretende determinar cuál es el tamaño de proyecto, la ubicación del mismo y la capacidad instalada.

A. Inventario turístico: Descripción general de la finca.

Con base en lo anteriormente enunciado, el primer paso del estudio técnico fue entonces, la determinación de cuáles son las condiciones actuales del lugar dónde se llevará a cabo el proyecto.

1. Ubicación Geográfica. La finca Parador Los 13 se encuentra ubicada en *Chuipace* Jurisdicción de Quetzaltenango, departamento de Quetzaltenango. Las dimensiones aproximadas son 5 caballerías lo que equivale a 2, 256, 500 metros cuadrados.

2. Límites de la Finca. La finca está circundada por otras propiedades tanto municipales como privadas.

- a. Al Norte colinda con: INFORESA (Finca municipal)
- b. Al Sur colinda con: Propiedad privada
- c. Al Oriente colinda con: INFORESA (Finca Municipal)
- d. Al Occidente colinda con: Propiedad privada

3. Topografía. Debido al área montañosa en la que se encuentra, la mayoría de la finca es inclinada. Se pueden encontrar pendientes hasta de 40% de inclinación.

4. Altura sobre el nivel del Mar. Aproximadamente 2,700 metros sobre el nivel del mar.

5. Clima. Frío.

6. Temperatura. En promedio la temperatura máxima es 22 grados centígrados y la mínima 6 grados centígrados.

7. Uso actual de la finca. La utilización actual del terreno es la plantación voluntaria de pino y ciprés, con una edad aproximada de 30 años. Se cuenta con recurso forestal de pino y ciprés. Las reforestaciones de estos árboles se realizaron durante los años 1976-1977 y 1977-1978 respectivamente. El 63% de la totalidad del terreno se encuentra poblado de cipreses de 30 años. El otro 17.7% los constituyen pinos de aproximadamente la misma edad, con desarrollo mediano. El 19.3% restante es área sin sembrar constituidas por la vías de acceso, área construida y planicies.

8. Vías de acceso. Para acceder a la finca hay que viajar de Guatemala a Quetzaltenango, aproximadamente 210 kilómetros en carretera de asfalto. Una vez en Quetzaltenango, se debe viajar desde el centro de Quetzaltenango hacia la finca, aproximadamente 22 Kilómetros, de los cuales 8kms son asfalto y 14kms de terracería. La ruta específica es: Partiendo del parque central de Quetzaltenango se toma el camino que conduce a Pacajá Alto y Llanos del Pinal y luego se toma la carrera en construcción que conduce a Retalhuleu **CA02W**.

9. Instalaciones. Se cuenta con varias infraestructuras dentro de las cuales están:

- a. Casa patronal: 5 ambientes, 2 sanitarios.
- b. Guardianía: 2 ambientes y cocina.
- c. 2 Galeras en desuso.
- d. Helipuerto (Básicamente es una planicie, que se utilizaba como helipuerto)
- e. Torre de control de fuegos.

10. El acceso dentro de la finca. La finca cuenta con una red de caminos en buen estado para vehículos, que interconecta la casa patronal, la guardianía, helipuerto y la torre control de fuego.

11. Servicios con los que cuenta la Finca. Los servicios con los que actualmente cuenta la Finca son:

- a. Servicio eléctrico. Se cuenta con un motor para la generación de electricidad. La capacidad del motor es desconocida, sin embargo hay que tomar en cuenta que esta energía sirve únicamente para satisfacer el consumo actual de energía el

cual se estima que es aproximadamente 0.5 KWH diarios. El consumo de energía es reducido debido a que únicamente sirve para satisfacer el alumbrado eléctrico de la casa patronal donde viven los guardias. Para el proyecto será necesario obtener energía eléctrica del cableado municipal, esto se discutirá más adelante.

- b. Servicio de agua potable. La Finca cuenta con un nacimiento propio de agua. La extracción de agua se hace por medio de una bomba que se encuentra ubicada en una habitación específica. Dado que el agua con la que se cuenta no es potable y además es muy poca (10m³/día) para el proyecto se requerirá la instalación de tuberías que obtengan el agua de las tuberías municipales.
- c. El personal. Actualmente se cuenta con dos empleados permanentes, encargados de cuidar el lugar. Las funciones principales de los empleados son realizar recorridos diarios a la finca, y reparar cualquier tipo de daños que se presenten dentro de las instalaciones de la finca.

12. Datos adicionales.

- a. Una de las mayores atracciones es el paisaje que nos presenta el volcán Santiaguito, que es uno de los 20 volcanes más activo alrededor del mundo.
- b. Poca Fauna. Durante las visitas realizadas sólo se pudo observar pocas aves en el lugar.
- c. No se cuenta con servicio de telecomunicaciones.
- d. La finca cuenta con sus límites bien definidos por un cerco de alambre que recorre todo su perímetro.

B. Requerimientos del proyecto.

A partir del producto que se definió se determinaron cuales son los requerimientos propios del proyecto. Los costos de cada una de los requerimientos serán presentados en el estudio financiero.

1. Requerimientos de Infraestructura. En base a las instalaciones necesarias para el funcionamiento del parque se determinó todas las infraestructuras necesarias, de lo cual se obtuvo que el área total a construir de 3,205m². El detalle de construcciones se presenta a continuación:

Cuadro No. 10: Detalle de edificaciones

Construcción	(A)	(B)	(C)	(D)	(E.)
	No. de edificaciones	Dimensiones		Área de construcción/edificación (B*C) (m ²)	Área total (A*D) (m ²)
		Ancho (m)	Largo (m)		
Caseta de misceláneos	2	2	2	4	8
Salón de usos múltiples	1	40	25	1000	1000
Restaurante	1	38	25	950	950
Establo	1			100	100
Granja	1			300	300
Administración	1	20	12	240	240
Control de ingreso	1	2	3	6	6
Baños públicos	10	5	10	46	456
Bodega equipo	1	10	5	50	50
Área de servicio	2	10	9	95	191
Total área de construcción	21				3301
Área de parqueo	1	65	50	3250	3250

NOTA: El cuadro presenta únicamente el área de infraestructura, sin espacios entre ellos y sin tomar en cuenta el área de parqueo que equivale a 3,250 m².

Si se toma entonces, que el área que no está plantada en la Finca es de 19.3% lo que equivale a 435,504.5 m², se tiene el suficiente espacio para construir sin necesidad de adentrarse en el bosque. Dado que las infraestructuras actuales no van acorde al concepto del producto, será necesaria la demolición de las mismas, y las instalaciones del parque serán completamente nuevas en su totalidad.

2. Requerimiento de energía eléctrica. Los cálculos de energía para el proyecto estiman que será necesaria la utilización de aproximadamente 3,454.2 KWH cada mes. El consumo promedio durante cada semana es de 863.55KWH. Debido a que actualmente sólo se cuenta con un motor eléctrico que satisface el consumo de la casa patronal, no es suficiente para los requerimientos del proyecto por lo que será necesaria la utilización del servicio eléctrico municipal. La empresa que se encarga de la distribución de energía eléctrica en Occidente es DEOCSA. La instalación de las líneas eléctricas que distribuirán la energía para el proyecto, estará en manos de dicha empresa. Las instalaciones serán construidas bajo los estándares de construcción, por lo que contarán con las instalaciones necesarias para la distribución de energía dentro del parque.

Cuadro No. 11: Requerimiento Energético del proyecto

Instalación	Consumo mensual (KWH*Mes)
Caseta de misceláneos	11
S.U.M	116
Restaurante	788
Parqueos	144
Establo	15
Control de ingreso	27
Baños públicos	225
Bodega	2
Área de servicios	400
Subtotal	1,727.10
Imprevistos (20%)	345,42
TOTAL (Subtotal+Imprevistos)	3,454.20

3. Requerimiento de agua.¹⁹ Se estima que el consumo de agua utilizado para fines sanitarios es de 30 litros diarios 0.03m^3 por persona y dado que la máxima capacidad diaria del parque es de 150, el máximo gasto en el que se puede incurrir es de 108m^3 al mes. Asumiendo entonces que el resto de instalaciones gaste un 30% adicional, se tiene una estimación de 140m^3 mensuales. Las instalaciones contarán con todos los requerimientos necesarios para la distribución interna de agua. Debido a que actualmente no se cuenta con una fuente de agua que satisfaga este consumo será necesaria la instalación de tuberías que transporten el agua de las tuberías municipales hacia el proyecto.

4. Requerimiento de telefonía. Actualmente no se cuenta con servicio de telefonía dentro de las instalaciones, por lo que será necesaria la contratación del mismo. La empresa que se encarga de otorgar dicho servicio es TELGUA S.A. Las líneas telefónicas que se necesitan para el proyecto son:

22. Esto es una aproximación *grasso modo*. Sin embargo da una buena idea de cuánta agua se necesita para el proyecto. Datos obtenidos de <http://mx.answers.yahoo.com>: Pregunta utilizada: ¿Cuál es el consumo diario de agua por persona?

Cuadro No. 12: Distribución de teléfonos

Instalación	No. de teléfonos
Teléfonos públicos	5
Administración	5
Garita	1
Total	11

5. Mobiliario y equipo. En el Apéndice **No. 7** se detallan el equipo y mobiliario que se utilizará en el proyecto.

6. Acceso dentro del parque. La distribución de los atractivos e instalaciones se hizo de tal forma que las vías internas de acceso actuales puedan seguir siendo utilizadas. Únicamente habrá que dar un acondicionamiento mínimo a las mismas para que puedan dar una mejor imagen al parque, pero en general no será necesario la modificación de ninguna vía de acceso interna.

7. Requerimiento de personal. Dada la amplitud de servicios que se ofrecerán, será necesaria la contratación de 56 personas, para los distintos puestos que se han previsto (Véase **Organigrama**). El número de personas que trabajará, se basa en la estimación del número de empleados que será necesario para las atracciones y las diferentes instalaciones dentro del parque, durante los días de mayor afluencia turística (sábado y Domingo).

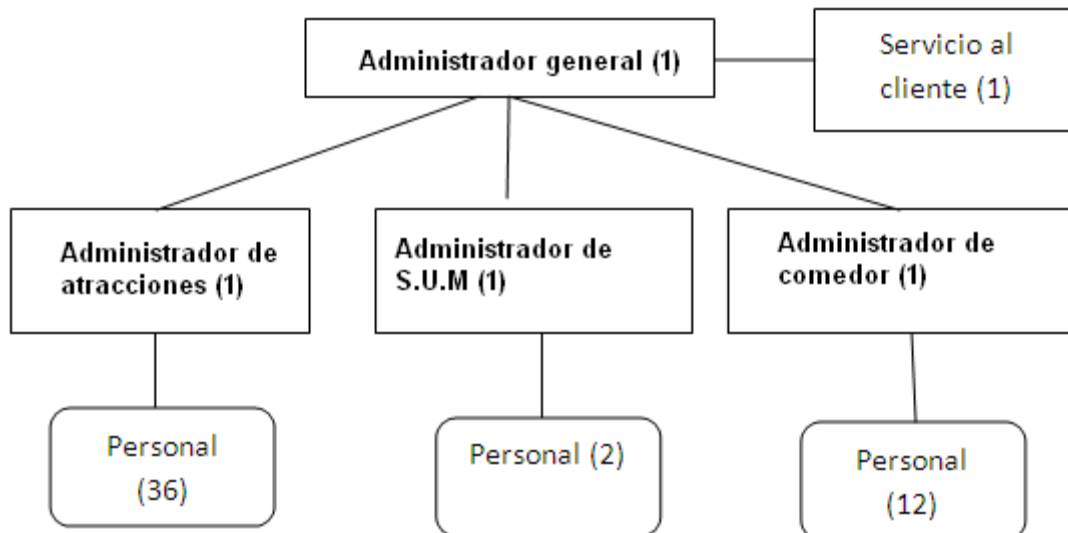
Cuadro No. 13: Distribución de empleados

Atracción	Empleados
Miradores	5
Canopy	6
Gotcha	4
Ciclismo	4
Cabalgatas	10
Varios	7
Total	36

Instalaciones	Empleados
Comedor	10
S.U.M	2
Control de ingreso	1
Caseta de misceláneos	2
Administradores	4
Servicio al cliente	1
Total	20

La organización y forma de administración se basa en los Principios Generales de Administración, de tal forma que la estructura organizacional propuesta se muestra en el siguiente esquema.

Ilustración No. 1: Organigrama



En el **Apéndice No. 8** se describe a detalle las funciones de cada uno de los que conforman la estructura organizacional.

8. Horarios y turnos. Dado que se espera que la afluencia de turistas sea mayor durante los fines de semana, la mayoría de empleados serán contratados para trabajar únicamente durante sábado y domingo, el resto será contratado tiempo completo; habrá 19 empleados de tiempo completo entre los cuales están el administrador general y los otros 3 administradores, la persona encargada de servicio al cliente, 10 personas de atractivos, 1 persona encargada del S.U.M., 2 personas de comedor y el guardia encargado de control de ingreso. Los empleados de tiempo completo serán los encargados de la atención de clientes que ingresen entre semana; Se espera también que los administradores, trabajen en capacitaciones de su equipo, estrategias, planes de mejora, planes de manejo ambiental y captación de clientes, proyecciones de compras y ventas, durante la semana. Por su parte los empleados de atractivos tiempo completo deberán asistir a las capacitaciones, deberán además realizar labores de limpieza y mejora de sus áreas, mantenimiento de su área asignada, alimentación y cuidado de animales entre otras labores. Los turnos de empleados quedan entonces de la siguiente forma:

Cuadro No. 14: Turnos

	Martes -Viernes	Sábado-Domingo
7:00 AM-6:00PM	ET	ET+EF

En donde,

ET: Empleados Tiempo completo

EF: Empleados Fin de semana

NOTA: El día lunes será día de descanso para los trabajadores de tiempo completo. Por lo que ese día permanecerá cerrado el parque.

9. Sobre la Administración general. Para una mejor administración del personal, existirán varios reglamentos internos que deberán ser cumplidos por las personas que laboren dentro del lugar. Dentro de los cuáles están:

- a. Código de ética.
- b. Reglamento de Trabajo.
- c. Reglamento de Seguridad.

La elaboración de dichos reglamentos quedará a cargo del administrador general, quién además será el encargado de su implementación y de velar su cumplimiento.

De igual forma existirá un reglamento específico, que deberá ser cumplido por las personas que ingresan al parque. (Véase **Apéndice No. 9**)

10. Ubicación de las diferentes instalaciones y atractivos dentro de la finca. La ubicación de la mayoría de instalaciones se hizo en áreas sin o con muy poca inclinación. Esto es para evitar la modificación del medio ambiente y permitir el ahorro de costos. La ubicación de las mismas también se hizo alrededor de las que son ahora las vías de acceso actuales, por el mismo motivo. A continuación se presenta el mapa de la finca y la ubicación de las instalaciones y los atractivos turísticos.

Ilustración No.2: Mapa de distribución de atracciones e infraestructura

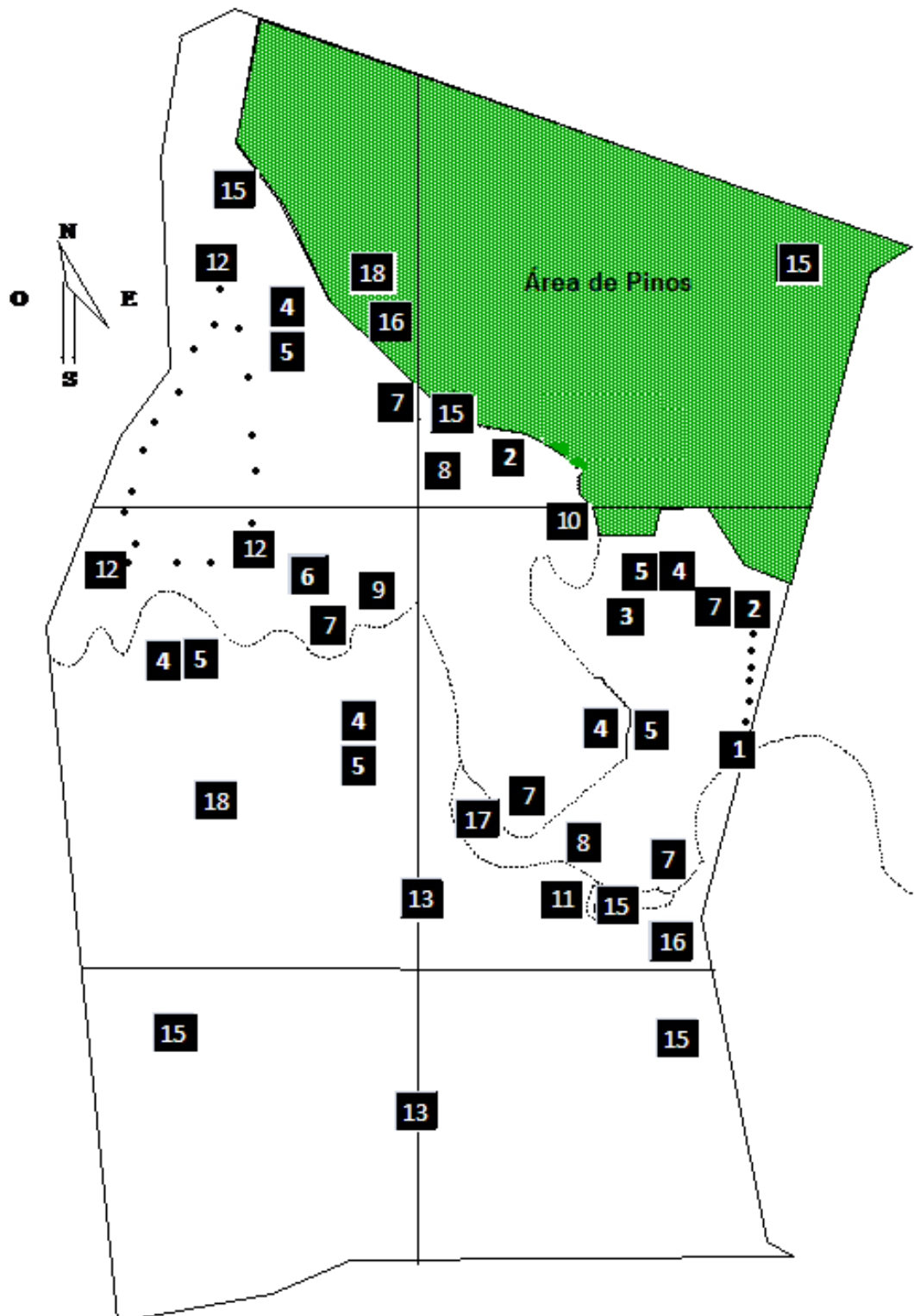


Ilustración No 3: Especificaciones de infraestructura



NOTA: Algunos de los símbolos aquí utilizados fueron obtenidos de <http://www.nps.gov/hfc/carto/map-symbols.htm> y otros fueron extraídos de las plantillas de diseño de Microsoft Visio 2003.

C. Capacidad máxima instalada.

La capacidad máxima instalada del parque es de 150 personas diarias. La capacidad del proyecto se hizo tomando en cuenta la capacidad del comedor y del salón de usos múltiples las cuales son de 150 personas.

D. Otras disposiciones.

Para la prevención de cualquier anomalía en el funcionamiento de las instalaciones, el Administrador General en conjunto con los administradores de cada área serán encargados de elaborar un plan de mantenimiento preventivo para todas las instalaciones. En dicho plan se calendarizarán revisiones periódicas de las instalaciones. Para la corrección de cualquier imperfección habrá un presupuesto asignado, esto será detallado en el estudio financiero.

VII. ESTUDIO FINANCIERO

El objetivo principal del análisis financiero es determinar la rentabilidad del proyecto y determinar su sostenibilidad durante la vida útil del mismo.

«La evaluación financiera constituye el punto culminante del estudio de factibilidad, pues mide en qué magnitud los beneficios que se obtienen con la ejecución del proyecto superan los costos y los gastos para su materialización.»²⁰ »

A. Supuestos.

Los supuestos utilizados para el estudio financiero son:

- 1. Periodo de análisis:** Para el análisis financiero se considerará el año natural, es decir, de enero a diciembre. El análisis también se supondrá para diez años²¹, ya que se espera que para ese entonces ya se haya recuperado la inversión y el producto sea un producto maduro en el mercado.
- 2. Unidad monetaria:** Todos los datos serán expresados en US\$ (dólares americanos), en el caso de los rubros que hayan sido expresados en quetzales en los capítulos anteriores, serán convertidos a dólares al tipo de cambio actual de Q8.15 por US\$. La conversión a dólares se hará para evitar tomar en cuenta los efectos de la inflación.
- 3. Inflación:** No se considerarán efectos de inflación debido a que todos los rubros, tanto ingresos como gastos, están expresados en dólares.

Luego de haber sentado las bases que serán necesarias para el estudio financiero, el primer paso es entonces, la determinación de la inversión inicial, para luego poder determinar la forma de financiamiento de la misma.

²⁰ Luna, Rafael y Chávez, Damaris. 2001. *Guía para elaborar estudios de factibilidad de proyectos eco turísticos*. Documento PDF. 35 pp.

²¹ Además que para ese entonces la mayoría de mobiliario y equipo se ha depreciado totalmente.

B. Inversión Inicial.

Los cálculos de Inversión²² fue obtenida a través de cotizaciones y la consulta de expertos (Ing. Civiles). A la inversión se dará a la un margen de error 15% para cubrir cualquier imprevisto.

La inversión en infraestructura²³ es de **US\$134,696** (Q1.91 millones), la inversión en mobiliario y equipo es de **US\$62,798** (Q0.51 millones), la inversión en vehículos es de **US\$133,742** (Q2.75 miles), finalmente la inversión en atractivos turísticos es de **US\$186,287** (Q1.52 millones), dando como resultado **US\$517,795** (4.22 millones). Sin embargo hay que tomar en cuenta los gastos pre operativo (estudios, constitución legal, etc.) y las instalaciones auxiliares (tuberías, drenajes, luz eléctrica, líneas telefónicas) los cuales se han estimado \$100,000.

Cuadro No. 15: Resumen de Inversión Inicial

INVERSIONES	
	US\$
Activos fijos	
Mobiliario y equipo	\$62.798
Atractivos	\$186.287
Vehículos	\$133.742
Infraestructura	\$134.969
Total activos	\$517.795
Gastos Pre-operativos	\$100.000
Sub-total	\$617.795
Imprevistos (15%)	\$92.669
TOTAL DE INVERSIÓN	\$610.465

C. Financiamiento.

Con base a algunas estructuras de capital típicas, para este tipo de proyectos, se determinó que en promedio el índice de apalancamiento es de 1,33:

²² El detalle de Inversión se presenta en los Anexos No. 7.

²³ Incluye costo de material, mano de obra, costo de transporte de materiales y maquinaria. No incluye costo de terreno ya que este es terreno propio.

Cuadro No. 16: Estructuras típicas de capital para proyectos turísticos

	Capital propio	Financiamiento bancario	Índice de apalancamiento (Deuda/Capital)
²⁴ Estructura 1	50%	50%	1,00
²⁵ Estructura 2	60%	40%	0,67
²⁶ Estructura 3	30%	70%	2,33
		Promedio	1,33

Por lo tanto se ha decidido optar por la estructura más neutra²⁷, la cual es de 50% de capital propio y 50% de financiamiento bancario. El monto total de la inversión es de US\$610,465 por lo que el total de financiamiento externo es de US\$305,232. La tasa de interés en el sistema Bancario Nacional varía de 10 a 13% para préstamos de diez años plazo²⁸. A continuación se determina el monto que se pagará durante los diez años de plazo, para ello se utilizó la fórmula siguiente:

$$A = P \left[\frac{i(1+i)^n}{(1+i)^n - 1} \right]$$

Donde:

A: Anualidad

P: Monto del crédito

i: Tasa de interés

n: número de períodos (años).

²⁴ Hernández Barrera, Mario; Pacheco Hernández, Daniel; Ramírez Ramírez, Oscar. 2003. "Estudio de Factibilidad para la Creación de un Complejo Turístico en Isla Zacatillo, Golfo de Fonseca, La Unión". Tesis. Universidad de Oriente. El Salvador. Capítulo V. Pág 62.

²⁵ Aguirre Holguín, Paulinha; Alvarado Flores, Mariela; Faytong, Jorge. 2006. *Termas la florida, nuevo destino turístico en la provincia del Azuay*. Pág. 8

²⁶ Espinal Morales, Gabriela; Flores Turcios, Willian; Iglesias Avalos, Rubén. 2003. *Determinar la factibilidad económica para la creación de un centro turístico en el Río Torola ubicado en la Jurisdicción de Osicala del departamento de Morazán*. Tesis. Universidad de Oriente. El Salvador. Pág. 62.

²⁷ No se optó por determinar el WACC ya que las tasas libres de riesgo que son útiles para calcularlo, no son estables debido a la crisis económica mundial, por lo que no son representativas.

²⁸ BANGUAT. Junio 2009. www.banguat.gob.gt

Sustituyendo datos se obtiene entonces que: La anualidad es de \$56,251, las amortizaciones de préstamo se describen a continuación:

Cuadro No. 17: Amortización de deuda

	Anualidad	Pago de interés	Pago a capital	Deuda después de pago
Año 0				\$305.233
Año 1	\$56.251	\$39.680	\$16.571	\$288.662
Año 2	\$56.251	\$37.526	\$18.725	\$269.936
Año 3	\$56.251	\$35.092	\$21.159	\$248.777
Año 4	\$56.251	\$32.341	\$23.910	\$224.867
Año 5	\$56.251	\$29.233	\$27.018	\$197.848
Año 6	\$56.251	\$25.720	\$30.531	\$167.317
Año 7	\$56.251	\$21.751	\$34.500	\$132.818
Año 8	\$56.251	\$17.266	\$38.985	\$93.833
Año 9	\$56.251	\$12.198	\$44.053	\$49.780
Año 10	\$56.251	\$6.471	\$49.780	\$0

D. Costo Promedio Ponderado de Capital (CPPC)

El Costo Promedio Ponderado de Capital, puede ser utilizado en la evaluación de proyectos como la Tasa de descuento. Bajo la estructura de Capital/Deuda definida, se tiene que el Costo promedio Ponderado de Capital es de 16%. Esta cifra será utilizada como tasa mínima de retorno (TMAR) para ser comparada con la Tasa interna de retorno (TIR) del proyecto y para la determinación del Valor Presente Neto.

Cuadro No. 18: Costo Promedio Ponderado de Capital

FUENTE	Monto	Costo de capital antes de impuestos	Costos de capital después de impuestos (31% de impuestos)	Participación	Costo ponderado
Deuda	\$305.213	13%	9%	50%	4%
Capital Propio	\$305.233	24%	24%	50%	12%
Total	\$610.445			100%	16%

E. Gastos de operación y otros gastos.

Una vez se echó a caminar el proyecto se incurrirán en distintos gastos mensuales dentro de los cuales están:

1. Salarios: De acuerdo con el organigrama general de la empresa presentado en el Estudio técnico, se incurre a un desembolso anual de US\$183,400 (Q1.49 millones). De tal forma se tiene que el desembolso anual por cuota patronal es de \$19,917. Hay que aclarar que las únicas personas que estarán en planilla serán los empleados de tiempo completo, el resto estará bajo contrato; el desembolso por honorarios es de US\$111,000 (Q0.90 millones).

Cuadro No. 19: Salarios para empleados de tiempo completo

No. de empleados	Sueldos	Sueldo	Total	Cuota Patronal
1	Administrador general	\$1.500	\$1.500	\$190
1	Servicio al cliente	\$1.000	\$1.000	\$127
3	Administradores	\$1.200	\$3.600	\$456
10	Personal de atractivos	\$500	\$5.000	\$634
1	Personal de SUM	\$500	\$500	\$63
2	Personal de comedor y casetas	\$500	\$1.000	\$127
1	Control de Ingreso	\$500	\$500	\$63
	Total Mensual	\$5.700	\$13.100	\$1.660
	Total Anual (14 sueldos)	\$79.800	\$183.400	\$19.917

Cuadro No. 20: Honorarios para empleados de Fin de Semana

No. de empleados	Sueldos	Sueldo	Total
26	Personal de atractivos	\$250	\$6.500
1	Personal de SUM	\$250	\$250
10	Personal de comedor y casetas	\$250	\$2.500
	Total mensual	\$750	\$9.250
	Total anual (12 sueldos)	\$9.000	\$111.000

2. Consumo de energía eléctrica: Según la estimación de consumo mensual se obtiene que el proyecto utilizará en promedio 3,454.20 KWH cada mes, y el precio por KWH es de US\$0.2 (Q1.63²⁹) se obtiene un gasto total mensual de energía eléctrica de US\$690.8 (Q5, 630.00). Al año esto es US\$ 6,908 (Diez meses).

3. Consumo de agua. Se estima gasto en este rubro de US\$103.6 mensuales lo que equivale a US\$1,036 anuales. (Precio por consumo mayor a 121m³ es de US\$0.74³⁰)

4. Lubricantes y combustibles. El uso de los dos vehículos para transporte y de los dos microbuses, supondrá un gasto mensual en lubricantes y combustibles de US\$1,200 (Q4, 075) lo que anualmente representa US\$12,000.

5. Papelería y materiales de oficina. Se presupuestará un gasto anual de US\$1200 para la compra de materiales de oficinas como hojas, tinta de impresora, lapiceros, entre otros.

6. Mantenimiento. Se presupuestará un gasto mensual de mantenimiento de US\$800 (Q6, 520). Para prever cualquier imperfección que se pueda presentar. Al año la cifra total de mantenimiento es de \$9,600.

F. Determinación de ingresos por ventas.

Para la proyección de ventas se han planteado tres escenarios, para determinar el comportamiento de las utilidades, el flujo de efectivo y consecuentemente la tasa interna de retorno de cada uno de ellos. El supuesto utilizado en todos los escenarios es siguiente: el ingreso de turistas al parque se dará mayormente los fines de semana, por lo que la afluencia de turistas entre semana es considerablemente menor (80% menor).

1. Primer escenario: Escenario conservador. El primer año por ser el año de inicio del proyecto, la proyección de ventas será bastante pequeña tomando en cuenta que el producto se encuentra en etapa de introducción. De esta razón se tiene una proyección de ingreso promedio durante el día sábado y domingo de 25 personas cada día (16.67% de la capacidad máxima instalada) dando como total 50 personas durante el fin de semana. Durante el segundo año dado la inversión de US\$300,000 en publicidad y promoción hecha durante el primer año, se espera que por lo menos se duplique el ingreso de turistas,

²⁹ Dato obtenido de Artículo del periódico Siglo XXI. Fecha: 22/06/2009. Sección de Noticias Nacionales.

³⁰ http://www.sieca.org.gt/Publico/CA_en_cifras/precios_tarifas/Version_2005/T_Agua_GT.pdf

teniendo una entrada total de 50 personas (33% de la capacidad máxima instalada) durante el sábado y domingo, dando un total de 100 personas el fin de semana. A partir del tercer año, se espera que las ventas empiecen a estabilizarse teniendo un ingreso durante el fin de semana de 75 personas (50% de la capacidad instalada) durante el sábado y domingo respectivamente, dando un ingreso total de 150 personas durante el fin de semana. Del quinto año en adelante el ingreso se proyecta de 200 personas (66.67% de la capacidad máxima instalada) durante el fin de semana. Tomando en cuenta los segmentos de mercado a los que va dirigido el producto, se espera que las personas gasten³¹ por lo menos US\$55 dólares entre atracciones y comida. Las proyecciones de ventas se muestran a continuación.

Cuadro No. 21: Cuadro de ingreso durante los fines de semana

Año	Cantidad de personas	Número de fines de semanas anuales	Gasto promedio	Ingreso por año
1	50	43	\$55	\$118.250
2	100	43	\$55	\$236.500
3	150	43	\$55	\$354.750
4	200	43	\$55	\$473.000
5	200	43	\$55	\$473.000
6	200	43	\$55	\$473.000
7	200	43	\$55	\$473.000
8	200	43	\$55	\$473.000
9	200	43	\$55	\$473.000
10	200	43	\$55	\$473.000

Cuadro No. 22: Cuadro de ingreso entre semana

Año	Cantidad de personas	"Entre semanas" anuales	Gasto promedio	Ingreso por año
1	10	43	\$55	\$23.650
2	20	43	\$55	\$47.300
3	30	43	\$55	\$70.950
4	40	43	\$55	\$94.600
5	40	43	\$55	\$94.600
6	40	43	\$55	\$94.600
7	40	43	\$55	\$94.600
8	40	43	\$55	\$94.600
9	40	43	\$55	\$94.600
10	40	43	\$55	\$94.600

³¹ Tomando en cuenta que el segmento elegido es aquel dispuesto a gastar más de US\$61.

2. Segundo escenario: Optimista. Bajo este escenario se proyecta que a partir del tercer año, el parque permanezca lleno a su capacidad máxima instalada durante los fines de semana.

Cuadro No. 23: Cuadro de ingreso durante los fines de semana

Año	Cantidad de personas	Número de fines de semanas anuales	Gasto promedio	Ingreso por año
1	50	43	\$55	\$118.250
2	100	43	\$55	\$236.500
3	300	43	\$55	\$709.500
4	300	43	\$55	\$709.500
5	300	43	\$55	\$709.500
6	300	43	\$55	\$709.500
7	300	43	\$55	\$709.500
8	300	43	\$55	\$709.500
9	300	43	\$55	\$709.500
10	300	43	\$55	\$709.500

Cuadro No. 24: Cuadro de ingreso entre semana

Año	Cantidad de personas	"Entre semanas" anuales	Gasto promedio	Ingreso por año
1	10	43	\$55	\$23.650
2	20	43	\$55	\$47.300
3	60	43	\$55	\$70.950
4	60	43	\$55	\$94.600
5	60	43	\$55	\$94.600
6	60	43	\$55	\$94.600
7	60	43	\$55	\$94.600
8	60	43	\$55	\$94.600
9	60	43	\$55	\$94.600
10	60	43	\$55	\$94.600

3. Tercer escenario: Pesimista. Bajo este escenario se proyecta que a partir del segundo año, el parque permanezca lleno al 33.33% de la capacidad máxima instalada durante los fines de semana.

Cuadro No. 25: Cuadro de ingreso durante los fines de semana

Año	Cantidad de personas	Número de fines de semanas anuales	Gasto promedio	Ingreso por año
1	50	43	\$55	\$118.250
2	100	43	\$55	\$236.500
3	100	43	\$55	\$236.500
4	100	43	\$55	\$236.500
5	100	43	\$55	\$236.500
6	100	43	\$55	\$236.500
7	100	43	\$55	\$236.500
8	100	43	\$55	\$236.500
9	100	43	\$55	\$236.500
10	100	43	\$55	\$236.500

Cuadro No.26: Cuadro de ingreso entre semana

Año	Cantidad de personas	"Entre semanas" anuales	Gasto promedio	Ingreso por año
1	10	43	\$55	\$23.650
2	20	43	\$55	\$47.300
3	20	43	\$55	\$47.300
4	20	43	\$55	\$47.300
5	20	43	\$55	\$47.300
6	20	43	\$55	\$47.300
7	20	43	\$55	\$47.300
8	20	43	\$55	\$47.300
9	20	43	\$55	\$47.300
10	20	43	\$55	\$47.300

G. Estado de resultados³² y flujo de efectivo.

Bajo el escenario conservador se tiene el siguiente flujo de efectivo neto y flujo acumulado:

³² El estado de Resultados y Flujo de Efectivo se presenta en los Anexos.

Cuadro No. 27: Cuadro de FEN y Flujo acumulado del escenario conservador.

	FEN	Flujo Acumulado
Año 0	-\$305.233	-\$305.233
Año 1	-\$384.695	-\$689.928
Año 2	-\$151.395	-\$841.323
Año 3	\$102.561	-\$738.762
Año 4	\$193.685	-\$545.077
Año 5	\$130.621	-\$414.456
Año 6	\$183.340	-\$231.116
Año 7	\$182.110	-\$49.006
Año 8	\$180.720	\$131.714
Año 9	\$179.149	\$310.863
Año 10	\$177.373	\$488.236

La Tasa Interna de Retorno de este escenario es de **8.31%** la cual es extremadamente baja, tomando en cuenta que la TMAR es de 16%. Bajo estas cifras, el proyecto no es viable. El Valor Presente Neto (a una tasa de descuento de 16%) es de **-\$200.331,43** lo cual confirma la inviabilidad financiera del proyecto.

Cuadro No. 28: Indicadores financieros del escenario conservador

TIR	8,31%
VPN	-\$200.331,43
Período de recuperación	8

El escenario optimista, por su parte muestra que el siguiente flujo de efectivo neto y flujo acumulado:

Cuadro No. 29: Cuadro de FEN y Flujo acumulado del escenario optimista

	FNE	Flujo acumulado
Año 1	-\$305.233	-\$305.233
Año 2	-\$265.328	-\$570.560
Año 3	-\$78.316	-\$648.876
Año 4	\$103.550	-\$545.327
Año 5	\$197.641	-\$347.686
Año 6	\$316.553	-\$31.133
Año 7	\$369.272	\$338.140
Año 8	\$368.042	\$706.182
Año 9	\$366.652	\$1.072.834
Año 10	\$365.081	\$1.437.914
Año 11	\$363.305	\$1.801.219

Este escenario muestra que la tasa interna de retorno de es de 24.45% la cual es aparentemente buena, tomando en cuenta que la TMAR es de 16%. El Valor Presente Neto por su parte es de US\$263.816.34. Estos parámetros a simple vista resultan bastante atractivos, no obstante hay que tomar que es el escenario optimista, el cual es menos probable que el anterior escenario.

Cuadro No. 30: Indicadores financieros del escenario conservador

TIR	24,45%
VPN	\$262.532
Período de recuperación	7

Para hacer un análisis más profundo y despejar cualquier duda, se procedió a elaborar el análisis de sensibilidad del escenario optimista.

Haciendo una Variación del 10% y 20% en las ventas y costo de ventas, se tiene el siguiente cuadro que muestra el comportamiento de la TIR y el Valor Presente Neto.

Cuadro No. 31: Análisis de sensibilidad del escenario optimista.

Ventas	Costo de ventas	TIR	VPN
Se mantienen al 100%	Suben 20%	23,19%	\$222.280
Se mantienen al 100%	Suben 10%	23,82%	\$242.406
Se mantienen al 100%	Se mantienen	24,45%	\$262.532
Se mantienen al 100%	Bajan 10%	25,08%	\$282.658
Se mantienen al 100%	Bajan 20%	25,71%	\$302.785
Bajan 10%	Suben 10%	18,02%	\$60.185
Bajan 10%	Se mantienen	18,69%	\$80.311
Bajan 10%	Bajan 10%	19,35%	\$100.437
Bajan 20%	Suben 20%	11,70%	\$122.037
Bajan 20%	Se mantienen	12,42%	\$101.911
Bajan 20%	Bajan 20%	13,85%	\$61.658

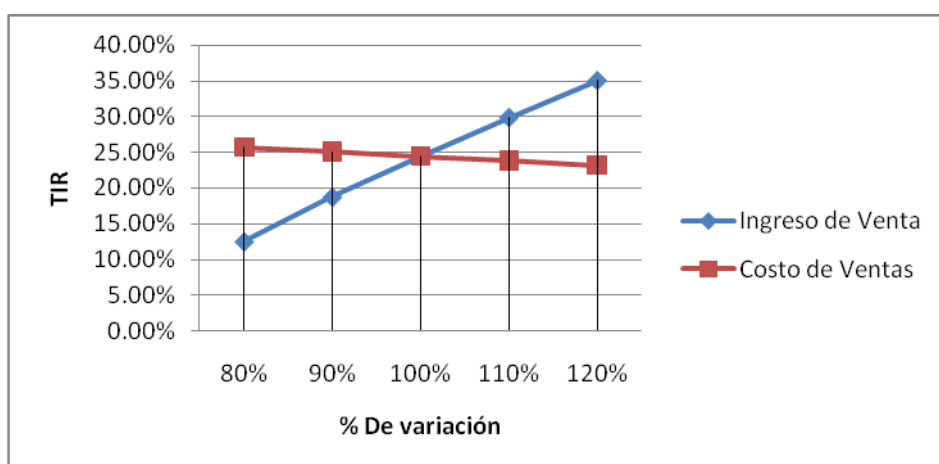
Tomando en cuenta que el escenario optimista supone la utilización de la capacidad máxima instalada, el incremento en las ventas del análisis no es real, por lo que el análisis de sensibilidad correcto se hizo a partir de las variaciones negativas de ventas y el comportamiento de costos. Con esta pauta aclarada, se tiene que una baja del 10% de las ventas, no importando el comportamiento de los costos de ventas, se tiene una tasa de

retorno de 18.69% si los costos se mantienen, la cual es aceptable tomando en cuenta que la TMAR es de 16%.

Sin embargo un decremento del 20% de las ventas, se traduce en tasas de retorno del 11.70% (si los costos suben 20%), 12.42% (si los costos se mantienen) y 13.85% (si los costos se bajan 20%), donde todas son menores a 16%. Un 20% en la baja de ventas representaría un decremento de aproximadamente 60 turistas, en los años que se han proyectado que el parque permanezcan llenos los fines de semana.

A decir verdad el decremento de 60 personas es bastante preocupante, ya que es una cifra bastante probable de alcanzar. De esta razón el análisis muestra que bajo el mejor escenario proyectado en ventas, el proyecto aún es demasiado riesgoso. Con esto se confirma la inviabilidad financiera del proyecto.

Ilustración No. 4: Gráfica de análisis de sensibilidad.



El análisis del escenario pesimista ya no es necesario, porque los dos escenarios anteriores demostraron que el proyecto no es viable financieramente. De tal forma, que los resultados del escenario pesimista no agregarían ninguna información relevante adicional.

VIII. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

A. Sobre el diseño del producto.

Las atracciones que el producto ofrece, fueron hechas tomando en consideración la naturaleza ecológica del proyecto, por lo que las mismas fueron adaptadas a las condiciones actuales del lugar, en lugar de condicionar el lugar para adaptarlo a los atractivos. De igual manera, las instalaciones serán hechas tratando de realizar el mínimo de modificaciones en el terreno y adaptándolas a las condiciones topográficas y ambientales de la Finca.

En un diseño preliminar del producto se pretendía ofrecer servicio de cabañas para que los turistas pudieran pasar la noche en el lugar. No obstante, se determinó que el rubro de inversión para la infraestructura y los insumos de la misma era demasiado alto y la inversión casi se duplicaba; tomando en cuenta que el mercado hotelero en Quetzaltenango está sobresaturado, según muestran las estadísticas de oferta y ocupación hotelera³³, se decidió que el producto estuviera en funcionamiento únicamente durante el día y se dedicará sólo a ofrecer lo que se plantea en el diseño del producto. De esta razón, el producto actual pretende que los turistas puedan llegar, realizar varias de las actividades y puedan tomar uno o dos tiempos de comida en el lugar (desayuno y/o almuerzo) y luego se retiren.

Oferta y ocupación hotelera en Quetzaltenango

Año	Establecimientos	Habitaciones	Plazas/Cama
2008	168	3111	6950

Índice de ocupación hotelera		
Nacionales	Internacionales	Total
15,68%	6,70%	22,38%

Sin embargo, dado que el producto es un parque ecológico y que se pretendía que el mismo alterara en lo mínimo las condiciones ambientales de la finca, el número de atractivos que se ofrece, es bastante limitado, lo que también representa una ventaja competitiva.

³³ INGUAT, *Boletín Anual de Estadísticas de Turismo* No. 37.

B. Sobre el estudio de mercado

El estudio de mercado reveló, que en lo que respecta a la demanda, sí existen los suficientes turistas potenciales tanto nacionales como extranjeros que para que el proyecto sea sostenible. Sin embargo aunque las cifras de demanda son favorables, existen aspectos relacionados a la oferta que demuestran que a pesar de que haya suficiente demanda, la competencia posee mejores características y ubicación que pone en tela de juicio la afluencia de los turistas al proyecto.

Dentro de las mayores debilidades que posee el proyecto es que no se posee con recursos hídricos naturales (Como lago, ríos, aguas termales), los cuales representarían un mayor incentivo para la visita. Recurso con el cual si poseen algunos competidores directos y los productos sustitutos.

Otro factor desfavorable respecto a la competencia es la ubicación del proyecto, y la distancia que hay que recorrer para llegar al mismo. Se tiene que, del Centro de Quetzaltenango al proyecto hay 22Kms de distancia, de los cuales 8 Kilómetros son de terracería. Sin embargo para contrarrestar este inconveniente se invirtió en dos microbuses que puedan ofrecer el transporte directo del Centro de Quetzaltenango al proyecto. De esta forma el acceso ya no es un inconveniente a los turistas.

Ahora bien, aunque el problema del acceso fue solucionado, se tiene que la competencia directa de parques ecológicos es bastante reñida; En la ciudad de Guatemala existen siete parques ecológicos que ofrecen similares servicios al ofrecido en el presente proyecto (Véase listado de Competidores directos en el Apéndice 6) y otros cinco están ubicados en Sacatepéquez. Esto tiene una repercusión importante, tomando en cuenta que el mercado nacional con mayor poder adquisitivo se encuentra en la ciudad Capital, y que el mayor ingreso de visitantes al proyecto se espera que sea de turistas nacionales. Para combatir esta debilidad se proyectó una inversión de US\$300,000 y US\$200,000 durante el primer y segundo año, el cual pretende posicionar y promover el producto a los consumidores, sin embargo esta inversión tampoco garantiza la afluencia de turismo.

En general, el producto entra a competir a un mercado bastante agresivo, y dado el número limitado de atractivos que se ofrecen, el producto se encuentra en gran desventaja.

C. Sobre el estudio técnico

El estudio técnico reveló resultados positivos al demostrarse que no existe ningún impedimento técnico para que el proyecto pueda llevarse a cabo. Sin embargo, esto mismo hace que el riesgo de copia del concepto también esté latente, lo cual es bastante probable si se toma en cuenta que existen lugares con características similares alrededor de todo Quetzaltenango con mejor ubicación geográfica.

D. Sobre el estudio financiero.

Debido a que la mayoría de inversiones para el funcionamiento del proyecto son activos fijos, lo son también los costos de venta. Por lo que lo que realmente determina la rentabilidad del proyecto son los ingresos. De esta razón se dio énfasis en la proyección de ventas creando varios escenarios. El primero se trató de hacer proyecciones conservadoras, y se obtuvo que bajo estas condiciones la tasa interna de retorno es de 8.31% la cual aproximadamente la mitad de la TMAR establecida. Esto significa, que no es posible ni siquiera recuperar la inversión.

Para probar que las cifras de ventas en el escenario conservador no fueron subestimadas, y no tomar una decisión precipitada respecto a invertir o no en el proyecto, se procedió a elaborar un escenario bastante optimista. Bajo este escenario se obtuvo una Tasa Interna de Retorno de 24.45% y un Valor Presente Neto de \$262, 532. A primera vista estas cifras parecían ser muy buenas; sin embargo había que profundizar en el análisis financiero. Por esto se procedió a realizar un análisis de sensibilidad, en donde se obtuvo que una variación negativa del 20% en las ventas redujera la Tasa Interna de Retorno a 14,42% (manteniendo constante los costos). Esta cifra es menor al 16% establecido como TMAR, cifra que es alarmante tomando en cuenta que es un escenario optimista que proyecta que a partir del tercer año el parque permanece lleno los fines de semana.

Se planteó evaluar un tercer escenario, el cual era pesimista, sin embargo los indicadores financieros del escenario conservador hicieron innecesaria dicha evaluación.

E. Discusión general

En términos generales, el producto presentado no posee gran diferenciación respecto a lo que ofrece el mercado actual. Y aunque haya una fuerte inversión en promoción y publicidad, no se ofrecen una gama variada de atractivos dentro del proyecto, que puedan ofrecer al turista algo diferente de lo que ya se ofrecen los competidores.

Y aunque el mercado potencial es bastante amplio, no haya ningún impedimento técnico que impida echar andar el proyecto, y las cifras de proyecciones se logren alcanzar, los indicadores financieros muestran que es una inversión que no debe llevarse a cabo, ya que en el mejor de los casos planteado por el escenario optimista, la inversión es demasiado riesgosa, debido al nivel de sensibilidad que muestra respecto a los ingresos.

Por lo tanto, bajo todos los aspectos discutidos, la conclusión general a la que se llega en el presente trabajo, es que el producto aquí planteado no es viable financieramente, por lo que la inversión no debe llevarse a cabo.

IX. CONCLUSIONES

1. Las tendencias actuales de mercado muestran que los productos ecológicos siguen ganando preferencia en el mercado turístico.
2. Bajo las tendencias de mercado actuales, el producto planteado es de categoría ecológica, por lo que los atractivos planteados se han hecho con la intención de minimizar el impacto en las condiciones ambientales de la finca.
3. Los atractivos turísticos ofrecidos por el producto no son lo suficientemente diferenciados para incentivar la visita al mismo.
4. El producto planteado, a pesar de poseer un mercado suficiente y ningún impedimento técnico. No es viable financieramente, por lo que el proyecto tampoco lo es.
5. El escenario de ventas conservador dio como resultado una tasa de retorno de 8.31 % la cual es menor a 16% que se espera como tasa mínima de retorno. Dato que confirma la inviabilidad del proyecto.
6. La inversión en el proyecto no debe ser llevada a cabo, según se demostró en este trabajo.

X. RECOMENDACIONES

1. Se recomienda realizar otro análisis, dirigiendo el producto turístico a distintos segmentos de mercado.
2. Se sugiere hacer un análisis conjugando el producto turístico, con una empresa productiva ecológica, como plantación de flores, de esta forma se tiene un atractivo adicional que a su vez genera ingresos propios.
3. Se sugiere hacer una evaluación de proyecto tomando en cuenta disponer únicamente de cabañas, salón de usos múltiples y comedor, convirtiendo la finca en un centro de retiros. Para este tipo de producto, la distancia y ubicación sería una ventaja en lugar de desventaja como lo es ahora.

XI. BIBLIOGRAFÍA

- Aguirre Holguín, Paulinha; Alvarado Flores, Mariela; Faytong, Jorge. 2006. *Termas la florida, nuevo destino turístico en la provincia del Azuay*.
- Alain, R. 2001. Costa Rica. *Estudio de factibilidad de un proyecto agro turista enfocado a un albergue de turismo alternativo*. Tesis. Universidad EARTH. 125 pp.
- *Código de Comercio de la República de Guatemala*.
- Cuellar, Domingo y Jiménez, María. *Vías verdes y turismo alternativo: Potencialidades en Almería*. Documento PDF. 15 pp.
- Espinal Morales, Gabriela; Flores Turcios, Willian; Iglesias Avalos, Rubén. 2003. *Determinar la factibilidad económica para la creación de un centro turístico en el Río Torola ubicado en la Jurisdicción de Osicala del departamento de Morazán*. Tesis. Universidad de Oriente. El Salvador.
- Hernández Barrera, Mario; Pacheco Hernández, Daniel; Ramírez Ramírez, Oscar. 2003. *“Estudio de Factibilidad para la Creación de un Complejo Turístico en Isla Zacatillo, Golfo de Fonseca, La Unión”*. Tesis. Universidad de Oriente. El Salvador. Capítulo V.
- INGUAT. 2003. *Política Nacional de Ecoturismo*. Formulada en el Marco de la Estrategia Nacional de Turismo. 67 pp.
- INGUAT. 2005. *Estadísticas de turismo 2005*. Boletín Anual. Guatemala. 67 pp.
- INGUAT. 2006. *Estadísticas de turismo 2006*. Boletín Anual. Guatemala. 72 pp.

- INGUAT. 2007. *Estadísticas de turismo 2007*. Boletín Anual. Guatemala. 58pp.
- INGUAT. 2008. *Estadísticas de turismo 2008*. Boletín Anual. Guatemala. 72 pp.
- Luna, Rafael y Chávez, Damaris. 2001. *Guía para elaborar estudios de factibilidad de proyectos eco turísticos*. Documento PDF. 35 pp.
- Nieva, A. SECTUR, 2004. Turismo alternativo una nueva forma de hacer turismo. Fascículo. Documento PDF. 60 pp.
- *Revista D. No. 242*. Prensa Libre. 22 de febrero de 2009. 18 pp.
- Rovira, G. 2002 *Estudio de Factibilidad para el proyecto Casa de Retiros el Huerto*. Tesis. Universidad del Valle de Guatemala. 42 pp.
- SECTUR, 2000. México. *Manual. Como desarrollar productos turísticos competitivos*. Documento PDF. 112 pp.
- Información Vía Internet.
 - [www. INE.gob.gt](http://www.INE.gob.gt)
 - <http://www.pinodulce.com/index.html>
 - <http://www.viajeaguatemala.com>
 - <http://www.banguat.org.gt>

XII. APÉNDICE

1. Apéndice No.1: FODA

Fortalezas	Debilidades
<p>Dimensión del terreno</p> <p>Rutas de acceso internas. Los senderos internos están bien definidos</p> <p>Recurso forestal amplio, la mayoría del terreno es bosque</p> <p>La vista hacia los volcanes Santiaguito y Santa María</p>	<p>Ubicación de la Finca</p> <p>Su acceso de terracería 14 Km, por lo que los turistas necesitan un vehículo de doble tracción.</p> <p>La fauna no es abundante</p>
Oportunidades	Amenazas
<p>Creación de un producto ecológico</p>	<p>Las fincas privadas alrededor podrían copiar fácilmente la idea</p>
<p>El incentivo gubernamental de turismo interno</p>	<p>Crisis económica latente</p>

Apéndice No. 2: Fórmula para determinación de tamaño de muestra.

N= Tamaño de muestra.

Z= Constante estadística para trabajar con un grado de confiabilidad de 95%.

$$N = z^2 [P(1 - P) / e^2]$$

Si Z con un 95% de confianza es 1.96 entonces,

$$N = 1.96^2 [0.5(1 - 0.5) / 0.06^2]$$

Se obtiene N= 264 encuestas. Se aproximó entonces a 300.

Apéndice No. 3: Encuesta

1. Datos

- Profesión
- Género (F o M)
- Edad (Número)
- Estado civil
- Nacionalidad

2. ¿Qué tipo de ambientes le gusta frecuentar cuando va de paseo? (Puede seleccionar más de una opción)

- Playa
- Montaña
- Bosque Tropical
- Bosque Nuboso
- Desierto
- Fincas
- Otros (Especifique)

3. ¿Cómo obtiene la información de los lugares turísticos que visita? (Puede seleccionar más de una opción)

- Amigos
- Internet
- Afiches
- Revistas
- Propagandas
- Agencias de Viaje
- Otros (Por favor especifique)

4. ¿Qué tipo de actividades le gustaría a usted realizar en un lugar turístico? (Puede seleccionar más de una opción)

- Ecológico
- Aventura
- Cultural

- Descanso
- Deporte
- Diversión

5. ¿Qué tanto influye cada uno de los siguientes factores, en la toma de decisión de visitar o no un lugar turístico?

	Muy importante	Importante	Poco importante	Nada importante
Distancia que hay que recorrer para llegar al lugar.	Muy importante	Importante	Poco importante	Nada importante
Los atractivos que ofrece el lugar.	Los atractivos que ofrece el lugar. Muy importante	Importante	Poco importante	Nada importante
Los servicios que ofrece el lugar.	Los servicios que ofrece el lugar. Muy importante	Importante	Poco importante	Nada importante
La seguridad del lugar.	La seguridad del lugar. Muy importante	Importante	Poco importante	Nada importante
El precio.	El precio. Muy importante	Importante	Poco importante	Nada importante

5. Cuando usted visita un lugar turístico, ¿cómo lo hace? (Sólo una opción):

- De forma Individual
- En pareja
- En grupo de 3 a 10
- En grupo de más de 10 personas.

6. ¿Cuánto tiempo utiliza usted cuando sale de paseo? (Sólo una opción)

- De 1 a 3 días
- De 3 a 6 días
- De 6 a 9 días
- Más de 9 días

7. ¿Cuánto gastaría usted por persona-día, en la visita a un lugar turístico?

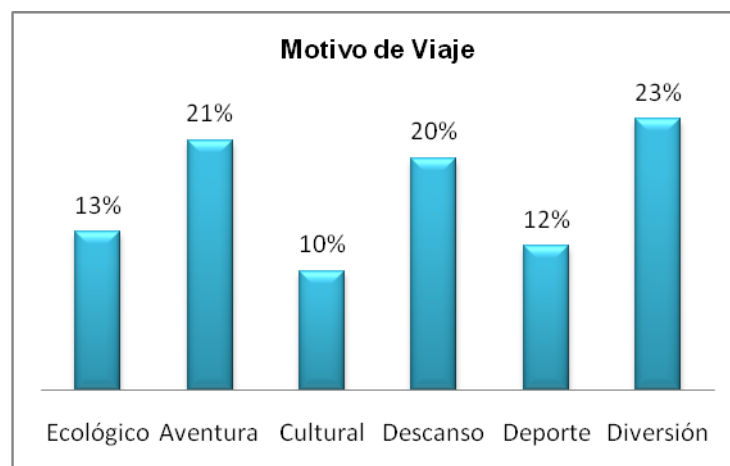
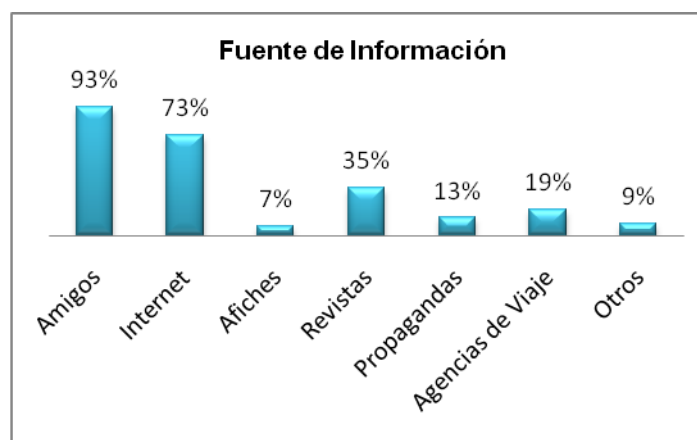
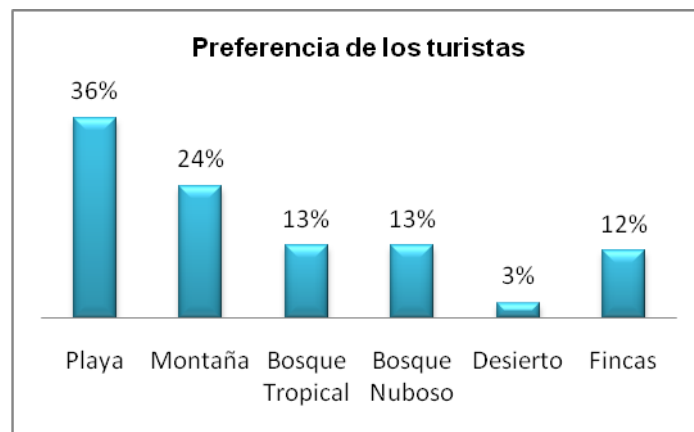
- Menos de Q100
- De Q100 a Q300
- De Q300 a Q500
- Más de Q500

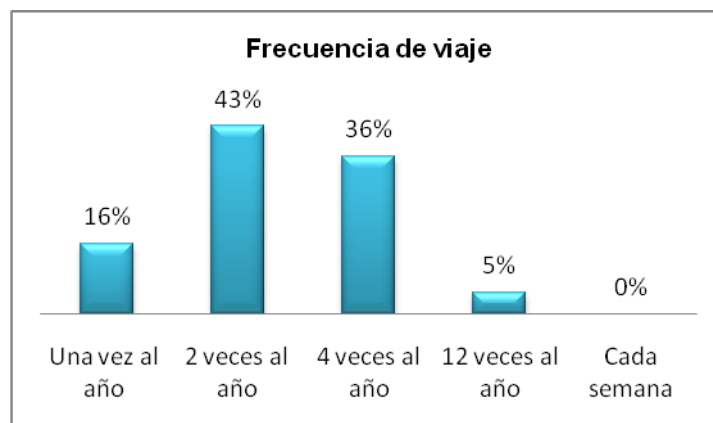
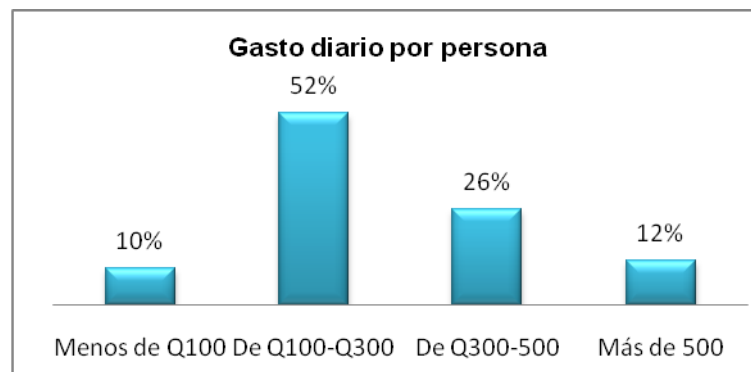
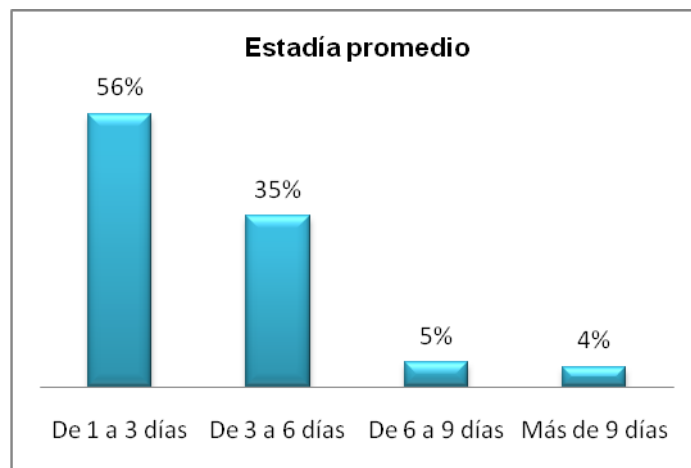
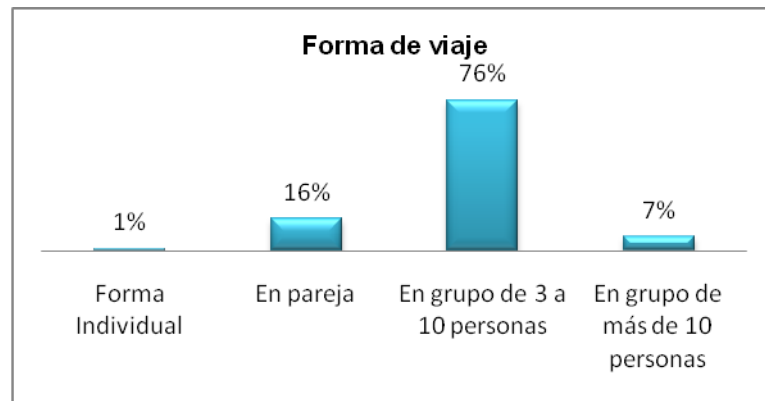
8. ¿Cuántas veces al año visita un lugar turístico?

- Una vez al año
- 2 Veces al año
- 4 veces al año
- 12 veces al año

10. ¿Cómo sería el lugar ideal que le gustaría visitar? (Describe, opcional)

Apéndice No. 4: Resultado de encuestas





Apéndice No. 5: El perfil del turista internacional que ingresa al País

PERFIL TURISTA	2008	2007	2006
Clasificación de los visitantes			
Turistas	88%	89%	-
Excursionistas	12%	11%	-
Género			
Masculino	63%	63%	65%
Femenino	37%	37%	35%
Edad			
Jóvenes (18-24 años)	13%	12%	13%
Adultos (25-44 años)	55%	60%	61%
Mayores (Más de 45 años)	19%	28%	26%
Estado Civil			
Casado	52%	54%	49%
Soltero	35%	37%	41%
Unido, Viudo, Divorciado	13%	9%	10%
Nivel Educativo			
Estudios Superiores	63%	56%	57%
Secundaria	27%	36%	36%
Primaria	9%	6%	6%
Organización del viaje			
De forma individual	93%	94%	95%
Por paquete	7%	6%	5%
Motivo del Viaje			
Ocio	41%	45%	44%
Visita a familiares y amigos	24%	23%	21%
Trabajo/Negocios	19%	17%	21%
Estudiar Español	1%	3%	0
Motivos religiosos	6%	2%	0
Congreso y convenciones	3%	1%	0
Otros	6%	0	14%
Actividades Realizadas			
Entretenimiento, reuniones, incentivos	29%	28%	26%
Convenciones, eventos	26%	7%	7%
Visita a Familiares y Amigos	18%	8%	9%
Cultura	29%	27%	30%
Naturaleza	21%	18%	17%
Deportes	15%	11%	11%
Estadía promedio	5.3 días	7.6 días	7 días
Gasto Promedio (1-30 días)	\$102.00	\$101.00	\$102.00
Gasto por viaje	\$540.6	\$769.00	\$714.00

Apéndice No.6: Listado de competidores

	Nombre	Departamento	Dirección	Teléfono
1	Parque Ecológico La Aventura	Santa Rosa, Chiquimulilla	3 C 4-70 Z-2 Barrio Champote	78850139
2	Parque Ecológico Hunnalye	Alta Verapaz, Cobán	Carretera Carchá Km 218.5	79515921
3	Parque Ecológico Florencia	Sacatepequez, Antigua	Carretera A Guatemala Km 35	78320535
4	Parque Ecológico Villa Mónica	Guatemala, Guatemala	26 C 25-65 Z-8 Mixco Col Valle Dorado San Cristóbal	55014952
5	Parque Ecológico Santa Victoria	Guatemala, Guatemala	Cr de Panajachel A Godínez Km 115 / Sololá	22510202
6	Parque Ecológico Jacarandas de Cayalá	Guatemala, Guatemala	16 Ave. B 0-48 Z-15 Col. El Maestro	23693515
7	Parque Ecológico Volcán San Pedro	Guatemala, Guatemala	Carret a Santiago Atitlan Km 2 SPedro Atitlan	55938302
8	Parque Calderas	Guatemala, Guatemala	18 Ave. B 8-81 Z-15 Vista Hermosa I	23695598
9	Parque Ecológico Cueva de las Minas	Chiquimula, Esquipulas	Carret A Honduras Km 222 5 Fca Las Minas	79431629
10	Parque Recreativo Chatun	Guatemala, Guatemala	6 Ave. 1-70 Zona 2	22325685
11	Parque Natural Ixpanpajul	Guatemala, Guatemala	16 C final 41-85 Z. 5 Col. Jardines de la Asunción	23360576
12	Parque Natural Ixpanpajul	Petén, Flores	Km 468 a Flores petén	23360576
13	Parque Ecológico Senderos Alux	Sacatepequez, San Lucas	Km 28 Carretera Interamericana San Lucas Sac.	
14	EcoParque El tronco	Guatemala, Guatemala		
15	Parque Ecológico Tomastepek	Guatemala, Palencia	Finca el calahuar, Aldea Pie del Cerro,	57042548
16	Parque Ecológico Pino Dulce	Jalapa, Mataquesuintla	kilómetro 113, aldea Pino Dulce,	52022232
17	Parque Ecológico La Rinconada	Sacatepequez, Antigua Guatemala	Aldea Santa Ana, No. 103 La Rinconada, La Antigua Guatemala	
18	Parque Ecológico La Loma	Izabal, Puerto Barrios		
19	Parque Ecológico La Taltuza Loca	Chimaltenango, Tecpán	Km. 87 de la Carretera Interamericana	
20	Parque Natural La Joya X-Games	Sacatepequez	Carretera a Santiago Sacatepequez	55527029
21	Finca Ecoturística Ixobel	Petén, Poptún		
22	Eco Park La Aventura	Santa Rosa, Chiquimulilla	3 C 4-70 Z-2 Barrio Champote Chiquimulilla	59628404
23	Finca Ecoturística San José el Olvido	Zacapa, Teculután	Av. Instituto 1-26 Z-2 Teculután Zacapa	79348450
24	Reserva ecológica y Parque Calahuar	Guatemala, Palencia		53189027
25	Ecojinaya	Sacatepequez, San Lucas	Km. 25.5 Carretera Interamericana, Aldea Choacorrál	59914586
26	Parque Ecológico Cayalá	Guatemala, Guatemala	Kilómetro 2.5 carretera a Santa Rosita zona 16	57444360

Apéndice No. 7: Mobiliario y equipo

Material	Equipo	Marca	Unidad de medición	Precio Unitario	Cantidad Requerida	Precio Total	Costo Mano de Obra	Inversión Total (Q)	Inversión Total (US\$)
Carpintería	Arnés		Unidad	Q200,00	25	Q5.000,00	0	Q5.000,00	\$613,50
	Cascos		Unidad	Q150,00	25	Q3.750,00	0	Q3.750,00	\$460,12
	Guantes		Unidad (Par)	Q100,00	25	Q2.500,00	0	Q2.500,00	\$306,75
	Madera		Metros cúbicos	Q1,00	100	Q100,00	0	Q100,00	\$12,27
	Cable de acero		Metros	Q5,00	1000	Q5.000,00	0	Q5.000,00	\$613,50
	Lazos plásticos		Metros	Q0,50	20	Q10,00	0	Q10,00	\$1,23
	Escalera		Unidad	Q100,00	8	Q800,00	0	Q800,00	\$98,16
	Mano de Obra						Q2.000,00	Q2.000,00	\$245,40
	Miradores								
	Acero Inoxidable		Unidad	Q3.500,00	5	Q17.500,00	0	Q17.500,00	\$2.147,24
Columpios									
	Madera		Unidad	Q250,00	10	Q2.500,00	Q500,00	Q3.000,00	\$368,40
Sotcha									
	Pistolas (Marcadoras)	Prahna	Unidad	Q600,00	25	Q15.000,00	0	Q15.000,00	\$1.840,49
	Careta	Proto Rental	Unidad	Q200,00	25	Q5.000,00	0	5.000,00	\$613,50
	Cargador		Unidad	Q250,00	25	Q6.250,00	0	6.250,00	\$766,87
	Tanque de Presión	Grosman	Unidad	Q200,00	25	Q5.000,00	0	Q5.000,00	\$613,50
Ciclismo	Paint Balls		Bolsa (1000 unidades)	Q115,00	50	Q5.750,00	0	Q5.750,00	\$705,52
	Bicicletas de montaña	Platinum 26"	Unidad	Q1.270,00	15	Q19.050,00	0	Q19.050,00	\$2.337,42
Cabalgarías	Bicicletas de montaña	Platinum 24"	Unidad	Q1.335,00	15	Q20.025,00	0	Q20.025,00	\$2.457,06
	Caballos		Unidad	Q5.000,00	10	Q50.000,00	0	Q50.000,00	\$6.134,97
Granja	Sillas de Montar		Unidad	Q250,00	10	Q2.500,00	0	Q2.500,00	\$306,75
	Ovejas		Unidad	Q2.000,00	15	Q30.000,00		Q450.000,00	\$55.214,72
Otros (Miscelaneos)	Vacas		Unidad	Q10.000,00	8	Q80.000,00		Q640.000,00	\$78.527,61
	Gansos		Unidad	Q5.000,00	20	Q10.000,00		Q200.000,00	\$24.539,88
Otros (Miscelaneos)	Establo							Q10.000,00	\$1.226,99
								Q50.000,00	\$6.134,97
TOTAL								Q1.518.235,00	\$186.286,50

Restaurante			
Cantidad	Equipo	Precio Unitario	Precio Total (US\$)
Insumos de Cocina			
3	Campanas Extractoras	Q6.000	Q18.000
2	Hornos Empotrados	Q6.000	Q12.000
2	Armarios de Cocina	Q6.000	Q12.000
2	Estufas de (4 hornillas)	Q4.000	Q8.000
4	Islas de cocina	Q3.500	Q14.000
2	Microondas	Q2.000	Q4.000
2	Frigoríficos (Refrigeradoras 178cm)	Q12.000	Q24.000
5	Licadoras	Q500	Q2.500
4	Dispensadores de Agua	Q200	Q800
1	Lavavajillas	Q6.000	Q6.000
1	Inmobiliario	Q25.000	Q25.000
1	Miscelaneos	Q15.000	Q15.000
		Subtotal 1	Q141.300
Insumos de Área de Comedor			
15	Comedores para 6 personas	Q3.000	Q45.000
10	Comedores para 4 personas	Q2.000	Q20.000
4	Sofás para 3 Personas	Q1.500	Q6.000
4	Sofás para 1 Persona	Q500	Q2.000
2	Mesas Centrales	Q800	Q1.600
1	Equipo de Audio	Q10.000	Q10.000
	Miscelaneos	Q5.000	Q5.000
		Subtotal 2	Q89.600
		TOTAL	Q230.900
			\$21.988

Insumos administración				
	Mobiliario y equipo	Precio unitario	Precio total (Q)	Precio total (US\$)
2	Sofás para 3 personas	Q1.500	Q3.000	\$368
2	Sofás para una persona	Q500	Q1.000	\$123
1	Mesa central	Q800	Q800	\$98
4	Escritorios de oficina	Q3.000	Q12.000	\$1.472
4	Sillas de oficina	Q600	Q2.400	\$294
4	Computadoras	Q6.000	Q24.000	\$2.945
4	Impresoras	Q1.500	Q6.000	\$736
4	Teléfonos inalámbricos	Q800	Q3.200	\$393
4	Archivadores	Q2.000	8000	\$982
	Misceláneos		Q15.000	\$1.840
	TOTAL		Q75.400	\$9.252

Insumos S.U.M				
	Mobiliario y equipo	Precio unitario	Precio total	Precio total
2	Retroproyector	Q7.500	Q15.000	\$1.840
150	Sillas plástico	Q100	Q15.000	\$1.840
150	Mesas plástico	Q100	Q15.000	\$1.840
1	Equipo de audio	Q25.000	Q25.000	\$3.067
1	Misceláneos	Q10.000	Q10.000	\$1.227
	TOTAL		Q80.000	\$9.816

Vehículos			
Cantidad	Activo	Costo total (Q)	Costo total (US\$)
2	Vehículos	Q275,000	\$33,742
2	Microbuses	Q815,000	\$100,000

Apéndice No. 8: Descripción de funciones de personal

Administrador general: Encargado de la gerencia administrativa. Llevará el control financiero y contable del lugar. Además será el encargado del manejo de todo el personal y de determinar la satisfacción del servicio al cliente. Tendrá a su cargo la elaboración de paquetes turísticos. La relación con los proveedores está a su cargo. Deberá contar con un grado académico de Licenciatura relacionada a la administración o carrera afín, y experiencia en el manejo de personal e instalaciones turísticas.

Administradores: Tendrán a su cargo el manejo del personal a su cargo. Reportarán al administrador general los movimientos contables y cualquier observación pertinente para la mejora del lugar. Velarán porque el personal a su cargo cumpla con las funciones para lo que fueron contratados. Deberán contar con un grado académico de Licenciatura y con experiencia en el manejo de personal.

Guías: Serán encargados de proveerle todos los requerimientos para que los turistas puedan utilizar las atracciones turísticas. Informarán a los clientes cuáles son los reglamentos para la utilización de las atracciones, informarán sobre precios y horarios. En el caso de aquellos encargados de manejar animales, estos serán encargados de velar y cuidar por los mismos, alimentándolos y cuidándolos. El grado académico con el que deben contar será por lo menos tercero básico.

Personal de restaurante: Elaborar los menús de comida que se ofrecerán. Será el encargado de elaborar comidas especiales para alguna actividad específica.

Seguridad: El de seguridad tendrá la función de recibir a los clientes en la entrada principal; llevar el control de los vehículos que ingresan y garantizar la seguridad de los clientes y sus pertenencias dentro de las instalaciones.

Apéndice No. 9: Reglamento del Parque

- Dado la naturaleza del Parque, toda actividad que realicen los visitantes, es bajo su propio riesgo.
- Los menores de edad deberán contar con la autorización de sus padres para la realización de actividades de riesgo.
- No se permite ingerir bebidas alcohólicas.
- No se permite el ingreso de mascotas al parque.
- No se permite encender fuego ni fumar fuera de los lugares establecidos dentro del Parque.
- El usuario se compromete a dejar limpio el lugar que ocupe dentro del Parque.
- Se prohíbe la colecta de madera para cualquier fin.
- El visitante deberá conservar un comportamiento respetuoso.
- Las personas que incurran en actos que atenten contra la moral, y por respeto a los demás visitantes, serán desalojadas del Parque.
- La dirección del parque se reserva el derecho de acceso y uso de las instalaciones del mismo.

Apéndice No. 10: Estado de resultados y flujo de efectivo, escenario conservador

**Parque de Aventura y Diversión "Entre árboles"
Estado de Resultados Projectados
del 01 de enero al 31 de diciembre**

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ingresos del Período										
Total de Ingresos	\$-141.900	\$283.800	\$-425.700	\$567.600	\$567.600	\$567.600	\$567.600	\$567.600	\$567.600	\$567.600
Ventas Brutas	\$141.900	\$283.800	\$425.700	\$567.600	\$567.600	\$567.600	\$567.600	\$567.600	\$567.600	\$567.600
Costo de Ventas										
Insumos Comedor	\$8.600	\$17.200	\$25.800	\$34.400	\$34.400	\$34.400	\$34.400	\$34.400	\$34.400	\$34.400
Electricidad	\$6.908	\$6.908	\$6.908	\$6.908	\$6.908	\$6.908	\$6.908	\$6.908	\$6.908	\$6.908
Agua Potable	\$1.036	\$1.036	\$1.036	\$1.036	\$1.036	\$1.036	\$1.036	\$1.036	\$1.036	\$1.036
Alimentos para animales y otros insumos	\$10.000	\$10.000	\$10.000	\$10.000	\$10.000	\$10.000	\$10.000	\$10.000	\$10.000	\$10.000
Costo de lo Vendido	\$26.544	\$35.144	\$43.744	\$52.344	\$52.344	\$52.344	\$52.344	\$52.344	\$52.344	\$52.344
Utilidad Bruta en Ventas	\$115.356	\$248.656	\$381.956	\$515.256	\$425.256	\$515.256	\$515.256	\$515.256	\$515.256	\$515.256
Gastos de Operación										
Sueldos	\$183.400	\$183.401	\$183.402	\$183.403	\$183.404	\$183.405	\$183.406	\$183.407	\$183.408	\$183.409
Cuota Patronal IGSS	\$19.917	\$19.918	\$19.919	\$19.920	\$19.921	\$19.922	\$19.923	\$19.924	\$19.925	\$19.926
Honorarios	\$111.000	\$111.000	\$111.000	\$111.000	\$111.000	\$111.000	\$111.000	\$111.000	\$111.000	\$111.000
Combustibles y Lubricantes	\$12.000	\$12.000	\$12.000	\$12.000	\$12.000	\$12.000	\$12.000	\$12.000	\$12.000	\$12.000
Reparaciones y Mantenimiento	\$9.600	\$9.600	\$9.600	\$9.600	\$9.600	\$9.600	\$9.600	\$9.600	\$9.600	\$9.600
Paperería y Útiles de Oficina	\$1.200	\$1.200	\$1.200	\$1.200	\$1.200	\$1.200	\$1.200	\$1.200	\$1.200	\$1.200
Promoción y Publicidad	\$300.000	\$200.000	\$50.000	\$50.000	\$50.000	\$50.000	\$50.000	\$50.000	\$50.000	\$50.000
Depreciaciones	\$58.405	\$58.405	\$58.405	\$58.405	\$58.405	\$58.405	\$58.405	\$58.405	\$58.405	\$58.405
Otros gastos (Imprevistos)	\$10.000	\$10.000	\$10.000	\$10.000	\$10.000	\$10.000	\$10.000	\$10.000	\$10.000	\$10.000
Total de Costos y Gastos de Operación	\$502.205	\$402.205	\$252.205	\$252.205	\$252.205	\$225.457	\$225.457	\$225.457	\$225.457	\$225.457
Gastos Financieros										
Intereses	\$39.680	\$37.526	\$35.092	\$32.341	\$29.233	\$25.720	\$21.751	\$17.266	\$12.198	\$6.471
Total Gastos	\$541.886	\$439.731	\$287.297	\$284.546	\$281.438	\$251.177	\$247.208	\$242.723	\$237.655	\$231.928
Utilidad en Operación	-\$426.530	-\$191.075	\$94.659	\$230.710	\$143.818	\$264.079	\$272.533	\$272.533	\$277.601	\$283.328
Impuestos (31%)	\$0	\$0	\$29.344	\$71.520	\$44.584	\$81.864	\$84.485	\$86.056	\$87.832	\$87.832
Utilidad Neta	-\$426.530	-\$191.075	\$65.315	\$159.190	\$99.234	\$182.214	\$188.048	\$191.545	\$195.496	\$195.496

Apéndice No. 11: Estado de resultados y flujo de efectivo, escenario optimista

Parque de Aventura y Diversión "Entre árboles"

Flujo de Efectivo

del 01 de enero al 31 de diciembre

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Préstamo Bancario	\$305.233	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Utilidad Neta Del Periodo	\$0	-\$426.530	-\$191.075	\$65.315	\$159.190	\$99.234	\$182.214	\$184.953	\$188.048	\$191.545	\$195.496
Depreciaciones	\$0	\$58.405	\$58.405	\$58.405	\$58.405	\$58.405	\$31.657	\$31.657	\$31.657	\$31.657	\$31.657
Amortizaciones de préstamo (Pago a capital)	\$0	-\$16.571	-\$18.725	-\$21.159	-\$23.910	-\$27.018	-\$30.531	-\$34.500	-\$38.985	-\$44.053	-\$49.780
Inversión Inicial	\$610.465										
Flujo de Efectivo Neto	-\$305.233	-\$384.695	-\$151.395	\$102.561	\$193.685	\$130.621	\$183.340	\$182.110	\$180.720	\$179.149	\$177.373
Flujo Acumulado	-\$305.233	-\$689.928	-\$841.323	-\$738.762	-\$545.077	-\$414.456	-\$231.116	-\$49.006	\$131.714	\$310.863	\$488.236

	FEN	Flujo Acumulado
Año 0	-\$305.233	-\$305.233
Año 1	-\$384.695	-\$689.928
Año 2	-\$151.395	-\$841.323
Año 3	\$102.561	-\$738.762
Año 4	\$193.685	-\$545.077
Año 5	\$130.621	-\$414.456
Año 6	\$183.340	-\$231.116
Año 7	\$182.110	-\$49.006
Año 8	\$180.720	\$131.714
Año 9	\$179.149	\$310.863
Año 10	\$177.373	\$488.236

Parque de Aventura y Diversión "Entre árboles"
Estado de Resultados Projectados
del 01 de enero al 31 de diciembre

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ingresos del Período										
Total Ingresos	\$141.900	\$283.800	\$780.450	\$804.100	\$804.100	\$804.100	\$804.100	\$804.100	\$804.100	\$804.100
Ventas Brutas	\$141.900,0	\$283.800,0	\$780.450,0	\$804.100,0	\$804.100,0	\$804.100,0	\$804.100,0	\$804.100,0	\$804.100,0	\$804.100,0
Costo de Ventas										
Insumos Comedor	\$8.600,00	\$17.200,00	\$51.600,00	\$51.600,00	\$51.600,00	\$51.600,00	\$51.600,00	\$51.600,00	\$51.600,00	\$51.600,00
Electricidad	\$6.908,00	\$6.908,00	\$6.908,00	\$6.908,00	\$6.908,00	\$6.908,00	\$6.908,00	\$6.908,00	\$6.908,00	\$6.908,00
Agua Potable	\$1.036,00	\$1.036,00	\$1.036,00	\$1.036,00	\$1.036,00	\$1.036,00	\$1.036,00	\$1.036,00	\$1.036,00	\$1.036,00
Alimentos para animales y otros insumos	\$10.000,00	\$10.000,00	\$10.000,00	\$10.000,00	\$10.000,00	\$10.000,00	\$10.000,00	\$10.000,00	\$10.000,00	\$10.000,00
Costo de la Vendida	\$26.544,00	\$35.144,00	\$69.544,00	\$69.544,00	\$159.544,00	\$69.544,00	\$69.544,00	\$69.544,00	\$69.544,00	\$69.544,00
Utilidad Bruta en Ventas	\$115.356,00	\$248.656,00	\$710.906,00	\$734.556,00	\$644.556,00	\$734.556,00	\$734.556,00	\$734.556,00	\$734.556,00	\$734.556,00
Gastos de Operación										
Sueldos	\$183.400	\$183.401	\$183.402	\$183.403	\$183.404	\$183.405	\$183.406	\$183.407	\$183.408	\$183.409
Cuota Patronal IGSS	\$19.917	\$19.918	\$19.919	\$19.920	\$19.921	\$19.922	\$19.923	\$19.924	\$19.925	\$19.926
Honorarios	111.000	111.000	111.000	111.000	111.000	111.000	111.000	111.000	111.000	111.000
Combustibles y Lubricantes	12.000	12.000	12.000	12.000	12.000	12.000	12.000	12.000	12.000	12.000
Reparaciones y Mantenimiento	9.600	9.600	9.600	9.600	9.600	9.600	9.600	9.600	9.600	9.600
Papelaria y Útiles de Oficina	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200
Promoción y Publicidad	300.000	200.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000
Depreciaciones	58.405	58.405	58.405	58.405	58.405	31.657	31.657	31.657	31.657	31.657
Otros gastos (Imprevistos)	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000
Total de Costos y Gastos de Operación	502.205	402.205	252.205	252.205	252.205	225.457	225.457	225.457	225.457	225.457
Gastos Financieros										
Intereses	\$39.680	\$37.526	\$35.092	\$32.341	\$29.233	\$25.720	\$21.751	\$17.266	\$12.198	\$6.471
Total Gastos	\$541.885,59	\$439.731,37	\$287.297,10	\$284.546,37	\$281.438,05	\$251.177,25	\$247.208,24	\$242.723,25	\$237.655,22	\$231.928,34
Utilidad en Operación	-\$426.529,59	-\$191.075,37	\$423.608,90	\$450.009,63	\$363.117,95	\$483.378,75	\$487.347,76	\$491.832,75	\$496.900,78	\$502.627,66
Impuestos (31%)	\$0,00	\$0,00	\$131.318,76	\$139.502,98	\$112.566,56	\$149.847,41	\$151.077,81	\$152.468,15	\$154.039,24	\$155.814,57
Utilidad Neta	-\$426.529,59	-\$191.075,37	\$292.290,14	\$310.506,64	\$250.551,38	\$333.531,34	\$336.269,96	\$339.364,60	\$342.861,54	\$346.813,09

Parque de Aventura y Diversión "Entre árboles"

Flujo de Efectivo

del 01 de enero al 31 de diciembre

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Préstamo Bancario	\$305.233	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Utilidad Neta Del Periodo	\$0	-\$426.530	-\$191.075	\$292.290	\$310.507	\$250.551	\$333.531	\$336.270	\$339.365	\$342.862	\$346.813
Depreciaciones	\$0	\$58.405	\$58.405	\$58.405	\$58.405	\$58.405	\$31.657	\$31.657	\$31.657	\$31.657	\$31.657
- Amortizaciones de préstamo (Pago a capital)	\$0	\$16.571	\$18.725	\$21.159	\$23.910	\$27.018	\$30.531	\$34.500	\$38.985	\$44.053	\$49.780
- Inversión Inicial	-\$610.465										
Flujo de Efectivo Neto	-\$305.233	-\$384.695	-\$151.395	\$329.536	\$345.002	\$281.938	\$334.657	\$333.427	\$332.037	\$330.466	\$328.690
Flujo Acumulado	-\$305.233	-\$689.928	-\$841.323	-\$511.787	-\$166.785	\$115.153	\$449.811	\$783.238	\$1.115.275	\$1.445.740	\$1.774.430

	FNE	Flujo acumulado
Año 1	-\$305.233	-\$305.233
Año 2	-\$265.328	-\$570.560
Año 3	-\$78.316	-\$648.876
Año 4	\$103.550	-\$545.327
Año 5	\$197.641	-\$347.686
Año 6	\$316.553	-\$31.133
Año 7	\$369.272	\$338.140
Año 8	\$368.042	\$706.182
Año 9	\$366.652	\$1.072.834
Año 10	\$365.081	\$1.437.914
Año 11	\$363.305	\$1.801.219

