

UNIVERSIDAD HISPANOAMERICANA

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**TESIS PARA OPTAR AL GRADO DE
LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS CON ÉNFASIS EN GERENCIA**

**VIABILIDAD Y RENTABILIDAD DE UN
PROYECTO INMOBILIARIO DE INVERSIÓN EN
LA ZONA DE MATA LIMÓN DE ESPARZA, PARA
EL AÑO 2017**

Sustentante: Fiorella Rodríguez Vega

Tutor: Esteban Artavia Esquivel

Octubre, 2017

DECLARACIÓN JURADA

Yo Fiorella Rodríguez Vega, mayor de edad, portador de la cédula de identidad número 1-1529-0480 egresado de la carrera de Lic. Administración de Empresas de la Universidad Hispanoamericana, hago constar por medio de éste acto y debidamente apercibido y entendido de las penas y consecuencias con las que se castiga en el Código Penal el delito de perjurio, ante quienes se constituyen en el Tribunal Examinador de mi trabajo de tesis para optar por el título de Lic. Administración de Empresas, juro solemnemente que mi trabajo de investigación titulado: Viabilidad y rentabilidad de un proyecto de inversión inmobiliario en la zona de zona Limón de Esparza, para el año 2012, es una obra original que ha respetado todo lo preceptuado por las Leyes Penales, así como la Ley de Derecho de Autor y Derecho Conexos número 6683 del 14 de octubre de 1982 y sus reformas, publicada en la Gaceta número 226 del 25 de noviembre de 1982; incluyendo el numeral 70 de dicha ley que advierte; artículo 70. Es permitido citar a un autor, transcribiendo los pasajes pertinentes siempre que éstos no sean tantos y seguidos, que puedan considerarse como una producción simulada y sustancial, que redunde en perjuicio del autor de la obra original. Asimismo, quedo advertido que la Universidad se reserva el derecho de protocolizar este documento ante Notario Público.

En fe de lo anterior, firmo en la ciudad de San José, a los 25 días del mes de octubre del año dos mil 2012.



Firma del estudiante

Cédula: 1-1529-0480

CARTA DEL TUTOR

San Jose, 24 de octubre de 2017.

Señores.**Departamento de Registro.
Universidad Hispanoamericana.**

Estimado señor:

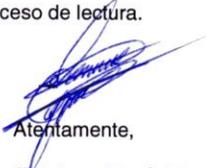
La estudiante Fiorella Vanessa Rodriguez Vega, cédula de identidad número 1-1529-0480, me ha presentado, para efectos de revisión y aprobación, el trabajo de investigación denominado "VIABILIDAD Y RENTABILIDAD DE UN PROYECTO DE INVERSIÓN INMOBILIARIO DE CABINAS EN LA ZONA DE MATA LIMÓN DE ESPARZA PARA EL AÑO 2017.", el cual ha elaborado para optar por el grado académico de Licenciatura en Administración de Negocios con Énfasis en Gerencia.

En mi calidad de tutor, he verificado que se han hecho las correcciones indicadas durante el proceso de tutoría y he evaluado los aspectos relativos a la elaboración del problema, objetivos, justificación; antecedentes, marco teórico, marco metodológico, tabulación, análisis de datos; conclusiones y recomendaciones.

De los resultados obtenidos por el postulante, se obtiene la siguiente calificación:

a)	ORIGINAL DEL TEMA	10%	10%
b)	CUMPLIMIENTO DE ENTREGA DE AVANCES	20%	18%
c)	COHERENCIA ENTRE LOS OBJETIVOS, LOS INSTRUMENTOS APLICADOS Y LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACION	30%	30%
d)	RELEVANCIA DE LAS CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	20%	18%
e)	CALIDAD, DETALLE DEL MARCO TEORICO	20%	19%
	TOTAL		95%

En virtud de la calificación obtenida, se avala el traslado al proceso de lectura.



Atentamente,

Esteban Atavía Esquivel
1-1064-0035
Cód. CPCECR 29048

CARTA DEL LECTOR

San José, Diciembre 7, 2017

Señores**Escuela de Ciencias Económicas****Universidad Hispanoamericana**

Estimados señores:

La postulante Fiorella Rodríguez Vega, cédula de identidad número 1-1529-0480, me ha presentado, para efectos de revisión y aprobación, el trabajo de investigación denominado "VIABILIDAD Y RENTABILIDAD DE UN PROYECTO DE INVERSIÓN INMOBILIARIO EN LA ZONA DE MATA LIMÓN DE ESPARZA, PARA EL AÑO 2017.", el cual ha elaborado para optar por el grado de Licenciatura en Administración de Negocios con Énfasis en Gerencia.

He revisado y he hecho las observaciones relativas al contenido analizado, particularmente, lo relativo a la coherencia entre el marco teórico y el análisis de datos; la consistencia de los datos recopilados y la coherencia entre estos y las conclusiones; asimismo, la aplicabilidad y originalidad de las recomendaciones, en términos de aporte de la investigación. He verificado que se han hecho las modificaciones correspondientes a las observaciones indicadas.

Por consiguiente, este trabajo cuenta con mi aval para ser presentado en la defensa pública.

Atentamente,

**Renato Resenterra Durán****Cédula identidad N. 1-0714-0641****Carné Colegio Profesional N.5065**

26 de diciembre de 2017

Señores
UNIVERSIDAD HISPANOAMERICANA

Estimados señores:

La estudiante **Fiorella Rodríguez Vega**, me presentó para revisión filológica el proyecto final de graduación titulado: "Viabilidad y rentabilidad de un Proyecto inmobiliario de inversión en la zona de Mata Limón de Esparza, para el año 2017", para optar al grado de Licenciatura en Administración de Empresas con énfasis en Gerencia.

Para los fines pertinentes, hago constar que corregí los aspectos relativos a la sintaxis, léxico, ortografía, mayúsculas, puntuación, claridad, coherencia y vicios de dicción.

Atentamente,



Olivier López Jiménez
Lic. en Filología Española, código 13298
Colegio de Licenciados y Profesores

Lic. Olivier López Jiménez
FILÓLOGO
Colegio de Licenciados y Profesores
Código N° 13298

ÍNDICE

AGRADECIMIENTO

Mi total gratitud a Tatiana Rodríguez por alentarme con el soporte para obtener el convenio de la Universidad y adquirir la beca estudiantil que permitió dar mi primer paso en mi carrera profesional y hacer realidad este sueño tan anhelado; también al sistema académico de la Universidad Hispanoamericana, que me permitió aprender y desarrollar capacidad, actitudes, aptitudes, habilidades y valores para el crecimiento personal y profesional dentro del campo académico.

También hago extensivo este agradecimiento a los maestros, profesores y docentes que han intervenido en toda mi carrera profesional, porque todos han aportado su granito de arena en mi formación: Henry Leal, José Luis Calderón, Salomón Leal y Susana Araya.

A mi profesor de seminario de tesis don Luis González Vallejo y a don Esteban Artavia tutor de tesis, quienes, con sus conocimientos, experiencia, paciencia y motivación, se han transformado en un pilar fundamental para desarrollar mi proyecto de investigación para optar por mi título académico y lograr terminar mis estudios con éxito, gracias a sus consejos, apoyo y ánimo.

A mis amigos que valoro por motivarme día a día, convirtiéndose en aliento y fortaleza ante las adversidades, por brindarme su solidaridad, amistad sincera que se desarrolló bajo una relación de confianza y lealtad, por acompañarme en esta aventura hasta celebrar el llegar a la meta.

DEDICATORIA

Es un gran honor dedicar el resultado de mis éxitos a mis padres Ronny Rodríguez y Evelyn Vega por su apoyo, consejos, comprensión, amor y ayuda que me han dado en los momentos más difíciles, para llegar a ser la persona que soy ahora con mis valores, principios, carácter, empeño, perseverancia y coraje para conseguir mis objetivos; que me han ayudado a enfrentar los nuevos retos de la vida con sabiduría y valentía. A mi hermano Julián Rodríguez por estar presente y acompañarme siempre en mis logros, pero sobre todo por inspirarme a ser un ejemplo a seguir; lo cual me motiva a luchar cada día y a no desfallecer aun en los momentos más difíciles.

A mi familia, seres queridos muy importantes que ocupan un lugar privilegiado en mi corazón: Álvaro Vega, Mercedes Araya, Carlos Rodríguez, Miriam Rankin, Hellen Vega y Luis Vega, por darme fuerzas para seguir adelante y poder encarar las adversidades sin perder nunca mi dignidad y sin decaer en el intento, por su soporte incondicional, por enseñarme con sus propias experiencias de vida y por estar ahí cuando más los necesito.

A Iván Torres, porque se ha convertido en una persona especial e irremplazable en mi vida por ser el sustento, mi serenidad y mi calma con sus consejos y atenciones en las situaciones de arduo trabajo, para ir creciendo cada vez más como profesional y como persona a lo largo de mis estudios.

Contenido

PORTADA.....	i
ÍNDICE	vi
DEDICATORIA	xiii
AGRADECIMIENTO	xiv
ABREVIATURAS	xv
CAPÍTULO I	1
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	1
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	2
1.1.1 Antecedentes del problema	2
1.1.2 Problematización del problema.....	4
1.1.3 Justificación del problema	5
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	6
1.3 OBJETIVOS	7
1.3.1 Objetivo general	7
1.3.2 Objetivos específicos.....	9
1.4 ALCANCES Y LIMITACIONES DEL PROBLEMA.....	11
1.4.1 Alcances	11
1.4.2 Limitaciones	12
CAPÍTULO II	13
MARCO TEÓRICO	13
2.1 CONTEXTO HISTÓRICO	14
2.1.1 Ubicación y localización	14
2.1.2 Propiedades del terreno.....	16
2.2 CONTEXTO TEÓRICO.....	18
2.2.1 Requisitos de un proyecto	18
2.2.2 Desarrollo de un proyecto inmobiliario	22
2.2.3 Estudio legal.....	26
2.2.4 Estudio de mercado	28
2.2.5 Estudio técnico.....	30
2.2.6 Estudio financiero.....	32

2.2.7	Sistemas empresariales o planes de operaciones	37
2.2.8	Recursos financieros	39
2.3	HIPÓTESIS	41
2.3.1	Proyectos	42
2.3.2	Viabilidad.....	43
2.3.3	Rentabilidad.....	44
2.4	OPERACIONALIZACIÓN DE LAS HIPÓTESIS	45
CAPÍTULO III		47
MARCO METODOLÓGICO		47
3.1	TIPO DE INVESTIGACIÓN	48
3.1.1	Finalidad	48
3.1.2	Dimensión temporal	49
3.1.3	Marco.....	50
3.1.4	Naturaleza	51
3.1.5	Carácter	52
3.2	SUJETOS Y FUENTES DE INVESTIGACIÓN	53
3.2.1	Tesis universitarias	53
3.2.3	Artículos y revistas.....	56
3.3	SELECCIÓN DEL MUESTREO	57
3.5	DEFINICIÓN CONCEPTUAL, OPERATIVA E INSTRUMENTAL DE LAS VARIABLES 60	
CAPÍTULO IV		63
ANÀLISIS E INTERPRETACIÒN DE DATOS		63
4.1	GRÁFICOS O FIGURAS Y CUADROS	64
4.1.1	Encuestas.....	64
4.1.1	Benchmarking.....	116
CAPÍTULO V		121
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....		121
5.1	CONCLUSIONES	122
5.2	RECOMENDACIONES	127
CAPÍTULO VI.....		132
PROPUESTA.....		132

6.1 NOMBRE DE LA PROPUESTA	134
6.2 LUGAR DE DESARROLLO, ORGANIZACIÓN O POBLACIÓN INVOLUCRADA	135
6.3 OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS PROPIOS DE LA PROPUESTA	139
6.3.1 Objetivo general	139
6.3.2 Objetivos específicos.....	140
6.4 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES Y RESPONSABLES	141
6.5 PRESUPUESTO NECESARIO PARA SU IMPLEMENTACIÓN.	144
BIBLIOGRAFÍA.....	171
ANEXOS	177
1. ANEXO ENCUESTA	178
2. ANEXO TERRENO	182
3. ANEXO HABITACIONES.....	185
4. ANEXO MUEBLES CON TARIMAS	186
5. ANEXO CONTENEDORES.....	189
6. ANEXO PISCINA	190

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Plano del terreno	17
Ilustración 2. Logo cabinas	134
Ilustración 3. Mapa Mata Limón	135
Ilustración 4. Diagrama de proceso de reservación	142
Ilustración 5. Diagrama de proceso de recepción	143
Ilustración 6. Contenedores	159
Ilustración 7. Terrazas de tierra	160
Ilustración 8. Plano recepción	161
Ilustración 9. Plano cabina sencilla para 2 personas	162
Ilustración 10. Plano cabina equipada para 4 personas	164
Ilustración 11. Plano cabina equipada para 6 personas	165
Ilustración 12. Plano cabina equipada para 8 personas	167
Ilustración 13. Plano piscina	168

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. De las siguientes opciones, ¿En cuál rango se encuentra su edad?	65
Tabla 2. ¿En qué zona reside usted?	67
Tabla 3. ¿Acostumbra vacacionar en la zona de Mata Limón?	70
Tabla 4. De las oportunidades de vacacionar, ¿Cuántas veces visita la zona al año?	72
Tabla 5. ¿Qué tipo de hospedaje le gusta?	75
Tabla 6. ¿Cuántos días acostumbra hospedarse en sus vacaciones?	78
Tabla 7. Cuando acostumbra viajar, ¿acostumbra hacerlo solo o acompañado?	80
Tabla 8. Cuando viaja acompañado, ¿con cuántas personas acostumbra viajar?	82
Tabla 9. ¿Cuando vacaciona en dónde se hospeda?	85
Tabla 10. ¿Cuando vacaciona en cabinas u hoteles qué tipo de alojamiento busca?	87
Tabla 11. ¿Qué tipo de comodidades busca?	89
Tabla 12. ¿Cuánto regularmente invierte por noche en alojamiento?	91
Tabla 13. ¿Cuál es el motivo de sus vacaciones?	94
Tabla 14. ¿En qué días de la semana acostumbra vacacionar?	97

Tabla 15. ¿Considera usted importante que en las instalaciones de alojamiento cuenten con un área para esparcimiento social?	99
Tabla 16. ¿Cuál opción pensaría la más adecuada para esta zona de esparcimiento social?	101
Tabla 17. Para vacacionar, ¿cuál es su medio de transporte más utilizado?	104
Tabla 18. ¿Viaja con mascotas?	107
Tabla 19. ¿Cuál es el factor que determina su elección de hospedaje?	109
Tabla 20. ¿Usted sabe que son contenedores o container?	112
Tabla 21. ¿Le gustaría hospedarse en cabinas o habitaciones a base de contenedores o container?	114
Tabla 22. Indicadores del Benchmarking	117
Tabla 23. Benchmarking	119
Tabla 24. Inversión Inicial	144
Tabla 25. Depreciación	145
Tabla 26. Costo capital	147
Tabla 27. Precio de cabina al 100%	149
Tabla 28. Indicadores del flujo de efectivo al 100%	151
Tabla 29. Precio de cabina al 75%	152
Tabla 30. Indicadores del flujo de efectivo al 75%	154
Tabla 31. Precio de cabina al 50%	155
Tabla 32. Indicadores del flujo de efectivo al 50%	157

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. De las siguientes opciones, ¿En cuál rango se encuentra su edad?	66
Gráfico 2. ¿En qué zona reside usted?	68
Gráfico 3. ¿Acostumbra vacacionar en la zona de Mata Limón?	71
Gráfico 4. De las oportunidades de vacacionar, ¿Cuántas veces visita la zona al año?	73
Gráfico 5. ¿Qué tipo de hospedaje le gusta?	76
Gráfico 6. ¿Cuántos días acostumbra hospedarse en sus vacaciones?	79
Gráfico 7. Cuando acostumbra viajar, ¿acostumbra hacerlo solo o acompañado?	81
Gráfico 8. Cuando viaja acompañado, ¿con cuántas personas acostumbra viajar? ...	83

Gráfico 9. ¿Cuándo vacaciona en dónde se hospeda?	86
Gráfico 10. ¿Cuándo vacaciona en cabinas u hoteles qué tipo de alojamiento busca?	88
Gráfico 11. ¿Qué tipo de comodidades busca?	90
Gráfico 12. ¿Cuánto regularmente invierte por noche en alojamiento?	92
Gráfico 13. ¿Cuál es el motivo de sus vacaciones?	95
Gráfico 14. ¿En qué días de la semana acostumbra vacacionar?	98
Gráfico 15. ¿Considera usted importante que en las instalaciones de alojamiento cuenten con un área para esparcimiento social?	100
Gráfico 16. ¿Cuál opción pensaría la más adecuada para esta zona de esparcimiento social?	102
Gráfico 17. Para vacacionar, ¿cuál es su medio de transporte más utilizado?	105
Gráfico 18. ¿Viaja con mascotas?	108
Gráfico 19. ¿Cuál es el factor que determina su elección de hospedaje?	110
Gráfico 20. ¿Usted sabe qué son contenedores o container?	113
Gráfico 21. ¿Le gustaría hospedarse en cabinas o habitaciones a base de contenedores o container?	112
Gráfico 22. Benchmarking	120
Gráfico 23. Estructura organizacional	138

ABREVIATURAS

Caja Costarricense de Seguro Social (CCSS)

Colegio Federado de Ingenieros y Arquitectos (CFIA)

Dirección General de Tributación (DGT)

Índice mensual de la Actividad Hotelera (IMAH)

Índice Mensual de Tarifas Hoteleras (IPH)

Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados (AyA)

Instituto Costarricense de Electricidad (ICE)

Instituto Costarricense de Turismo (ITC)

Instituto Nacional de Seguros (INS)

Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC);

Ministerio del Ambiente y Energía (MINAE)

Pequeñas y Medianas Empresas (PYME)

Periodo de recuperación de la inversión (PRI)

Permisos Sanitarios de Funcionamiento (PSF)

Secretaría Técnica de Evaluación Ambiental (SETANA)

Tasa Básica Pasiva (TBP)

Tasa interna de retorno (TIR)

Tasa interna de retorno modificado (TIRM)

Unidad de Planeamiento Turístico (UPT)

Valor actual neto (VAN)

Valor económico agregado (EVA)

Zona Marítima Terrestre (ZMT)

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Antecedentes del problema

Esparza es el cantón N°. 2 de Puntarenas,

posee una extensión de 221,81 kilómetros cuadrados, y limita al norte con el distrito 1ero del cantón de Montes de Oro y con Zapotal distrito 12 del cantón de San Ramón. Al sur con los cantones de San Mateo, Orotina y Garabito; y al suroeste con el Océano Pacífico. Al oeste con los cantones de Puntarenas y Montes de Oro, y al este con los cantones de San Ramón y San Mateo. (Municipalidad Esparza, 2014)

El estero de Mata Limón, se encuentra separado del mar mediante un cordón litoral que también sirve de paso a la carretera que va al puerto de Caldera. Por tradición, este lugar junto con la comunidad de Tivives, es uno de los sitios de mayor densidad residencial para estas unidades, dado el atractivo turístico que se le ha caracterizado.

Contribuye también a efectuar distribuciones más precisas sobre cómo y dónde situar los desarrollos futuros de infraestructura diversa, lo cual permitirá una convivencia más armónica entre las diferentes actividades que tendrán su asiento en el futuro. Entre otros aspectos, se logra con ello tomar decisiones más acordes con las capacidades reales de las tierras, para utilizar con mayor efectividad los recursos naturales que poseen. Aporta a su vez directrices de ordenamiento con respecto al potencial de recursos finitos como las aguas subterráneas, planteando estrategias de uso y conservación de las áreas que conforman sus sectores de recarga.

Tomando en consideración los beneficios que se adquieren con el desarrollo de este proyecto en estas zonas, se contempla el hecho de que estratégicamente es un punto de gran potencial dado sus atracciones naturales y culturales, ya que es de

importancia reconocer que el sector turístico es una rama del comercio que en Costa Rica se encuentra en aumento, tanto nacional como internacional, por lo que el nivel de demanda en el país amerita ponerle atención, se puede aprovechar atrayendo al mercado en crecimiento, implementando nuevas tecnologías o prácticas modernas, de esta forma se propicia un marco para el incremento de la productividad de los factores en estudio.

Un aspecto que sobresale de Mata Limón, es la gran cantidad de actividades recreativas existentes para utilizar las tierras, tales como paseos en bote, pesca deportiva, canopy, parapente, paracaidismo, surf, windsurf, kayak, snorkel, buceo, paseo a caballo, vehículo a todo terreno, catamarán, excursión a las playas, cascadas, también observación de animales como ballenas, delfines, tortugas marinas, aves exóticas, cocodrilos y otros; dando a conocer grandes fortalezas que logran establecer altas expectativas sobre la viabilidad y rentabilidad.

Debido al fácil acceso al área de Caldera, se puede utilizar este elemento como otro beneficio para la introducción al segmento meta, manteniendo diferentes rutas principales y alternas a disposición, tales como la Ruta 27 (San José – Caldera), Ruta 1 Interamericana Norte (Liberia – Caldera) o Ruta 23 (San Ramón – Caldera), valorando que todas las rutas conectan con ciudades importantes y estratégicas.

1.1.2 Problematicación del problema

Se implementarán diversas metodologías para desarrollar un proyecto de cabinas enfocado en el turismo multinacional, ya que la zona de Mata Limón de Esparza presenta condiciones ideales para el desarrollo turístico; no obstante, es indispensable buscar información segura y confiable; para que el inversionista pueda concretar la toma de decisiones adecuadas y con el menor riesgo posible, para desarrollar un proyecto auto sostenible y determinar si es aceptable desde el punto de vista viable y rentable.

Además, el estudio de este proyecto podrá proveer a las comunidades receptoras un medio para mejorar la calidad de vida, buscando incentivar un desarrollo socioeconómico al crear beneficios por obras de bien común, esto puede referirse a un nivel material, moral, profesional e intelectual. Siempre teniendo en cuenta que el derecho de los ciudadanos de la zona de Mata Limón tiene que aprovechar un estado de oportunidades igualitarias, y no solo para un sector privilegiado de la sociedad; el bienestar es comunitario y no individual.

Sin embargo, el reto fundamental es poner en marcha el proyecto empresarial como una interesante opción para el futuro, ya que se debe de abarcar todo el conocimiento posible y las herramientas necesarias para que se convierta en un proyecto emprendedor e innovador; esto puede generar controversias entre los factores, como el pensamiento crítico, la creatividad o la capacidad de comunicar y actitudes claves como la confianza individual, el entusiasmo, la constancia y la aceptación al cambio.

1.1.3 Justificación del problema

El turismo es un actor fundamental del proceso socioeconómico mediante la creación de puestos de trabajo, empresas del desarrollo de infraestructura y de los ingresos generados por los turistas que son atraídos a la zona de Mata Limón.

La oportunidad de cautivar este clima de inversión en Costa Rica es favorable para la inversión privada directa que es alta y da un impulso importante al crecimiento económico del país. Todas las entidades y personas privadas, nacionales o extranjeras, quieren establecer negocios propios y participar en todas las actividades remuneradas de negocios que se encuentran con mayor demanda de la población; y que representan una sustentable rentabilidad.

No obstante, se deben aumentar las capacidades para mejorar la calidad en la ejecución de proyectos de inversión, construyendo un procedimiento de análisis que se debe desarrollar como apoyo a los diferentes actores: instituciones, centros académicos, organismos de cooperación, investigación y planificadores. El propósito es fortalecer las capacidades nacionales para comprender la importancia de los análisis de riesgos en la inversión.

También, permiten generar acciones que faciliten la mejora de instrumentos y técnicas de reducción de la vulnerabilidad de riesgo, establecer estudios de casos para la comprensión y la aplicación de los costos y beneficios; para alcanzar las condiciones que conducen a la incorporación de la reducción y prevención de riesgo en los estudios de pre inversión de los proyectos.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Qué tan viable y rentable es un proyecto inmobiliario de cabinas en la zona de Mata Limón de Esparza, para el año 2017?

1.3 OBJETIVOS

Se indica que

la tarea de fijar los objetivos, generales y específicos, del trabajo a desarrollar, aclarando qué fines se considera posible alcanzar y concretarlos. Porque no puede hacerse investigación científica estudiando todo a la vez, sin ningún orden ni disciplina y sin tener una idea, aunque sea aproximada, de lo que se irá a alcanzar (Sabino C. 2014. Pág. 28)

1.3.1 Objetivo general

Es importante rescatar *“Así, los objetivos son los propósitos del estudio, expresan el fin que pretende alcanzarse, por lo tanto, todo el desarrollo del trabajo de investigación se orienta a lograr estos objetivos”* (Bernal, C, 2010. Pág. 97)

Los objetivos generales sirven para *“resolver un problema en especial; en tal caso debe mencionarse cuál es y de qué manera se piensa que el estudio ayudará a resolverlo; otras tienen como objetivo principal probar una teoría o aportar evidencia empírica en favor de ella”* (Sampieri, 2014. Pág. 37)

Mencionando a la guía

El objetivo general forzosamente lleva a la conclusión principal de la investigación; debe ser alcanzable en el tiempo establecido y debe llevar a resultados concretos. Además, debe incluir el verbo en infinitivo, los factores o las variables, la población, el lugar y el periodo; debe ser medible y observable. No se incluyen preguntas, ni se redacta en forma negativa (Gonzales, L. 2017 pag.15)

El propósito de esta Tesis es utilizar todo conocimiento adquirido en la carrera universitaria, para desarrollar un trabajo siguiendo, paso a paso, un método de investigación que se adapte al tipo de indagación y se aplique al estudio, con base en principios y fundamentos reales y concretos donde se pueda comprobar el alcance del objetivo, y así resolver el problema principal, el cual se determinó ante el análisis de los antecedentes, problematización y justificación del caso en estudio en la zona de Mata Limón de Esparza; para dar como conclusión el siguiente objetivo general:

Analizar el nivel de viabilidad y rentabilidad para un proyecto de inversión inmobiliario de cabinas en la zona de Mata Limón de Esparza, en el año 2017

1.3.2 Objetivos específicos

El objetivo específico *“es preciso determinar, en esta fase inicial del trabajo, los objetivos básicos que persiguen nuestra investigación, tarea que debe ser realizada con rigurosidad y en forma explícita”* (Sabino C. 2014. Pág. 62)

De manera que *“deben formularse de forma que estén orientados al logro del objetivo general, es decir, que cada objetivo específico está diseñado para lograr un aspecto de aquel; y todos en su conjunto, la totalidad del objetivo general”* (Bernal, C, 2010.pág. 96)

Al redactarlos, es habitual utilizar verbos y derivados del tipo: “describir”, “determinar”, “demostrar”, “examinar”, “especificar”, “indicar”, “analizar”, “estimar”, “comprar”, “valorar” y “relacionar” respecto de los conceptos o variables incluidas. Evidentemente, los objetivos que se especifiquen deben ser congruentes entre sí. (Sampieri, 2014. Pág. 37)

Ante esta situación, el objetivo general puede abarcar varios puntos estratégicos, los cuales se enfocan en diferentes aspectos alrededor de la investigación y hay que destacar los más importantes, ya que por su nivel de prioridad, cada uno de estos es fundamental para conseguir el propósito de la Tesis en desarrollo. Al realizar un estudio donde se concuerda según el problema principal de la indagación, a raíz del análisis del nivel de viabilidad y rentabilidad para un proyecto inmobiliario de inversión en cabinas en la zona de Mata Limón de Esparza en el año 2017, se determinan a continuación cuáles son los objetivos específicos que se deben de cumplir:

- Identificar los requisitos que deben cumplirse para desarrollar un proyecto inmobiliario en la zona de Mata Limón de Esparza.
- Analizar la viabilidad operativa de un proyecto inmobiliario de cabinas en la zona de Mata Limón
- Evaluar la rentabilidad del proyecto de inversión de las cabinas en la zona de Mata Limón.
- Establecer una propuesta para el desarrollo del proyecto.

1.4 ALCANCES Y LIMITACIONES DEL PROBLEMA

1.4.1 Alcances

Se plantea un proyecto inmobiliario de inversión en cabinas con base en el aumento de la demanda de este tipo de servicio hacia el turismo en la zona de Mata Limón de Esparza; para abarcar demandas nacionales e internacionales, dado el caso en aprovechar las grandes cualidades del sector que se pueden utilizar para el desarrollo del proyecto, el cual está enfocado en cubrir las expectativas del usuario que con frecuencia realiza viajes de descanso, placer y confort, buscando en común una alternativa creativa e innovadora para el mercado meta.

Los resultados expuestos de forma general en el presente trabajo, permitirán no solo cautivar al visitante, sino también formar parte del desarrollo de proyectos para pequeñas y medianas empresas, también llamadas pymes, así como a las diferentes organizaciones locales de la comunidad, para que estas puedan contar con un insumo importante, que les permitirá orientar sus acciones futuras y mejorar los procesos de toma de decisiones en torno a proyectos y actividades a conseguir en el corto, mediano y largo plazo.

Por consiguiente, se espera recuperar el capital a invertir o bien llegar a tener una ganancia para quedar satisfechos con el hecho de alcanzar el objetivo de la investigación, ya que el propósito es poder solventar el problema en estudio comprobando si la implementación del proyecto inmobiliario es viable y rentable para aplicarlo en el año 2017; y confirmar si corresponde a un plan sostenible o productivo en caso de hacerlo realidad.

1.4.2 Limitaciones

El sondeo realizado para determinar el perfil de los turistas que visitan la zona es aplicado en temporada baja, lo cual puede limitar la información obtenida y por razones laborales o académicas no se podrá adquirir información de la temporada alta, además por los mismos motivos de distancia y horarios, no se realizarán los trámites municipales, como por ejemplo la solicitud del uso de suelo, ya que son actos presenciales en la Municipalidad de Esparza, la cual cuenta con atención de lunes a viernes de 7am a 4pm.

Se requiere de datos y fundamentos para ver si resulta atractivo y rentable el negocio de implementar un proyecto inmobiliario de inversión en cabinas y si es auto sostenible. Para la elaboración del proyecto se necesitará de exactitud y precisión en los datos pronosticados, determinar la rentabilidad del negocio y conocer el tiempo de retorno de la inversión; para poder con ello presentar la propuesta de plan de negocios a los futuros inversionistas, y poder analizar la viabilidad del proyecto para proceder con su ejecución.

Si se busca algún tipo de préstamo o crédito para el financiamiento de la obra en análisis para cubrir la inversión inicial, la mayoría de las tasas de interés son variables y son establecidas bajo la tasa básica pasiva más un porcentaje adicional que agrega el ente bancario para generar ganancia; y como la tasa básica pasiva es un porcentaje que fluctúa con tanta frecuencia, es difícil determinar con detalle cuáles van a ser las cuotas a cancelar por cada mes.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 CONTEXTO HISTÓRICO

2.1.1 Ubicación y localización

Esparza es un cantón de la provincia de Puntarenas de Costa Rica, el cual es una zona de paso entre el Pacífico y el Valle Central, con un clima tropical seco con transición a húmedo, donde las temperaturas pueden alcanzar hasta los 36°C en la época seca y descender a 18°C, donde habitan aproximadamente 28.645 ciudadanos.

El distrito de Caldera posee una extensión de 64,76 km², que se divide en 7 sectores entre los cuales se encuentran los poblados de Caldera, Mata Limón y Salinas. Estos distritos están ubicados paralelos a la vía del ferrocarril, que también corre al pie de estos acantilados y a lo largo del estero de Mata Limón, mismo que separa el mar mediante un cordón litoral; también sirve de paso a la carretera que va al puerto de Caldera. Este lugar junto con la comunidad de Tivives, son de los sitios de mayor densidad residencial dado el atractivo turístico que les ha caracterizado.

El poblado de Mata Limón se establece inicialmente en una estación ferrocarrilera y posteriormente crece a expensas de rellenos y de invasión al manglar. Así en su interior y mediante una comunicación por un puente peatonal, se desarrolla en las orillas de este estero una infraestructura de servicios comerciales y de hospedaje entre otros.

La vía férrea que circunda la comunidad, sirve a su vez como eje de poblamiento, por lo que la presión sobre las tierras del manglar se ve acrecentada mediante la ampliación de los lotes y la edificación de las viviendas. Al igual que el estero de Mata Limón, es un sector que ha experimentado un crecimiento sobre todo en lo que se refiere a instalaciones para vacacionar. De hecho, los aproximadamente 2 kilómetros y medio del cordón que forma la playa, se constituyen también en el alineamiento más denso de viviendas para este lugar.

A diferencia de Mata Limón, estas viviendas se ubican frente al mar y cuentan con el núcleo poblacional más numeroso, sin contar el poblado de Caldera, que se localiza al interior con el cordón litoral como barrera natural. No obstante, hay que tomar en consideración que por el tipo de topografía las amenazas naturales siempre se encuentran presentes, siendo las más comunes los sismos, tsunamis, erosión litoral; e inclusive la caída de rocas; lo que puede crear un riesgo que debe de ser tomado en cuenta para la construcción de las instalaciones del proyecto de inversión, para evitar que se vea afectado por estas características propias del lugar a la hora de ser construido.

2.1.2 Propiedades del terreno

Para el desarrollo de este proyecto, se utilizará un terreno de propiedad familiar, el cual se encuentra inscrito en el Registro Nacional de la Propiedad de Costa Rica con las siguientes características:

PROPIEDAD: PUNTARENAS FINCA: 113535 DUPLICADO: HORIZONTAL:
DERECHO: 000

SEGREGACIONES: NO HAY

NATURALEZA: TERRENO PARA CONSTRUIR

SITUADA EN EL DISTRITO 2-SAN JUAN GRANDE CANTÓN 2-ESPARZA DE LA
PROVINCIA DE PUNTARENAS

LINDEROS:

NORTE: CLAUDIA QUIRÓS VARGAS

SUR: MELVIN QUIRÓS VARGAS

ESTE: CLAUDIA QUIRÓS VARGAS

OESTE: CALLE PÚBLICA

MIDE: DOS MIL DOSCIENTOS VEINTITRÉS METROS CON VEINTE DECÍMETROS
CUADRADOS

PLANO: P-0463198-1998

ANTECEDENTES DE LA FINCA:

PROPIETARIO: JESÚS MARÍA

6-00079787 000 FOLIO REAL

RODRÍGUEZ MORA

6-00111601 000 FOLIO REAL

CÉDULA IDENTIDAD 1-0265-0587

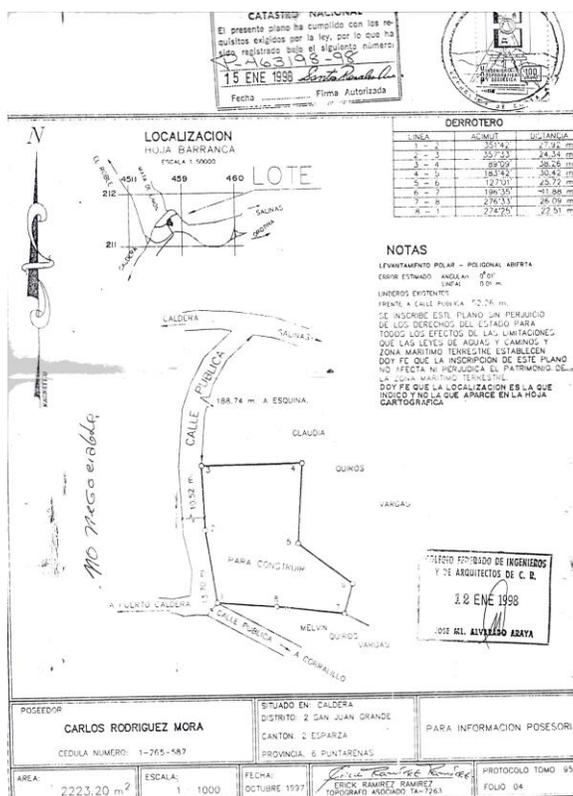
VALOR FISCAL: 22, 763,520.00

PRESENTACIÓN: 0407-00003778-01

COLONES

FECHA DE INSCRIPCIÓN: 28 DE MARZO 2000

Ilustración 1. Plano del terreno



Fuente: Municipalidad de Esparza.

2.2 CONTEXTO TEÓRICO

2.2.1 Requisitos de un proyecto

Por parte del Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC); supervisor de las políticas públicas para el fomento de las Pequeñas y Medianas Empresas (PYME), además con el apoyo del Instituto Costarricense de Electricidad (ICE) y el Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados (AyA), se puede prescindir de los siguientes requisitos de un proyecto:

- Certificación de uso de suelo

Todas las empresas deben solicitar el permiso municipal de uso de suelo para llevar a cabo su proyecto; ya que hay ciertas actividades que no se permiten realizar en algunas zonas, depende del sector y sus alrededores donde se desea instalar. Se le solicita el formulario de solicitud de licencias urbanas y plano catastrado para cumplir con la Ley N°4240 de la Planificación Urbana, Artículo 29.

- Servicio de agua potable y alcantarillado

Esta prestación la ofrece el Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados (AyA), el cual presta los servicios de agua, recolección y tratamiento dentro del área de cobertura, siempre que cuente con factibilidad técnica y legal. También es obligación de dotar al usuario de un servicio adecuado que garantiza una presión de servicio dinámica de 10 metros columna de agua (1kg/cm²) en la red de distribución ubicada en calle o vía pública y de la que se abastecerá el servicio.

- Solicitar patente municipal

Los requisitos para la obtención de la patente varían según la municipalidad a la que le corresponda, en algunos casos se requiere la visita de un inspector municipal para comprobar que la información sea correcta; con respaldo del Código Municipal, Ley N°5694 Impuestos Municipales y la Ley N°4240 de Planificación Urbana. Se presenta el formulario de solicitud de patente, certificado de personería jurídica, certificado de Uso de Suelo, Permiso Sanitario de Funcionamiento, contrato y constancia de póliza de riesgos de trabajo, timbre de abogado y documento de identidad.

- Servicio de electricidad provisional para construcción

Para las instalaciones como construcción, remodelaciones (de edificios no ocupados) y otros semejantes no permanentes, se brindará un servicio provisional por un periodo de seis meses prorrogable, que debe de solicitarse en el Instituto Costarricense de Electricidad (ICE) y se cobrará la tarifa general por el periodo de construcción de la obra. Estos servicios se conectarán a través de un único punto de mediación en media o baja tensión y las instalaciones temporales alimentadas deberán cumplir con las disposiciones del “Reglamento de oficialización del Código Eléctrico de Costa Rica para la seguridad de la vida y de la propiedad” (Decreto Ejecutivo N° 36979-MAIC), siendo el profesional responsable del diseño e inspección de las obras, el responsable por el estado de la instalación eléctrica interna.

- Permiso de construcción

Las obras en desarrollo deben cumplir con los requisitos que integran el Reglamento de Requisitos de Construcción, Remodelación, Demolición y Movimientos de Tierra, donde indica que el diseño de todo edificio destinado a la atención de usuarios deberá cumplir con la normativa dispuesta en la Ley 7600, Ley de Igualdad de Oportunidades para las personas con Discapacidad en Costa Rica.

Para obtener el permiso se cobrará un impuesto de construcción que será utilizado para los finales descritos en la Ley de Planificación Urbana. La municipalidad vigilará el cumplimiento de los requisitos del Plan Regulador, como son: uso del suelo, densidad, alineamientos, niveles, alturas, coberturas, frentes y áreas de lotes mínimos.

- Permiso Sanitario de Funcionamiento

El monto a pagar dependerá del grupo al que pertenece la actividad a realizar por clasificación de actividades en el decreto ejecutivo, la Secretaria Técnica de Evaluación Ambiental (SETANA) se encarga de catalogar a la empresa en tres procedimientos distintos: Las de alto y moderado-alto impacto ambiental, tales como agricultura, ganadería, minería, que requieren la asesoría de un consultor ambiental y presentar el formulario D-1 con los requerimientos técnicos del caso. Las de moderado-bajo y bajo impacto ambiental tales como cultivo de cereales, elaboración de productos lácteos, fabricación de textiles, que requieren de un estudio de impacto ambiental y código de buenas prácticas ambientales.

Las de muy bajo impacto ambiental, tales como panaderías, expendio de comida con local de menos de quinientos metros cuadrados, aserraderos portátiles, que únicamente deben comprometerse a ejercer buenas prácticas ambientales. El comerciante en nombre propio solo debe registrarse ante los impuestos y ante el seguro social (trabajador independiente), no tiene la obligación de inscribirse en el registro de comercio.

- Permiso de aguas residuales

Para aplicar este permiso es necesario la disponibilidad de agua, obligatoriamente una de las tres siguientes opciones: primero si tiene el Certificado de disponibilidad de Servicios de Agua Potable otorgada por el AyA o de la institución encargada de dar el servicio de agua potable, o en su defecto, la Constancia de Capacidad Hídrica otorgada por el AyA para los casos donde exista disponibilidad de recurso, pero no exista infraestructura.

Luego si el abastecimiento es por pozos o manantiales, disponibilidad de agua o concesión de aprovechamiento de aguas emitida por el Ministerio del Ambiente y Energía (MINAE), Departamento de Aguas, para el caso de pozos y nacientes, aportar pruebas físico químicas y bacteriológicas de la calidad del agua, que demuestren la potabilidad de esta; y por último en caso de asadas, adjuntar certificado de estar inscrita como tal en el AyA, y para urbanizaciones, condominios y fraccionamientos, adjuntar el criterio técnico de la Dirección de Acueductos Rurales.

2.2.2 Desarrollo de un proyecto inmobiliario

Tomando en consideración la guía básica para abrir un negocio de parte de la Cámara de Comercio de Costa Rica e información suministrada por los empleados del departamento de patentes de la Municipalidad de Esparza, además con el apoyo del Instituto Costarricense de Electricidad (ICE) y el Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados (AyA), a continuación se resumen los pasos a considerar para el desarrollo de un proyecto inmobiliario en la zona de Mata Limón y procesos aplicados para el año 2017:

1- Solicitud de los Permisos Sanitarios de Funcionamiento (PSF)

Por la Ley General de Salud, las prácticas de tipo agropecuaria, industriales, comerciales o de servicios, requieren de permisos sanitarios para realizar su operación en Costa Rica y están sujetas al Decreto Ejecutivo N°39472-S; cada establecimiento se clasifica por el riesgo ambiental y sanitario, lo cuales son: el Grupo A (Riesgo alto), Grupo B (Riesgo moderado) y Grupo C (Riesgo bajo).

El responsable del establecimiento tiene que presentar el trámite de los Permisos Sanitarios de Funcionamiento independiente del grupo de riesgo al que se encuentre establecido, y debe presentar los siguientes documentos al área rectora de salud: formulario de solicitud, declaración jurada, comprobante de pago de servicios, calificación del IMAS como beneficiario (solo para exoneración del pago), documento de identificación del representante legal, certificación registral o personería jurídica.

2- Solicitud de patente municipal

Según lo estipulado en el Código Municipal, Ley N°7794, en el Artículo 79 *“cualquier actividad lucrativa requiere una licencia (o patente) de la municipalidad del cantón en el cual es desarrollada la actividad empresarial. Ello implica el pago de un impuesto durante el tiempo de operación”*.

Para obtener dicha patente se requieren los siguientes requisitos: certificación de personería y cédula jurídica con copias certificadas por notarios públicos, documento de identificación o certificación del Departamento de Migración y Extranjería donde se demuestre la residencia autorizada, el Permiso Sanitario de Funcionamiento del Ministerio de Salud, contrato de la póliza de riesgos del trabajo, certificado de Uso de Suelo y el solicitante debe de mantenerse al día con los impuestos municipales.

3- Permiso de construcción

Para gestionar el trámite de permiso de construcción es necesario llenar la solicitud en la plataforma de servicios de la municipalidad, presentar certificado de uso de suelo, copia del plano catastrado, certificación de la propiedad con un máximo de 3 meses de emitido, tres juegos de planos sellados por el CFIA, certificado de estar al día con los impuestos municipales, copia del contrato de la consultoría del CFIA de construcción de la obra, constancia póliza del INS, presentar declaración de bienes y copia de la personería jurídica si fuera el caso.

El profesional responsable debe de aportar los requisitos del permiso de construcción al Colegio Federado de Ingenieros y Arquitectos (CFIA) y a la municipalidad correspondiente, donde se llena el formulario del sistema APC. El CFIA recibe el proyecto y si cumple con los requisitos pasa al proceso de tasación, si no, se despliega una lista de motivos y se devuelve; el CFIA calcula los montos de tasación, junto con la póliza del Instituto Nacional de Seguros (INS); la municipalidad hace la revisión técnica del proyecto y si cumple debe de cancelar el monto total a pagar por concepto de impuestos de construcción y la póliza del INS; al ser cancelado los planos se envían al profesional con el sello de la municipalidad y del CFIA.

4- Servicio de agua potable y alcantarillado

Se podrán otorgar los servicios provisionales que técnicamente el AyA considere necesarios, únicamente cuando el solicitante cuente con los planos constructivos y permisos de construcción aprobados. Cuando la red pública no se extienda hasta la propiedad o no tenga capacidad suficiente para la prestación del servicio provisional, el AyA propone al interesado realizar las obras necesarias para la habilitación del servicio, cumpliendo con la reglamentación técnica vigente.

Debe de presentar los siguientes requisitos: Solicitud del servicio debidamente completa y firmada por el propietario registral, no tener deudas con AyA, copia del plano catastrado o bien un documento idóneo que cumpla con los fines para los cuales se solicita, copia del permiso municipal de construcción vigente en caso de que se trate de una nueva edificación o desarrollo.

5- Servicio de electricidad provisional para construcción

Para realizar la solicitud es necesario presentar la certificación literal emitida por el Registro Nacional, certificación notarial con fecha de no más de un mes de emitido o escritura de compraventa que demuestre que se encuentra en trámite de inscripción ante el Registro Público. Para los casos de no ser el dueño registral, se requiere autorización del propietario. Además, debe de aportar la boleta o número de “Solicitud de Sellado de Planos Eléctricos” emitidas por el Colegio Federado de Ingenieros y Arquitectos de Costa Rica (CFIA), para la solicitud de conexión de servicio provisional.

2.2.3 Estudio legal

“Estudio legal: determinar la existencia de restricciones en la realización del proyecto (viabilidad legal), relacionada a la normatividad.” (Valencia, W.A., & Pinto, E, P. 2014. Pág. 81)

Es importante indagar sobre la normativa legal que afecta la producción y comercialización del bien y/o servicio, como la existencia de impuestos o subsidios, tarifas especiales, cuotas y cupos de importación, disponibilidad de crédito, incentivos fiscales y normativas sanitarias o en específico, normativas que aplican en sectores o zonas dentro del país; en especial cómo se puede ver afectada la viabilidad del proyecto al no cumplir con la Ley N° 6043 que corresponde al uso sobre la zona marítima terrestre del país; la cual indica en el Artículo 1° *“La zona marítimo terrestre constituye parte del patrimonio nacional, pertenece al Estado y es inalienable e imprescriptible”* (Legislativa, A. 1977).

Es un aspecto que no se puede menospreciar, el conocer cuáles son los aspectos legales más importantes relacionados con el proyecto, desde su estructura legal hasta los aspectos relacionados con el plan legal. Esto quiere decir con base en la legislación, que si el terreno que se va a utilizar está dentro de la franja de doscientos metros de ancho a todo lo largo del litoral del Pacífico de la República, este no tendrá autorización para realizar obras ni construcciones, reconstrucciones o remodelaciones de ninguna clase, ya que por ser parte del Estado, no es permitido alterar la zona y el dueño directo según el registro de propiedad, debe de velar por su protección.

Continuando con los aspectos generales, es común que a la hora de visualizar el proyecto inmobiliario, el inversionista se enfoque en la operación, administración y mercadotecnia del proyecto, pero también es importante definir cuál es la mejor estructura legal o tipo de proyecto ante el gobierno, por lo que la Cámara de Comercio de Costa Rica, por medio del departamento de asesoría técnica, pone a disposición de sus asociados y público en general una guía básica, en la cual explica de una manera sintetizada, los trámites generales para la instalación formal de empresas en Costa Rica tales como el uso de suelos, permiso sanitario de funcionamiento (viabilidad ambiental, conexión del sistema de alcantarillado, deposición de residuos, certificado de cumplimiento con reglamento de BPM y regencia profesional), patente municipal que lleva el registro como patrono Caja Costarricense de Seguro Social (CCSS) registro como contribuyente y póliza de riesgos del trabajo.

2.2.4 Estudio de mercado

El estudio de mercado permite cuantificar la población a la cual se le puede ofrecer el producto y/o servicio, también se establecen las estrategias de ingreso al mercado. Es el análisis de las necesidades de los individuos y de las organizaciones; su función consiste en identificar los diferentes productos y segmentos actuales o potenciales sobre la base del análisis de la diversidad de las necesidades a encontrar.

Al iniciar el estudio de mercado se debe tener en cuenta que

Definición del mercado relevante: implica definir el área geográfica potencial, la demanda presente de los productos similares, sustitutos y complementarios y, en el caso de productos nuevos, la existencia y características de la demanda potencial. Tendencias del entorno: consiste en establecer las características y evolución que se espera del entorno macro y microeconómico relevante para el proyecto, y la identificación e impacto de los factores políticos, técnicos, etc., en el mismo. (Padilla, M. C. 2016)

El mercado es el punto de encuentro de oferentes con demandantes de un bien o servicio para llegar a acuerdos en relación con la calidad, la cantidad y precio. Con el estudio de mercado se busca estimar la cantidad de bienes y servicios que la comunidad adquiriría al determinar el precio, por lo que con la descripción del producto y/o servicio a vender, se identifican los posibles usuarios, teniendo en cuenta sus costumbres y hábitos de consumo. Igualmente, se analiza la capacidad que tiene el consumidor final para comprar el bien y/o servicio a ofrecer.

Parte de lo que corresponde al estudio de mercado, también se aplica a la estrategia comercial, donde influye directamente el flujo de caja proyectado, ya que se toman en consideración las siguientes cuatro variables: el precio, la plaza, el producto y la promoción para la toma de decisión del proyecto, estas son herramientas controlables que se combinan para lograr un determinado resultado en el mercado meta, como influir positivamente en la demanda, generar ventas, entre otras acciones.

“Cada uno de estos elementos estará condicionado, en parte, por los tres restantes. Así, por ejemplo, el precio que se defina, la promoción elegida y los canales de distribución seleccionados dependerán directamente de las características del producto” (Nassir, S., & Reinaldo, S. 2014. Pág. 73)

Primero, la variable del producto, es el conjunto de atributos tangibles o intangibles que la empresa ofrece al mercado meta, esta variable se puede evaluar según el proceso de ciclo de vida que tome, que abarca 4 etapas: introducción, crecimiento, madurez y declinación. Segundo, la promoción: Busca diferenciar el producto de los demás en el mercado, esto se puede ver en la marca, publicidad o en la presentación del bien y servicio a poner a la venta, según sus características este pago es indispensable para abarcar la demanda. Tercero, el precio, es el elemento que más afecta en el ámbito de la rentabilidad del proyecto, ya que corresponde a los ingresos que puede obtener y es fundamental en el flujo de caja, porque también influyen las condiciones de crédito u otro tipo de financiamiento al que se pueda optar. Cuarto, la plaza, que pertenece a los canales de distribución, el cual se decide estratégicamente para disponer de su función de accesibilidad del cliente con eficiencia y eficacia para aprovechar costos y volúmenes de venta.

2.2.5 Estudio técnico

El estudio técnico busca responder a los interrogantes básicos: ¿Cuándo, dónde, cómo y con qué producirá mi empresa? Se busca diseñar la función de producción óptima que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto o servicio deseado, sea este un bien o un servicio (Padilla, M. C. 2016)

Por lo que es fundamental en un proyecto de inversión, ya que es en este donde se estudia la localización y tamaño óptimo de las instalaciones; ilustrando así todos los factores influyentes para el mejor desarrollo del proyecto, entre los cuales se cuentan los agentes que influyen en la compra de maquinaria y equipo, así como la calendarización de la adquisición de estas, los diferentes métodos para determinar el tamaño de la planta, los métodos para su localización y los métodos de distribución, finalmente, también se examinan los procesos de producción que pueden operar para el proyecto de inversión.

El tamaño es la capacidad de producción que tiene el proyecto durante todo el periodo de funcionamiento. La importancia de definir el tamaño que tendrá el proyecto se manifiesta principalmente en su incidencia sobre el nivel de las inversiones y costos que se calculen y, por tanto, sobre la estimación de la rentabilidad que podría generar su implementación.

La localización determina el lugar donde el proyecto logra la máxima utilidad o el mínimo costo; y para definir el método tecnológico, se desarrollan los conceptos contenidos en la parte de producción del proyecto, los cuales optimizan la utilización de los recursos disponibles en la relación de un bien o en la prestación de un servicio, este proceso se conoce como la ingeniería del proyecto; *“el estudio de la ingeniería en el proyecto abarca la descripción técnica del producto, su incidencia ambiental, la escogencia del proceso de producción, instalaciones, maquinaria y equipo e insumos a utilizar en la elaboración de producción”* (Flórez, J. A. 2016)

Algunos proyectos se pueden ejecutar por etapas, sin causar grandes traumatismos, lo cual va definiendo a través del tiempo el tamaño del proyecto. Sin embargo, otros proyectos no pueden hacerlo, lo que implica tener que efectuar grandes inversiones en maquinaria y equipo, inversiones que solo son rentables cuando se llega a un mínimo de producción.

Para localizar el proyecto, es preciso tener en cuenta dos variables muy importantes: localizarlo cerca de donde se encuentran las materias primas e insumos, o en donde están sus consumidores finales. La toma de la decisión de ubicación se concentra en el análisis cuidadoso de las variables de costos, transporte, insumos o de productos, la disponibilidad del recurso humano, vías y medio de comunicación, y de normas legales favorables.

2.2.6 Estudio financiero

“Estudio económico-financiero: determina la viabilidad del proyecto a partir de indicadores de rentabilidad” (Valencia, W. A., & Pinto, E. P. 2014. Pág. 81)

Permite establecer los recursos que demanda el proyecto, los ingresos y egresos que generará y la manera como se financiará, esto considerado como proyecciones obedecen a otras variables adicionales, las cuales generan intereses y rendimientos que sirven para aumentar los ingresos del proyecto.

El flujo de caja es un estado financiero básico y presenta de una forma dinámica, el movimiento de entradas y salidas de efectivo de un proyecto, en un periodo determinado y la situación del balance al final del mismo periodo, el propósito principal es demostrar de dónde vendrán los ingresos y cómo serán distribuidos, además señala si genera suficiente dinero para hacer frente a sus necesidades durante el tiempo proyectado.

El estudio de la obra constituye la técnica matemática, financiera y analítica, a través de la cual se van a determinar las ganancias o pérdidas en las que se puede incurrir al llevar a cabo una inversión, así mismo se va a desarrollar un flujo de efectivo con el fin de determinar el resultado entre ingresos y egresos de las cabinas, que refleja un proceso productivo, lo que representa la disponibilidad neta de dinero en efectivo para cubrir aquellos costos y gastos en que incurre la empresa; con el resultado del flujo de efectivo se pretende encontrar si la idea de las cabinas es rentable en términos financieros.

Las fuentes principales de datos para realizar esta práctica, son la inversión inicial que permite detectar la cantidad de dinero que se necesita para empezar el proyecto cubriendo los gastos principales; las ventas o ingresos que presenta el monto por la remuneración de brindar un bien y servicio; los costos tales como costos de producción y gastos de operación; depreciación, lo cual es la reducción anual del valor de un activo debido al desgaste con el pasar del tiempo y la obsolescencia por año; intereses del préstamo, que es el cargo que el deudor de un préstamo debe de abonar por el uso de un capital financiado; impuesto sobre la renta que es un porcentaje que hay que aportar por la contribución al Ministerio de Hacienda en función de los ingresos obtenidos en un año fiscal; y amortización que es el proceso de distribución en el tiempo de un valor duradero.

Entre las técnicas de evaluación financiera de proyectos, están la forma de hallar el punto de equilibrio (PE), el valor actual neto (VAN), la tasa interna de retorno (TIR), la tasa interna de retorno modificado (TIRM), la relación beneficio/costo (B/C), el periodo de recuperación de la inversión (PRI) y el valor económico agregado (EVA); por lo tanto cada uno de estos factores influye en el análisis y toma de decisiones para guiar al inversionista de la mejor manera a que lleve a su empresa por el camino más adecuado según su estatus económico, y que respalda los balances contables como base, ya que sus resultados pueden determinar que un proyecto sea prestigioso o que se encamine a la quiebra.

“También conocido como análisis del punto de equilibrio, muestra las relaciones básicas entre los costos e ingresos para diferentes niveles de producción y ventas, asumiendo valores constantes de ingresos y costos dentro de rangos razonables de operación” (Nassir, S., & Reinaldo, S, 2014. Pág. 129)

El análisis del punto de equilibrio se quiere resaltar para el estudio del proyecto, para sacar conclusiones que faciliten la toma de decisiones en relación con su manejo financiero, además de que se deben percatar las limitaciones antes que prever otras perspectivas en relación con el producto y su comportamiento en el mercado. Para saber el resultado del punto de equilibrio con el que podría concluir el proyecto de inversión, se toman en cuenta los cálculos generados por el valor actual neto (VAN) y la tasa interna de retorno (TIR).

“La tasa interna de retorno (TIR), evalúa el proyecto en función de una única tasa de rendimiento por periodo, con la cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual” (Nassir, S., & Reinaldo, S. 2014. Pág. 323)

Lo que se busca es identificar cuál es la tasa de interés más alta a la que se puede someter la inversión, si esta se encuentra financiada por algún préstamo y si será pagado periódicamente con los mismos ingresos o ganancias que vaya adquiriendo el proyecto; ya que si el resultado de la TIR es igual o mayor que la tasa en la que se está financiando el proyecto, este debe ser aceptado, por lo contrario, si la tasa de retorno es menor que la tasa a la que está sujeta el proyecto, este se rechaza; eso quiere decir que el flujo de caja que mantiene en ese momento no es suficiente para continuar con el financiamiento aplicado.

Para definir el valor actual neto (VAN) se toma en cuenta *“la diferencia entre los ingresos y egresos (incluida como egreso la inversión) a valores actualizados o la diferencia entre los ingresos netos y la inversión inicial”* (Padilla, M. C. 2016).

Existe la técnica de traer a valor presente todos los ingresos de las cabinas, utilizando la misma tasa de interés y se compara esta equivalencia con el valor presente de los egresos incluyendo el desembolso inicial. Esto se aplica si el inversionista posee fondos propios para financiar su propio proyecto y como resultado se busca confirmar si le es rentable en un lapso donde en conclusión, si el VAN es negativo este se rechaza, ya que la producción no estaría abarcando la inversión mínima, si el VAN es igual o mayor a 0 este se acepta ya que si es igual a 0 estaría alcanzado el monto del saldo inicial; y si es mayor a 0 quiere decir que además de conseguir el saldo inicial también estaría obteniendo ganancia.

“Uno de los criterios tradicionales de evaluación bastante difundido es el del periodo de recuperación (PR) de la inversión, mediante el cual se determina el número de periodos necesarios para recuperar la inversión inicial” (Nassir, S., & Reinaldo, S. 2014. Pág. 329)

El tiempo de recuperación del capital muestra en sí, el lapso en que la empresa tardará en solventar la inversión inicial, este mediante el flujo de entradas de efectivo que producirá el proyecto, resultado que se compara con el número de periodos aceptables por la empresa. Si los flujos son iguales y constantes en cada uno de los periodos el cálculo corresponde a la inversión inicial entre los beneficios netos generados por el proyecto de cada periodo, pero si cada uno de los flujos son diferentes, se necesita hacer un promedio con la suma acumulada del número de periodos que se requiere para cubrir la inversión inicial; para determinar si las cabinas son aceptables o no, se debe analizar el periodo de retorno si es inferior al periodo de vida útil de este.

2.2.7 Sistemas empresariales o planes de operaciones

El plan operativo está asociado directamente a la naturaleza de nuestro producto y/o servicio la cual va a definir en gran medida su estructura; no obstante, esto, lo anteriormente expresado puede servir de marco de referencia y se debe complementar de acuerdo a las necesidades particulares de cada uno de estos. (Viniestra, S. 2007, pág. 25)

Un plan operativo es un documento en el cual los responsables de una organización establecen los objetivos que desean cumplir y estipulan los pasos a seguir. Estos objetivos se plasman sobre un documento similar al que se conoce como plan de acción, el cual prioriza las iniciativas más importantes para alcanzar distintos objetivos y metas.

Se debe de considerar el horizonte temporal que son una concreción del plan estratégico por áreas de gestión, suelen elaborarse con una perspectiva anual, posee un alcance más estrecho y limitado. En el caso de una entidad local, son desplegados a nivel de área o departamento, en función de la estructura organizativa para incorporar la estrategia de las operaciones diarias.

A su vez, los planes operativos pueden dividirse en Planes para una sola vez, que son aplicados una sola vez u ocasionalmente, para resolver un problema que no se presenta de forma repetida. Planes permanentes, cuando las actividades de la organización son repetitivas, puede ser entonces definido como una serie de decisiones determinadas utilizadas por la dirección para abordar actividades recurrentes y organizativas.

Proceso de reserva para el cliente: Primero se publican las tarifas que corresponden a la temporada, seguidamente los clientes tienen la opción de efectuar reservas, ya sea directamente o mediante un operador. En ambos casos hay una persona encargada de verificar la disponibilidad, gestionar y efectuar la reserva del cliente u operador. En caso de existir capacidad disponible, se da la respuesta positiva correspondiente y se solicita al cliente confirmar la reserva, efectuando el pago del 50% de la estadía como manera de validar esta reserva y bloquear las habitaciones, (el 50% restante ha de ser cancelado 30 días previo a la llegada del huésped al hotel, y se ha definido esta política como manera de evitar problemas posteriores con la cobranza y también, como medida para comprometer al cliente con su reserva y evitar las anulaciones posteriores.

Proceso de recepción del cliente: El proceso se inicia cuando el cliente ingresa a la ciudad, coordinando su arribo al hotel con las guías de turismo en caso de ser necesario. El botones traslada el equipaje de los huéspedes, mientras se da la bienvenida, y confirma el arribo de los clientes mediante la solicitud de su firma, ratificando el tiempo de estadía, entregando información acerca de los horarios de las comidas y de las actividades turísticas y complementarias ofrecidas; pidiéndoles amablemente que regresen cuando deseen para programar sus actividades (o bien hacerlo de inmediato), además de ofrecer un optativo recorrido por las instalaciones del hotel. Luego, se encarga de acompañar a los turistas a su habitación, a quienes previamente se les ha entregado las llaves de su habitación.

2.2.8 Recursos financieros

El recurso es un medio, de cualquier clase, que permite obtener algo que se desea o se necesita. El dinero, por ejemplo, es un recurso indispensable para la iniciación de un proyecto de inversión debido a que las finanzas, por otra parte, hacen referencia a los bienes, los caudales y la circulación del dinero, esto afirma que son los activos que tienen algún grado de liquidez, como por ejemplo el dinero en efectivo, los créditos, los depósitos en entidades financieras, las divisas y las tenencias de acciones y bonos que también forman parte de los recursos financieros.

El capital se define conjunto de los activos no humanos que pueden ser poseídos e intercambiados en un mercado. El capital incluye sobre todo el conjunto del capital inmobiliario (inmuebles, casas) utilizado como vivienda, el capital financiero y profesional (edificios, equipos, maquina, patentes, etc.) utilizado por las empresas y las agencias gubernamentales (Piketty, T. 2014)

Por lo que se puede entender como el conjunto de las sumas que los propietarios o socios de una sociedad ponen a disposición de esta de modo permanente en forma de aportaciones. Sin embargo, existen otros medios de financiamiento así llámense los créditos a corto plazo, donde si el destinatario del préstamo es una empresa se suelen pedir para la compra de activos concretos como vehículos, ordenadores o mobiliario, o bien para la realización de reparaciones de las instalaciones de la empresa.

Los préstamos a corto plazo son pasivos que están programados para que su reembolso se efectúe en el transcurso de un año. Existen cuatro fuentes principales de financiamiento a corto plazo que son el crédito comercial, los pasivos acumulados, el papel comercial y los préstamos bancarios, con garantía o sinella.

Sin esta disposición es menos probable que se alcancen consensos sobre la naturaleza de los problemas y sobre las soluciones de los mismos, en particular cuando estas implican asumir sacrificios a corto plazo, por más que estos pueden ser necesarios para superar las crisis y volver a disfrutar de las mejoras que acompañan al crecimiento. (De Guevara Radoselovics, J. F., García, F. P., Martínez, L. S. 2015. Pág. 14)

Además, también se manejan créditos en los que se incluyen dentro de los contratos una serie de exigencias que deben ser cumplidas por la empresa que solicita el financiamiento, entre las que se pueden mencionar los préstamos a largo plazo, cuyos vencimientos son superiores a 5 años y que son utilizados por las empresas para adquirir maquinaria y equipo o realizar proyectos de inversión.

En efecto, existen múltiples usos del capital a muy largo plazo, lo que se puede resumir señalando que la elasticidad de sustitución entre el capital y trabajo es sin duda superior a 1 en un periodo muy largo. Lo más probable es que la caída del ingreso sea menor que el alza de la relación capital/ingreso, de tal suerte que aumente la participación del capital. (Piketty, T.2014)

2.3 HIPÓTESIS

“Hipótesis de investigación: como proposiciones tentativas acerca de las posibles relaciones entre dos o más variables” (Sampieri, R. 2017. Pág. 107)

Mencionando la guía,

la hipótesis es una afirmación (no es una pregunta), que debe someterse a un proceso investigativo de verificación. Y al final de la investigación, en el capítulo de conclusiones, habrá que explicar qué pasó finalmente con la hipótesis. Es decir, si se verificó o no se verificó. Se escriben en negrita. (Gonzales, L. 2017. Pág. 21)

Para que una hipótesis cumpla con su cometido esencial debe reunir una serie de características básicas, entre las que pueden destacarse: Clara conceptualización, que permita identificar sin lugar a dudas cada uno de los términos que involucra desterrando, hasta donde sea posible, toda vaguedad en el enunciado. Referencias empíricas, que posibiliten encontrar hechos concretos sobre los cuales se podrá luego corroborarla o refutarla. (Sabino, C. 2014. Pag.63)

Tomando en cuenta los fundamentos, estrategias e ideas aplicadas bajo experiencias de comercios, enfocadas para el alojamiento de turismo en el mismo distrito, así como, por ejemplo: hoteles, hostales o moteles; se puede exponer la hipótesis del trabajo de investigación, con el fin de sostener que el criterio al que está dirigido el estudio, adopta una conclusión adecuada según la relación entre las variables expuestas para cumplir con el objetivo general del proyecto en análisis.

Un proyecto inmobiliario de cabinas es viable y rentable en la zona de Mata de Limón de Esparza, para el año 2017

2.3.1 Proyectos

Un proyecto de inversión es una propuesta técnica y económica para resolver un problema de la sociedad utilizando los recursos humanos, materiales y tecnológicos disponibles, mediante un documento escrito que comprende una serie de estudios que permiten al inversionista saber si es viable su realización (Padilla, M. C. 2016)

Con la elaboración del proyecto de inversión, el emprendedor va ordenando sus ideas para transformarlas en algo real. En lugar de suceder todo en la mente del empresario, los detalles, las ideas y los números empiezan a tomar forma tangible en un documento escrito (Flórez, J. A. 2016)

Se podrá analizar el entorno en el que se desarrollará la empresa, precisar la idea y el modelo de negocio elegido, establecer los objetivos que se quieren alcanzar, definir las estrategias que llevarán a la empresa al éxito y detallar cómo se organizarán los procesos de producción, ventas, logística, personal y fianzas, para que se logren satisfacer las necesidades de los potenciales clientes (Ramón B. 2016, pág. 7)

Nota: en este trabajo de investigación se utilizará la cita # 1,

Un proyecto de inversión es una propuesta técnica y económica para resolver un problema de la sociedad utilizando los recursos humanos, materiales y tecnológicos disponibles, mediante un documento escrito que comprende una serie de estudios que permiten al inversionista saber si es viable su realización (Padilla, M. C. 2016)

2.3.2 Viabilidad

“Frecuentemente, al haber referencia a un proyecto, se mencionan la factibilidad técnico-económica o la viabilidad del mismo. Sin embargo, el término viabilidad abarca aspectos diferentes al financiero. Se entiende por viabilidad la posibilidad de desarrollar un plan de negocio” (Flórez, J. A. 2016)

“El resultado de esta interacción es un estudio completo acerca de la viabilidad técnica, financiera, económica, social, ambiental y de mercado. De tal manera que asegure resolver la necesidad humana en forma eficiente, segura y rentable.” (Padilla, M. C.2016)

Las oportunidades de éxito de un proyecto y/o servicio en el mercado dependen en gran medida de sus características únicas y distintivas sobre los demás, lo cual a su vez provoca su diferenciación entre el consumidor o usuario final (este es un punto importante, ya que es lo que en cierta forma asegura la viabilidad de nuestra propuesta o negocio) (Viniestra, S. 2007, pág. 45)

Nota: en este trabajo de investigación se utiliza la cita # 2, *“El resultado de esta interacción es un estudio completo acerca de la viabilidad técnica, financiera, económica, social, ambiental y de mercado. De tal manera que asegure resolver la necesidad humana en forma eficiente, segura y rentable.”* (Padilla, M. C.2016)

2.3.3 Rentabilidad

“La rentabilidad económica o de la inversión es una medida, referida a un determinado tiempo, del rendimiento de los activos de una empresa con independencia de la financiación de los mismos” y “la rentabilidad financiera o de los fondos propios, es una medida, referida a un determinado periodo de tiempo, el rendimiento obtenido por esos capitales propios, generalmente con independencia de la distribución del resultado.” (Supo, S., & Sonia, B. 2016. Pág. 15)

Y, por último, para la identificación de los niveles de inversión y rentabilidad, se realizó un análisis de *“las especificaciones técnicas y costos estimados de construcción en los diferentes proyectos identificados”* (Herrera N. 2014, pág. 17)

El análisis de sensibilidad adopta los resultados de un modelo cuando cambian las circunstancias de alguna variable, es decir trata de mostrar las variaciones de rentabilidad del proyecto debido a la modificación de uno de los componentes del modelo analizado, en este caso al incrementar sus costos y disminuir sus ingresos. (Patiño L. 2015, pág. 168)

Nota: en este trabajo de investigación se utiliza la cita # 3,

El análisis de sensibilidad adopta los resultados de un modelo cuando cambian las circunstancias de alguna variable, es decir trata de mostrar las variaciones de rentabilidad del proyecto debido a la modificación de uno de los componentes del modelo analizado, en este caso al incrementar sus costos y disminuir sus ingresos. (Patiño L. 2015, pág. 168)

2.4 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS HIPÓTESIS

Hipótesis	Concepto	Variables	Indicadores
<p>Ante una mejor elaboración del proyecto</p>	<p><i>Proyecto: Un proyecto de inversión es una propuesta técnica y económica para resolver un problema de la sociedad utilizando los recursos humanos, materiales y tecnológicos disponibles, mediante un documento escrito que comprende una serie de estudios que permiten al inversionista saber si es viable su realización</i></p>	<p>Proyecto</p>	<p>Demanda</p> <p>Disponibilidad de insumos</p> <p>Localización</p> <p>Plan estratégico comercial</p>

<p>Aumenta la viabilidad de la inversión</p>	<p><i>Viabilidad: El resultado de esta interacción es un estudio completo acerca de la viabilidad técnica, financiera, económica, social, ambiental y de mercado. De tal manera que asegure resolver la necesidad humana en forma eficiente, segura y rentable.</i></p>	<p>Viabilidad</p>	<p>Técnica Financiera Mercadológica Social Ambiental Económica</p>
<p>Aumenta la rentabilidad de la producción</p>	<p>Rentabilidad: “El análisis de sensibilidad adopta el resultado de un modelo cuando cambian las circunstancias de alguna variable, es decir trata de mostrar las variaciones de rentabilidad del proyecto debido a la modificación de uno de los componentes del modelo analizado, en este caso al incrementar sus costos y disminuir sus ingresos.”</p>	<p>Rentabilidad</p>	<p>Valor actual neto (VAN) Tasa interna de retorno (TIR) Periodo de recuperación de la inversión (PRI)</p>

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

3.1.1 Finalidad

Para efectos de esta tesis, se realizará una investigación con la finalidad aplicada, la cual se define mediante la siguiente cita, donde *“la investigación aplicada tiene la finalidad de resolver problemas prácticos, para resolver las condiciones de un hecho que nos preocupa.”* (Barrantes R. 2013. Pág. 64)

Dado que el objetivo de la investigación es analizar la viabilidad y rentabilidad que puede obtener un proyecto inmobiliario de inversión en cabinas, en la zona de Mata Limón de Esparza, en el año 2017; se espera solventar una necesidad o escasez sobre la que se está planteando el problema en observación, ya que se desea prevenir el desperdicio de los recursos propios y añadir un valor agregado, con la innovación o creatividad de un servicio que puede atraer mayor cantidad de nuevos turistas al cantón de Esparza.

Adicional a esto, el proyecto pretende influir en la mejora de la calidad de vida de la comunidad, buscando incentivar un desarrollo socioeconómico al crear beneficios por obras de bien común. Siempre teniendo en cuenta que el derecho de los ciudadanos de la zona de Mata Limón es aprovechar un estado de oportunidades igualitarias, y no solo para un sector privilegiado de la sociedad; el bienestar es comunitario y no individual.

3.1.2 Dimensión temporal

El desarrollo del proyecto será por la dimensión temporal del tipo longitudinal, en la cual *“se obtienen datos de la misma población en distintos momentos durante un periodo determinado, con la finalidad de examinar sus variaciones en el tiempo”* (Bernal, C. 2010, pág. 119).

Teniendo en consideración que la investigación se basa en un proyecto turístico, lo más adecuado será implementarlo en diferentes etapas conforme se avance en la recaudación de datos cuantitativos, ya que en Costa Rica se manejan dos épocas muy destacadas en este tipo de ámbito comercial, puede influir tanto la temporada alta que corresponde a los meses desde noviembre hasta abril, como también la temporada baja que abarca los meses de mayo a octubre de cada año.

Por lo tanto, los resultados de los estudios aplicados hacia las variables en observación, que corresponden a la viabilidad y rentabilidad del proyecto, pueden verse afectados porque no es la misma cantidad de demanda a la que se puede abarcar con la oferta del bien y servicio que suministra el proyecto inmobiliario de cabinas en el transcurso del periodo fiscal.

De este modo, es difícil determinar si el trabajo en práctica va a mantener un nivel de sostenibilidad estable en cada periodo en el que se aplicarán las pruebas, así como también el manejo de la liquidez financiera al tomar en cuenta que podrían existir gastos o ingresos sobrepuestos ante diferentes tipos de monedas, como lo es el dólar, el cual también tiene su propia variación según la fluctuación que ejerce el mercado de la bolsa de valores o bien sobre tasas como la tasa básica pasiva o tasa libor.

3.1.3 Marco

El marco de la muestra se basará en una población micro, donde *“la investigación refiere a una parte, un elemento, un subtema o un micro-espacio, sobre el cual o en donde el investigador hará su investigación”* (González L, 2017. Pág. 26)

Visto que Costa Rica mantiene una población turística tanto nacional como extranjera bastante amplia y tomando en consideración los datos cuantitativos que publica el Instituto Costarricense de Turismo (ITC), se demuestra con la Unidad de Planeamiento Turístico (UPT), que registró para el sector de Puntarenas, una estimación de 508.907 turistas que pernoctaron una noche de alojamiento, por lo tanto abarca el 30,1% del total de personas que salen de vacaciones, sin embargo el sector de Puntarenas incluye diferentes cantones, por lo que no existe un dato exclusivo de la zona de Mata Limón.

No obstante, para obtener mejores resultados de la investigación, se recomienda precisar y delimitar lo mejor posible los parámetros de la población; es necesario realizar un cálculo para determinar la muestra en promedio, por lo que se deben emplear los instrumentos necesarios para obtener la información más detallada que pueda brindar la población total del mercado meta, y canalizar la investigación en aquellos viajeros quienes estén interesados en este tipo de atracción turística.

3.1.4 Naturaleza

Esta investigación se clasifica como cuantitativa porque

se fundamenta en la medición de las características de los fenómenos sociales, lo cual supone derivar de un marco conceptual pertinente al problema analizado, una serie de postulados que expresen relaciones entre las variables estudiadas de forma deductiva. Este método tiende a generalizar y normalizar resultados (Bernal, C. 2010. Pag.60)

A causa de que la búsqueda de la información para adquirir los resultados, debe de ser lo más real o concreta posible y mantener conclusiones estables, es indispensable reunir datos cuantitativos proporcionales para todos los indicadores o variables que influyan en el desarrollo del proyecto, así mismo, con base en fundamentos y cálculos verdaderos, se estima la posibilidad y el rendimiento que pueda adquirir el proyecto de inversión el cual es el propósito de la investigación, llegar a alcanzar el objetivo de analizar el nivel de viabilidad y rentabilidad para un proyecto de inversión inmobiliario de cabinas en la zona de Mata Limón de Esparza, en el año 2017.

Ante el tipo de investigación en que se está desarrollando esta Tesis, es necesario utilizar instrumentos de medición ya implementados con información cuantitativa exacta, los que frecuentemente proceden de cuestionarios o de bases de datos gubernamentales y privados sobre el turismo; dando evidencia para probar con certeza la relación que existe entre las variables expuestas y analizar mediante estadísticas o porcentajes ya estudiados y analizados, que permitan transformar las cifras numéricas en algo comprensible, ilustrativo y útil para tomar una decisión sobre si el proyecto ha de ser sostenible y auto suficiente.

3.1.5 Carácter

Se desarrollará la hipótesis de la presente Tesis bajo el carácter tipo correlacional con el propósito de

“conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto en particular. En ocasiones solo se analiza la relación entre dos variables, pero con frecuencia se ubican en el estudio entre tres, cuatro o más variables” (Sampieri. 2014. Pág. 81)

Visto que la investigación se fomenta sobre la relación entre las variables ya estipuladas, dichas estas como el proyecto, la viabilidad y la rentabilidad, hay que entender de qué manera se encuentran vinculadas además de analizar cómo afecta una a la otra, ya sea de forma negativa o positiva al someterlas a prueba, esto puede determinar si entre las variables se restan valor y se perjudican o por el contrario se mejoran y complementan mutuamente.

Es por esta razón que la Tesis de investigación se desarrolla con un carácter correlacional; ya que permite estudiar fenómenos que no se pueden manipular por ser constructo hipotético, donde el investigador realiza una prueba que contempla las variables que quiere estudiar y que la muestra representativa debe de responder, dando como resultado un análisis sobre los datos para saber qué nivel de relación existe entre los indicadores

3.2 SUJETOS Y FUENTES DE INVESTIGACIÓN

3.2.1 Tesis universitarias

Nacionales:

Evaluación de impactos sociales, económicos y ambientales asociados a la implementación de la iniciativa denominada Plan de Desarrollo Local Cubujuquí 2020, en la comunidad Colonia Cubujuquí, distrito de Horquetas, Costa Rica. Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza. Turrialba, Costa Rica. (2015).

Programa de Fortalecimiento de Capacidades para el desarrollo de iniciativas turísticas en las comunidades rurales del distrito de Bejuco en la provincia de Guanacaste, Costa Rica. Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza. Turrialba, Costa Rica (2013).

Internacionales:

Oportunidades de desarrollo inmobiliario residencial, determinados por el nivel de inversión, caso de estudio Comuna de Iquique, Región de Tarapacá, Chile. Universidad de Chile Facultad de Arquitectura y Urbanismo Departamento de Arquitectura Escuela de Postgrado. Chile. (2014).

Proyecto de inversión para la creación de una empresa de servicios de hospedaje en cabañas ecológicas para la parroquia Valladolid, cantón Palanda provincia de Zamora Chichipe. Universidad Nacional de Loja. Ecuador. (2015).

Pinos Luzuriaga, L. G. (2017). Modelo de valoración de proyectos de inversión inmobiliarias mediante opciones reales (Master'sthesis, Espol).

Supo, S., & Sonia, B. (2016). Caracterización del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las mypes del sector servicio–rubro cabinas de internet del distrito de cerro colorado, provincia y región Arequipa, periodo 2014-2015.

Fierro Cepeda, G. A., & Coronel Zeas, C. A. (2014). Proyecto de ruta turística en el corredor Volcán Imbabura en la parroquia Miguel Egas, cantón Otavalo, provincia de Imbabura.

Porras Alfaro, D. (2015). De la planificación territorial a las estrategias de dinamización y desarrollo turístico sostenible: El caso de España y Costa Rica a través de un análisis comparativo.

3.2.2 Libros y registros

Registro Nacional de la Propiedad de Costa Rica.

Municipalidad de Esparza de Costa Rica.

Trámites municipales de Esparza de Costa Rica.

Instituto Costarricense de Turismo.

Pymes Costa Rica.

Ministerio de Economía, Industria y Comercio.

Cámara de Comercio de Costa Rica.

Padilla, M. C. (2016). Formulación y evaluación de proyectos. Ecoe Ediciones.

Flórez, J. A. (2016). Proyectos de inversión para las PYME. Ecoe Ediciones.

Viniegra, S. (2007). Entendiendo el plan de negocios. Lulu. com.

Etkin, J. (2014). Capital social y valores en la organización sustentable: Él debe ser, poder hacer y la voluntad creativa. Ediciones Granica.

Piketty, T. (2014). El capital en el siglo XXI. Fondo de Cultura Económica.

De Guevara Radoselovics, J. F., García, F. P., & Martínez, L. S. (2015). Crisis económica, confianza y capital social. Fundacion BBVA.

3.2.3 Artículos y revistas

Caracterización geomorfológica, amenazas naturales y restricción de uso de la tierra en Esparza, Costa Rica: Un enfoque de ordenamiento territorial para el plan regulador del cantón. Portal electrónico de revistas académicas de la universidad nacional. Escuela de Ciencias Geográficas, Facultad de Ciencias de la Tierra y el Mar, Universidad Nacional de Costa Rica.

Valencia, W. A., & Pinto, E. P. (2014). Los planes de negocios y los proyectos de inversión: similitudes y diferencias. *Industrial Data*, 16(1), 080-084.

3.3 SELECCIÓN DEL MUESTREO

Para efectos de la investigación se implementa un tipo de muestreo no probabilístico, que se define como

la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características de la investigación o de quien hace la muestra. Aquí el procedimiento no es mecánico ni con base en fórmulas de probabilidad, sino que depende del proceso de toma de decisión de un investigador o de un grupo de investigadores y, desde luego, las muestras seleccionadas obedecen a otros criterios de la investigación. (Sampieri, 2014. Pág. 179)

Puesto que el desarrollo de la investigación se evaluará según los datos cuantitativos del mercado meta, no cualquier candidato será apto para cumplir las expectativas del proyecto, por lo que se tomarán como referencia aquellas personas con características específicas y que sean visibles tales como por ejemplo: hombre o mujer, mayor de 19 años, con poder adquisitivo vacacional, gusto al turismo nacional; para que al estudiar sus resultados se adquiriera la conclusión más precisa posible.

Sin embargo, al tener una población muy amplia, hay que centralizar la muestra con un subconjunto representativo; ya que se clasifica como población infinita también llamadas hipotéticas, porque tiene incontables elementos o bien porque se desconoce su tamaño real, por lo tanto, es lo bastante grande como para que el cambio de tamaño ocasionado por sustracciones afecte significativamente los resultados; por consiguiente, se calculó la muestra con base en la fórmula donde se desconoce la cantidad total de la población, dando como resultado una muestra para estudio de 267 personas que serán el apoyo de los resultados en las futuras encuestas aplicadas.

3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA RECOLECTAR LA INFORMACIÓN

Observación: *“consiste en el registro sistemático, válido y confiable de comportamiento y situaciones observables, a través de un conjunto de categorías y subcategorías”* (Sampieri. 2014. Pág. 252)

Encuestas: *“Hay dos tipos principales de encuestas: las que se aplican de forma escrita y se denominan cuestionarios y las que se aplican oralmente y se llaman entrevistas.”* (Barrantes R, 2017. Pag.186)

Cuestionario:

conjunto de preguntas diseñadas para generar los datos necesarios, con el propósito de alcanzar los objetivos del proyecto de investigación. Se trata de un plan formal para recabar información de la unidad de análisis objeto de estudio o centro del problema de investigación. (Bernal C. 2010.0pag.250)

Hojas de vida:

Contiene una descripción de los acontecimientos y experiencias de la vida de una persona, o parte de ella, contando en sus propias palabras. Su análisis consiste en un proceso de compaginación y reunión de relatos, de modo que se adapte los sentimientos, modo de ver y percibir de la persona (Barrantes R, 2017. Pág. 215)

Pruebas estandarizadas e inventarios: *“Hay un tipo de pruebas que evalúan proyecciones de los participantes y determinan su estado en una variable, con elementos cuantitativos y cualitativos”* (Sampieri 2014. Pág. 252)

Datos secundarios (recolectados por otros investigadores): *“implica la revisión de documentos, registros y archivos físicos o electrónicos”* (Sampieri.2014. pag.252)

Técnicas grupales:

Conjunto de procedimientos que se utiliza para lograr con eficiencia las etapas propuestas. La técnica es el diseño, el modelo congruente y unitario que se forma con base en diferentes modos, a partir de los cuales se pretende que un grupo funcione, sea productivos y alcance otras metas más (Barrantes R.2017 pág. 252)

Instrumento y procedimientos específicos propios de cada disciplina: *“En todas las áreas de estudio se han generado valiosos datos sobre variables específicas. Por ejemplo, en la comunicación organizacional se utilizan formatos para evaluar el uso que hacen los ejecutivos de los medios de comunicación interna”* (Sampieri, 2014. Pág. 253)

Nota: en este trabajo de investigación se utiliza la cita # 1, Observación: *“consiste en el registro sistemático, válido y confiable de comportamiento y situaciones observables, a través de un conjunto de categorías y subcategorías”* (Sampieri. 2014. Pág. 252)

También se utiliza el instrumento de la cita # 3, Cuestionario:

conjunto de preguntas diseñadas para generar los datos necesarios, con el propósito de alcanzar los objetivos del proyecto de investigación. Se trata de un plan formal para recabar información de la unidad de análisis objeto de estudio o centro del problema de investigación. (Bernal C. 2010.0pag.250)

Además, se va a recurrir al instrumento de la cita # 8, Instrumento y procedimientos específicos propios de cada disciplina: *“En todas las áreas de estudio se han generado valiosos datos sobre variables específicas. Por ejemplo, en la comunicación organizacional se utilizan formatos para evaluar el uso que hacen los ejecutivos de los medios de comunicación interna”* (Sampieri, 2014. Pág. 253)

3.5 DEFINICIÓN CONCEPTUAL, OPERATIVA E INSTRUMENTAL DE LAS VARIABLES

Proyecto

Definición conceptual:

Un proyecto de inversión es una propuesta técnica y económica para resolver un problema de la sociedad utilizando los recursos humanos, materiales y tecnológicos disponibles, mediante un documento escrito que comprende una serie de estudios que permiten al inversionista saber si es viable su realización (Padilla, M. C. 2016)

Definición operativa: Se tomará la intención de aceptar la inversión cuando los indicadores de demanda, disponibilidad de insumos, localización y plan estratégico comercial tengan un nivel de sostenibilidad lineal o en aumento para continuar con el futuro del proyecto.

Instrumento: Observación: *“consiste en el registro sistemático, válido y confiable de comportamiento y situaciones observables, a través de un conjunto de categorías y subcategorías”* (Sampieri. 2014. Pág. 252)

Viabilidad

Definición conceptual: *“El resultado de esta interacción es un estudio completo acerca de la viabilidad técnica, financiera, económica, social, ambiental y de mercado. De tal manera que asegure resolver la necesidad humana en forma eficiente, segura y rentable.”* (Padilla, M. C.2016)

Definición operativa: Se tomará el proyecto de inversión como aceptable cuando los resultados de la recolección de datos cuantitativos del mercado meta sea del 70% en adelante, entonces se procede con el proyecto.

Instrumento: Cuestionario:

conjunto de preguntas diseñadas para generar los datos necesarios, con el propósito de alcanzar los objetivos del proyecto de investigación. Se trata de un plan formal para recabar información de la unidad de análisis objeto de estudio o centro del problema de investigación. (Bernal C. 2010. pag.250)

Rentabilidad

Definición conceptual:

El análisis de sensibilidad adopta los resultados de un modelo cuando cambian las circunstancias de alguna variable, es decir trata de mostrar las variaciones de rentabilidad del proyecto debido a la modificación de uno de los componentes del modelo analizado, en este caso al incrementar sus costos y disminuir sus ingresos. (Patiño L. 2015, pág. 168)

Definición operativa: Se tomará el proyecto como rentable si después de aplicar los cálculos sobre el Punto de equilibrio (PE), Valor presente neto (VPN), Tasa interna de retorno (TIR) y Periodo de recuperación de la inversión (PRI), se adquiera una ganancia igual o mayor a 200.000 colones mensuales netos

Instrumento: Instrumento y procedimientos específicos propios de cada disciplina: *“En todas las áreas de estudio se han generado valiosos datos sobre variables específicas. Por ejemplo, en la comunicación organizacional se utilizan formatos para evaluar el uso que hacen los ejecutivos de los medios de comunicación interna”* (Sampieri, 2014. Pág. 253)

CAPÍTULO IV

ANÀLISIS E INTERPRETACIÒN DE DATOS

4.1 GRÁFICOS O FIGURAS Y CUADROS

4.1.1 Encuestas

Se utilizó esta herramienta con el fin de tabular y estudiar los datos cuantitativos sobre el posible mercado a abarcar, por lo tanto, la encuesta se compone de 21 preguntas que se aplicaron directamente en la zona de Mata Limón de Esparza, en los alrededores del terreno donde se va a desarrollar el proyecto; a una distancia máxima de 2 kilómetros, así mismo, se tomó una muestra total de 329 personas para adquirir un resultado más concreto y estable, para reducir el margen de error que pueda existir; con características en común tales como persona mayor de 19 años, turista y con poder adquisitivo disponible para utilizarlo en el hospedaje turístico del país.

El propósito de esta evaluación es tomar en cuenta los gustos y preferencias, o bien qué factores influyen en la toma de decisión del alojamiento del segmento meta e incluirlos en el proyecto de cabinas, para que este sea enfocado en cubrir las necesidades de los clientes y buscar una ventaja competitiva sobre los demás comercios que ofrecen hospedaje que se encuentran cerca del área, así como también demostrar que existe viabilidad financiera en el proyecto de inversión a desarrollar con base en los resultados de la presente Tesis; así como también la evaluación de las siguientes respuestas:

A continuación, se grafican los resultados obtenidos con las encuestas y consultas personalizadas, realizadas cerca de la zona para obtener resultados más acertados, esto muestra números y estadísticas reales y concisas según la muestra aplicada. Junto a cada cuadro y gráfico, se explicará de manera detallada la información para una mayor comprensión y evaluación de la información suministrada.

1. De las siguientes opciones, ¿En cuál rango se encuentra su edad?

El total de personas encuestadas se clasificaron según sus edades en las que se posicionaban las edades a partir de los 19 años en adelante para conocer en promedio qué tipo de mercado tiene mayor frecuencia en vacacionar.

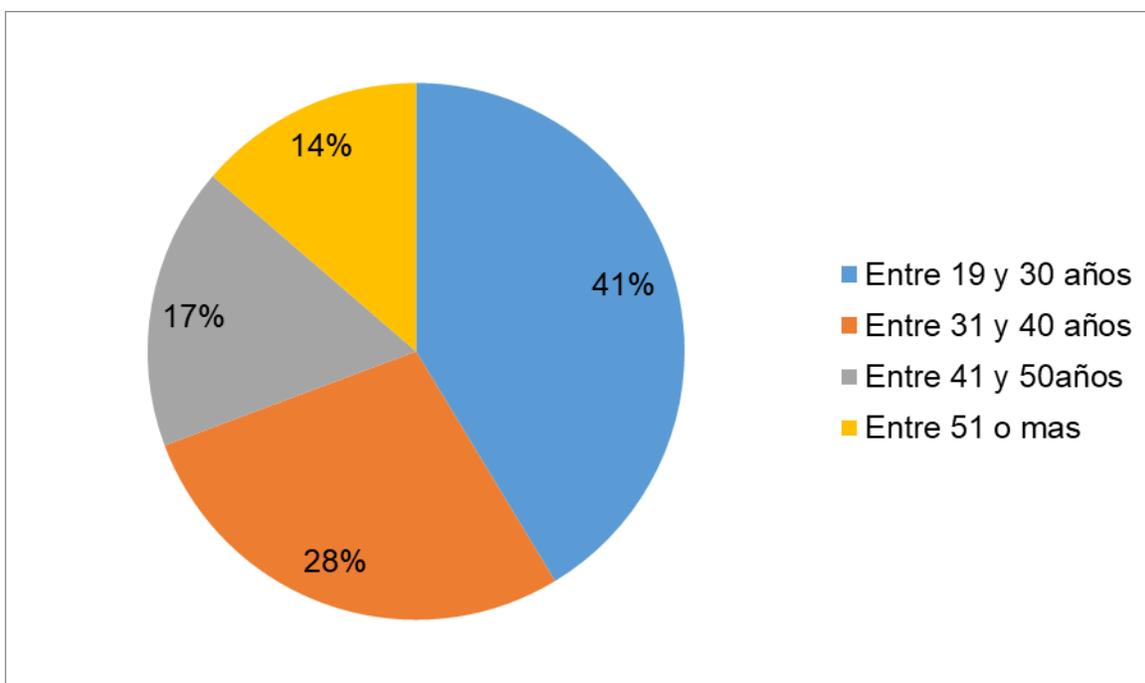
Tabla 1. De las siguientes opciones, ¿En cuál rango se encuentra su edad?

Distribución	Cantidad de personas
De 19 a 30 años	136
De 31 a 40 años	92
De 41 a 50 años	56
De 51 o mas	45
Total	329

Fuente: Elaboración propia. Cuestionario aplicado a los turistas de la zona de Mata Limón de Esparza, 2017.

Según el resultado de las 329 personas encuestadas, 136 se encuentran dentro del rango de edades entre los 19 a 30 años, luego 92 personas se encuentran dentro del rango de edades entre los 31 a 40 años, seguidamente 56 personas se encuentran dentro del rango de edades entre los 41 y 56 años y por último, 45 personas se encuentran dentro del rango de edades de los 51 años en adelante.

Gráfico 1. De las siguientes opciones, ¿En cuál rango se encuentra su edad?



Fuente: Elaboración propia. Cuestionario aplicado a los turistas de la zona de Mata Limón de Esparza, 2017.

De acuerdo al gráfico expuesto, se evidencia que de las 329 personas de la encuesta que corresponde al 100% de la muestra, se interpreta que el 41% de esta muestra está ocupada por una población en promedio de edades entre los 19 y 30 años, luego el 28% de la muestra está ocupada por una población en promedio de edades entre los 31 y 40 años, seguidamente por el 17% de la muestra ocupada por una población en promedio de edades entre los 41 y 50 años y por último el 14% de la muestra está ocupada por una población en promedio de edades de los 51 años en adelante.

2. ¿En qué zona reside usted?

El total de personas encuestadas se clasificaron según su lugar de residencia, en las que se posicionaban en San José, Alajuela, Cartago, Heredia, Puntarenas, Limón, Guanacaste o bien fuera del país, para conocer en promedio qué tipo de mercado tiene mayor frecuencia en vacacionar.

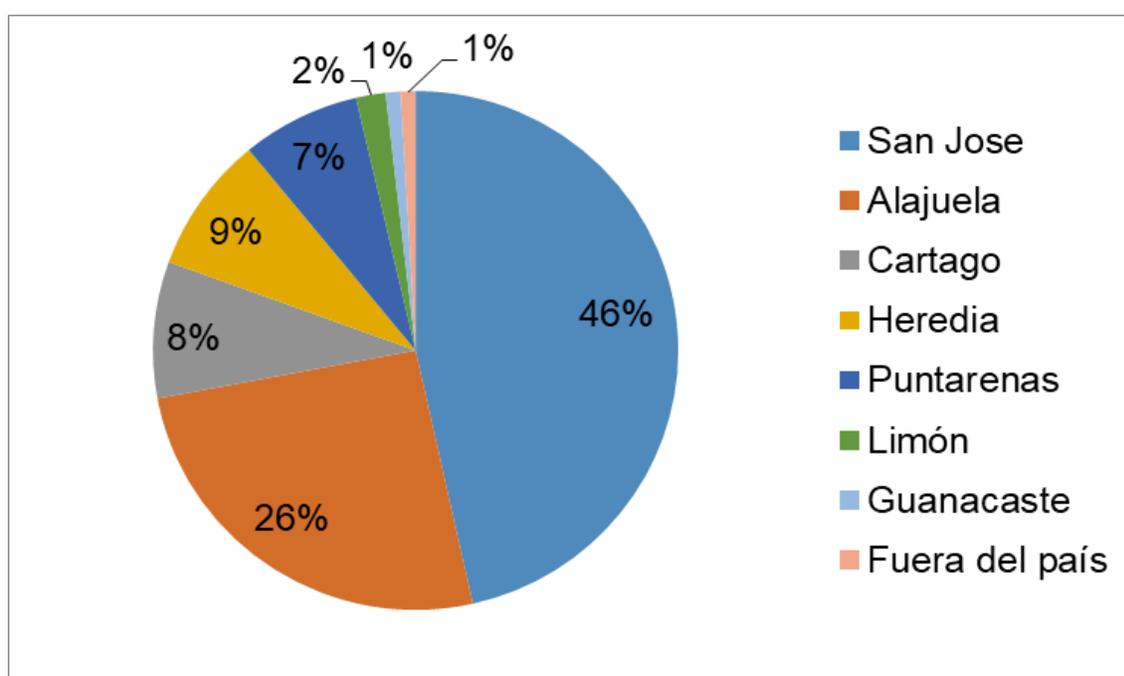
Tabla 2. ¿En qué zona reside usted?

Distribución	Cantidad de personas
San José	153
Alajuela	84
Cartago	28
Heredia	28
Puntarenas	24
Limón	6
Guanacaste	3
Fuera del país	3
Total	329

Fuente: Elaboración propia. Cuestionario aplicado a los turistas de la zona de Mata Limón de Esparza, 2017.

Según el resultado de las 329 personas encuestadas, 153 residen en la provincia de San José, luego 84 personas residen en la provincia de Alajuela, seguidamente 28 residen en la provincia de Cartago al igual que en Heredia, después 24 personas residen en la provincia de Puntarenas, 6 en la provincia de Limón, y por último 3 personas residen en la provincia de Guanacaste e igual cantidad de personas residen fuera del país.

Gráfico 2. ¿En qué zona reside usted?



Fuente: Elaboración propia. Cuestionario aplicado a los turistas de la zona de Mata Limón de Esparza, 2017.

De acuerdo con el gráfico expuesto, se evidencia que de las 329 personas encuestadas que corresponden al 100% de la muestra, se interpreta que el 46% de la muestra está ocupada por una población que reside en la provincia de San José, luego el 26% de la muestra está ocupada por una población que reside en la provincia de Alajuela, seguidamente por el 8% de población que reside en la provincia de Cartago al igual que en Heredia, después el 7% de la muestra está ocupada por una población de la provincia de Puntarenas, el 2% de la muestra ocupada por población de la provincia de Limón y por último, el 1% de la muestra está ocupada por una población que reside en la provincia de Guanacaste y de igual porcentaje las personas que residen fuera del país.

Analizando las preguntas 1 y 2, se puede observar que el segmento que más se destaca, son los turistas que tienen edades entre los 19 y 30 años; lo que conlleva a un segmento joven y flexible, de manera que la oferta del servicio se debe de adaptar según sus cualidades y características, ya que son el porcentaje más alto al adquirir mayor disponibilidad o gusto al vacacionar, por lo que se debe dar prioridad para satisfacer sus necesidades y lograr que se convierta en el tipo de cliente estrella que escoja como opción principal las futuras cabinas en construcción.

También, verificando los resultados, la mayoría de encuestados residen en la zona de San José, así mismo hay que considerar la distancia que deben recorrer los futuros consumidores para adquirir los servicios de las cabinas, por lo que se razona el tiempo de llegada a la zona y tomar en cuenta la facilidad de acceso a las instalaciones, esto conlleva a mantener una demanda constante mientras se desarrolla

el proyecto, justificando la posible viabilidad financiera que se pueda adquirir con la obra.

3. ¿Acostumbra vacacionar en la zona de Mata Limón?

El total de personas encuestadas se clasificaron según su confirmación de si regularmente tomaba su tiempo de vacaciones en la zona de Mata Limón, para conocer en promedio si la localidad es visitada habitualmente por los turistas.

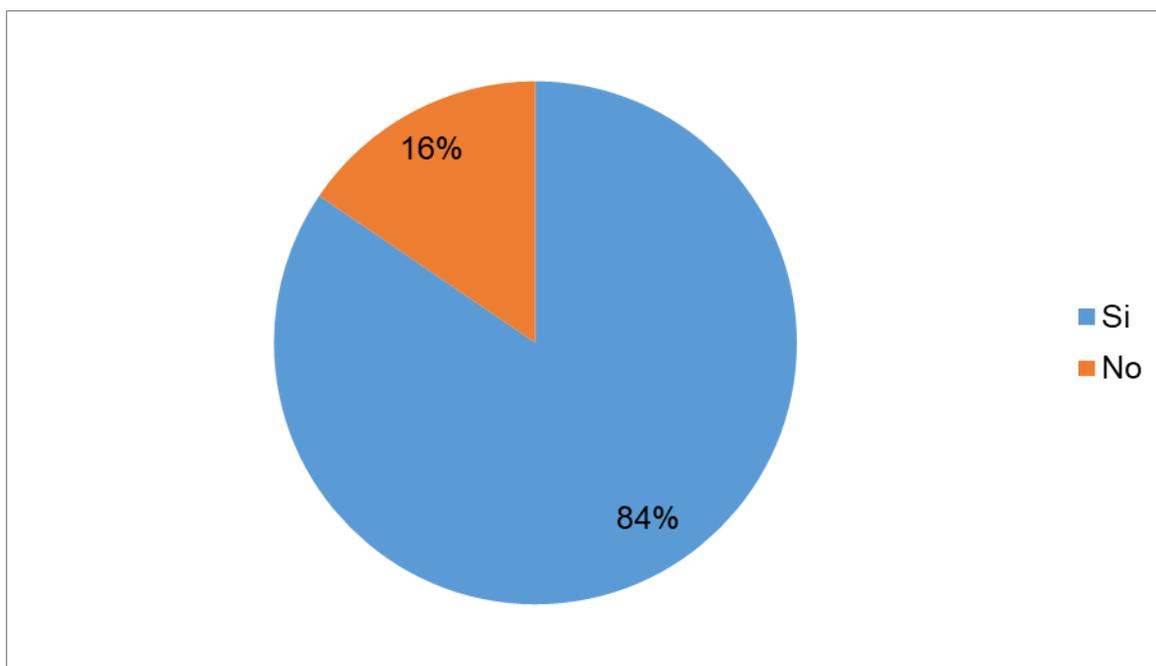
Tabla 3. ¿Acostumbra vacacionar en la zona de Mata Limón?

Distribución	Cantidad de personas
Sí	278
No	51
Total	329

Fuente: Elaboración propia. Cuestionario aplicado a los turistas de la zona de Mata Limón de Esparza, 2017.

Según el resultado de la encuesta a 329 personas, 278 afirman que efectivamente vacacionan en la zona de Mata Limón, por consiguiente 51 personas asegura que no pasa su tiempo de vacaciones en el área, solo como parada de descanso o bien para buscar almuerzo.

Gráfico 3. ¿Acostumbra vacacionar en la zona de Mata Limón?



Fuente: Elaboración propia. Cuestionario aplicado a los turistas de la zona de Mata Limón de Esparza, 2017.

De acuerdo al gráfico expuesto, se evidencia que de las 329 personas de la encuesta que corresponde al 100% de la muestra, se interpreta que el 84% de la muestra afirma que efectivamente vacacionan en la zona de Mata Limón, luego el 16% asegura que no pasa su tiempo de vacaciones en el área solo como parada de descanso o bien para buscar almuerzo.

4. De las oportunidades de vacacionar, ¿Cuántas veces visita la zona al año?

Continuando con la pregunta anterior del total de personas encuestadas que sí toman su tiempo de vacaciones en la zona de Mata Limón, se clasificaron según la cantidad de veces que visita la zona al año, en las que se posicionaban entre 1 vez y hasta 6 veces al año, para conocer en promedio el tipo de mercado que tiene mayor frecuencia en vacacionar.

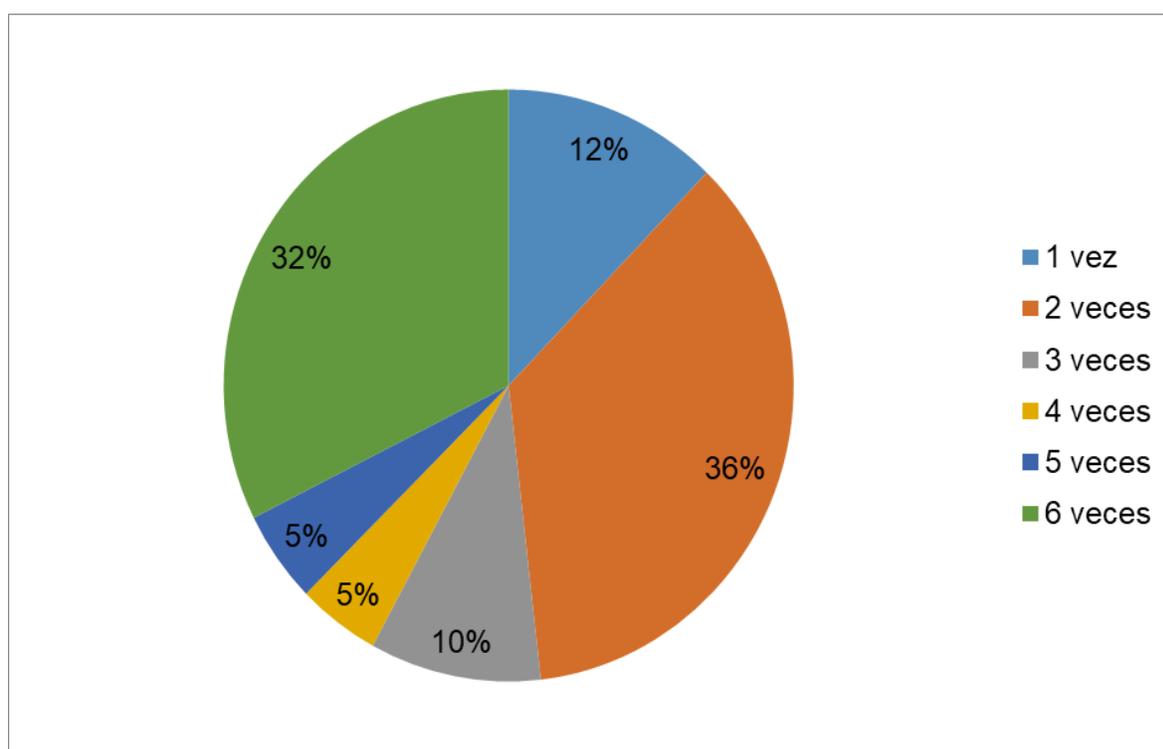
Tabla 4. De las oportunidades de vacacionar, ¿Cuántas veces visita la zona al año?

Distribución	Cantidad de personas
1 vez	34
2 veces	100
3 veces	27
4 veces	13
5 veces	14
6 veces	90
Total	278

Fuente: Elaboración propia. Cuestionario aplicado a los turistas de la zona de Mata Limón de Esparza, 2017.

Según el resultado de las 278 personas de la encuesta, 34 visitan 1 vez al año la zona de Mata Limón, luego 100 personas visitan 2 veces al año la zona de Mata Limón, por consiguiente 27 personas la visitan 3 veces al año después 13 personas visitan 4 veces al año la zona; sin embargo, 14 personas visitan 5 veces al año la zona de Mata Limón y por último 60 personas la visitan 6 veces al año.

Gráfico 4. De las oportunidades de vacacionar, ¿Cuántas veces visita la zona al año?



Fuente: Elaboración propia. Cuestionario aplicado a los turistas de la zona de Mata Limón de Esparza, 2017.

De acuerdo al gráfico expuesto, se evidencia que de las 278 personas encuestadas que corresponde al 100% de la muestra, se interpreta que el 12% de la muestra visitan 1 vez al año la zona de Mata Limón, luego el 36% la visitan 2 veces al año, por consiguiente, el 10% visitan 3 veces al año la zona de Mata Limón, después el 5% la visitan 4 y 5 veces al año y por último, el 32% visitan 6 veces al año la zona de Mata Limón para tomar sus vacaciones.

Analizando las preguntas 3 y 4, se puede observar que el segmento que más se destaca de la muestra es que los turistas sí acostumbran vacacionar en la zona de Esparza, lo que demuestra la viabilidad que existe al adquirir gran porcentaje de demanda por el servicio de alojamiento en el sector de Mata Limón, al ser concurrido por los turistas interesados en pasar sus días de vacaciones en dicha área; los aspectos considerados en la indagación se refieren al interés y predisposición por parte de los consumidores.

Sin embargo, la cantidad de veces en los que normalmente acostumbran salir de vacaciones, corresponde a 2 veces al año, seguido por la opción de 6 veces al año, lo que convierte el lugar en sitio atractivo, el cual se promocionaría dentro de las modalidades del turismo rural comunitario, por desarrollarse en una zona alejada y que demuestra el constante movimiento de clientes que se puede manifestar en el proyecto, dándole cierto nivel de liquidez buscando potencializar el proyecto para lograr mayor sostenibilidad y productividad en su desarrollo, así mismo, se expresa con bases concretas para poder adquirir la suficiente viabilidad de mantener en curso el proyecto

de construcción, dando fe de que los futuros clientes sigan con la percepción del buen servicio.

5. ¿Qué tipo de hospedaje le gusta?

El total de personas encuestadas se clasificaron según preferencia en el tipo de hospedaje, en las que se posicionaban entre 1 estrella hasta 5 estrellas, para conocer en promedio qué tipo de mercado tiene mayor demanda a la hora de buscar su alojamiento para vacacionar.

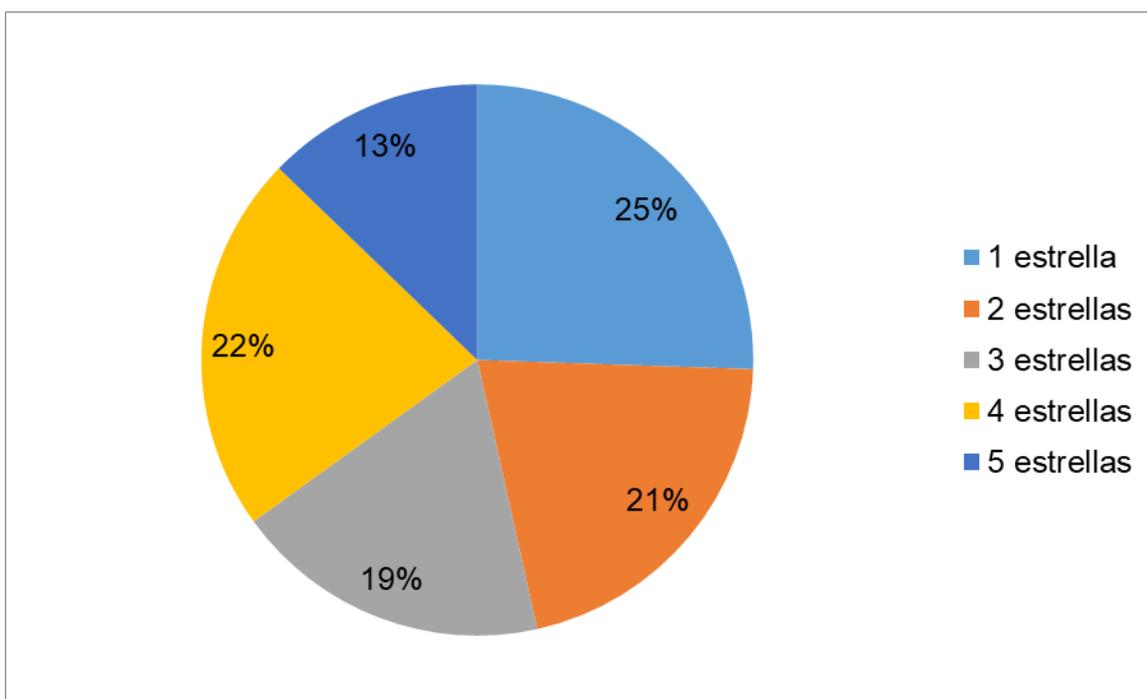
Tabla 5. ¿Qué tipo de hospedaje le gusta?

Distribución	Cantidad de personas
1 estrella	84
2 estrellas	69
3 estrellas	61
4 estrellas	73
5 estrellas	42
Total	329

Fuente: Elaboración propia. Cuestionario aplicado a los turistas de la zona de Mata Limón de Esparza, 2017.

Según el resultado de las 329 personas encuestadas, 84 personas buscan un alojamiento de 1 estrella, luego 69 buscan de 2 estrellas, seguidamente 61 personas buscan un alojamiento de 3 estrellas, después 73 buscan de 4 estrellas y por último, 42 personas buscan un alojamiento de 5 estrellas

Gráfico 5. ¿Qué tipo de hospedaje le gusta?



Fuente: Elaboración propia. Cuestionario aplicado a los turistas de la zona de Mata Limón de Esparza, 2017.

De acuerdo con el gráfico expuesto, se evidencia que de las 329 personas de la encuesta, que corresponde al 100% de la muestra, se interpreta que el 25% de la muestra está buscando un alojamiento de 1 estrella, luego el 21% busca un alojamiento de 2 estrellas, seguidamente por el 19% de la muestra que busca de 3 estrellas, después el 22% de la muestra le interesa un alojamiento de 4 estrellas y por último, el 13% de la muestra está buscando un alojamiento de 5 estrellas.

Analizando la pregunta 5, se puede observar que el segmento que más se destaca de la muestra, prefieren un tipo de alojamiento de 1 estrella, por lo que buscan hospedajes sencillos y económicos que cuenten con instalaciones mínimas; esto da a entender que los consumidores no buscan muchos lujos o instalaciones sofisticadas, buscan simplemente un lugar donde puedan pasar la noche, descansar y con un buen ambiente, localizado cerca de lugares de atracción y con servicio de transporte accesible.

No obstante, otra opción seleccionada fue la de categoría de 4 estrellas con un porcentaje similar, así que los turistas también pueden estar buscando un alojamiento con características como baño privado, camas cómodas, servicio de televisión por cable, zona de parqueo, áreas recreativas como piscina para poder disfrutar en sus días de vacaciones, por lo tanto, esa opción se debe de tomar en cuenta para poder ofrecer la mayor cantidad de servicios que el mercado meta desea sin aumentar los costos, además dada la ubicación del terreno, cabe exponer lo viable y factible que puede llegar a ser, porque se presta para poder abarcar un complejo turístico que reúna la mayor cantidad de características a preferencia de los gustos de los clientes.

6. ¿Cuántos días acostumbra hospedarse en sus vacaciones?

Las personas encuestadas se clasificaron según los días que regularmente acostumbran hospedarse cuando va de vacaciones; en las que se posicionaban las opciones de 2 días en adelante para conocer en promedio qué tipo de mercado tiene mayor frecuencia en vacacionar.

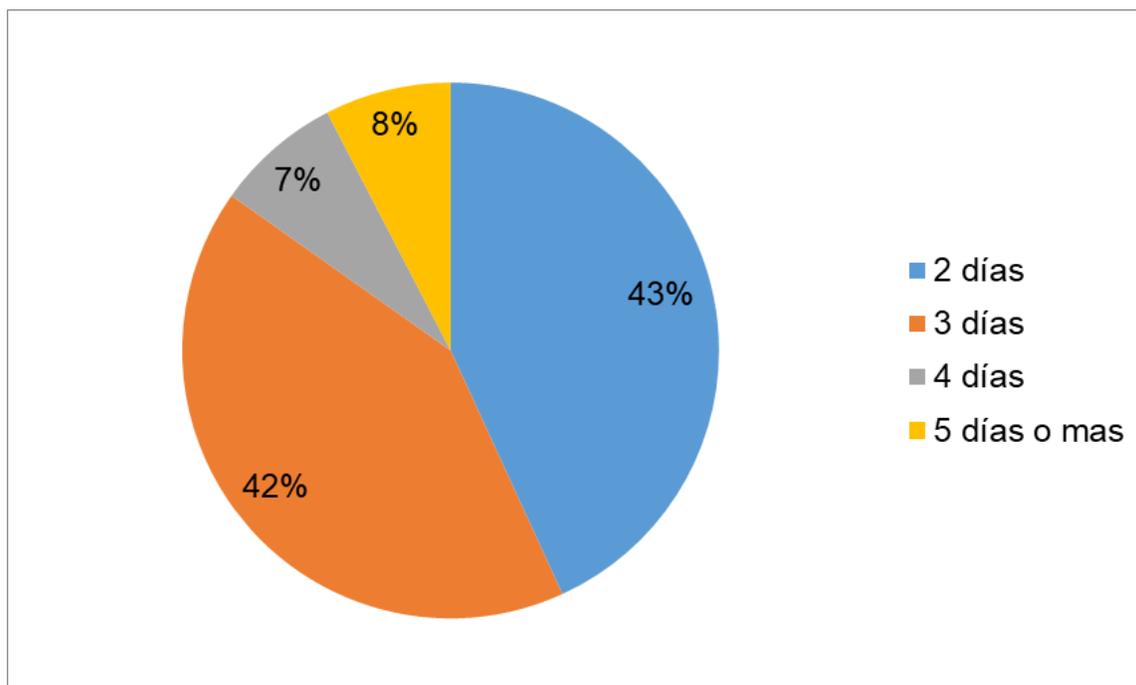
Tabla 6. ¿Cuántos días acostumbra hospedarse en sus vacaciones?

Distribución	Cantidad de personas
2 días	142
3 días	137
4 días	25
5 días o mas	25
Total	329

Fuente: Elaboración propia. Cuestionario aplicado a los turistas de la zona de Mata Limón de Esparza, 2017.

Según el resultado de las 329 personas consultadas, 142 de ellas normalmente se quedan 2 días en alojamiento cuando van de vacaciones, luego 137 se quedan 3 días y por último, 25 personas normalmente se quedan 4 días en alojamiento cuando van de vacaciones e igual cantidad de personas que se quedan 5 días o más.

Gráfico 6. ¿Cuántos días acostumbra hospedarse en sus vacaciones?



Fuente: Elaboración propia. Cuestionario aplicado a los turistas de la zona de Mata Limón de Esparza, 2017.

De acuerdo al gráfico expuesto, se evidencia que de las 329 personas de la encuesta, que corresponde al 100% de la muestra, se interpreta que el 43% de la muestra está ocupada por una población que se queda 2 días en alojamiento cuando van de vacaciones, luego el 42% de la muestra está ocupada por una población que se mantiene 3 días en alojamiento, seguidamente el 7% de la muestra lo ocupada una población que permanece 4 días en alojamiento cuando van de vacaciones y por último, el 8% de la muestra está ocupada por una población que se queda 5 días o más.

7. Cuando acostumbra viajar, ¿acostumbra hacerlo solo o acompañado?

El total de personas encuestadas se clasificaron según su decisión sobre la manera en que regularmente decide vacacionar, ya sea solo o acompañado, para conocer en promedio qué tipo de mercado tiene mayor frecuencia en vacacionar.

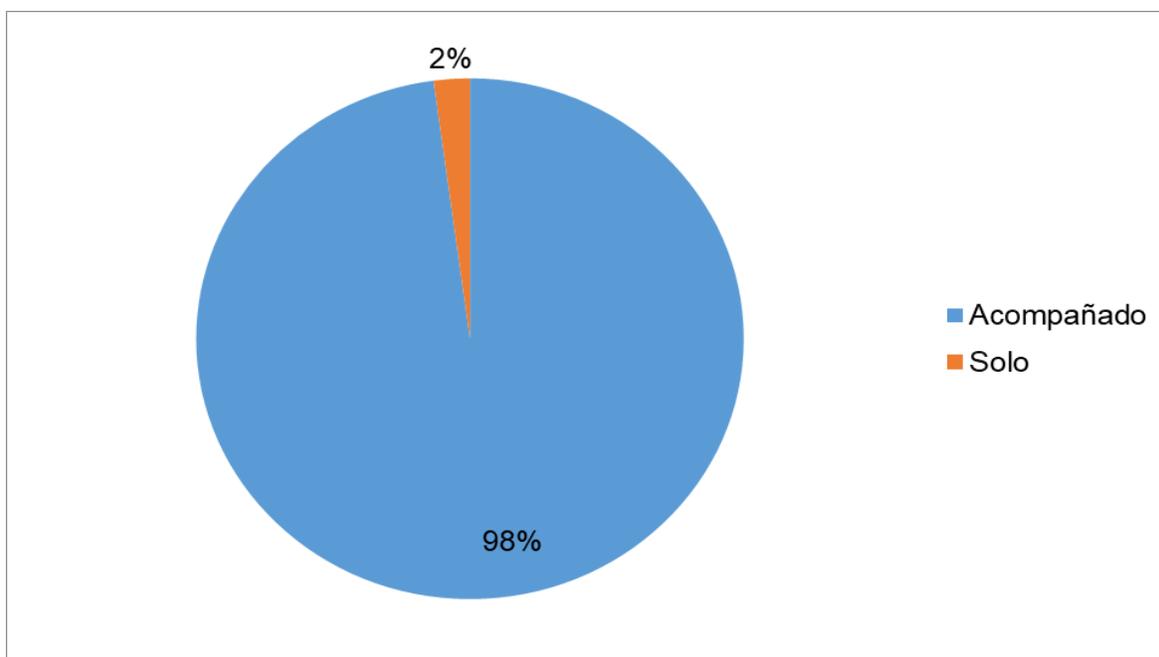
Tabla 7. Cuando acostumbra viajar, ¿acostumbra hacerlo solo o acompañado?

Distribución	Cantidad de personas
Acompañado	322
Solo	7
Total	329

Fuente: Elaboración propia. Cuestionario aplicado a los turistas de la zona de Mata Limón de Esparza, 2017.

Según el resultado de las 329 personas encuestadas, 322 personas normalmente salen de vacaciones acompañados, por consiguiente 7 prefieren salir a vacacionar solos.

Gráfico 7. Cuando acostumbra viajar, ¿acostumbra hacerlo solo o acompañado?



Fuente: Elaboración propia. Cuestionario aplicado a los turistas de la zona de Mata Limón de Esparza, 2017.

De acuerdo al gráfico expuesto, se evidencia que de los 329 encuestados que corresponde al 100% de la muestra, se interpreta que el 98% normalmente sale a vacaciones acompañados, por consiguiente solo el 2% de la muestra prefieren salir a vacaciones solos.

8. Cuando viaja acompañado, ¿con cuántas personas acostumbra viajar?

Continuando con la pregunta anterior del total de personas encuestadas que prefieren vacacionar acompañados, se clasificaron según la cantidad de personas que lo acompañan cuando sale de vacaciones, en las que se posicionaban entre 1 persona en adelante para conocer en promedio qué tipo de mercado tiene mayor frecuencia en vacacionar.

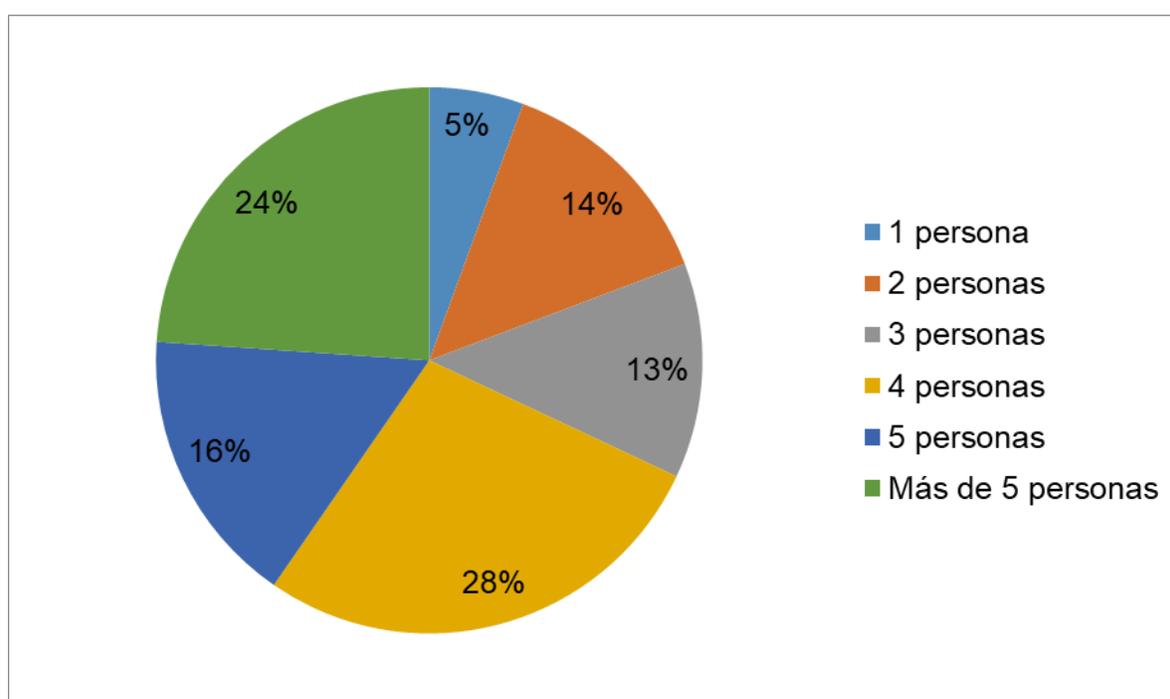
Tabla 8. Cuando viaja acompañado, ¿con cuántas personas acostumbra viajar?

Distribución	Cantidad de personas
1 persona	18
2 personas	44
3 personas	41
4 personas	89
Más de 5 personas	77
Total	322

Fuente: Elaboración propia. Cuestionario aplicado a los turistas de la zona de Mata Limón de Esparza, 2017.

Según el resultado de las 322 personas de la encuesta, 18 de ellas normalmente van de vacaciones acompañadas por 1 persona, luego 44 van acompañadas por 2 personas, por consiguiente 41 personas van acompañadas por 3 personas, sin embargo, 89 personas normalmente van de vacaciones acompañadas por 4 personas, después 53 personas lo hacen con 5 personas más y por último, 77 van de vacaciones con más de 5 personas.

Gráfico 8. Cuando viaja acompañado, ¿con cuántas personas acostumbra viajar?



Fuente: Elaboración propia. Cuestionario aplicado a los turistas de la zona de Mata Limón de Esparza, 2017.

De acuerdo al gráfico expuesto, se evidencia que de los 322 encuestados que corresponde al 100% de la muestra, se interpreta que el 5% de la muestra normalmente van de vacaciones acompañadas por 1 persona, luego el 14% de la muestra normalmente lo hace con 2 personas, por consiguiente el 13% de la muestra normalmente van de vacaciones acompañadas por 3 personas, después el 28% de la muestra van de vacaciones acompañadas por 4 personas, sin embargo el 16% lo hace acompañados por 5 personas y por último, el 24% de la muestra normalmente van de vacaciones acompañadas por más de 5 personas.

Analizando las respuestas a las preguntas 6, 7 y 8, se observa que el segmento que más se destaca de la muestra sale a vacacionar por 2 días que incluye 1 noche como parte de la estadía, por lo que la cualidad de bienestar y comodidad de los visitantes es fundamental para descansar en lugares ubicados en áreas naturales para visitar los sitios turísticos en familia; para disfrutar de la cultura y costumbres de la zona; además, los visitantes normalmente viajan acompañados y acostumbran salir con 4 personas, así que las instalaciones deben de estar equipadas de manera que los futuros consumidores puedan permanecer dicho tiempo de la forma más placentera y satisfactoria posible, con el plan de ofrecer el mejor servicio.

En este caso, el nivel de productividad que puede alcanzar el proyecto es bastante admisible, porque se estima que cada vez que los clientes en su mayoría acompañados desean vacacionar, esto implica pasar mínimo 1 noche en el complejo turístico y también se aprovechan los recursos naturales que ofrece el lugar de manera soluble.

9. ¿Cuándo vacaciona en dónde se hospeda?

Las personas encuestadas se clasificaron según su decisión sobre dónde prefieren hospedarse cuando van a vacacionar, en los que se posicionaban en las opciones de cabinas, hotel o bien en la casa de un familiar, para conocer en promedio qué tipo de mercado tiene mayor frecuencia en vacacionar.

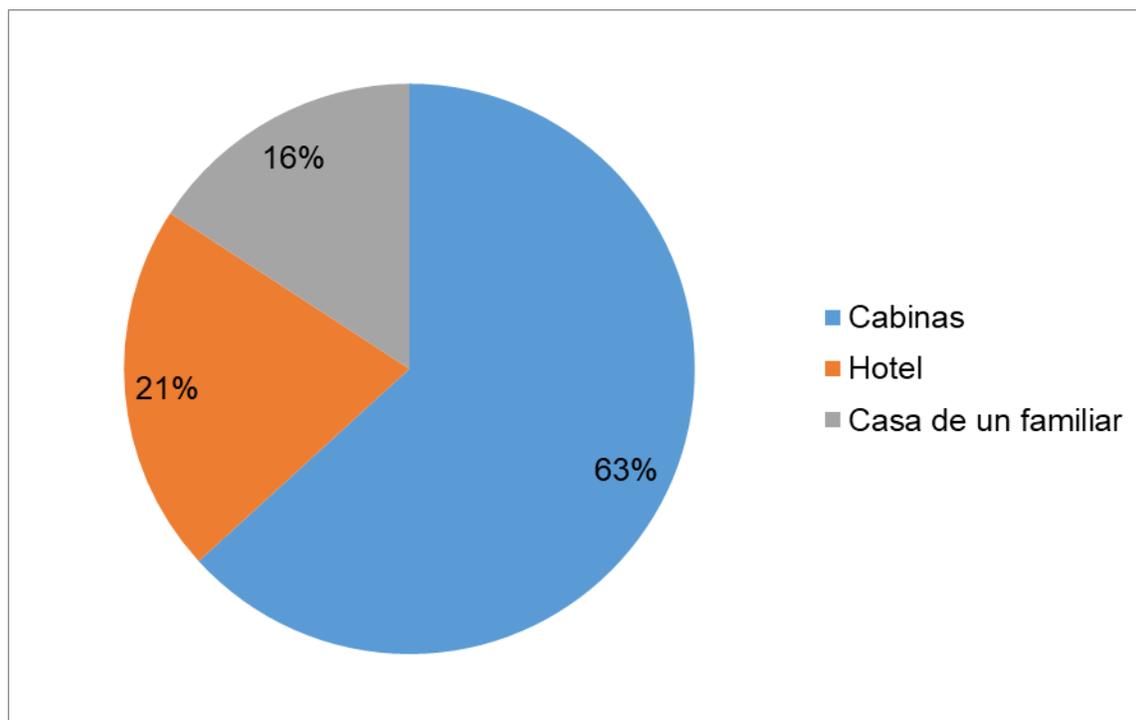
Tabla 9. ¿Cuándo vacaciona en dónde se hospeda?

Distribución	Cantidad de personas
Cabinas	208
Hotel	69
Casa de un familiar	52
Total	329

Fuente: Elaboración propia. Cuestionario aplicado a los turistas de la zona de Mata Limón de Esparza, 2017.

Según el resultado de los 329 encuestados, 208 personas normalmente prefieren hospedarse en cabinas, luego 69 personas lo hacen en un hotel y por último, 52 personas normalmente prefiere hospedarse en la casa de un familiar cuando planean salir de vacaciones.

Gráfico 9. ¿Cuando vacaciona en dónde se hospeda?



Fuente: Elaboración propia. Cuestionario aplicado a los turistas de la zona de Mata Limón de Esparza, 2017.

De acuerdo al gráfico expuesto, se evidencia que de las 329 personas de la encuesta, que corresponde al 100% de la muestra, se interpreta que el 63% de ellas normalmente prefiere hospedarse en cabinas, luego el 21% de la muestra normalmente prefiere hospedarse en un hotel y por último, el 16% lo hace en la casa de un familiar cuando van a vacacionar.

10. ¿Cuándo vacaciona en cabinas u hoteles qué tipo de alojamiento busca?

El total de personas encuestadas se clasificaron según su decisión sobre qué tipo de alojamiento busca cuando va a vacacionar, en los que se posicionaban en las opciones de cabinas equipadas y habitaciones sencillas, para conocer en promedio qué tipo de mercado tiene mayor frecuencia al vacacionar.

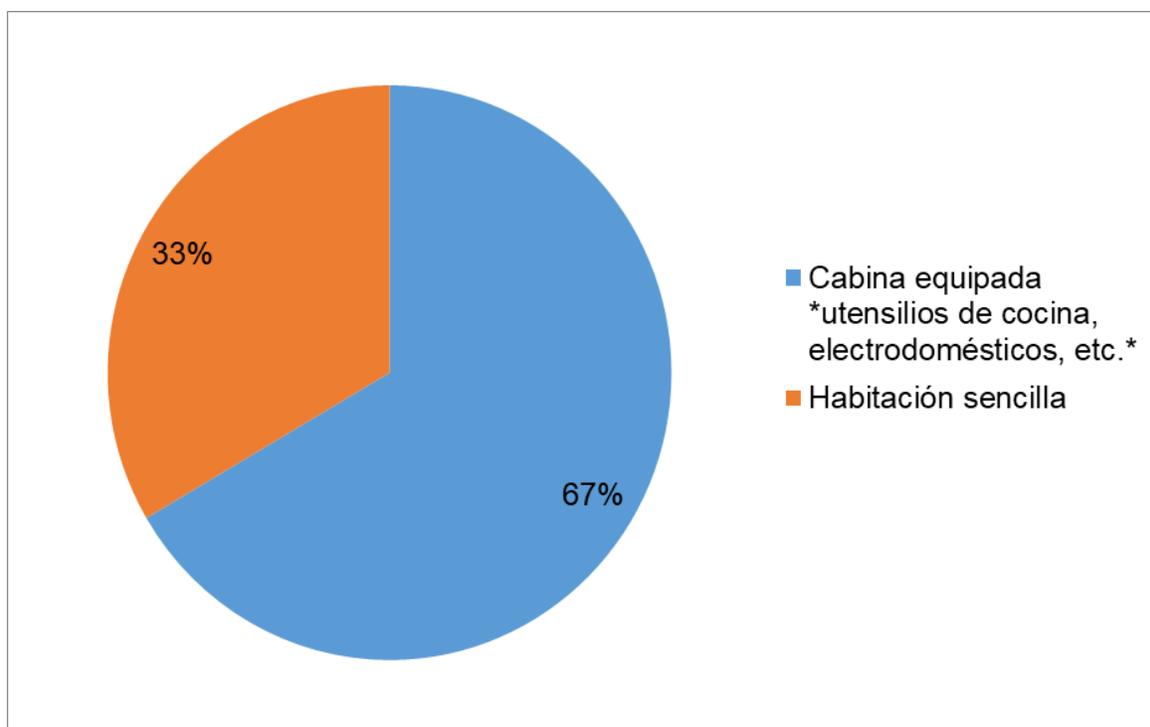
Tabla 10. ¿Cuándo vacaciona en cabinas u hoteles qué tipo de alojamiento busca?

Distribución	Cantidad de personas
Cabina equipada *utensilios de cocina, electrodomésticos, etc.*	219
Habitación sencilla	110
Total	329

Fuente: Elaboración propia. Cuestionario aplicado a los turistas de la zona de Mata Limón de Esparza, 2017.

Según el resultado de las 329 personas encuestadas, 219 de ellas normalmente prefieren el tipo de alojamiento en cabinas equipadas, por consiguiente, 110 personas prefieren la habitación sencilla cuando planean salir de vacaciones.

Gráfico 10. ¿Cuando vacaciona en cabinas u hoteles qué tipo de alojamiento busca?



Fuente: Elaboración propia. Cuestionario aplicado a los turistas de la zona de Mata Limón de Esparza, 2017.

De acuerdo con el gráfico expuesto, se evidencia que de las 329 personas encuestadas que corresponde al 100% de la muestra, se interpreta que el 67% de la muestra normalmente prefiere el tipo de alojamiento en cabinas equipadas, por consiguiente, el restante 33% prefiere el tipo de alojamiento en habitaciones sencillas cuando van a vacacionar.

11. ¿Qué tipo de comodidades busca?

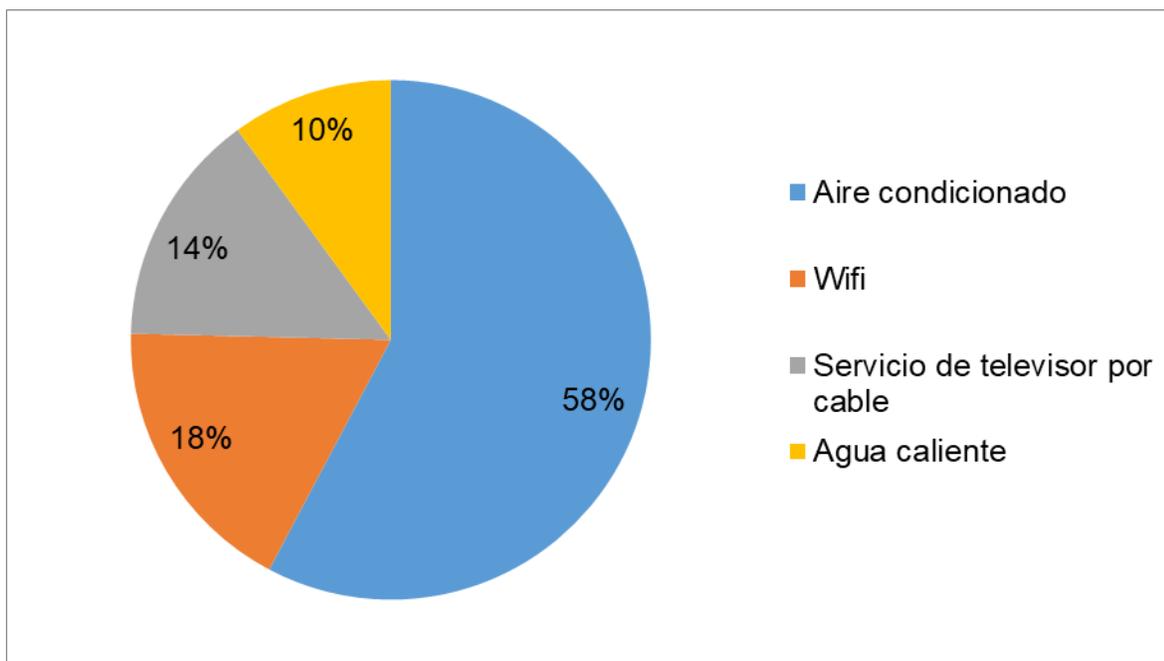
El total de personas encuestadas se clasificaron según el tipo de comodidades que buscan cuando van a vacacionar, en los que se posicionaban las opciones de aire acondicionado, Wifi, servicio de televisión por cable y agua caliente, para conocer en promedio qué tipo de mercado tiene mayor frecuencia al vacacionar.

Tabla 11. ¿Qué tipo de comodidades busca?

Distribución	Cantidad de personas
Aire acondicionado	190
Wifi	58
Servicio de televisión por cable	48
Agua caliente	33
Total	329

Fuente: Elaboración propia. Cuestionario aplicado a los turistas de la zona de Mata Limón de Esparza, 2017.

Según el resultado de los 329 encuestados, 190 personas escogieron el aire acondicionado como principal comodidad, luego 58 personas decidieron que el Wifi, después 48 personas por servicio de televisión por cable como principal comodidad y por último, 33 personas escogieron el agua caliente como principal comodidad cuando planean salir de vacaciones.

Gráfico 11. ¿Qué tipo de comodidades busca?

Fuente: Elaboración propia. Cuestionario aplicado a los turistas de la zona de Mata Limón de Esparza, 2017.

De acuerdo al gráfico expuesto se evidencia que de las 329 personas encuestadas que corresponde al 100% de la muestra, se interpreta que el 58% de la muestra decidió que el aire acondicionado es la principal comodidad, luego el 18% de la muestra se inclinó por el Wifi como principal comodidad, después el 14% de la muestra decidió que el servicio de televisión por cable y por último, el 10% de la muestra decidió que el agua caliente era la principal comodidad cuando van a vacacionar.

12. ¿Cuánto regularmente invierte por noche en alojamiento?

El total de personas encuestadas se clasificaron según el presupuesto que regularmente invierten por noche en alojamiento cuando van a vacacionar, donde se posicionaron las opciones de entre 20.000 colones en adelante, para conocer en promedio qué tipo de mercado tiene mayor frecuencia al vacacionar.

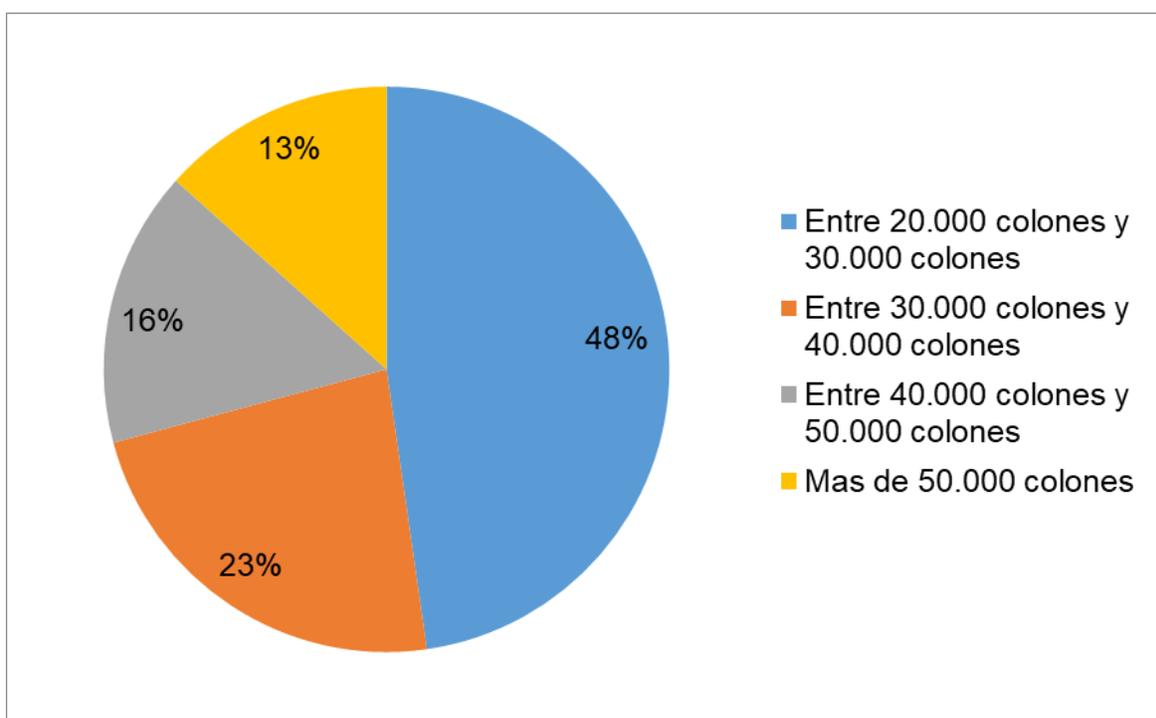
Tabla 12. ¿Cuánto regularmente invierte por noche en alojamiento?

Distribución	Cantidad de personas
Entre 20.000 y 30.000 colones	157
Entre 30.000 y 40.000 colones	76
Entre 40.000 y 50.000 colones	52
Más de 50.000 colones	44
Total	329

Fuente: Elaboración propia. Cuestionario aplicado a los turistas de la zona de Mata Limón de Esparza, 2017.

Según el resultado de las 329 consultas de la encuesta, 157 personas tiene presupuestado invertir por noche en alojamiento entre los 20.000 y 30.000 colones, luego 76 personas prefieren invertir por noche en alojamiento entre 30.000 y 40.000 colones, después 52 personas tienen presupuestado para invertir por noche en alojamiento entre 40.000 y 50.000 colones y por último, 44 personas presupuestan por noche más de 50.000 colones cuando planean salir de vacaciones.

Gráfico 12. ¿Cuánto regularmente invierte por noche en alojamiento?



Fuente: Elaboración propia. Cuestionario aplicado a los turistas de la zona de Mata Limón de Esparza, 2017.

De acuerdo al gráfico expuesto, se evidencia que de las 329 personas encuestadas que corresponde al 100% de la muestra, se interpreta que el 48% de la muestra tiene presupuestado invertir por noche en alojamiento entre los 20.000 y 30.000 colones, luego el 23% de la muestra tiene presupuestado invertir por noche en alojamiento entre los 30.000 y 40.000 colones, después el 16% de la muestra presupuesta entre 40.000 y 50.000 colones y por último, el 13% de la muestra tiene presupuestado invertir por noche en alojamiento más de 50.000 colones cuando planean salir de vacaciones.

Analizando las respuestas a las preguntas 9, 10, 11 y 12, se puede observar que el segmento que más se destaca de la muestra que prefieren el alojamiento en cabinas y que desean que fueran equipadas con electrodomésticos, utensilios de cocina, entre otras cosas, de acuerdo a los requerimientos y sobretodo adecuados para brindarle al cliente un servicio de calidad, dándole la principal comodidad del aire acondicionado, ya que es una de las principales comodidades que solicitan según la mayor cantidad de respuestas; pero también hay que mantener el margen de costos al mínimo, ya que el poder adquisitivo que mantiene el segmento meta corresponde a la inversión de 20.000 a 30.000 colones por noche.

Cabe razonar cómo distribuir el equipamiento de las cabinas para tener los servicios básicos en cada una, porque podría elevar el costo de estas y perder al consumidor por tema de calidad o confort versus el precio por noche en la cabina, el análisis que existe es complejo, porque entra en riesgo la viabilidad que existe con la demanda del servicio, pero se toman en cuenta los suministros que incluye.

13. ¿Cuál es el motivo de sus vacaciones?

El total de personas encuestadas fueron clasificadas según el motivo de sus vacaciones, entre los que se posicionaron las opciones de placer y bienestar, aventura, deportes, cultura y ecoturismo; para conocer en promedio qué tipo de mercado tiene mayor frecuencia al vacacionar.

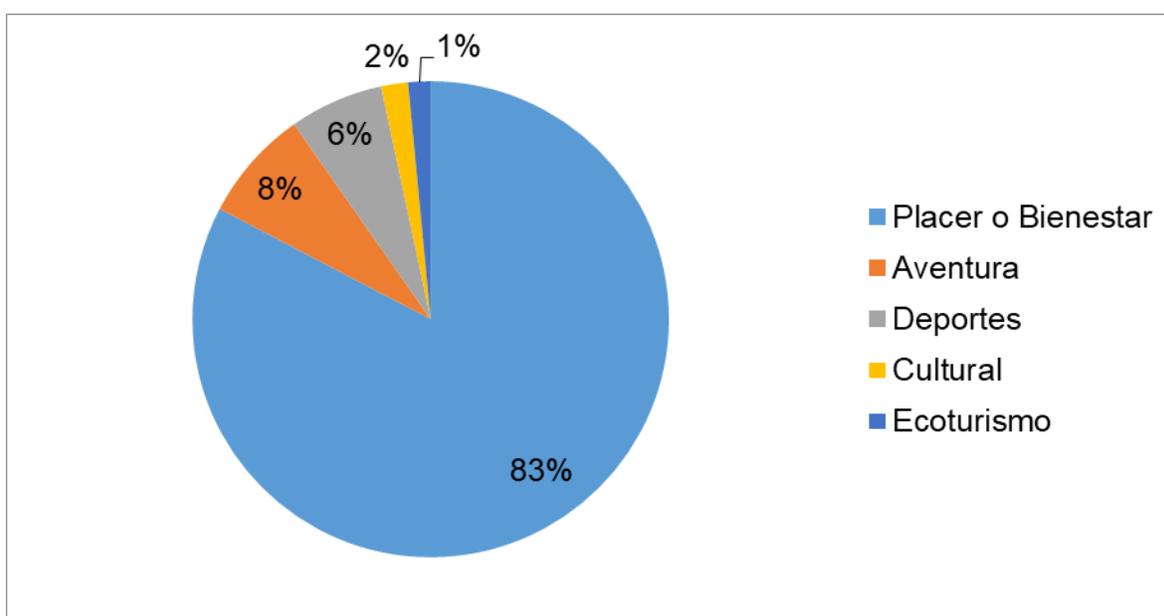
Tabla 13. ¿Cuál es el motivo de sus vacaciones?

Distribución	Cantidad de personas
Placer o Bienestar	272
Aventura	25
Deportes	21
Cultural	6
Ecoturismo	5
Total	329

Fuente: Elaboración propia. Cuestionario aplicado a los turistas de la zona de Mata Limón de Esparza, 2017.

Según el resultado de los 329 encuestados, 272 personas decidieron placer o bienestar como el motivo de sus vacaciones, luego 25 decidieron aventura como el motivo de sus vacaciones, después 21 personas se decidieron por el deporte como el motivo de sus vacaciones, sin embargo, 6 personas decidieron cultura como el principal motivo y por último, 5 personas decidieron ecoturismo como el motivo de sus vacaciones cuando planean salir de vacaciones.

Gráfico 13. ¿Cuál es el motivo de sus vacaciones?



Fuente: Elaboración propia. Cuestionario aplicado a los turistas de la zona de Mata Limón de Esparza, 2017.

En el gráfico expuesto se evidencia que de las 329 personas encuestadas que corresponde al 100% de la muestra, se interpreta que el 83% de la muestra decidieron placer o bienestar como el motivo de sus vacaciones, luego el 8% de las personas se decidieron por la aventura como el motivo de sus vacaciones, después el 6% de la muestra se decidió por el deporte; sin embargo, el 2% de la muestra decidieron cultura como el motivo de sus vacaciones y por último, el 1% de la muestra decidió ecoturismo como el motivo de sus vacaciones cuando planean salir de vacaciones.

Analizando la pregunta 13, se puede observar que el segmento que más se destaca de la muestra, corresponde al placer y bienestar; así que hay que brindarle al consumidor una experiencia de descanso en contacto con un ambiente de paz y tranquilidad, para compensar el nivel de comodidad y confort que busca, por lo tanto, como el motivo principal de las vacaciones de los visitantes se debe a la tradición o costumbre de viajar a lugares cálidos, esto beneficia al proyecto en desarrollo, ya que se encuentra en una zona de temperatura tropical situado alrededor de playas, ríos, manglares, cascadas con una belleza panorámica, lo cual es un elemento determinante para asegurar la estancia del turista, porque es uno de los atributos más reconocidos del lugar.

14. ¿En qué días de la semana acostumbra vacacionar?

El total de personas encuestadas se clasificaron según los días de la semana en que acostumbran vacacionar, logrando buena posición las opciones de fin de semana y entre semana para conocer en promedio qué tipo de mercado tiene mayor frecuencia al vacacionar.

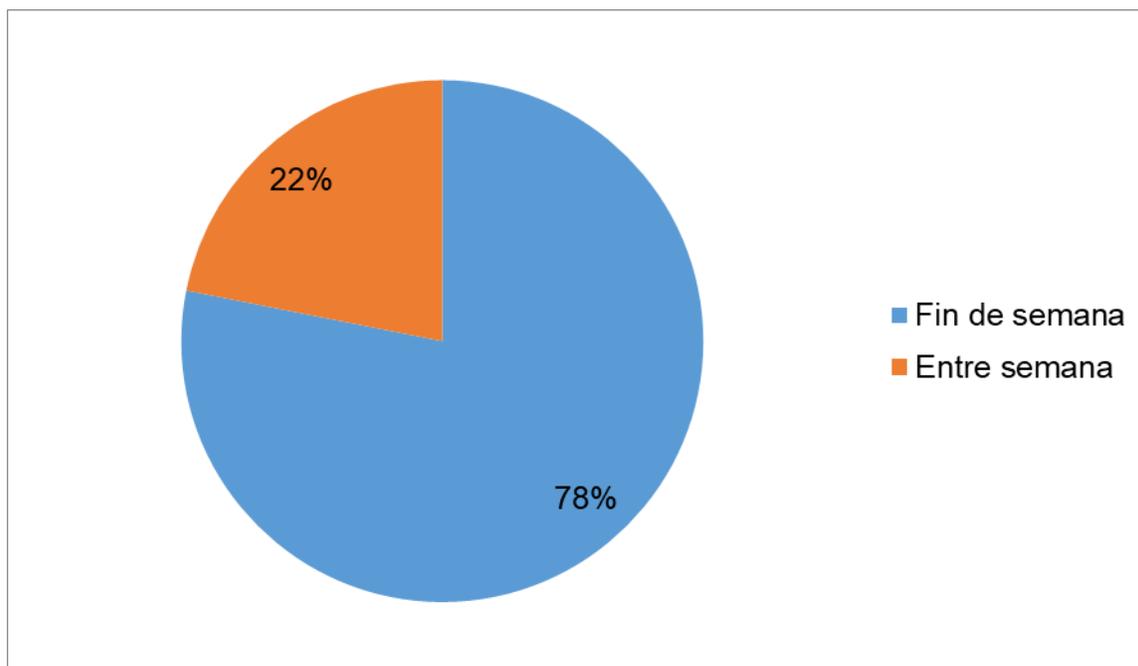
Tabla 14. ¿En qué días de la semana acostumbra vacacionar?

Distribución	Cantidad de personas
Fin de semana	257
Entre semana	72
Total	329

Fuente: Elaboración propia. Cuestionario aplicado a los turistas de la zona de Mata Limón de Esparza, 2017.

Según el resultado de las 329 personas de la encuesta, 257 personas prefieren vacacionar los días de fin de semana, por consiguiente las restantes 72 prefieren hacerlo los días de entre semana.

Gráfico 14. ¿En qué días de la semana acostumbra vacacionar?



Fuente: Elaboración propia. Cuestionario aplicado a los turistas de la zona de Mata Limón de Esparza, 2017.

De acuerdo al gráfico expuesto, se evidencia que de las 329 personas encuestadas que corresponde al 100% de la muestra, se interpreta que el 78% de la muestra prefieren vacacionar los días de fin de semana, por consiguiente, el 22% restante de personas prefieren los días de entre semana cuando planean salir de vacaciones.

Analizando la pregunta 14, se puede observar que el segmento que más se destaca de la muestra, es que a la mayoría les gusta hospedarse los fines de semana aprovechando los días libres o bien los feriados del año, para poder salir de su rutina diaria por lo que adicional al servicio regular, este se puede enfocar en brindar más

apoyo, ya que se estima la necesidad de tener mayor cantidad de consumidores en dichos días.

15. ¿Considera usted importante que las instalaciones de alojamiento cuenten con un área para esparcimiento social?

Al total de personas encuestadas se les consultó si consideran importante que las instalaciones de alojamiento cuenten con un área para esparcimiento social, en donde se posicionaban en ambas opciones de si es importante o no para conocer en promedio qué tipo de mercado tiene mayor frecuencia al vacacionar.

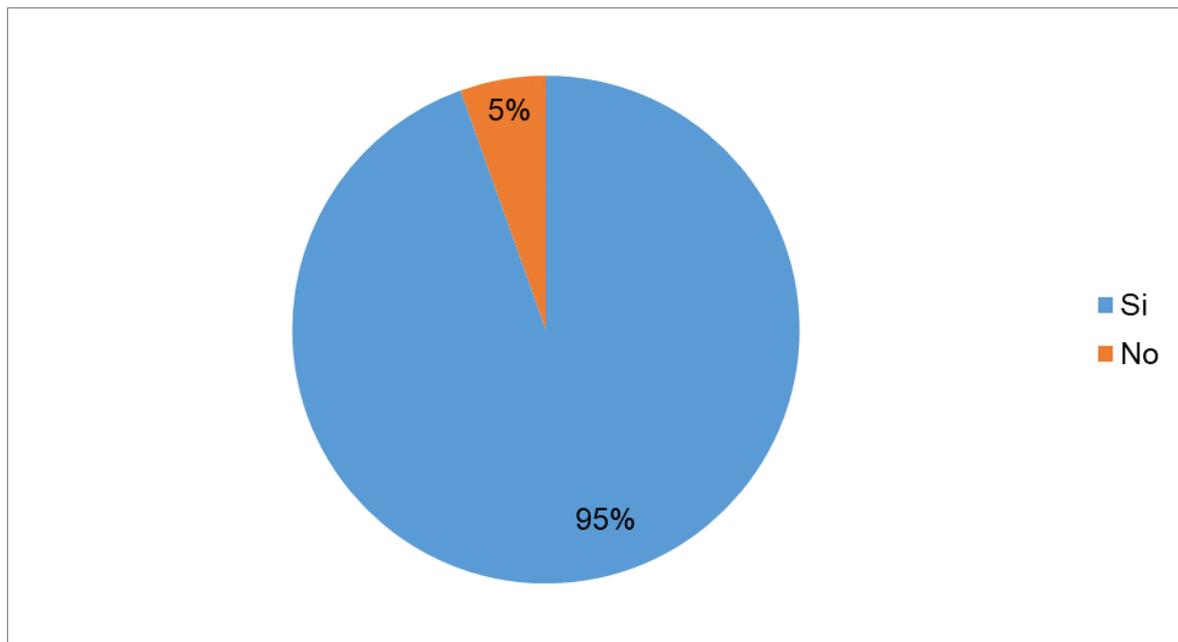
Tabla 15. ¿Considera usted importante que las instalaciones de alojamiento cuenten con un área para esparcimiento social?

Distribución	Cantidad de personas
Sí	311
No	18
Total	329

Fuente: Elaboración propia. Cuestionario aplicado a los turistas de la zona de Mata Limón de Esparza, 2017.

Según el resultado de las 329 personas encuestadas, 311 personas sí consideraron importante que las instalaciones de alojamiento cuenten con un área para esparcimiento social, por consiguiente las restantes 18 personas no lo consideraron importante al vacacionar.

Gráfico 15. ¿Considera usted importante que las instalaciones de alojamiento cuenten con un área para esparcimiento social?



Fuente: Elaboración propia. Cuestionario aplicado a los turistas de la zona de Mata Limón de Esparza, 2017.

De acuerdo al gráfico expuesto, se evidencia que de las 329 personas encuestadas que corresponde al 100% de la muestra, el 95% de ellas sí considera importante que las instalaciones de alojamiento cuenten con un área para esparcimiento social, por consiguiente, el 5% restante no considera importante que las instalaciones de alojamiento cuenten con un área para esparcimiento social cuando planean salir de vacaciones.

16. ¿Cuál opción pensaría la más adecuada para esta zona de esparcimiento social?

Continuando con la pregunta anterior del total de personas encuestadas que sí considera importante que las instalaciones de alojamiento cuenten con un área para esparcimiento social, se clasificaron según la opción de cuáles serían las adecuadas para esta zona, entre las que se posicionaron la piscina, rancho con parrilla, terraza de relajación (solárium) o sala de juegos; para conocer en promedio qué tipo de mercado tiene mayor frecuencia al vacacionar.

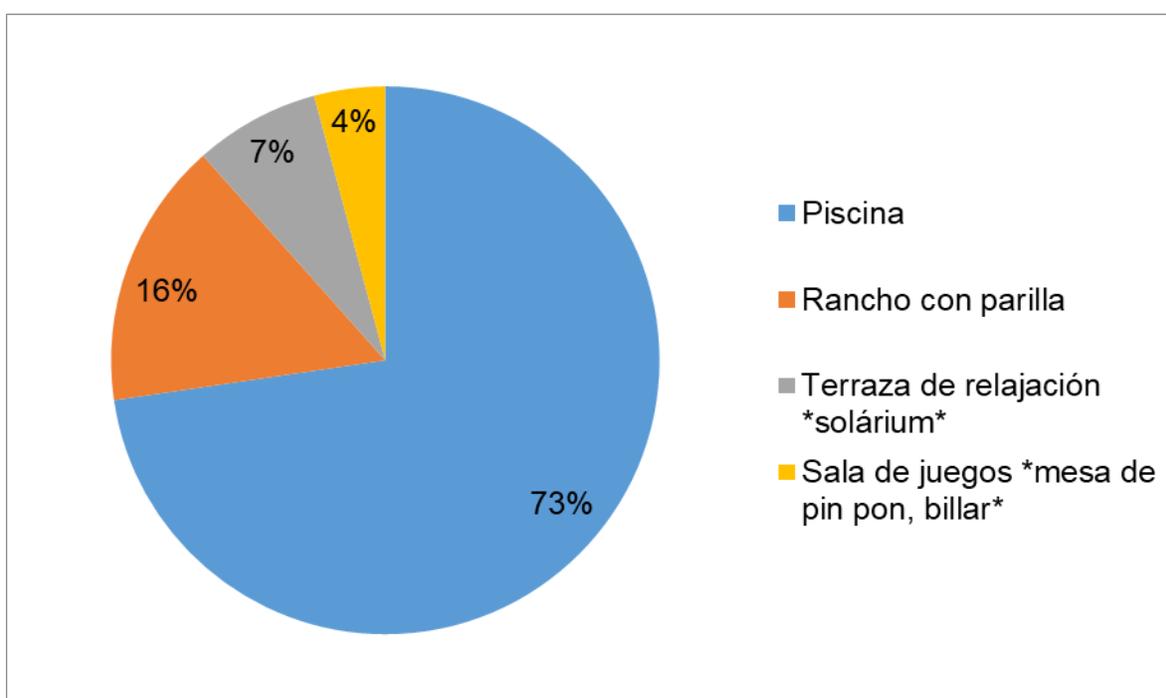
Tabla 16. ¿Cuál opción pensaría la más adecuada para esta zona de esparcimiento social?

Distribución	Cantidad de personas
Piscina	226
Rancho con parrilla	49
Terraza de relajación *solárium*	23
Sala de juegos *mesa de pin pon, billar*	13
Total	311

Fuente: Elaboración propia. Cuestionario aplicado a los turistas de la zona de Mata Limón de Esparza, 2017.

Según el resultado de las 311 personas encuestadas, 226 personas prefieren la opción de la piscina como área para esparcimiento social, luego 29 personas prefieren la opción del rancho con parrilla, después 23 prefieren la opción de la terraza de relajación y por último, 13 personas prefieren la opción de la sala de juegos como área para esparcimiento social cuando planean salir de vacaciones.

Gráfico 16. ¿Cuál opción pensaría la más adecuada para esta zona de esparcimiento social?



Fuente: Elaboración propia. Cuestionario aplicado a los turistas de la zona de Mata Limón de Esparza, 2017.

De acuerdo al gráfico expuesto, se evidencia que de las 311 encuestas que corresponde al 100% de la muestra, se interpreta que el 73% de la muestra prefieren la opción de la piscina como área para esparcimiento social, luego el 16% prefieren la opción del rancho con parrilla, después el 7% prefieren la opción de la terraza de relajación y por último, el 4% prefieren la opción de la sala de juegos como área para esparcimiento social cuando planean salir de vacaciones.

Analizando las respuestas a las preguntas 15 y 16, se puede observar que el segmento que más se destaca de la muestra, es que la mayoría consideran importante un área de esparcimiento social para realizar alguna actividad recreativa mientras se encuentran en su estadía; así que el mayor porcentaje de respuestas confirman que una piscina sería lo más indicado a ser parte de la experiencia del servicio, ya que entretiene tanto a adultos como a niños, además se debe enfatizar que alrededor de la zona de Mata Limón solo uno de los competidores directos tiene la exclusividad de una piscina, lo cual le garantiza la visita de muchos consumidores, así mismo, es importante tomarlo en consideración para que también sea parte de esta oferta y aprovecharla con la ventaja competitiva de ser un proyecto nuevo e innovador.

Además, la adquisición de la piscina sí es viable en el sector, ya que el terreno cuenta con las cualidades necesarias como amplio espacio y disposición de mantenimiento para que el activo pueda desempeñarse lo mejor posible y sacarle el mayor nivel de productividad conforme se va depreciando así se aprovecha la rentabilidad que genera, al atraer un gran porcentaje de demanda al complejo turístico.

17. Para vacacionar, ¿cuál es su medio de transporte más utilizado?

El total de personas encuestadas se clasificaron de acuerdo a su medio de transporte más utilizado para vacacionar, entre los que se posicionaron las opciones del automóvil, servicio de autobús público, servicio de autobús privado colectivo y motocicletas para conocer en promedio qué tipo de mercado tiene mayor frecuencia al vacacionar.

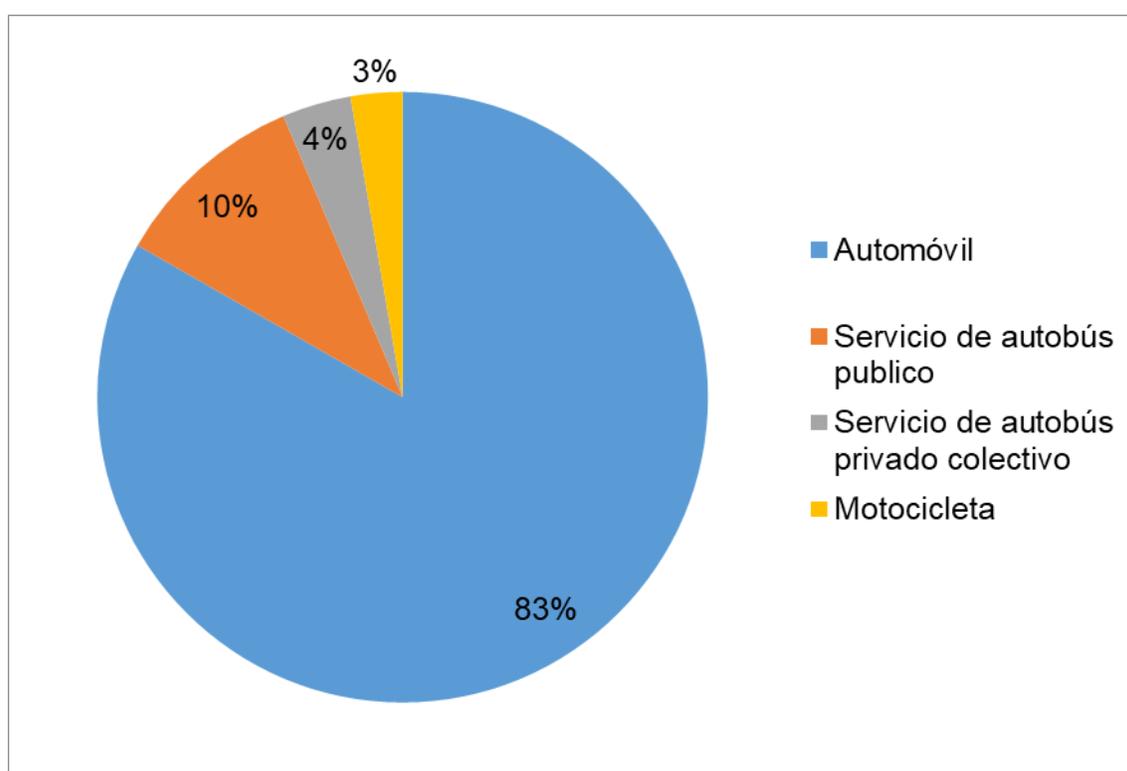
Tabla 17. Para vacacionar, ¿cuál es su medio de transporte más utilizado?

Distribución	Cantidad de personas
Automóvil	274
Servicio de autobús público	34
Servicio de autobús privado colectivo	12
Motocicleta	9
Total	329

Fuente: Elaboración propia. Cuestionario aplicado a los turistas de la zona de Mata Limón de Esparza, 2017.

Según el resultado de las 329 personas encuestadas, 274 personas utilizan el automóvil como medio de transporte, luego 34 utilizan el servicio de autobús público como medio de transporte, seguidamente 12 personas utilizan el servicio de autobús privado colectivo y por último, 9 personas utilizan motocicleta como medio de transporte.

Gráfico 17. Para vacacionar, ¿cuál es su medio de transporte más utilizado?



Fuente: Elaboración propia. Cuestionario aplicado a los turistas de la zona de Mata Limón de Esparza, 2017.

De acuerdo al gráfico expuesto, se evidencia que de las 329 personas encuestadas que corresponde al 100% de la muestra, se interpreta que el 83% de la muestra utilizan el automóvil como medio de transporte, luego el 10% utilizan el servicio de autobús público, seguidamente el 4% de la muestra utilizan el servicio de autobús privado como medio de transporte y por último, el 3% de la muestra utilizan la motocicleta.

Analizando las respuestas a la pregunta 17, se puede observar que el segmento que más se destaca de la muestra viaja en su propio automóvil; así que hay que considerar el mantenimiento de la carretera para el acceso a las instalaciones tanto para vehículos todo terreno o 4 x 4 como también para los automóviles familiares, además de la movilización desde y hacia la zona de Mata Limón, la cual queda carretera a Caldera utilizando la ruta 27, lo cual facilita el traslado desde cualquier zona del país hasta las cabinas en desarrollo. Por consiguiente, se deben tomar en cuenta espacios para parqueo como parte de las instalaciones, ya que los turistas deben de mantener en algún área su automóvil de manera convincente para evitar preocupaciones del turista sobre la seguridad de su vehículo, por lo que conviene mantenerlo cerca de su lugar de alojamiento.

Esta oportunidad es una opción accesible para el proyecto, ya que al principio de la inversión, la construcción del complejo turístico, no se va a tomar el total de las dimensiones del terreno, por lo que se pueden asignar sin problema varias zonas para estacionamiento, aprovechando el espacio y dándole valor al lugar y calidad al complejo turístico, mientras se llega a adaptar algún otro proyecto o idea para ampliar o

desarrollar las instalaciones, al comprobar el poder de viabilidad que se evidencia con los resultados de la iniciación del proyecto en construcción.

18. ¿Viaja con mascotas?

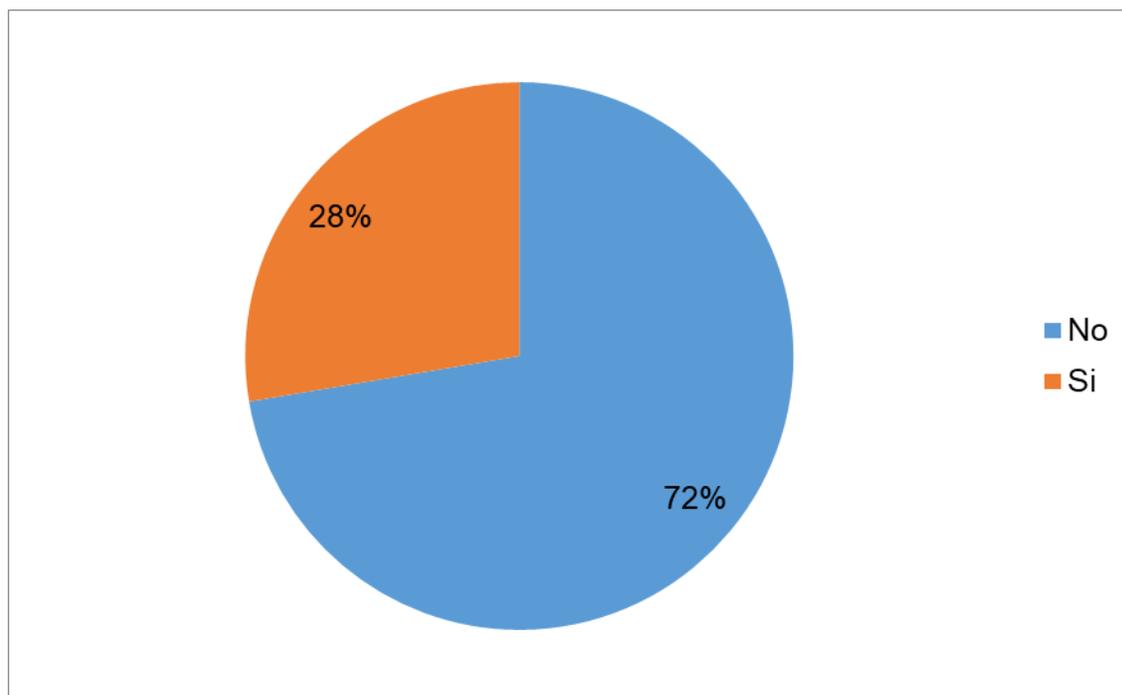
Al total de personas encuestadas se les consultó si viaja con mascotas, en las que se posicionaron las opciones entre sí viaja con mascotas o no, para conocer en promedio qué tipo de mercado tiene mayor frecuencia al vacacionar.

Tabla 18. ¿Viaja con mascotas?

Distribución	Cantidad de personas
No	238
Sí	91
Total	329

Fuente: Elaboración propia. Cuestionario aplicado a los turistas de la zona de Mata Limón de Esparza, 2017.

Según el resultado de las 329 personas encuestadas, 238 personas afirman que no viajan con mascotas en su tiempo de vacaciones, seguidamente 91 personas afirman que sí viajan con mascotas.

Gráfico 18. ¿Viaja con mascotas?

Fuente: Elaboración propia. Cuestionario aplicado a los turistas de la zona de Mata Limón de Esparza, 2017.

De acuerdo al gráfico expuesto, se evidencia que de las 329 personas sometidas a la encuesta que corresponde al 100% de la muestra, se interpreta que el 72% de la muestra afirman que no viajan con mascotas mientras que el 28% de la muestra afirman que sí viajan con mascotas en su tiempo de vacaciones.

Analizando resultados a la pregunta 18, se puede observar que el segmento que más se destaca de la muestra no se encuentra interesado en viajar de vacaciones con mascotas, por lo que no es necesario realizar alteraciones en el plan de desarrollo de las cabinas para adaptar esta necesidad del turista, de igual manera puede ser considerado el alojamiento de animales según sus cualidades.

19. ¿Cuál es el factor que determina su elección de hospedaje?

El total de personas encuestadas se clasificaron según el factor que determina su elección de hospedaje, como resultado se posicionan por el costo, ubicación, facilidades que ofrece, instalaciones y acceso para conocer en promedio qué tipo de mercado tiene mayor frecuencia al vacacionar.

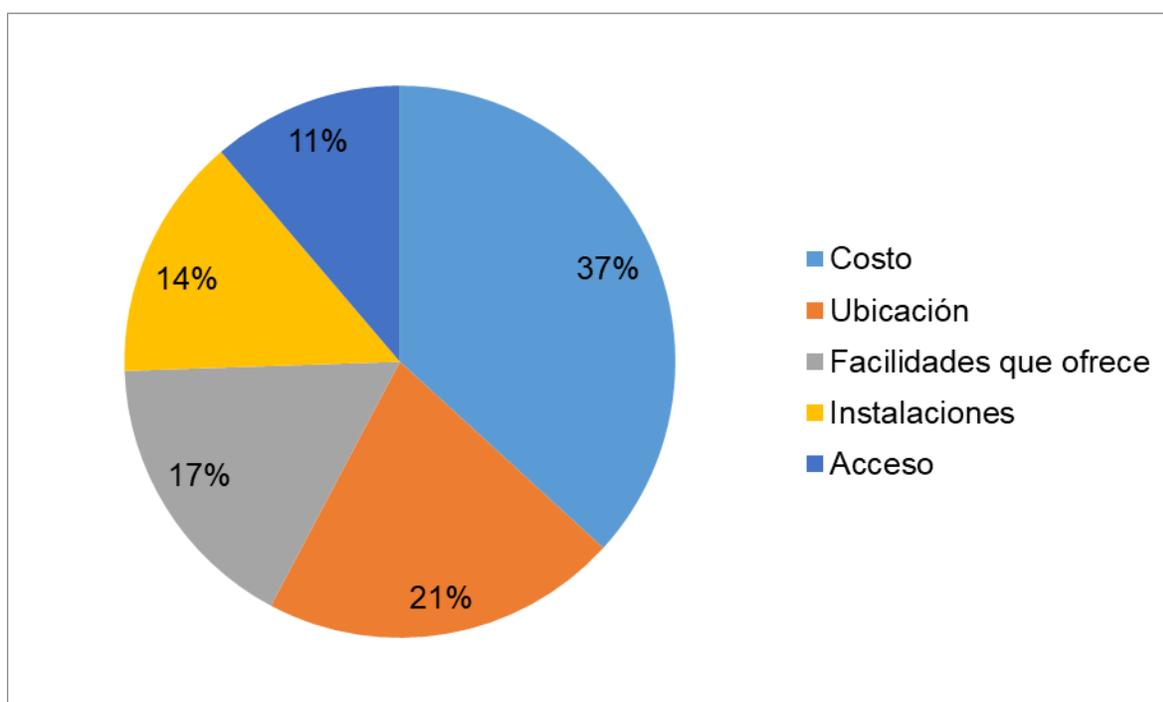
Tabla 19. ¿Cuál es el factor que determina su elección de hospedaje?

Distribución	Cantidad de personas
Costo	121
Ubicación	69
Facilidades que ofrece	55
Instalaciones	47
Acceso	37
Total	329

Fuente: Elaboración propia. Cuestionario aplicado a los turistas de la zona de Mata Limón de Esparza, 2017.

Según el resultado de las 329 personas encuestadas, 121 personas deciden que el costo es el factor que determina su elección de hospedaje, luego 69 deciden que la ubicación es el factor que determina su elección de hospedaje, mientras que 55 encuestados se deciden por las facilidades que ofrezca el lugar, después 47 personas deciden que las instalaciones es el factor determinante y por último, 37 personas deciden que el acceso es el factor que determina su elección de hospedaje

Gráfico 19. ¿Cuál es el factor que determina su elección de hospedaje?



Fuente: Elaboración propia. Cuestionario aplicado a los turistas de la zona de Mata Limón de Esparza, 2017.

De acuerdo al gráfico expuesto, se evidencia que de las 329 personas encuestadas que corresponde al 100% de la muestra, se interpreta que el 37% de la muestra deciden que el costo es el factor que determina su elección de hospedaje, luego el 21% de la muestra se deciden por la ubicación como el factor determinante, seguidamente por el 17% de la muestra que se deciden por las facilidades que pueda ofrecer el lugar, después el 14% de la muestra deciden que las instalaciones es el factor determinante y por último, el 11% deciden que el acceso es el factor que determina su elección de hospedaje.

Analizando las respuestas a la pregunta 19, se puede observar que el segmento que más se destaca de la muestra es la mayor cantidad de turistas se ven influenciados por el factor del costo del hospedaje, cosa que conlleva mucho estudio, ya que se debe tomar en cuenta la inversión inicial del proyecto y los gastos que incluye para poder desarrollarlo, así mismo debe de existir ventaja competitiva con los demás sitios de alojamiento que se encuentran dentro de la zona de Mata Limón.

No obstante, es necesario adaptar los costos de manera que las visitas de los turistas puedan soportar los costos de producción de las cabinas, para llegar a alcanzar precios que sean accesibles para todo el público. Ante esa situación se puede llegar a un riesgo financiero, porque no hay total seguridad de los ingresos del complejo turístico, por lo tanto, se da a entender que el costo del proyecto para su inversión inicial es bastante elevado, y se estima que los costos se lleguen a apropiar conforme se desarrollen las instalaciones, con la fe de afectar lo menos posible la viabilidad de la obra.

20. ¿Usted sabe qué son contenedores o container?

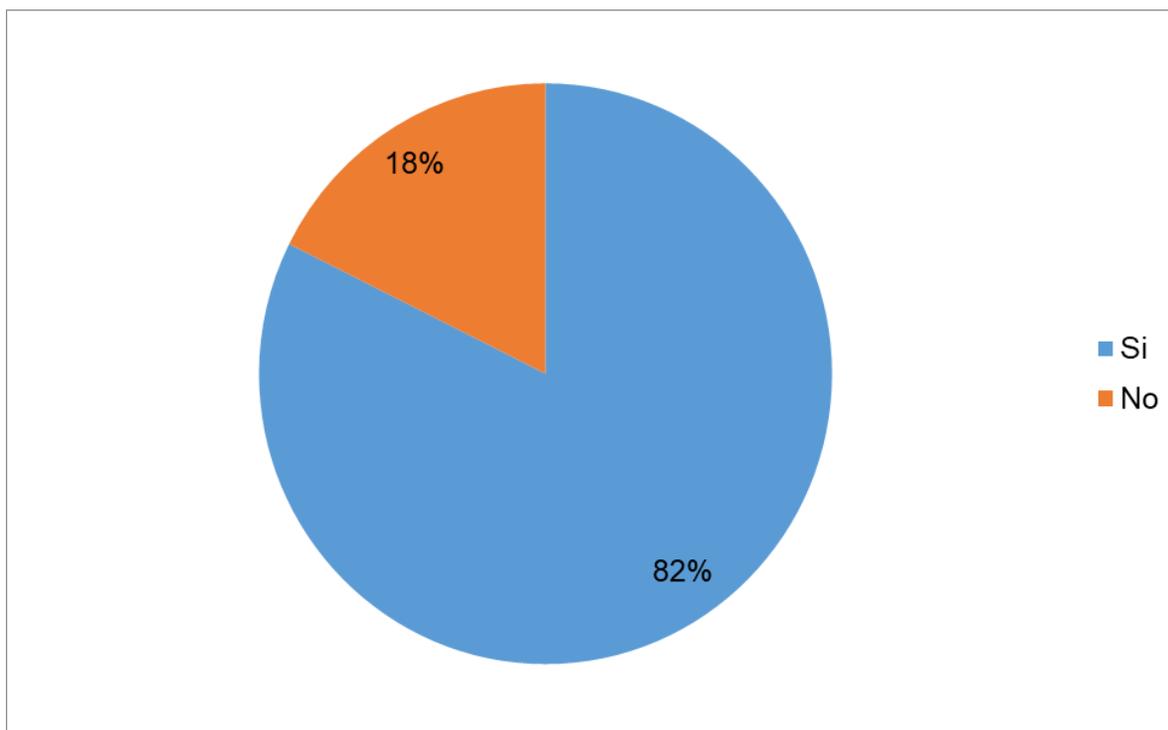
La totalidad de las personas encuestadas se clasificaron según su conocimiento acerca de los contenedores o container, posicionando las opciones entre si sabe o no qué son contenedores o container, para conocer en promedio qué tipo de mercado tiene mayor frecuencia al vacacionar.

Tabla 20. ¿Usted sabe qué son contenedores o container?

Distribución	Cantidad de personas
Sí	271
No	58
Total	329

Fuente: Elaboración propia. Cuestionario aplicado a los turistas de la zona de Mata Limón de Esparza, 2017.

Según el resultado de las 329 personas encuestadas, 271 indican que sí saben qué son contenedores o container, seguidamente 58 personas indican no saber qué son contenedores o container.

Gráfico 20. ¿Usted sabe qué son contenedores o container?

Fuente: Elaboración propia. Cuestionario aplicado a los turistas de la zona de Mata Limón de Esparza, 2017.

De acuerdo al gráfico expuesto, evidencia que de las 329 personas encuestadas que corresponde al 100% de la muestra, se interpreta que el 82% de la muestra indican que sí saben qué son contenedores o container, mientras que el 18% restante de la muestra indica no saber.

Analizando las respuestas a la pregunta 20, se puede observar que el segmento que más se destaca de la muestra es que la mayor cantidad de personas sí tiene conocimiento sobre las cualidades y características que pueden ser útiles de los contenedores de carga marítima, ya que estos se pueden observar alrededor de la zona al estar ubicados cerca del puerto Caldera donde se trabaja normalmente con contenedores para el transporte de mercadería.

21. ¿Le gustaría hospedarse en cabinas o habitaciones a base de contenedores o container?

El total de personas encuestadas se clasificaron según su gusto por hospedarse en cabinas o habitaciones a base de contenedores o container en las que se posicionaban las opciones de si le gustaría o no hospedarse en cabinas o habitaciones a base de dichos contenedores o container; para conocer en promedio qué tipo de mercado tiene mayor frecuencia al vacacionar.

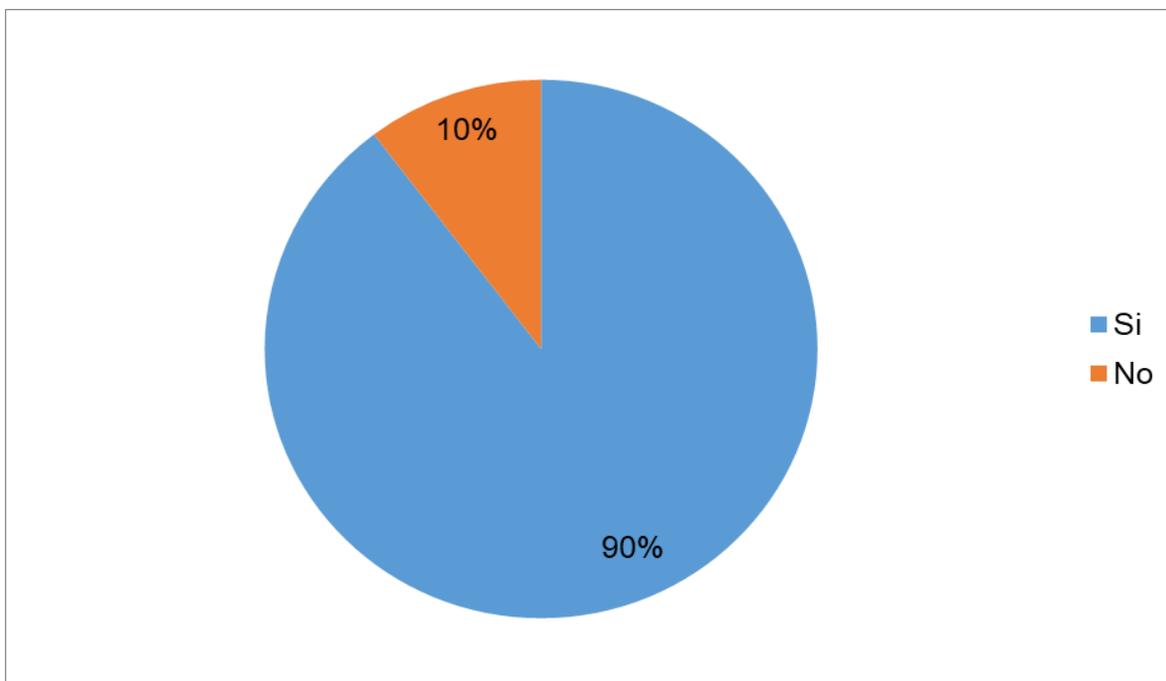
Tabla 21. ¿Le gustaría hospedarse en cabinas o habitaciones a base de contenedores o container?

Distribución	Cantidad de personas
Sí	295
No	34
Total	329

Fuente: Elaboración propia. Cuestionario aplicado a los turistas de la zona de Mata Limón de Esparza, 2017.

Según el resultado de las 329 personas encuestadas, 294 personas confirman que sí les gustaría hospedarse en cabinas o habitaciones a base de contenedores o container, mientras que 34 personas responden que no les gustaría.

Gráfico 21. ¿Le gustaría hospedarse en cabinas o habitaciones a base de contenedores o container?



Fuente: Elaboración propia. Cuestionario aplicado a los turistas de la zona de Mata Limón de Esparza, 2017.

De acuerdo con el gráfico expuesto, se evidencia que de las 329 personas encuestadas que corresponde al 100% de la muestra, se interpreta que el 90% de la muestra confirman que sí les gustaría hospedarse en cabinas o habitaciones a base de contenedores o container, mientras que el restante 10% de personas de la muestra, confirman que no les gustaría. Analizando las respuestas a la pregunta 21, se puede observar que el segmento que más se destaca de la muestra, es que a la mayor cantidad de personas les parece atractiva e innovadora la estructura y el diseño renovado de contenedores para su estadía vacacional.

4.1.1 Benchmarking

En la presente Tesis se aplicó la técnica del benchmarking a los competidores directos, en este caso corresponde a Cabinas Manglares, Cabinas Leda y Cabinas Luna de Mata Limón, que ofrecen un producto igual o similar al mercado meta y pueden verse como una amenaza para el proyecto de inversión inmobiliario, así mismo, se aprovecha la oportunidad para analizar las estrategias que emplean para considerarlas o tomarlas como referencia en la toma de decisiones en temas de viabilidad o rentabilidad de las cabinas en la zona de Mata Limón de Esparza. No obstante, con los resultados obtenidos por la comparación y el modo de actuar de las empresas, se buscan las mejores prácticas de gestión las cuales serán utilizadas con el fin de sostener o sobresalir.

Este instrumento se evaluó de la siguiente manera: el elemento precio con los indicadores de costo de habitación sencilla para 3 personas, costo de habitación equipada para 4 personas, costo de habitación equipada para 5 personas y costo de habitación equipada para 8 personas; luego el elemento capacidad con los indicadores de cantidad de habitaciones sencillas, de habitaciones equipadas, cantidad de personas disponibles en habitación sencilla y en habitación equipada; después con el elemento de instalaciones que se ofrece con los indicadores de aire acondicionado, wifi, agua caliente y servicio de cable por televisión ; y por último con los elementos de servicios extra con los indicadores de piscina, restaurante, rancho y espacio de parqueo.

Tabla 22. Indicadores del Benchmarking

NEGOCIO:	Producto de hospedaje (Alojamiento)	
COMPETIDORES:		
	1	Cabinas Manglares
	2	Cabinas Leda
	3	Cabinas Luna de Mata Limón

DESGLOSE DE ELEMENTOS E INDICADORES			
	ELEMENTO:	INDICADORES	
1	PRECIO	1	Costo de habitación sencilla para 3 personas
		2	Costo de habitación equipada para 4 personas
		3	Costo de habitación equipada para 5 personas
		4	Costo de habitación equipada para 8 personas
2	CAPACIDAD	1	Cantidad de habitaciones sencillas
		2	Cantidad de habitaciones equipadas
		3	Cantidad de personas disponibles en habitación sencilla
		4	Cantidad de personas disponibles en habitación equipada
3	INSTALACIONES QUE OFRECE	1	Aire acondicionado
		2	Wifi
		3	Agua caliente
		4	Servicio de cable por televisión
4	SERVICIOS EXTRA	1	Piscina
		2	Restaurante
		3	Rancho
		4	Espacio de parqueo

Fuente: Elaboración propia. Benchmarking aplicado a la competencia directa de la zona de Mata Limón de Esparza, 2017

CUADRO COMPARATIVO ELEMENTOS VRS. INDICADORES

ELEMENTO	EMPRESA		Cabinas Manglares		
	INDICADORES				
	1	2	3	4	
PRECIO	30.000	40.000	45.000	0	10
	7.5	10	10	0	6.875

EMPRESA	Cabinas Leda				
	INDICADORES				
	1	2	3	4	
22.000	0	0	45.000	5.63	
	5.5	0	0	10	3.875

EMPRESA	Cabinas Luna de Mata Limón				
	INDICADORES				
	1	2	3	4	
40.000	0	0	0	3.63	
	10	0	0	0	2.5

ELEMENTO	INDICADORES				
	1	2	3	4	
	CAPACIDAD	3	2	6	9
3		10	2	10	6.25

INDICADORES					
1	2	3	4		
5	1	15	8	9.55	
5	5	5	8.89	5.9725	

INDICADORES					
1	2	3	4		
10	0	30	0	8	
10	0	10	0	5	

ELEMENTO	INDICADORES				
	1	2	3	4	
	INSTALACIONES QUE OFRECE	5	5	0	5
5		5	0	5	3.75

INDICADORES					
1	2	3	4		
6	6	0	6	6	
6	6	0	6	4.5	

INDICADORES					
1	2	3	4		
10	10	0	10	10	
10	10	0	10	7.5	

ELEMENTO	INDICADORES				
	1	2	3	4	
	SERVICIOS EXTRA	0	0	0	10
0		0	0	10	2.5

INDICADORES					
1	2	3	4		
0	0	1	10	6.67	
0	0	10	10	5	

INDICADORES					
1	2	3	4		
1	1	0	10	10	
10	10	0	10	7.5	

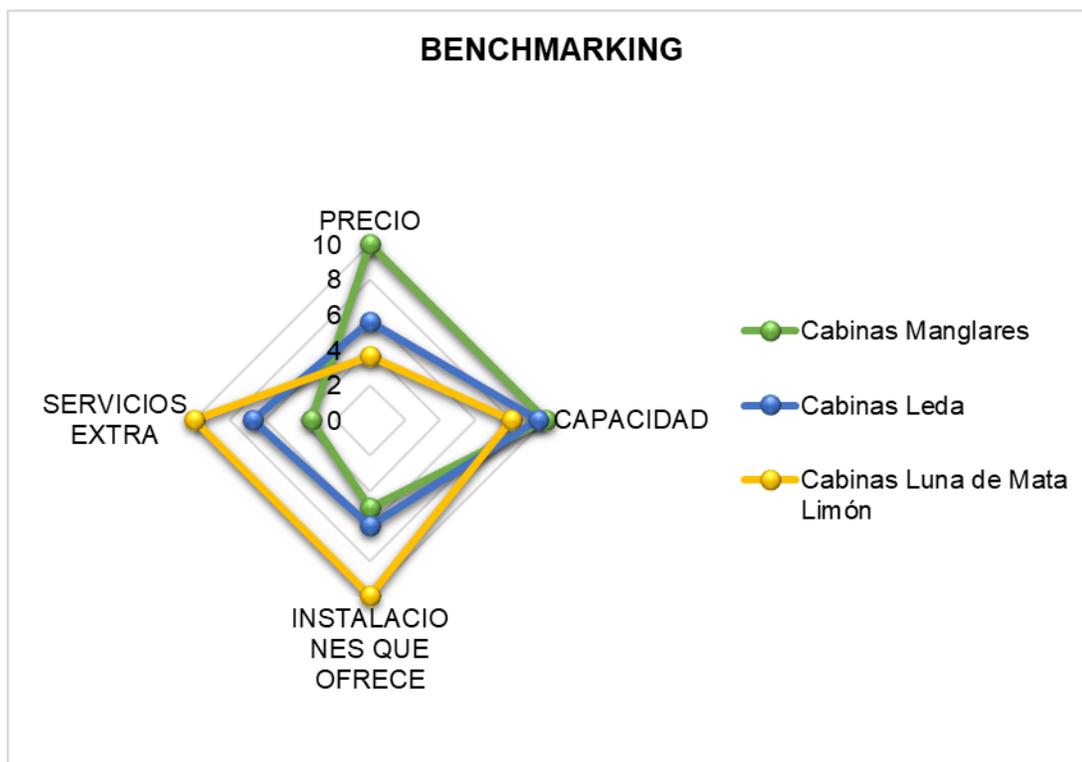
Tabla 23. Benchmarking

ELEMENTO	Cabinas Manglares	Cabinas Leda	Cabinas Luna de Mata Limón
PRECIO	10	5,63	3,63
CAPACIDAD	10	9,55	8
INSTALACIONES QUE OFRECE	5	6	10
SERVICIOS EXTRA	3,33	6,67	10
PROMEDIO	7,0825	6,9625	7,9075
UBICACIÓN	2	3	1

Fuente: Elaboración propia. Benchmarking aplicado a la competencia directa de la zona de Mata Limón de Esparza, 2017

Según el resultado del benchmarking donde se clasifica de 10 a 0, donde 10 es la mejor nota y 0 la peor, se confirma que en el elemento precio Cabinas Manglares obtiene un 10, Cabinas Leda tiene 5,63 pero Cabinas Luna de Mata Limón un 3,63; luego en el elemento capacidad, Cabinas Manglares obtiene un 10, Cabinas Leda tiene 9,55 pero Cabinas Luna de Mata Limón un 8; después con el elemento de instalaciones Cabinas Manglares obtiene un 5, Cabinas Leda tiene 6 pero Cabinas Luna de Mata Limón un 10; y por último con el elemento de servicios extra Cabinas Manglares obtiene un 3,33, Cabinas Leda tiene 6,67 pero Cabinas Luna de Mata Limón un 10. En conclusión, según los promedios, Cabinas Manglares obtiene un 7,0825 abarcando el segundo lugar, Cabinas Leda tiene 6,9625 para el tercer lugar, pero Cabinas Luna de Mata Limón un 7,9075 obteniendo el primer lugar.

Grafico 22. Benchmarking



Fuente: Elaboración propia. Benchmarking aplicado a la competencia directa de la zona de Mata Limón de Esparza, 2017

De acuerdo al gráfico expuesto se evidencia que, en el benchmarking aplicado a 3 competencias directas sus fortalezas clasificadas con un 10 para la mejor nota, se interpreta que en el elemento precio la competencia la destaca Cabinas Mangles; luego en el elemento capacidad, la competencia la destaca Cabinas Mangles; después con el elemento de instalaciones que ofrece la competencia, destaca Cabinas Luna de Mata Limón, y por último con el elemento de servicios extra la competencia destaca en Cabinas Luna de Mata Limón.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

A continuación, los resultados expuestos anteriormente, se toman en cuenta para el estudio de las variables aplicadas en la investigación, así mismo, se busca responder el propósito principal de este estudio, que consiste en analizar el nivel de viabilidad y rentabilidad para un proyecto inmobiliario de inversión en cabinas en la zona de Mata Limón de Esparza, en el año 2017; por lo tanto, se estudia de manera individual cada uno de los objetivos específicos que se plantearon al inicio de este proyecto de Tesis de la siguiente manera:

- Identificar los requisitos que deben cumplirse para desarrollar un proyecto inmobiliario en la zona de Mata Limón de Esparza.

Luego de haber realizado el estudio situacional del área de Mata Limón, se concluyó que la zona es apropiada para implantar el plan de cabinas porque son adecuadas tanto geográficamente como socio culturalmente, más las referencias que ofreció la Municipalidad del cantón de Esparza tales como certificación de uso de suelo, solicitar patente municipal, permiso de construcción, servicio de electricidad provisional para construcción, servicio de agua potable y alcantarillado, permiso de aguas residuales y permiso sanitario de funcionamiento más la recolección de los datos de campo; de manera que se determinó que los resultados son beneficiosos para ejecutar el proyecto inmobiliario de inversión.

El sector hotelero y turístico de la zona representa un alto potencial para desarrollar proyectos en el área, dada la alta demanda que existe entre los usuarios y por la poca oferta de servicios de alojamiento de calidad nacional e internacional, así mismo, cuenta con facilidad para aprovechar la oportunidad de desarrollo de un complejo turístico porque existe la comodidad de diseñar una cantidad suficiente de cabinas para abarcar la población insatisfecha, que prefiere irse a otros destinos turísticos de similares características.

- Analizar la viabilidad operativa de un proyecto inmobiliario de cabinas en la zona de Mata Limón

Para elaborar la investigación, se tomaron en cuenta los siguientes pasos: se realizó un estudio de mercado con encuestas a 329 personas entre turistas del país y extranjeros que llegaron hasta la zona, el principal perfil del cliente se define como hombre y mujer que oscilan entre los 19 y 30 años de edad, la mayoría residentes de San José, quienes acostumbran vacacionar en la zona de Mata Limón de Esparza dos veces al año, buscan un tipo de hospedaje de 1 estrella, acostumbran quedarse dos días acompañados en promedio de 4 personas, normalmente se alojan en cabinas equipadas con la comodidad principal del aire acondicionado, regularmente invierten entre 20.000 y 30.000 colones por noche; viajan por motivos de placer y bienestar los fines de semana, anuentes a un área de esparcimiento social, como mejor opción una piscina, la mayoría se transporta en automóvil y no viajan con mascotas, el factor que determina su decisión de hospedarse es el costo y para finalizar, sí tienen conocimiento de los contenedores y sí les gusta la idea de utilizarlos como base para las cabinas.

Con este estudio ha sido posible identificar que la zona es apta para el desarrollo del complejo turístico, ya que se comprueba que sí existe demanda para el tipo de bien y servicio que se pretende ofrecer al mercado meta; a pesar de que se encuentre localizada en una zona rural pero cuenta con una serie de recursos socioeconómicos y ambientales factibles para lograr su implementación, dicho proyecto inmobiliario demuestra que sí puede surgir desde el punto de vista legal, porque no tiene ninguna limitación judicial, desde el criterio de mercadeo también es factible porque conserva movimiento de turistas, su valoración técnica lo justifica según la accesibilidad a la zona y el juicio financiero en razón de utilizar un terreno propio, lo que reduce mucho los costos para la inversión inicial.

Por consiguiente, cada uno de estos factores influyen independientemente en la apreciación hacia la toma de decisiones que se llegue a dar para el futuro de la empresa, porque es necesario conseguir un parámetro viable que dé confianza para continuar con el desarrollo de las cabinas; así se da la certeza de que puede triunfar en un mercado competitivo, dado las bases concretas que se logran destacar para que se convierta en una empresa de prestigio en el futuro, con las características de suplir una necesidad del mercado, ofrecer un bien y servicio con ventaja diferencial en relación a sus competidores, disponibilidad de adquirir los recursos para una inversión inicial, recursos humanos, cumplir con requisitos legales y que los costos totales sean razonables para su implementación.

- Evaluar la rentabilidad del proyecto de inversión de las cabinas en la zona de Mata Limón.

Se tomaron en consideración los resultados tabulados en los flujos de efectivo, con el fin de diseñar el complejo turístico después de haber visto la factibilidad tanto del entorno macro como micro, se establecieron las áreas que son de mayor interés por los visitantes y se incluyeron para el confort de estos. No obstante, el turismo es una actividad que lleva consigo aspectos positivos cuando se realiza de manera responsable; y también aspectos negativos cuando no existe una adecuada planificación y apoyo de las autoridades.

El proyecto inmobiliario de inversión resulta rentable como negocio para el inversionista en los escenarios del 100% optimista y 75% regular, tomando solo de estos días acaparando 8 noches de alojamiento al mes, como futuro negocio para el inversionista, los buenos indicadores financieros obtenidos, permiten captar mayor atracción e interés para acceder al financiamiento de la construcción de las cabinas; se estaría generando importante cantidad de empleo y contribución con los impuestos a la región. Por lo contrario, en el escenario del 50% pesimista, tomando de estos días solo 8 noches de alojamiento al mes, genera una perspectiva de riesgo que el inversionista debe de considerar, ya que es una oportunidad interesante e innovadora para el sector de Mata Limón tras las edificación tomando como base los contenedores; por ello resulta conveniente apalancar el financiamiento del proyecto con un banco de prestigio, que permita garantía al propietario y pueda invertir simultáneamente en otros proyectos.

Dadas las características de que el proyecto tiene una estimación adecuada de beneficios económicos, y de que los costos financieros hayan sido calculados correctamente, de que exista una buena relación entre el beneficio y el costo, corresponde a una situación que favorece el rendimiento de la obra y con los indicadores utilizados, se obtiene un criterio medible para erradicar todos los demás posibles escenarios que pueden llegar a ser medibles en el complejo turístico; son aspectos a considerar para decidir la mejor opción de la empresa, ya que se debe de decidir si continúa con el desarrollo del proyecto, tomando en cuenta que siempre va a existir una probabilidad que llegar a caer en pérdida por el nivel de riesgo financiero que presenta.

5.2 RECOMENDACIONES

Luego de determinar las bases necesarias de cumplir para alcanzar el propósito principal del estudio, que consiste en analizar el nivel de viabilidad y rentabilidad para un proyecto inmobiliario de inversión de cabinas en la zona de Mata Limón de Esparza, en el año 2017, por lo tanto se estudia de manera individual cada uno de los objetivos específicos que se plantearon al iniciar este proyecto de tesis de la siguiente manera:

- Identificar los requisitos que deben cumplirse para desarrollar un proyecto inmobiliario en la zona de Mata Limón de Esparza.

Aplicar y cumplir con los requisitos necesarios para el desarrollo de la obra , acogerse a los beneficios de la ley de incentivos al turismo establecida por el gobierno para realizar la inversión en el proyecto, seguir los lineamientos de la planeación estratégica; tratando de ser flexible en su aplicación, para ir adaptándose a cambios dependiendo de las necesidades de la empresa y apuntar a la certificación de los servicios turísticos, como herramienta competitiva que permita al proyecto permanecer en un sitio privilegiado en el posicionamiento del mercado consumidor.

Mantener vigente la sociedad mercantil donde la figura es la sociedad anónima, donde el nombre comercial debe ser inscrito ante el Registro de la Propiedad Legal, permanecer al día con el Ministerio de Hacienda a través de la Dirección General de Tributación, recordar fechas importantes como el cierre del periodo fiscal para presentar las declaraciones informativas, la declaración de renta, los impuestos de ventas e impuestos de retenciones sobre salarios.

Ante estos aspectos se recomienda aceptar el proyecto de inversión, ya que cuenta con grandes cualidades que se llegan a aprovechar en el sector de Mata Limón de Esparza, por lo tanto, al hacer un riguroso análisis sobre los factores en estudio, hay que fundamentar detalladamente todos los puntos a mejorar de la propuesta para que el nivel de riesgo que existe pueda disminuir de manera que aumenten las probabilidades de éxito con el complejo turístico

- Analizar la viabilidad operativa de un proyecto inmobiliario de cabinas en la zona de Mata Limón

Establecer el área adecuada para su edificación tomando en cuenta las normativas que existen para su construcción de parte de las instituciones pertinentes, para que el complejo turístico sea seguro y cómodo para los visitantes, para utilizar los recursos posibles para la obra y adquirir un impacto positivo en el mercado y conseguir la suficiente ventaja competitiva, para llamar la atención de los futuros consumidores.

Considerando los resultados de las encuestas aplicadas, diseñar e implementar un proyecto de inversión para desarrollar cabinas con base en contenedores sostenible y sustentable, que permita potencializar y dar a conocer los sectores naturales con los que cuenta la zona de Mata Limón por lo que existe la necesidad de implementarlo. Mediante talleres o cursos capacitar a los trabajadores del complejo turístico sobre el servicio al consumidor, para brindar una buena asistencia que satisfaga los requerimientos de los turistas como el mantenimiento de las instalaciones y calidad de prestación.

Aprovechar el mercado existente debido a que según el estudio de campo, concurre gran interés en los turistas en visitar la localidad además el proyecto es conveniente tomando en cuenta que a los turistas les gusta estar en contacto permanente con la naturaleza; y con el tiempo implementar herramientas para determinar falencias de la misma e ir mejorando cada vez más. Introducir un producto nuevo e innovador como utilizar los contenedores de base para las cabinas, con el fin de competir con productos tradicionales, al estar bien conceptualizado resulta una buena oportunidad de negocio.

Ante estos aspectos se recomienda aceptar el proyecto de inversión, ya que cuenta con un estudio de viabilidad de negocios, el cual examina una situación ya sea de riesgo o no e identifica cuáles son los planes más adecuados para manejar el caso de la mejor manera posible, buscando no afectar a la empresa directamente, lo que puede implicar métodos para reducir costos, evaluar un nuevo proyecto o desarrollar una alternativa al desarrollo del mismo en ejecución; el informe de viabilidad evalúa los datos y el razonamiento de cada plan y proporciona una recomendación sensata para implementar el plan, para que el nivel de riesgo que existe pueda disminuir de manera que aumenten las probabilidades de éxito con el complejo turístico.

- Evaluar la rentabilidad del proyecto de inversión de las cabinas en la zona de Mata Limón.

Realizar un análisis de datos obtenidos en la investigación actual con respecto al estudio de años anteriores, para ver cuáles son los cambios significativos por los cuales ha pasado el cantón de Esparza en la zona de Mata Limón, para una toma de decisiones acordes con las necesidades del proyecto y evitar contratiempos en el desarrollo de este. Conservar actualizado el estudio de mercado del proyecto inmobiliario adecuadamente para potencializar las actividades recreativas y turísticas.

Si se llega a tomar el riesgo de desarrollar el proyecto a pesar de que puede presentar un nivel de peligro en la inversión, hay que mantener un adecuado seguimiento del funcionamiento de la estructura de la obra en construcción para poder ver cuáles son sus resultados, sean positivos o negativos y así poder tomar decisiones eficaces, con el fin de validar medidas cautelares para evitar pérdidas significantes para el complejo turístico que lleguen a afectar al inversionista directamente.

Establecer controles y realizar ajustes periódicos en el plan de inversión del proyecto, es sin duda alguna imprescindible ya que pueden existir cambios que haya que proyectar a la hora de construir las cabinas, así mismo, mantener un plan de contingencia en dado caso que el presupuesto se sobrepase de lo establecido, de este modo tratar de disminuir el nivel de peligro eminente en la elaboración de este tipo de negocios, no obstante, puede ser definido como la volatilidad o variedad de flujos de caja que existan, porque entre mayor sea la viabilidad mayor será el riesgo al que se encuentre sometido el proyecto de inversión.

Ante estos aspectos se recomienda aceptar el proyecto de inversión, ya que cuenta con una gran cantidad de características que se fomentan con el análisis de las fuentes y usos de los fondos que proveen los datos de un desglose detallado de cada partida de la inversión inicial requerida para poder establecer la empresa, proyección de ingresos y gastos y flujo de efectivo, analizar el punto de equilibrio que permite determinar el nivel de ventas que se requiere para cubrir todos los gastos de la empresa, estimación del periodo de recuperación que se define como el tiempo requerido para recobrar la inversión inicial, dado la cantidad de ingreso neto proyectado y la estimación del rendimiento sobre la inversión donde representa la tasa de ganancias en relación con el capital invertido expresada en términos porcentuales que para propósitos de evaluación de un negocio debe ser comparada con el promedio de la industria y con otras alternativas de inversión disponibles, para que el nivel de riesgo que existe pueda disminuir de manera que aumenten las probabilidades de éxito con el complejo turístico

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

Una vez aplicadas las encuestas y el benchmarking con el análisis de los resultados de la información, procesos y tabulaciones mediante cuadros y gráficos estadísticos, será posible interpretar los efectos obtenidos, lo que permitirá validar los elementos que llegan a influir en la realización de una propuesta de mejora. La posición actual de la investigación requiere de datos para comprobar si resulta atractivo implementar un proyecto de inversión inmobiliario de cabinas en la zona de Mata Limón de Esparza, en el año 2017; se necesitará la exactitud y precisión de fundamentos pronosticados para poder con ello proceder con su ejecución.

Parte del desarrollo de la presente Tesis es crear la idea de un negocio emprendedor, ya que el cantón no cubre la cantidad de demanda que tiene actualmente de turistas, por este motivo nace la necesidad de implementar un bien y servicio que cumpla las necesidades del mercado meta, con las comodidades de instalaciones que estén al alcance de todos los visitantes, con tendencias de nacionales o extranjeros que son cada vez más recurrentes en Costa Rica, asociado a la naturaleza y belleza de los paisajes que albergan el lugar, ofreciendo cultura, costumbres y tradiciones que contemplan la oferta turística del lugar; ya que cuenta con una amplia diversidad de recursos naturales, por lo que es inevitable brindar atención para conservarlo y a la vez disfrutarla.

Tomando en cuenta todos los factores en estudio de la investigación, con los elementos e indicadores expuestos en el proceso de análisis y con el resultado de exhibir todo el conocimiento aplicado en la práctica de la presente Tesis, a continuación, se llega a establecer la siguiente propuesta final:

6.1 NOMBRE DE LA PROPUESTA

Las cabinas que se han de construir con base en este proyecto de inversión, serán registradas bajo el nombre comercial “Cabinas Rankin S.A”, esto con el fin de identificar a la empresa del tráfico mercantil y que también sirve para distinguirla de la competencia directa que desarrolla actividades idénticas o similares; donde se mantendrá ilustrada con el siguiente logo:

Ilustración 2. Logo cabinas



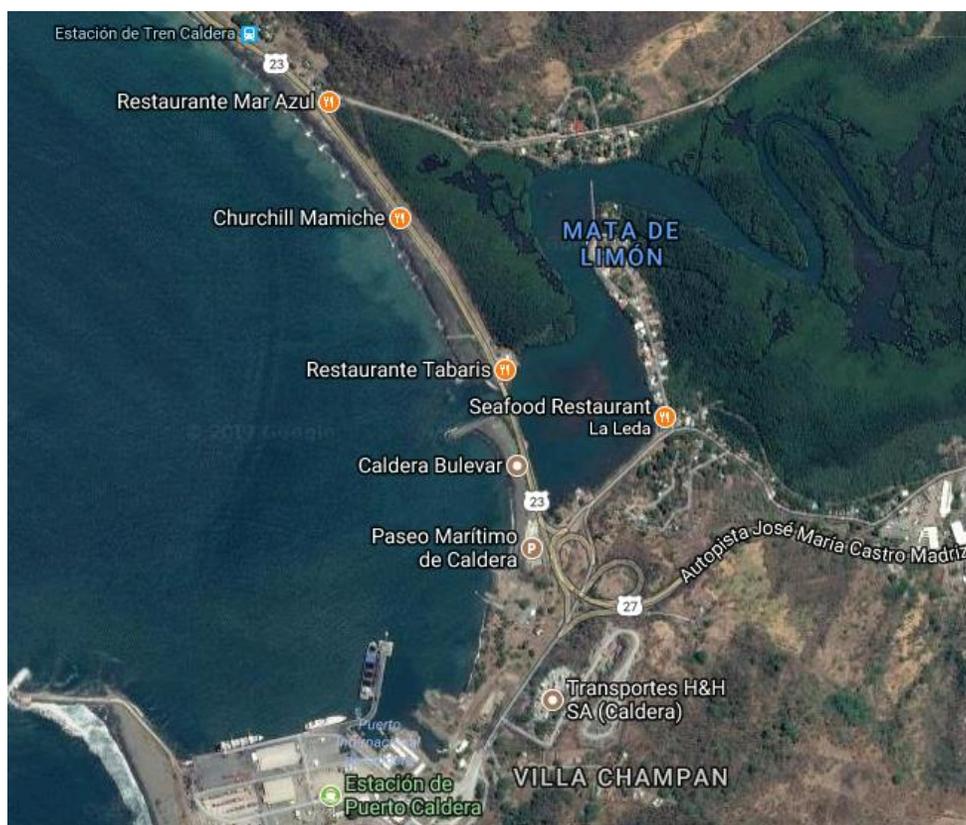
Fuente: Elaboración propia.

Esto con el propósito de que los futuros clientes puedan reconocer la imagen y relacionarla con el bien y servicio del complejo turístico, para obtener una referencia concreta cuando se pueda utilizar en papelería comercial, facturas y publicidad, ya que por este medio las empresas logran promocionar sus productos dándole valor agregado a las cabañas e indica calidad para los clientes.

6.2 LUGAR DE DESARROLLO, ORGANIZACIÓN O POBLACIÓN INVOLUCRADA

Las cabinas se implementarán en la zona de Mata Limón de Esparza, ya que el lugar presenta condiciones ideales para el desarrollo turístico, por ejemplo excelente clima soleado, cercanía de las aguas de mar cálidas y su atracción turística principal que corresponde al estero de Caldera, que abarca una riqueza natural de grandes extensiones de humedales e importantes áreas de manglar; no obstante, la infraestructura hotelera no constituye un porcentaje significativo, por lo cual se plantea el desarrollo e implementación de un complejo turístico auto sostenible que constituirá un valor diferenciador respecto a la oferta.

Ilustración 3. Mapa Mata Limón



Fuente: Google Maps.

Existen diferentes vías de acceso que conectan con el pueblo de Mata Limón, pero la principal corresponde a la autopista ruta 27, dispone de la facilidad de ingreso con cualquier medio de movilización terrestre, tanto mediante vehículo privado o transporte público, ya que al ser un camino con mucho tránsito turístico y comercial porque se encuentra en constante circulación de turistas nacionales e internacionales, además de que se encuentra cerca del puerto de Caldera donde el trayecto hacia la zona permite observar un bonito paisaje con mucha vegetación y la presencia esporádica de fauna silvestre.

Este tipo de obra de cabinas se crea por medio del impulso de empresas de base familiar y comunitaria, con el fin de que las personas habitantes de las sociedades rurales procuren la gestión de su propio desarrollo, incluido el manejo de destinos turísticos locales; además, que participen en la planificación y el aprovechamiento de los recursos naturales de su entorno de manera sostenible, a fin de que les permita una mejor condición de vida.

El sector cuenta con los servicios de agua potable por parte del Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados de San Mateo, electricidad referente al Instituto Costarricense de Electricidad de Esparza y telefonía de cualquier operadora vigente en el país que son fundamentales, y adicionalmente también tiene la facilidad de otras prestaciones como servicio de televisión por cable donde solo aplica cable satelital como Claro y WIFI de cualquier operadora con amplia capacidad.

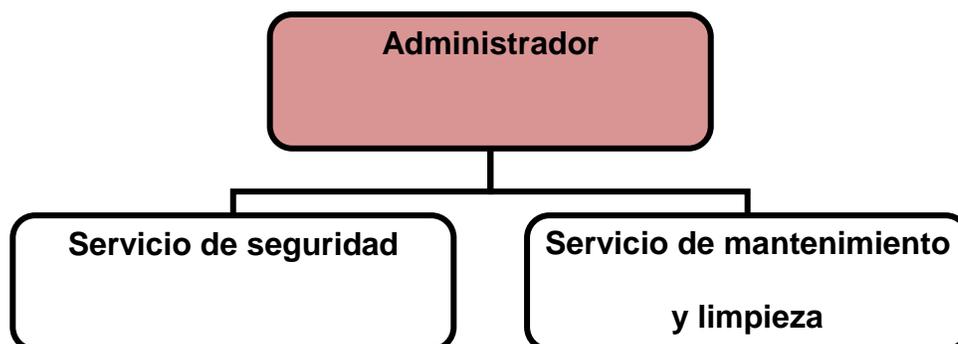
El turismo tiene un papel preponderante no solo en la economía sino también en el impacto positivo que produce en la sociedad y la naturaleza cuando va de la mano con prácticas saludables con el ambiente y con la cultura local, así se busca comprender la demanda y el perfil del consumidor; así mismo se analizaron las tendencias globales de turismo que pudiesen constituir oportunidades en términos de inversión.

También puede emplearse como una fuerza importante para reducir pobreza y proteger el medio ambiente, ya que confiere un valor económico al patrimonio natural y cultural, crea empleo y produce ingresos de divisas, por lo tanto, no es una actividad aislada que beneficia a un solo sector, sino que integra y promueve una dinámica multisectorial, que se expande a la comunidad tanto para los que trabajan directamente en la actividad como también para los que lo hacen indirectamente.

La mayoría de los pobladores y servidores turísticos identifican al turismo como una oportunidad de ingresos económicos, sería importante trabajar en capacitación para que sensibilicen a la comunidad, para que desarrollen la cultura de servicio y promuevan el turismo local responsable, esto implica que los talleres o cursos requeridos y sugeridos, garanticen estándares de calidad en la prestación de servicios turísticos, ya que parten de necesidades e intereses reales de las comunidades, con la finalidad de impulsar y promover el emprendedurismo en los participantes, con la intención de que la actividad turística genere oportunidades de empleo y negocios, que se sumen a las actividades productivas y de empleo que actualmente existen.

El complejo turístico está sistematizado con una estructura organizacional básica al inicio, para acertar la administración de los recursos con los que se va a contar, para alcanzar eficiencia y eficacia hay que considerar las políticas y principios del complejo turístico, con la finalidad de ofrecer un servicio de alta calidad para el cliente interno y externo para que se sientan satisfechos y motivados a volver.

Gráfico 23. Estructura organizacional.



Fuente: Elaboración propia.

6.3 OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS PROPIOS DE LA PROPUESTA

6.3.1 Objetivo general

Ser una empresa reconocida en la cadena turística por los usuarios y competidores, en el servicio de hospedaje por la calidad y el nivel de satisfacción que se les ofrece a los futuros clientes, para cubrir sus necesidades de alojamiento con las cabinas en la zona de Mata Limón de Esparza, en el año 2017

6.3.2 Objetivos específicos

- Lograr un posicionamiento gradual dentro del mercado del alojamiento turístico en el sector de Caldera.
- Otorgar instalaciones donde los huéspedes puedan dar su opinión acerca de la prestación de servicios de hospedaje para evaluar su viabilidad.
- Crear y desarrollar nuevos espacios del complejo turístico promoviendo el vanguardismo y el compromiso con el medio ambiente.
- Promover y difundir el valor de la empresa para generar un constante crecimiento de satisfacción tanto dentro de la organización como para los clientes.
- Mantener un rendimiento sostenible en los ingresos, para regular la utilidad que establece las ganancias o pérdidas obtenidas en el complejo turístico.

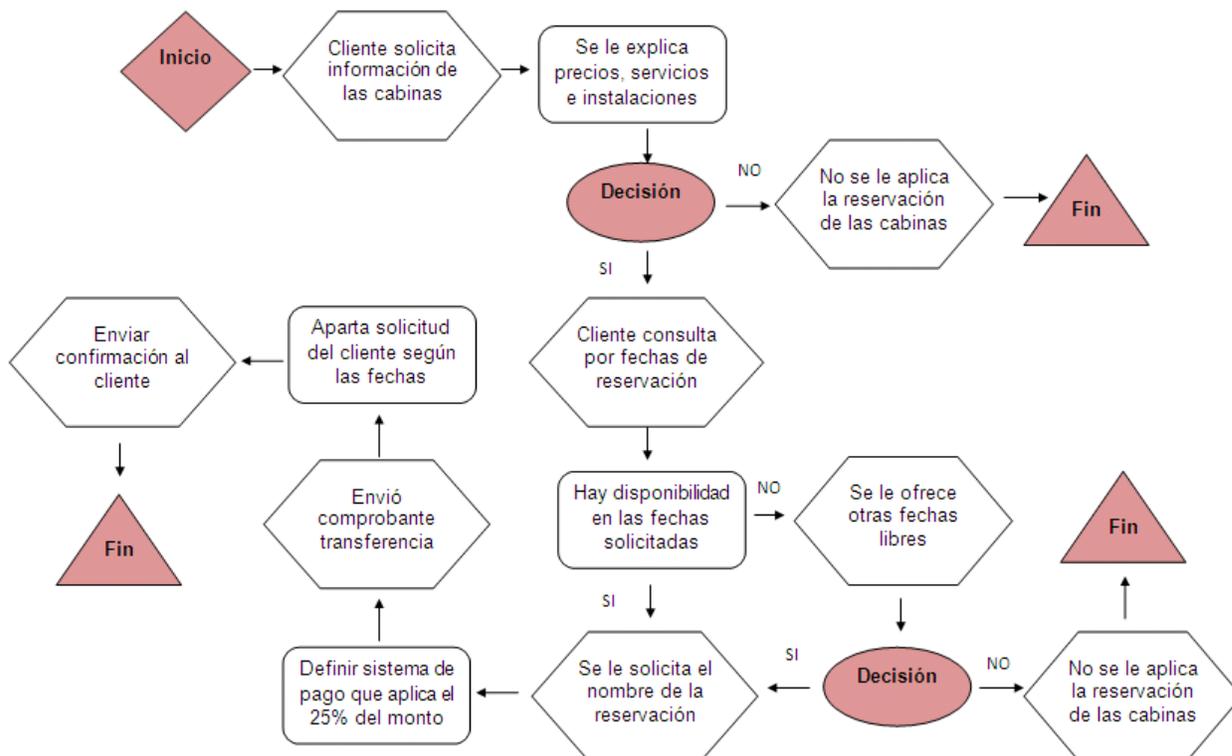
6.4 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES Y RESPONSABLES

Para la descripción de los procesos de reservación y registro que ofrecerá el complejo turístico, se utilizará la herramienta del diagrama de flujos, donde se describe paso a paso cómo se deben de cumplir los procedimientos de una manera correcta e ilustra la secuencia de las operaciones básicas que se realizan para conseguir una solución eficiente y eficaz, de manera que se mantenga la calidad del servicio además de brindar una mejor imagen organizacional.

La estructura del proceso para que el cliente pueda pedir su reservación es la siguiente:

Primero el cliente solicita información de las cabinas: puede ser por medio de la paginas web, redes sociales, correo electrónico o vía telefónica, se le explica la metodología de precios, servicios e instalaciones, el cliente decide si acepta los términos y condiciones del servicio, si no lo acepta no se le aplica la reservación y termina el proceso, pero si lo acepta, el cliente debe de indicar la fecha que necesita, se verifica si existe disponibilidad, si no hubieran cabinas se le ofrecen otras fechas libres, si al cliente no le parece entonces no se le aplica la reservación y termina el proceso; pero si en ambos casos acepta, se le pide a nombre de quién desea aplicarla, se define método de pago para que el cliente cancele el 25% del monto, el cliente debe de enviar el comprobante de la transferencia, se gestiona y efectúa la reserva del cliente según las fechas y se reenvía la confirmación por correo, fin del proceso.

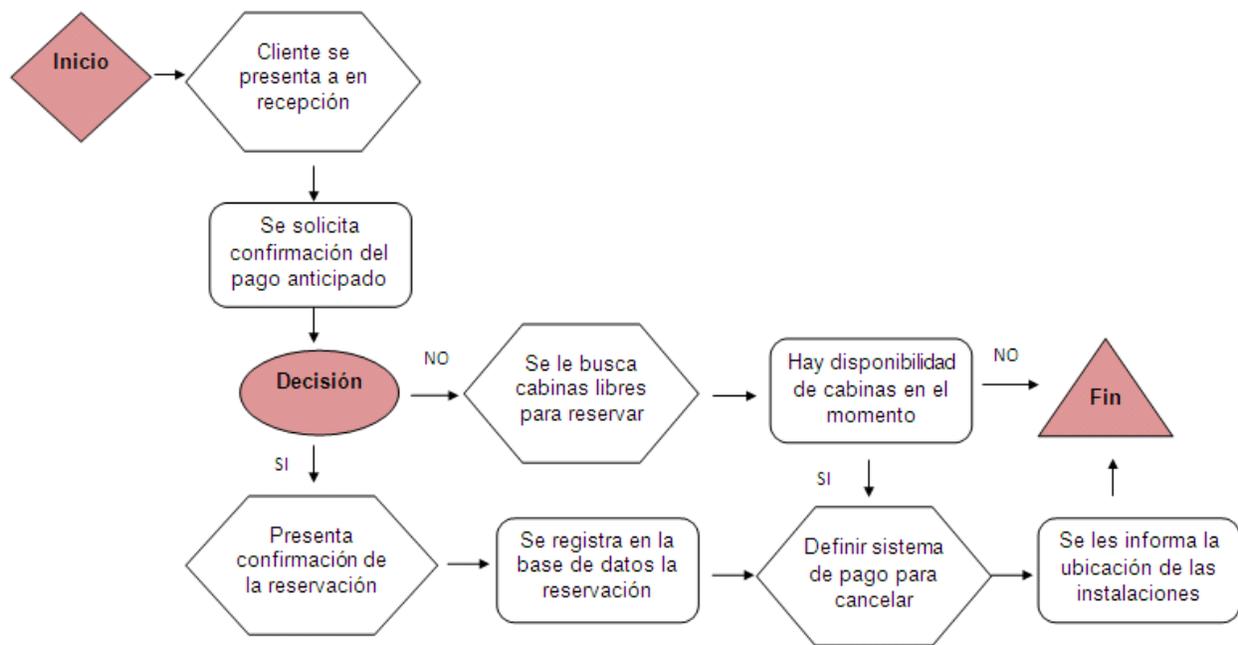
Ilustración 4. Diagrama de proceso de reservación



Fuente: Elaboración propia.

La estructura del proceso para que el cliente pueda pedir su recepción es la siguiente:

El proceso se inicia cuando el cliente ingresa al complejo turístico y se presenta en recepción, se le pide la confirmación del pago anticipado que se le envió por correo, el cliente que disponga de la reservación la presenta para registrarla en la base de datos, si el cliente no solicitó reservación, se buscan cabinas libres para alojar según las fechas solicitadas pero si en ese momento no hubiera espacio disponible termina el proceso; pero si se mantienen espacios libres se continúa con el proceso donde se define el método de pago para cancelar el monto correspondiente, ya sea en efectivo o con tarjeta, después se le informa al cliente la ubicación de las instalaciones y se concluye el proceso.

Ilustración 5. Diagrama de proceso de recepción

Fuente: Elaboración propia.

6.5 PRESUPUESTO NECESARIO PARA SU IMPLEMENTACIÓN.

Tabla 24. Inversión Inicial

Articulo	Costo por unidad	Cantidad	Costo total
Aire acondicionado	€ 167,000.00	15	€ 2,505,000.00
Almohada	€ 7,000.00	88	€ 616,000.00
Basurero	€ 10,000.00	15	€ 150,000.00
Bolsas de Basura	€ 510.00	30	€ 15,300.00
Bombillo	€ 5,000.00	64	€ 320,000.00
Cafetera	€ 9,500.00	13	€ 123,500.00
Cloro	€ 780.00	15	€ 11,700.00
Cojin	€ 2,300.00	88	€ 202,400.00
Colchon Ind	€ 73,500.00	34	€ 2,499,000.00
Colchon Mat	€ 94,200.00	27	€ 2,543,400.00
Computadora	€ 200,000.00	1	€ 200,000.00
Contenedor	€ 1,800,000.00	24	€ 43,200,000.00
Cortina baño	€ 1,400.00	15	€ 21,000.00
Cortina ventana	€ 4,200.00	55	€ 231,000.00
Cubiertos	€ 14,000.00	22	€ 308,000.00
Desinfectante	€ 840.00	15	€ 12,600.00
Ducha	€ 46,000.00	15	€ 690,000.00
Escoba	€ 1,000.00	15	€ 15,000.00
Estañones	€ 25,000.00	100	€ 2,500,000.00
Gastos de formalizacion y avaluo de prestamo	€ 6,000,000.00	1	€ 6,000,000.00
Hojas	€ 1,700.00	10	€ 17,000.00
Impresora	€ 30,000.00	1	€ 30,000.00
Inodoro	€ 35,000.00	15	€ 525,000.00
Jabon baño	€ 21,600.00	1	€ 21,600.00
Jabon en polvo	€ 4,000.00	5	€ 20,000.00
Lampara	€ 22,000.00	64	€ 1,408,000.00
Lavadora	€ 260,000.00	1	€ 260,000.00
Lavatorio baño	€ 14,000.00	15	€ 210,000.00
Lavatorio cocina	€ 16,000.00	15	€ 240,000.00
Llavin	€ 8,000.00	15	€ 120,000.00
Mano de obra	€ 400,000.00	12	€ 4,800,000.00
Materiales construccion	€ 550,000.00	16	€ 8,800,000.00
Microondas	€ 35,000.00	13	€ 455,000.00
Ollas y Sartenes	€ 73,000.00	8	€ 584,000.00
Pala	€ 860.00	15	€ 12,900.00
Palo piso	€ 2,600.00	15	€ 39,000.00
Paños	€ 5,300.00	88	€ 466,400.00
Papel Higienico	€ 2,500.00	15	€ 37,500.00
Pared	€ 10,000.00	94	€ 940,000.00
Pichel	€ 1,400.00	15	€ 21,000.00
Piscina	€ 7,800,000.00	1	€ 7,800,000.00
Plantilla	€ 15,600.00	13	€ 202,800.00
Plato	€ 400.00	88	€ 35,200.00
Publicidad	€ 200,000.00	1	€ 200,000.00
Puerta externa	€ 73,000.00	16	€ 1,168,000.00
Puerta interna	€ 15,000.00	55	€ 825,000.00
Refrigeradora	€ 90,000.00	13	€ 1,170,000.00
Sabada Mat	€ 9,500.00	27	€ 256,500.00
Sabana Ind	€ 5,700.00	34	€ 193,800.00
Salarios y sueldos	€ 320,000.00	3	€ 960,000.00
Secadora	€ 280,000.00	1	€ 280,000.00
Sistema de electrico	€ 350,000.00	16	€ 5,600,000.00
Sistema de mecanico	€ 350,000.00	16	€ 5,600,000.00
Tarimas	€ 5,000.00	465	€ 2,325,000.00
Tasa café	€ 450.00	88	€ 39,600.00
Tasa cereal	€ 350.00	88	€ 30,800.00
Televisor	€ 110,000.00	15	€ 1,650,000.00
Tierra	€ 2,000.00	1000	€ 2,000,000.00
Tinta	€ 35,000.00	2	€ 70,000.00
Tramites municipales	€ 1,000,000.00	1	€ 1,000,000.00
Vaso	€ 350.00	88	€ 30,800.00
Ventana	€ 25,000.00	55	€ 1,375,000.00
TOTAL			€ 113,983,800.00

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 25. Depreciación

Artículo	Costo por unidad	Cantidad	Costo total	Vida útil	Depreciación
Aire acondicionado	₡ 167,000.00	15	₡ 2,505,000.00	10	₡ 250,500.00
Almohada	₡ 7,000.00	88	₡ 616,000.00	20	₡ 30,800.00
Cafetera	₡ 9,500.00	13	₡ 123,500.00	5	₡ 24,700.00
Colchon Ind	₡ 73,500.00	34	₡ 2,499,000.00	20	₡ 124,950.00
Colchon Mat	₡ 94,200.00	27	₡ 2,543,400.00	20	₡ 127,170.00
Computadora	₡ 200,000.00	1	₡ 200,000.00	20	₡ 10,000.00
Contenedor	₡1,800,000.00	24	₡ 43,200,000.00	10	₡4,320,000.00
Cortina baño	₡ 1,400.00	15	₡ 21,000.00	20	₡ 1,050.00
Cortina ventana	₡ 4,200.00	55	₡ 231,000.00	20	₡ 11,550.00
Cubiertos	₡ 14,000.00	22	₡ 308,000.00	25	₡ 12,320.00
Estañones	₡ 25,000.00	100	₡ 2,500,000.00	10	₡ 250,000.00
Impresora	₡ 30,000.00	1	₡ 30,000.00	8	₡ 3,750.00
Lavadora	₡ 260,000.00	1	₡ 260,000.00	7	₡ 37,142.86
Materiales construccion	₡ 550,000.00	16	₡ 8,800,000.00	15	₡ 586,666.67
Microondas	₡ 35,000.00	13	₡ 455,000.00	8	₡ 56,875.00
Ollas y Sartenes	₡ 73,000.00	8	₡ 584,000.00	25	₡ 23,360.00
Pared	₡ 10,000.00	94	₡ 940,000.00	2	₡ 470,000.00
Pichel	₡ 1,400.00	13	₡ 18,200.00	25	₡ 728.00
Piscina	₡7,800,000.00	1	₡ 7,800,000.00	25	₡ 312,000.00
Plantilla	₡ 15,600.00	13	₡ 202,800.00	7	₡ 28,971.43
Plato	₡ 400.00	88	₡ 35,200.00	25	₡ 1,408.00
Publicidad	₡ 200,000.00	1	₡ 200,000.00	10	₡ 20,000.00
Refrigeradora	₡ 90,000.00	13	₡ 1,170,000.00	10	₡ 117,000.00
Sabada Mat	₡ 9,500.00	34	₡ 323,000.00	20	₡ 16,150.00
Sabana Ind	₡ 5,700.00	27	₡ 153,900.00	20	₡ 7,695.00
Secadora	₡ 280,000.00	1	₡ 280,000.00	7	₡ 40,000.00
Sistema de electrico	₡ 350,000.00	16	₡ 5,600,000.00	7	₡ 800,000.00
Sistema de mecanico	₡ 350,000.00	16	₡ 5,600,000.00	7	₡ 800,000.00
Tasa café	₡ 450.00	88	₡ 39,600.00	25	₡ 1,584.00
Tasa cereal	₡ 350.00	88	₡ 30,800.00	25	₡ 1,232.00
Televisor	₡ 110,000.00	15	₡ 1,650,000.00	10	₡ 165,000.00
Vaso	₡ 350.00	88	₡ 30,800.00	25	₡ 1,232.00
TOTAL			₡ 88,950,200.00		₡ 8,653,834.95

Fuente: Elaboración propia.

El préstamo bancario se va a adquirir de Banca Kristal porque ofrece un crédito mipymes para mujeres empresarias con menos de dos años de experiencia o emprendedoras por el monto de ₡114.000.000, para contemplar la inversión inicial con una tasa de interés que solo abarca la tasa básica pasiva; pero al hacer un estudio sobre su fluctuación para efecto del flujo de efectivo se utilizará por el 12%, esto para disminuir el riesgo de que dicha tasa aumente cayendo en riesgo la inversión en la cabinas.

Con respecto al cálculo de la depreciación, se devaluó cada activo de manera que se puede identificar el desgaste lineal que genera por año; como resultado se confirma que el monto corresponde a ₡8,653,834.95 que se tomará en cuenta a la hora de desarrollar el flujo de efectivo, así mismo para aquellos activos que adquieran una vida útil mayor a la del proyecto, se acumulará su respectiva depresión a valor presente y se verá reflejado en el último año del flujo, el cual ajusta el monto de ₡17,307,669.90 con esto se puede aumentar un poco el flujo neto del año 10.

La capacidad se determinará bajo 3 escenarios de manera que se pueda comparar el nivel de productividad que adquiere según un caso optimista que corresponde al 100%, un caso regular pensando en un 75% y por último un caso pesimista con el 50% de ventas. Las ventas por los servicios del complejo turístico determinarán los precios por habitación, es decir la frecuencia mínima en que se ofrecen las cabinas que según las encuestas la mayoría de los turistas visitan las zona los fines de semana por lo que el cálculo se tomará solo de estos días, tomando 8 noches de alojamiento al mes, considerando que no tendrá toda la capacidad

disponible todo el año, para hacer la proyección de ventas al año, multiplicada por el precio estimado de acuerdo a la valoración de los costos.

El costo capital, que en términos generales busca que la inversión mantenga un rendimiento de forma inalterable de valor en el mercado, se va a utilizar al 20% esto con el siguiente desglose:

Tabla 26. Costo capital

ACTIVOS	VALOR	PORCENTAJE DE LA INVERSIÓN	RIESGO	TMAR	TOTAL COSTO CAPITAL
PRÉSTAMO	₡114.000.000	47.69%	12%	12%	5.72%
RECURSOS PROPIOS	₡125.000.000	52.30%	22%	27.49%	14.37%
TOTAL	₡239.000.000	100%			20%

Fuente: Elaboración propia.

Se deben contemplar todos los activos que se van a utilizar para el desarrollo del proyecto de inversión, en este caso, el préstamo por parte de Banca Kristal por el monto de ₡114.000.000 que equivale al 47.63% de la inversión total, y mantiene una tasa de interés del 12% como ya se había establecido anteriormente, con esto se aplica la teoría financiera donde la misma tasa de interés del préstamo pasa a ser la tasa mínima aceptable de rendimiento. Por consiguiente, hay que tomar en cuenta los recursos propios donde se manifiesta el lote, el cual se va a destinar la construcción de la obra con un valor en libras de ₡125.000.000 que equivale al 52.30% de la inversión total, y para el porcentaje del costo capital unitario se aplica la fórmula de la suma de la tasa de inversión más la tasa de riesgo por la multiplicación de ambos.

Así mismo, hay que considerar el nivel de riesgo del terreno donde además el porcentaje de la inflación del país que actualmente se encuentra en 2.3% pero para efectos de la presente Tesis, se estima en un 4.5% esto al disminuir el riesgo de dicha tasa aumente cayendo en riesgo la inversión de las cabinas y un 22% de riesgo para garantizar un margen de contingencia amplio para cualquier eventualidad en el proceso de desarrollo de la obra, como resultado da una tasa mínima aceptable de rendimiento del 27.49%.

Ahora estos datos se deben ponderar de manera que la solución final genere el costo capital total que se utiliza para los flujos de efectivo; el procedimiento consiste en multiplicar los porcentajes que abarca cada uno de los activos a la inversión total por el porcentaje del costo capital unitario correspondiente, como producto genera un 5.72% para el préstamo y un 14.37% para los recursos propios y la suma de ambos ajusta al valor del 20%.

Según el resultado del cálculo del costo de capital total, el proyecto de inversión debe tener un rendimiento mínimo del 20% para poder sortear el costo de capital, ya que con este porcentaje se evidencia que el proyecto logra adquirir la capacidad suficiente de productividad para suprimir el importe de la obra en construcción, por lo contrario, si no alcanza este nivel no podrá cubrir con sus costos mínimos de capital y por lo tanto, la empresa no cuenta con las aptitudes como la liquidez para sustentar cualquier tipo de gasto en que incurra en el desarrollo del complejo turístico.

Tabla 27. Precio de cabina al 100%

CABINAS	CAPACIDAD	PRECIO POR NOCHE	PRECIO POR NOCHE TOTAL	PRECIO POR MES	PRECIO POR AÑO
SENCILLA					
2	2 PERSONAS	₡35.000	₡70.000	₡560.000	₡6.720.000
EQUIPADA					
3	3 PERSONAS	₡45.000	₡135.000	₡1.080.000	₡12.960.000
	4 PERSONAS				
4	5 PERSONAS	₡55.000	₡220.000	₡1.760.000	₡21.120.000
	6 PERSONAS				
6	7 PERSONAS	₡60.000	₡360.000	₡2.880.000	₡34.560.000
	8 PERSONAS				
15	TOTAL	₡195.000	₡785.000	₡6.280.000	₡75.360.000

Fuente: Elaboración propia.

Según el resultado del cálculo de los precios, el ingreso total por ventas en el escenario del 100% tomando de estos días solo 8 noches de alojamiento al mes; al año se proyectan ₡75.360.000 esto quiere decir que si solo tuviera productividad en cabinas para 2 personas, se requiere que pasen mínimo 1076 noches al año y si solo se utilizan las cabinas para 3 o 4 personas, se necesita que pasen mínimo 558 noches y como superan el tiempo del año, es imprescindible el apoyo de producción de otras cabinas; si solo tuviera productividad en cabinas para 5 o 6 personas, se requiere que pasen mínimo 342 noches y si solo tuviera productividad en cabinas para 7 u 8 personas, se necesita que pasen mínimo 209 noche,s por lo que se pueden conseguir las ventas suficientes al año para cumplir con el flujo.

PROYECTO DE CABINAS 100%

	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
INVERSION INICIAL	114,000,000.00										
VENTAS		75,360,000.00	75,360,000.00	75,360,000.00	75,360,000.00	75,360,000.00	75,360,000.00	75,360,000.00	75,360,000.00	75,360,000.00	75,360,000.00
COSTOS		-2,835,480.00	-2,835,480.00	-2,835,480.00	-2,835,480.00	-2,835,480.00	-2,835,480.00	-2,835,480.00	-2,835,480.00	-2,835,480.00	-2,835,480.00
DEPRECIACION		-8,653,834.95	-8,653,834.95	-8,653,834.95	-8,653,834.95	-8,653,834.95	-8,653,834.95	-8,653,834.95	-8,653,834.95	-8,653,834.95	-17,307,669.90
UAI		63,870,685.05	55,216,850.10								
INTERESES 12%		-8,615,653.91	-6,978,960.32	-5,204,464.54	-3,280,564.24	-1,194,680.24	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
UAI		55,255,031.14	56,891,724.73	58,666,220.51	60,590,120.81	62,676,004.81	63,870,685.05	63,870,685.05	63,870,685.05	63,870,685.05	55,216,850.10
ISR 10%		-5,525,503.11	-5,689,172.47	-5,866,622.05	-6,059,012.08	-6,267,600.48	-6,387,068.51	-6,387,068.51	-6,387,068.51	-6,387,068.51	-5,521,685.01
UTILIDAD NETA		49,729,528.03	51,202,552.26	52,799,598.46	54,531,108.73	56,408,404.33	57,483,616.55	57,483,616.55	57,483,616.55	57,483,616.55	49,695,165.09
DEPRECIACION		8,653,834.95	8,653,834.95	8,653,834.95	8,653,834.95	8,653,834.95	8,653,834.95	8,653,834.95	8,653,834.95	8,653,834.95	17,307,669.90
AMORTIZACION		-19,439,210.74	-21,075,904.33	-22,850,400.11	-24,774,300.41	-26,869,184.41	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
FLUJO NETO	-114,000,000.00	38,944,152.24	38,780,482.88	38,603,033.30	38,410,643.27	38,193,054.87	66,137,451.50	66,137,451.50	66,137,451.50	66,137,451.50	67,002,834.99
VALOR PRESENTE	-114,000,000.00	32,453,460.20	26,930,890.89	22,339,718.34	18,523,651.27	15,348,932.16	22,149,298.69	18,457,748.91	15,381,457.42	12,817,881.19	10,821,331.92

Tabla 28. Indicadores del flujo de efectivo al 100%

INDICADORES	
VALOR ACTUAL NETO	81,224,370.98
TASA INTERNA DE RETORNO	36%
PERIODO DE RETORNO	2.94
COSTO CAPITAL	20%
INDICE DESEABILIDAD	1.71

Fuente: Elaboración propia.

Se deduce con base en los cálculos proyectados que el Valor Actual Neto (VAN) resultó con 81,224,370.98; al ser positivo confirma que las cabinas son lo suficientemente rentables pues no solo cubren los costos del capital, sino que también tienen la característica de crear valor, la Tasa Interna de Retorno (TIR) indica un 36% de manera que si esta es superior a la tasa del financiamiento del crédito, se deduce que es aconsejable invertir y respecto al Periodo de Retorno se puede observar que la inversión inicial será recuperada en el lapso de 2 años y 11 meses tiempo inferior a su vida útil.

Ante este escenario del 100% tomando de estos días solo 8 noches de alojamiento al mes, se sugiere invertir en el proyecto de inversión inmobiliario de cabinas en la zona de Mata Limón de Esparza, en el año 2017, ya que demuestra el nivel de liquidez que surge en el periodo de los 10 años.

Tabla 29. Precio de cabina al 75%

CABINAS	CAPACIDAD	PRECIO POR NOCHE	PRECIO POR NOCHE TOTAL	PRECIO POR MES	PRECIO POR AÑO
SENCILLA					
2	2 PERSONAS	₡35.000	₡70.000	₡420,000	₡5,040,000
EQUIPADA					
3	3 PERSONAS	₡45.000	₡135.000	₡810,000	₡9,720,000
	4 PERSONAS				
4	5 PERSONAS	₡55.000	₡220.000	₡1,320,000	₡15,840,000
	6 PERSONAS				
6	7 PERSONAS	₡60.000	₡360.000	₡2,160,000	₡25,920,000
	8 PERSONAS				
15	TOTAL	₡195.000	₡785.000	₡4,710,000	₡56,520,000

Fuente: Elaboración propia.

Según el resultado del cálculo de los precios el ingreso total por ventas en el escenario del 75% tomando de estos días solo 8 noches de alojamiento al mes; al año se proyectan ₡56.520.000 esto quiere decir que si solo tuviera productividad en cabinas para 2 personas, se necesita que pasen mínimo 807 noches al año y si solo se utilizan las cabinas para 3 o 4 personas, se necesita que pasen mínimo 418 noches y como superan el tiempo del año, es imprescindible el apoyo de producción de otras cabinas; si solo tuviera productividad en cabinas para 5 o 6 personas se necesita que pasen mínimo 256 noches; y si solo tuviera productividad en cabinas para 7 u 8 personas, se requiere que pasen mínimo 157 noches, por lo que se pueden conseguir las ventas suficientes al año para cumplir con el flujo.

PROYECTO DE CABINAS 75%

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
INVERSION INICIAL	114,000,000.00										
VENTAS		56,520,000.00	56,520,000.00	56,520,000.00	56,520,000.00	56,520,000.00	56,520,000.00	56,520,000.00	56,520,000.00	56,520,000.00	56,520,000.00
COSTOS		-2,126,610.00	-2,126,610.00	-2,126,610.00	-2,126,610.00	-2,126,610.00	-2,126,610.00	-2,126,610.00	-2,126,610.00	-2,126,610.00	-2,126,610.00
DEPRECIACION		-8,653,834.95	-8,653,834.95	-8,653,834.95	-8,653,834.95	-8,653,834.95	-8,653,834.95	-8,653,834.95	-8,653,834.95	-8,653,834.95	-17,307,669.90
UAI		45,739,555.05	37,085,720.10								
INTERESES 12%		-8,615,653.91	-6,978,960.32	-5,204,464.54	-3,280,564.24	-1,194,680.24	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
UAI		37,123,901.14	38,760,594.73	40,535,090.51	42,458,990.81	44,544,874.81	45,739,555.05	45,739,555.05	45,739,555.05	45,739,555.05	37,085,720.10
ISR 10%		-3,712,390.11	-3,876,059.47	-4,053,509.05	-4,245,899.08	-4,454,487.48	-4,573,955.51	-4,573,955.51	-4,573,955.51	-4,573,955.51	-3,708,572.01
UTILIDAD NETA		33,411,511.03	34,884,535.26	36,481,581.46	38,213,091.73	40,090,387.33	41,165,599.55	41,165,599.55	41,165,599.55	41,165,599.55	33,377,148.09
DEPRECIACION		8,653,834.95	8,653,834.95	8,653,834.95	8,653,834.95	8,653,834.95	8,653,834.95	8,653,834.95	8,653,834.95	8,653,834.95	17,307,669.90
AMORTIZACION		-19,439,210.74	-21,075,904.33	-22,850,400.11	-24,774,300.41	-26,869,184.41	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
FLUJO NETO	-114,000,000.00	22,626,135.24	22,462,465.88	22,285,016.30	22,092,626.27	21,875,037.87	49,819,434.50	49,819,434.50	49,819,434.50	49,819,434.50	50,684,817.99
VALOR PRESENTE	-114,000,000.00	18,855,112.70	15,598,934.64	12,896,421.47	10,654,237.21	8,791,087.11	16,684,427.81	13,903,689.84	11,586,408.20	9,655,340.17	8,185,881.07

Tabla 30. Indicadores del flujo de efectivo al 75%

INDICADORES	
VALOR ACTUAL NETO	12,811,540.21
TASA INTERNA DE RETORNO	23%
PERIODO DE RETORNO	5.05
COSTO CAPITAL	20%
INDICE DESEABILIDAD	1.11

Fuente: Elaboración propia.

Se deduce con base en los cálculos proyectados que el Valor Actual Neto (VAN) resultó con 12,811,540.21; al ser positivo confirma que las cabinas son lo suficientemente rentables, pues no solo cubren los costos del capital sino también tienen la característica de crear valor, la Tasa Interna de Retorno (TIR) indica un 23% de manera que si esta es superior a la tasa del financiamiento del crédito se deduce que es aconsejable invertir; y el Periodo de Retorno se puede observar que la inversión inicial será recuperada en el lapso de 5 años y 6 meses tiempo inferior a su vida útil.

Ante este escenario del 75% tomando de estos días solo 8 noches de alojamiento al mes, se sugiere invertir en el proyecto de inversión inmobiliario de cabinas en la zona de Mata Limón de Esparza, en el año 2017, ya que demuestra el nivel de liquidez que surge en el periodo de los 10 años.

Tabla 31. Precio de cabina al 50%

CABINAS	CAPACIDAD	PRECIO POR NOCHE	PRECIO POR NOCHE TOTAL	PRECIO POR MES	PRECIO POR AÑO
SENCILLA					
2	2 PERSONAS	₡35.000	₡70.000	₡280,000	₡3,360,000
EQUIPADA					
3	3 PERSONAS	₡45.000	₡135.000	₡540,000	₡6,480,000
	4 PERSONAS				
4	5 PERSONAS	₡55.000	₡220.000	₡880,000	₡10,560,000
	6 PERSONAS				
6	7 PERSONAS	₡60.000	₡360.000	₡1,440,000	₡17,280,000
	8 PERSONAS				
15	TOTAL	₡195.000	₡785.000	₡3,140,000	₡37,680,000

Fuente: Elaboración propia.

Según el resultado del cálculo de los precios, el ingreso total por ventas en el escenario del 75% tomando de estos días solo 8 noches de alojamiento al mes; al año se proyectan ₡56.520.000 esto quiere decir que si solo tuviera productividad en cabinas para 2 personas, se necesita que pasen mínimo 807 noches al año y si solo utilizo las cabinas para 3 o 4 personas necesito que pasen mínimo 418 noches como superan el tiempo del año es imprescindible el apoyo de producción de otras cabinas; si solo tuviera productividad en cabinas para 5 o 6 personas necesito que pasen mínimo 256 noches y si solo tuviera productividad en cabinas para 7 o 8 personas necesito que pasen mínimo 157 noches por lo que puedo conseguir las ventas suficientes al año para cumplir con el flujo.

PROYECTO DE CABINAS 50%

	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
INVERSION INICIAL	114,000,000.00										
VENTAS		37,680,000.00	37,680,000.00	37,680,000.00	37,680,000.00	37,680,000.00	37,680,000.00	37,680,000.00	37,680,000.00	37,680,000.00	37,680,000.00
COSTOS		-1,417,740.00	-1,417,740.00	-1,417,740.00	-1,417,740.00	-1,417,740.00	-1,417,740.00	-1,417,740.00	-1,417,740.00	-1,417,740.00	-1,417,740.00
DEPRECIACION		-8,653,834.95	-8,653,834.95	-8,653,834.95	-8,653,834.95	-8,653,834.95	-8,653,834.95	-8,653,834.95	-8,653,834.95	-8,653,834.95	-17,307,669.90
UAI		27,608,425.05	18,954,590.10								
INTERESES 12%		-8,615,653.91	-6,978,960.32	-5,204,464.54	-3,280,564.24	-1,194,680.24	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
UAI		18,992,771.14	20,629,464.73	22,403,960.51	24,327,860.81	26,413,744.81	27,608,425.05	27,608,425.05	27,608,425.05	27,608,425.05	18,954,590.10
ISR 10%		-1,899,277.11	-2,062,946.47	-2,240,396.05	-2,432,786.08	-2,641,374.48	-2,760,842.51	-2,760,842.51	-2,760,842.51	-2,760,842.51	-1,895,459.01
UTILIDAD NETA		17,093,494.03	18,566,518.26	20,163,564.46	21,895,074.73	23,772,370.33	24,847,582.55	24,847,582.55	24,847,582.55	24,847,582.55	17,059,131.09
DEPRECIACION		8,653,834.95	8,653,834.95	8,653,834.95	8,653,834.95	8,653,834.95	8,653,834.95	8,653,834.95	8,653,834.95	8,653,834.95	17,307,669.90
AMORTIZACION		-19,439,210.74	-21,075,904.33	-22,850,400.11	-24,774,300.41	-26,869,184.41	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
FLUJO NETO	-114,000,000.00	6,308,118.24	6,144,448.88	5,966,999.30	5,774,609.27	5,557,020.87	33,501,417.50	33,501,417.50	33,501,417.50	33,501,417.50	34,366,800.99
VALOR PRESENTE	-114,000,000.00	5,256,765.20	4,266,978.39	3,453,124.59	2,784,823.14	2,233,242.05	11,219,556.94	9,349,630.78	7,791,358.98	6,492,799.15	5,550,430.23

Tabla 32. Indicadores del flujo de efectivo al 50%

INDICADORES	
VALOR ACTUAL NETO	-55,601,290.55
TASA INTERNA DE RETORNO	8%
PERIODO DE RETORNO	7.52
COSTO CAPITAL	20%
INDICE DESEABILIDAD	0.51

Fuente: Elaboración propia.

Se deduce con base en los cálculos proyectados que el Valor Actual Neto (VAN) resultó con -55,601,290.55 al ser negativo confirma que las cabinas no son lo suficientemente rentables, pues no cubre los costos del capital y tampoco tiene la característica de crear valor, la Tasa Interna de Retorno (TIR) indica un 8% de manera que si esta no es superior a la tasa del financiamiento del crédito se deduce que no es aconsejable invertir, y el Periodo de Retorno se puede observar que la inversión inicial será recuperada en el lapso de 7 años y 6 meses tiempo inferior a su vida útil.

Ante este escenario del 50% tomando de estos días solo 8 noches de alojamiento al mes, se sugiere emplear el proyecto de inversión inmobiliario de cabinas en la zona de Mata Limón de Esparza, en el año 2017, ya que demuestra el nivel de liquidez que surge en el periodo de los 10 años.

6.6 DESARROLLO DE LA PROPUESTA

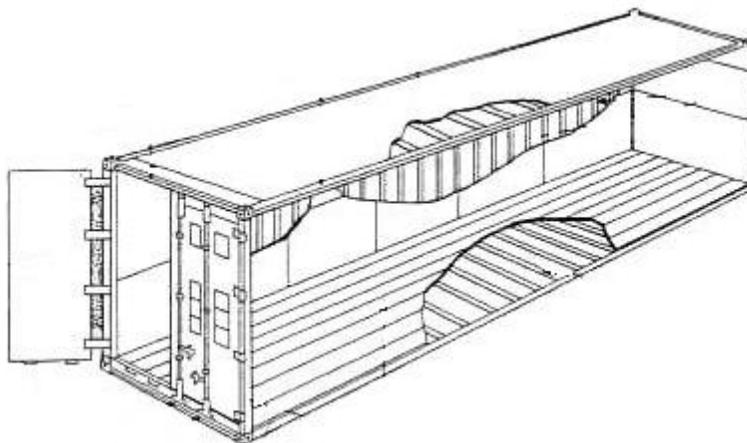
Existe una buena cantidad de proveedores de servicios de construcción que poseen un poder de negociación con los recursos naturales de la zona, lo que facilitaría la materia prima para ejercer la construcción de las cabinas, en este caso tomando la iniciativa de utilizar contenedores secos de carga marítima, con el fin de aprovecharlos de manera que resulta favorable para la industria, ya que los recursos e insumos necesarios para su construcción son fáciles de conseguir, así mismo, existen muchas opciones a escoger y no tienen procesos complicados de adquisición.

Las cabinas con base en contenedores aún no ha sido saturado en esta región del país por lo tanto, conserva rasgos de ruralidad, y las demás condiciones para llevar a cabo el turismo rural sostenible como un producto diferenciado, lo cual se encuentra aceptado según las encuestas aplicadas para determinar las tendencias de mercado y los elementos clave para la generación de una oferta original e innovadora, ya que el grado de diferenciación de la obra planteada permite que la amenaza de productos suplentes dentro del distrito de Mata Limón sea atractiva.

Ahora bien, en lo que respecta a los servicios sustitutos, sus atributos de exclusividad, belleza, aislación y extensión, le permiten igualmente ser un proyecto de cabinas llamativo para destinos turísticos del país, aparte de que el diseño, construcción y operación del complejo turístico, es un establecimiento responsable con el entorno y el medio ambiente, que gestionará el uso eficiente de los recursos con bajo nivel de impacto y emisiones. Además, que la estructura de un contenedor resulta muy

útil para edificaciones porque están constituidos por materiales de larga duración y a la vez flexibles para modificar a conveniencia.

Ilustración 6. Contenedores



Fuente: Internet.

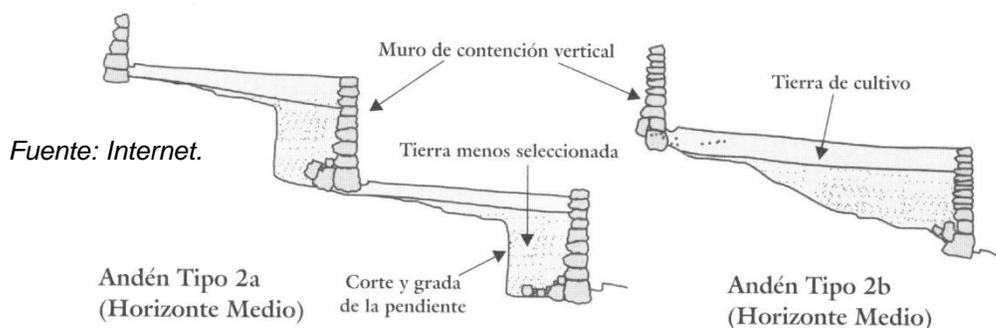
Entre las ventajas están por ejemplo sus dimensiones, ya que un solo contenedor tiene espacio suficiente para poder equipar fácilmente una cabina; su capacidad de soporte de carga ya que permiten incluso la colocación superior de nuevos módulos, están diseñados para facilitar su transporte, ya que son ideales para la adaptación de cualquier terreno; el poder de adquisición es considerado económico, porque los contenedores son reutilizados, esto reduce la mano de obra, el tiempo de instalación y adecuación; son de gran resistencia ya que fueron creados para sufrir la oxidación.

Además, cabe destacar que reduce radicalmente los materiales de fabricación con un importante insumo de conservación de energía, además no necesita mantenimiento debido a que los contenedores marítimos están diseñados para una prolongada vida útil, fabricados con una capa de aislante preservando calefacción y/o enfriamiento.

Como el complejo turístico se desarrollará en terreno propio el cual mide 2223.10 m², para la iniciación de la obra solo se utilizará la mitad de la propiedad, con el fin de mantener una inversión inicial aceptable para empezar con la distribución de las cabinas; además al observar la aprobación de los turistas al ejecutar los planos de construcción con base en contenedores, se toma en cuenta armar la estructura con contenedores del tamaño de 40 pies, los cuales se pueden conseguir en la Central de Contenedores Caldera C.C.C.S.A.

Aunque para temas de presupuesto fomenta la disminución de costos y a nivel de producción reduce el tiempo en finalizar la edificación para empezar a obtener ingresos anticipadamente; no obstante el lote ofrece cierta inclinación, por lo que en vez de nivelar todo el espacio se va a aprovechar al realizar una serie de terrazas para acomodar los contenedores y así apreciar la vista panorámica que ofrece la naturaleza del lugar.

Ilustración 7. Terrazas de tierra



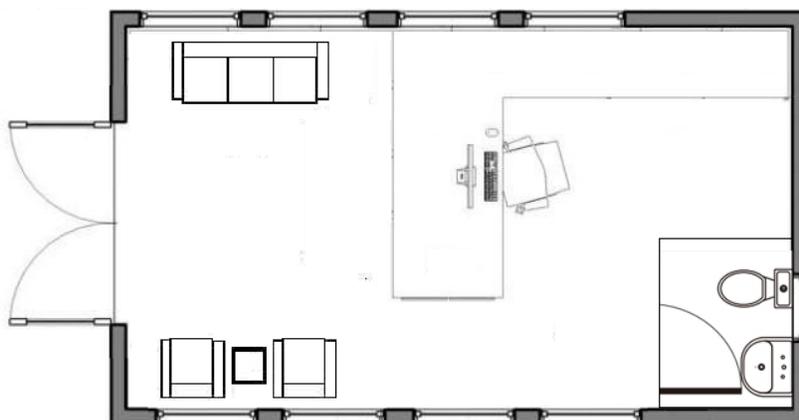
La colocación del complejo turístico se extiende abarcando las siguientes áreas:

Recepción

Recepción de clientes construida en base a ½ contenedor con capacidad de 1 trabajador, incluye las siguientes comodidades:

- Oficina
 - Mostrador en base de tarimas
 - Computadora
 - Impresora
 - Sillas en base de tarimas con cojines
- Baño privado
 - Inodoro
 - Lavatorio
 - Accesorios de baño (papel higiénico y jabón)

Ilustración 8. Plano recepción



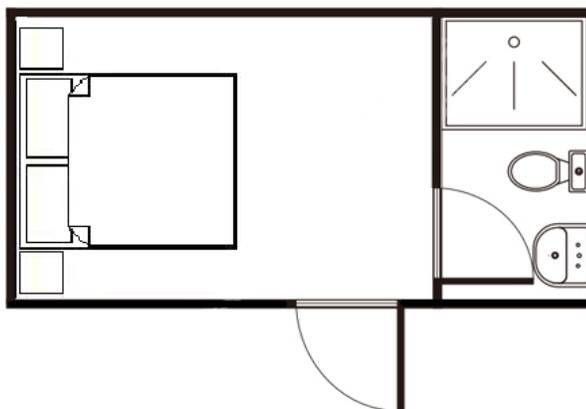
Fuente: Empresa Inversiones CYK S.A.

Cabinas

Cabina sencilla construida en base a ½ contenedor con capacidad para 2 personas con 1 espacio de parqueo al lado de la cabina, incluye las siguientes comodidades:

- Habitación
 - Cama matrimonial en base de tarimas
 - Ropa de cama (sábanas y almohadas)
 - Colchón matrimonial
 - Televisor pantalla plana 32 pulgadas
 - Aire acondicionado
- Baño privado
 - Ducha
 - Lavatorio
 - Accesorios de baño (paños, papel higiénico y jabón)
 - Inodoro

Ilustración 9. Plano cabina sencilla para 2 personas



Fuente: Empresa Inversiones CYK S.A.

Cabina equipada construida en base a 1 contenedor con capacidad para 4 personas con 1 espacio de parqueo al lado de la cabina, incluye las siguientes comodidades:

- Habitación

- Dos camas matrimoniales en base de tarimas
- Ropa de cama (sábanas y almohadas)
- Aire acondicionado
- Dos colchones matrimoniales

- Baño privado

- Ducha
- Lavatorio
- Inodoro
- Accesorios de baño (paños y jabón)

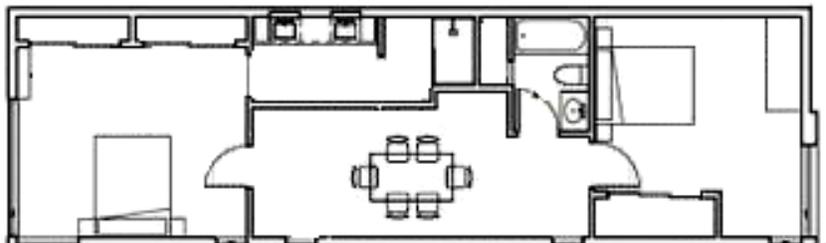
- Cocina

- Mini refrigeradora
- Cafetera
- Plantilla eléctrica
- Lavatorio
- Microondas
- Utensilio de cocina (vasos, platos, cubiertos, tasas, ollas y sartenes)

- Comedor

- Televisor pantalla plana 32 pulgadas
- Sillas en base de tarimas con cojines
- Mesa en base de tarimas

Ilustración 10. Plano cabina equipada para 4 personas



Fuente: Empresa Inversiones CYK S.A.

Cabina equipada construida en base a 2 contenedores con capacidad para 6 personas con 1 espacio de parqueo al lado de la cabina, incluye las siguientes comodidades:

- Habitación

- Dos camas matrimoniales en base de tarimas
- Dos colchones matrimoniales
- Cama individual en base de tarimas
- Colchón individual
- Ropa de cama (sábanas y almohadas)
- Aire acondicionado

- Baño privado

- Ducha
- Inodoro
- Lavatorio
- Accesorios de baño (paños y jabón)

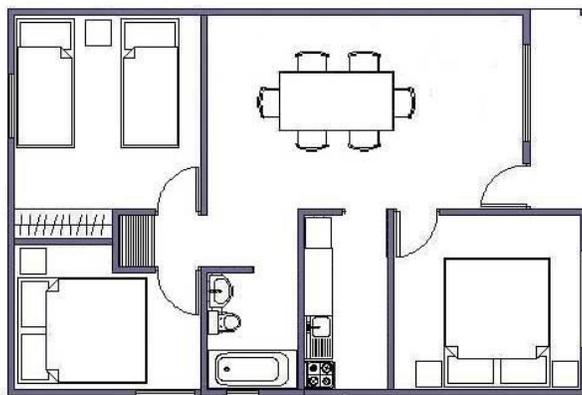
- Cocina

- Mini refrigeradora
- Plantilla eléctrica
- Microondas
- Cafetera
- Lavatorio
- Utensilio de cocina (vasos, platos, cubiertos, tasas, ollas y sartenes)

- Comedor

- Televisor pantalla plana 32 pulgadas
- Sillas en base de tarimas con cojines
- Mesa en base de tarimas

Ilustración 11. Plano cabina equipada para 6 personas



Fuente: Empresa Inversiones CYK S.A.

Cabina equipada construida en base a 2 contenedores con capacidad para 8 personas con 1 espacio de parqueo al lado de la cabina, incluye las siguientes comodidades:

- Habitación

- Dos camas matrimoniales en base de tarimas
- Dos camas individuales en base de tarimas
- Dos colchones matrimoniales
- Dos colchones individuales
- Ropa de cama (sábanas y almohadas)
- Aire acondicionado

- Baño privado

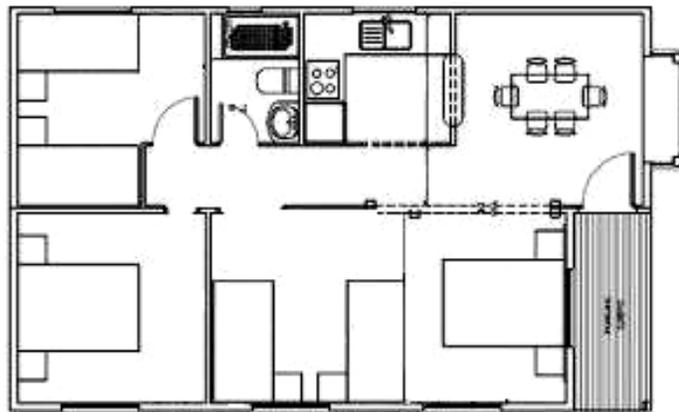
- Ducha
- Inodoro
- Lavatorio
- Accesorios de baño (paños y jabón)

- Cocina

- Mini refrigeradora
- Plantilla eléctrica
- Microondas
- Cafetera
- Lavatorio
- Utensilio de cocina (vasos, platos, cubiertos, tasas, ollas y sartenes)

- Comedor
- Televisor pantalla plana 32 pulgadas
- Sillas en base de tarimas con cojines
- Mesa en base de tarimas

Ilustración 12. Plano cabina equipada para 8 personas



Fuente: Empresa Inversiones CYK S.A.

Piscina

Al buscar varias opciones se opta por el servicio de la empresa Eco piscinas, ya que trabajan con material de plástico reforzado con fibra de vidrio, auto soportante que tiene la capacidad de estar llena de agua y fuera del terreno, estructura antisísmica y movable con bajo mantenimiento, además su tiempo máximo en instalación corresponde a 1 mes e incluye las siguientes comodidades:

- Aqua Plus

- Piscina estilo Aqua Plus de 4.20m x 8.20m con una profundidad de 1.35m
- Acabado fino interno con gradas internas
- Asiento confortable para 9 personas
- Dos asientos con jets de hidromasajes
- Cuatro jets para hidromasajes independientes

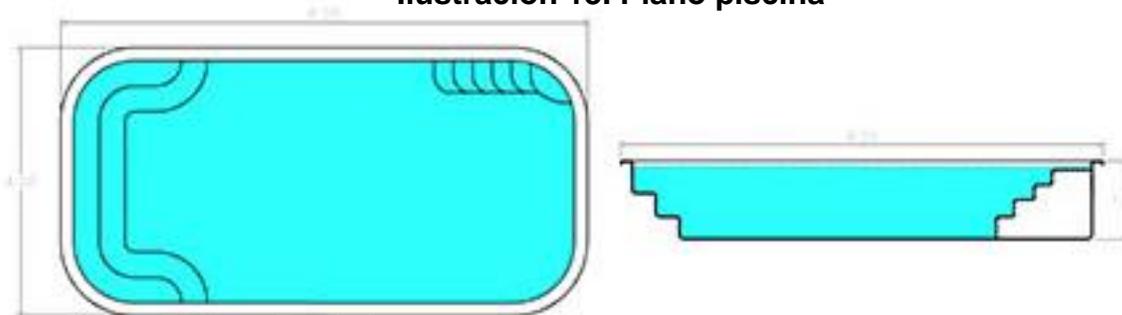
- Equipo de bombeo y filtración

- Bomba 1HP marca Hayward
- Filtro de marca Hayward, 35GPM=8M3/H
- 150 Libras de arena sílica
- Clorinador automático marca Waterco
- Reloj temporizador marca Intermatic
- Válvulas marca Praher en 1.5"

- Equipo de limpieza

- Manguera para aspirar de 8 metros
- Aspiradora de 8 ruedas
- Barra telescópica para aspiradora
- Cepillo de nylon
- Recogedor de hojas
- Kit de PH y cloro.

Ilustración 13. Plano piscina



Fuente: Empresa Ecopiscinas.

Parqueo

Como solo se está utilizando la mitad del terreno para la obra en construcción y cada cabina tiene a disposición un lugar de parqueo, se explotará el espacio desocupado para adaptarlo de manera que los visitantes tengan la tranquilidad de tener su vehículo cerca de las instalaciones; así mismo se estima la cantidad de 10 a 15 espacios de estacionamiento.

Lavandería

El área de lavandería de las instalaciones está construida en base a ½ contenedor con capacidad de 1 trabajador, incluye las siguientes comodidades:

- Lavadora
- Secadora
- Equipo de limpieza (escoba, palo piso, desinfectante, cloro)
- Equipo de mantenimiento

Tanto en Costa Rica como a nivel internacional, el sector turístico es dinámico y flexible, motivo por el cual paulatinamente surgen nuevas modalidades como el turismo rural comunitario; una de las razones puede ser el constante cambio en las preferencias de la demanda. Actualmente, hay una creciente tendencia por realizar actividades en zonas rurales en donde se puede entrar en contacto con la naturaleza.

Si fuese el caso de continuar con la construcción de las cabinas, una vez posicionado en el mercado, se recomienda ampliar sus instalaciones para que aumente su capacidad de oferta y de esta manera aprovechar al máximo las dimensiones del terreno; además, realizar convenios con agencias para exponer los servicios y tener

una imagen empresarial positiva; ya que las características sostenibles en proyectos inmobiliarios como los de tratamiento y reutilización de contenedores, no generan ningún daño al medio ambiente y por la innovación tecnológica planteada en la obra permiten lograr un ahorro económico en la operación y un cambio de pensamiento con respecto al uso de los recursos naturales e impacto ambiental.

La creciente demanda por el servicio del complejo turístico, tanto de turistas nacionales como extranjeros, permite la promoción de publicidad diversa para poder llegar a los usuarios a través de varios canales, dentro de los cuales destacan las ventas por agentes, vía páginas web, redes sociales y paneles publicitarios, donde resulta importante ser competitivos con otras propuestas ante la competencia directa de la zona, por ello la publicidad debe contar con paquetes turísticos atractivos en cuanto a precio, calidad y confort de las instalaciones.

BIBLIOGRAFÍA

Arroyo L. Caracterización geomorfológica, amenazas naturales y restricción de uso de la tierra en Esparza, Costa Rica: Un enfoque de ordenamiento territorial para el plan regulador del cantón. Portal electrónico de revistas académicas de la universidad nacional. [Internet], (2017). Disponible en: <http://www.revistas.una.ac.cr/index.php/geografica/article/viewFile/1700/1607>

Barrantes, R. (2014). *Investigación: un camino al conocimiento: enfoque cuantitativo y cualitativo*. 2 reimp. San José: EUNED.

Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación, administración, economía, humanidades y ciencias sociales* (Tercera Edición). Colombia: Pearson Educación.

Briseño A, Tejo S. (2016). *Plan de negocio para un proyecto hotelero ecológico y auto sostenible en la costa norte del Perú. Tesis Grado para optar el grado académico de magister en dirección de la construcción*. Universidad Peruana de Ciencias aplicadas Escuela de Postgrado. Lima, Perú.

Cámara de Comercio de Costa Rica. [Internet]. [10/06/2017]: <http://camara-comercio.com/>

Campos D. (2015). *Evaluación de impactos sociales, económicos y ambientales asociados a la implementación de la iniciativa denominada Plan de Desarrollo Local Cubujuquí 2020, en la comunidad Colonia Cubujuquí, distrito de Horquetas, Costa Rica*. Tesis Grado para optar por el grado de Máster en Práctica del Desarrollo. Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza. Turrialba, Costa Rica

González L, (2017) *Guía, trabajos finales de graduación, tesis en ciencias sociales*. Costa Rica: Universidad Hispanoamericana.

González L, Evans R, Pérez D. (2017). *Manual: Vancouver, APA. Citas y referencias bibliográficas*. Costa Rica: Universidad Hispanoamericana.

Guevara A. (2016). *Plan de negocios para desarrollo eco-turismo sostenible y sustentable en la parroquia Uzcurrumi del cantón Pasaje*. Tesis Grado para optar el título de licenciado en administración hotelera y turística. Universidad Técnica de Machala. Ecuador.

Herrera N. (2014). *Oportunidades de desarrollo inmobiliario residencial, determinados por el nivel de inversión, caso de estudio Comuna de Iquique, Región de Tarapacá, Chile*. Tesis Grado para optar al grado de Magister en Dirección y Administración de Proyectos Inmobiliarios. Universidad de Chile Facultad de Arquitectura y Urbanismo Departamento de Arquitectura Escuela de Postgrado. Chile.

Instituto Costarricense de Turismo. [Internet]. [01/06/2017]. Disponible en:<http://www.ict.go.cr/es/>

Kotler P, Armstrong Gary. (2003) *Fundamentos de Marketing*. México. 6ª ed.

Legislativa, A. (1977). Ley sobre la zona marítimo-terrestre 6043. *Publicada en el alcance*, 36.

Mendoza F. (2013). *Programa de Fortalecimiento de Capacidades para el desarrollo de iniciativas turísticas en las comunidades rurales del distrito de Bejuco en la provincia de Guanacaste, Costa Rica*. Título Tesis Grado para optar por el grado de Máster en

Práctica del Desarrollo. Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza.
Turrialba, Costa Rica

Ministerio de Economía, Industria y Comercio. [Internet]. [10/06/2017]:
<https://costarica.eregulations.org/?l=es>

Municipalidad de Esparza de Costa Rica. [Internet]. [21/02/2017]. Disponible en:
<http://www.muniesparza.go.cr>

Patiño L. (2015). *Proyecto de inversión para la creación de una empresa de servicios de hospedaje en cabaña ecológicas para la parroquia Valladolid, cantón Palanda provincia de Zamora Chichipe*. Tesis Grado ingeniera en Banca y Finanzas. Universidad Nacional de Loja. Ecuador.

Pymes Costa Rica. [Internet]. [01/06/2017]. Disponible en:
<http://www.pyme.go.cr/cuadro2.php?id=1>

Ramón B. (2016). *Plan de negocios, mediante el estudio de mercado, para proponer la creación del complejo turístico*. Tesis Grado para optar el Título de Ingeniero en Administración Turística. Universidad Nacional de Loja. Ecuador.

Registro Nacional de la Propiedad de Costa Rica. [Internet]. [21/02/2017]. Disponible en: <http://www.registronacional.go.cr/index.htm>

Rodríguez E. (2009). *Plan de negocio para el desarrollo de un proyecto de turismo alternativo en Cartago, Costa Rica*. Proyecto especial presentado como requisito parcial para optar al título de Ingeniero en Administración de Agronegocios en el Grado Académico de Licenciatura. Zamorano, Honduras.

Rojas E. Metodología de la Investigación. [Internet]. 2010[21/02/2017]. Disponible en: <http://metodologiamecanica.blogspot.com/2010/05/objetivo-general-y-especificos.html>

Sabino C. (2014) *El Proceso de la Investigación*. 10ª ed. Guatemala: Episteme.

REVISTAS DE INVESTIGACIÓN, 40(88).

Fierro Cepeda, G. A., & Coronel Zeas, C. A. (2014). Proyecto de ruta turística en el corredor Volcán Imbabura en la parroquia Miguel Egas, cantón Otavalo, provincia de Imbabura.

De Guevara Radoselovics, J. F., García, F. P., & Martínez, L. S. (2015). Crisis económica, confianza y capital social. Fundación BBVA.

Flórez, J. A. (2016). Proyectos de inversión para las PYME. Ecoe Ediciones.

Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados. [Internet]. [5/07/2017]: <https://www.aya.go.cr/Noticias/Documents/Reglamento%20Prestaci%C3%B3n%20de%20Servicios.pdf>

Instituto Costarricense de Electricidad. [Internet]. [5/07/2017]: <http://www.grupoice.com/wps/portal/ICE/electricidad/servicios-residenciales/tramites>

Nassir, S., & Reinaldo, S. (2014). Preparación y Elaboración de Proyectos.

Padilla, M. C. (2016). Formulación y evaluación de proyectos. Ecoe Ediciones.

Piketty, T. (2014). El capital en el siglo XXI. Fondo de Cultura Económica.

Pinos Luzuriaga, L. G. (2017). Modelo de valoración de proyectos de inversión inmobiliarias mediante opciones reales (Master'sthesis, Espol).

Porras Alfaro, D. (2015). De la planificación territorial a las estrategias de dinamización y desarrollo turístico sostenible: El caso de España y Costa Rica a través de un análisis comparativo.

Silesky-Hernández, B., &Henriquéz-Cruz, D. (2016). Guía metodológica para la administración de proyectos de vivienda transitoria en la Subdirección de infraestructura comunitaria de la organización TECHO Costa Rica.

Supo, S., & Sonia, B. (2016). Caracterización del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las mypes del sector servicio–rubro cabinas de internet del distrito de cerro colorado, provincia y región Arequipa, periodo 2014-2015.

Valencia, W. A., & Pinto, E. P. (2014). Los planes de negocios y los proyectos de inversión: similitudes y diferencias. *Industrial Data*, 16(1), 080-084.

Viniegra, S. (2007). Entendiendo el plan de negocios. Lulu. com.

ANEXOS

1. ANEXO ENCUESTA



Mi nombre es Fiorella Rodríguez Vega, estudiante de Licenciatura en Administración de Empresas en la Universidad Hispanoamericana.

A continuación, encontrará una serie de preguntas destinadas a conocer su opinión sobre diversos aspectos de **un proyecto inmobiliario de inversión de cabinas en la zona de Mata Limón de Esparza, para el año 2017**. Mediante esto queremos conocer lo que piensa la gente como usted sobre esta temática.

Por favor seleccione su respuesta con una (X) conteste la alternativa que más se acerca a lo que usted piensa. Sus respuestas son confidenciales y serán reunidas junto a las respuestas de muchas personas que están contestando este cuestionario en estos días.

¡Muchas gracias por su colaboración!

1. Se las siguientes opciones, ¿En cuál rango se encuentra su edad?

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Entre 19 y 30 años | <input type="checkbox"/> Entre 41 y 50 años |
| <input type="checkbox"/> Entre 31 y 40 años | <input type="checkbox"/> Entre 51 años o mas |

2. ¿En qué zona reside usted?

- San Jose Cartago Alajuela Heredia
 Limón Puntarenas Guanacaste Fuera del país

3. ¿Acostumbra vacacionar en la zona de Mata Limón?

- Sí No (Si selecciona esta opción pasar a la pregunta 5)

4. De las oportunidades de vacacionar, ¿Cuántas veces visita la zona al año?

- 1 vez 2 veces 3 veces 4 veces 5 veces 6 veces

5. ¿Qué tipo de hospedaje le gusta?

- 1 estrella 2 estrellas 3 estrellas 4 estrellas 5 estrellas

6. ¿Cuántos días acostumbra hospedarse en sus vacaciones?

- 2 días 3 días 4 días 5 días o mas

7. Cuando acostumbra viajar, acostumbra hacerlo:

- Acompañado Solo (Si selecciona esta opción pasar a la pregunta 9)

8. Cuando viaja acompañado, ¿con cuántas personas acostumbra viajar?

- 1 persona 3 personas 5 personas
 2 personas 4 personas Más de 5 personas

9. ¿Cuando vacaciona en Mata Limón en dónde se hospeda?

- Cabinas Hotel Casa de un familiar

10. ¿Cuando vacaciona en cabinas u hoteles qué tipo de alojamiento busca?

- Cabina equipada *utensilios de cocina, electrodomésticos, etc.*
 Habitación sencilla

11. ¿Qué tipo de comodidades busca?

- Servicio de televisor por cable Agua caliente
 Wifi Aire acondicionado

12. ¿Cuánto regularmente invierte por noche en alojamiento?

- 20.000 colones y 30.000 colones 40.000 colones y 50.000 colones
 30.000 colones y 40.000 colones Mas de 50.000 colones

13. ¿Cuál es el motivo de sus vacaciones?

- Placer o Bienestar Ecoturismo Aventura Deportes Cultural

14. ¿En qué días de la semana acostumbra vacacionar?

- Entre semana Fin de semana

15. ¿Considera usted importante que las instalaciones de alojamiento cuenten con un área para esparcimiento social?

- Sí No (Si selecciona esta opción pasar a la pregunta 17)

16. ¿Cuál opción pensaría la más adecuada para esta zona de esparcimiento social?

- Piscina Sala de juegos *pin pon, billar*
 Rancho con parrilla Terraza de relajación *solárium*

17. Para vacacionar, ¿cuál es su medio de transporte más utilizado?

- Automóvil Servicio de autobús privado colectivo
 Servicio de autobús público Motocicleta

18. ¿Viaja con mascotas?

- Sí No

2. ANEXO TERRENO







3. ANEXO HABITACIONES



Habitación para 2 personas.

Habitación para 3 o 4 personas.



Habitación para 5 o 6 personas.

Habitación para 7 u 8 personas.



4. ANEXO MUEBLES CON TARIMAS







5. ANEXO CONTENEDORES









6. ANEXO PISCINA

