



UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO
VICERRECTORADO ACADÉMICO
DIRECCIÓN GENERAL DE ESTUDIOS DE POSTGRADO
ÁREA CIENCIAS SOCIALES
ESPECIALIZACIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS: FINANZAS

Trabajo Especial de Grado

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CONSTRUCCIÓN Y PUESTA EN
MARCHA DE UNA POSADA TURÍSTICA

Presentado por
Manuel Esteban Díaz Ruíz
Para optar al título de
Especialista en Administración de empresas

Asesor
Cristian Viatour

Ciudad Guayana, Junio de 2008

ÍNDICE DE CONTENIDOS	ii
RESUMEN	iii
INTRODUCCIÓN	iv
CAPÍTULOS I EL PROBLEMA	7
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	7
1.2. Objetivos de la Investigación.....	8
1.2.1. Objetivo General.....	8
1.2.2. Objetivos Específicos.....	8
1.3. JUSTIFICACIÓN.....	8
II MARCO REFERENCIAL	10
2.1. Metodología Utilizada.....	10
III DIAGNÓSTICO	11
3.1. Estudio de Factibilidad.....	11
3.2. Estudio de Mercado.....	17
3.3. Estudio Técnico.....	49
3.4. Estudio Financiero.....	71
3.5. Cronograma de Ejecución.....	91
3.6. Aspectos Legales.....	94
3.7. Aspectos Ambientales.....	94
3.8. Aspectos de Higiene y Seguridad Industrial.....	95
IV CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	96
BIBLIOGRAFÍA	99

RESUMEN

Con la realización del presente estudio de factibilidad para la construcción y puesta en marcha de una Posada Turística en el Municipio Autónomo Caroní del Estado Bolívar, se pretende demostrar la factibilidad, técnica y económica del establecimiento de una posada, en Ciudad Guayana, ya que es de vital importancia desarrollar la infraestructura turística si se desea desarrollar integralmente la región conjuntamente con las líneas estratégicas del Gobierno Nacional, Estatal y Municipal; en razón de que representa un alto potencial para el desarrollo y productividad alternativa y sustentable.

Se presenta un estudio de factibilidad el cual incluye, una investigación del mercado donde se aprecia la demanda insatisfecha; asimismo se desarrolla un estudio técnico, contentivo de las especificaciones relativas a los servicios a ofrecer, equipos y capacidad de producción; además de la exposición de un estudio financiero, necesario para determinar la viabilidad económica y financiera del proyecto; y luego se finaliza con la presentación de las conclusiones.

INTRODUCCION

La actividad turística en nuestro país constituye un reto y una amplia gama de oportunidades para aprovechar los recursos naturales, condiciones climáticas, la capacidad y talento de quienes habitamos esta hermosa tierra. Este sector genera ingresos, empleo y estos a su vez un efecto multiplicador, en los sectores relacionados, comercio y servicio, tomando en cuenta que el turismo es la primera industria de servicios del mundo.

Ciudad Guayana representa una de las primeras ciudades del país, porque en ella desarrollan actividades las empresas básicas del estado, la ciudad está conformada por Puerto Ordaz y San Félix y se ha convertido en una de las ciudades mas importantes del país como principal destino de viajes de negocios y convenciones nacionales e internacionales, además de celebrarse en su gran mayoría las Ruedas de Negocios pautados por la CVG y el gobierno central.

Puerto Ordaz, fundada en 1.961, es un centro de producción metalúrgica a nivel mundial, ubicada en la desembocadura del río Caroní, fundada en 1628, por misioneros capuchinos. Es el centro urbano de mas rápido crecimiento de Venezuela (en 2001 tenía solo 646.541 habitantes) debido a su gran dinamismo industrial, apoyado en un conjunto de condiciones favorables, en las zonas adyacentes se encuentran el mayor yacimiento de hierro del país, así como los depósitos de bauxita y manganeso, dispone de abundante

energía eléctrica, gracias a la represa de Guri y las represas Macagua I y Macagua II.

Es el asiento de las grandes industrias de acero, aluminio, mineral de hierro y cemento tales como SIDOR, CVG ALCASA, CVG VENALUM, CVG FMO, además de una red de industrias ligeras que ofrecen servicio de mantenimiento, reparación y trabajos varios.

El incremento del turismo interno en el Municipio Caroní refleja el interés que despierta la Región Guayana, en todo el país, por sus grandes atractivos naturales, el Casco Histórico de Ciudad Bolívar y el turismo industrial basado en todo el desarrollo de la actividad económica, que se genera alrededor de las empresas básicas con, la producción de mineral de hierro, hierro, acero, aluminio, electricidad, servicios y suministros de piezas y partes para la industria, asimismo con la necesidad insatisfecha de alojamiento y alimentación entre empresarios, ejecutivos, vendedores y transportistas hacen a Ciudad Guayana privilegiada.

La Región Guayana se encuentra dentro de uno de los polos de desarrollo nacional más importantes, debido a sus atractivos turísticos y diversidad de actividades industriales y comerciales que se llevan a cabo cada día con mayor rigor, ante las grandes inversiones existentes y las que se llevarán a cabo en los próximos años, tales como la construcción de represas para la producción de energía hidroeléctrica, construcción de la Planta de Concentración de Mineral de Hierro de CVG Ferrominera Orinoco, entre otros.

La importancia que de este proyecto radica en la posibilidad de ofrecer un aporte sostenido y productivo de la actividad económica del turismo, y al mismo tiempo, brindar servicios relacionados con el sector turístico de alta calidad y eficiencia; donde prevalezca la atención al cliente, calidez, responsabilidad, seguridad y economía en los servicios ofrecidos.

Para llevar a cabo este proyecto ha sido necesaria la búsqueda y recopilación de información proveniente, entre otras fuentes de la Dirección de Turismo de la Alcaldía del Municipio Autónomo Caroní y el Ministerio de Turismo, a través de técnicas e instrumentos como la encuesta y la entrevista.

El proyecto se encuentra estructurado de la siguiente manera: Capítulo I; El Problema, Planteamiento, Justificación, y Objetivos de la Investigación. Capítulo II; Marco Referencial, Contentivo de toda la metodología necesaria para la realización de este estudio. Capítulo III; Diagnóstico, dividido a su vez en Estudio de Factibilidad, Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Estudio Financiero, Cronograma de Ejecución, Aspectos Legales, Aspectos Ambientales y Aspectos de Higiene y Seguridad Industrial. El proyecto finaliza con la presentación de las conclusiones y recomendaciones y la bibliografía consultada para la realización del estudio.

CAPITULO I EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El incremento del turismo interno en el Municipio Caroní refleja el interés que despierta la Región Guayana en todo el país, por sus grandes atractivos naturales, el Casco Histórico de Ciudad Bolívar y adicionalmente todo el desarrollo de la actividad económica, que se genera alrededor de las empresas básicas con la producción de mineral de hierro, acero, aluminio, electricidad y todos los servicios y suministros de piezas y partes para la industria, hacen a Ciudad Guayana privilegiada, ya que además de poseer bellezas naturales, cuenta con el parque industrial de las empresas tuteladas por la CVG.

La Región Guayana se encuentra dentro de uno de los polos de desarrollo nacional más importantes, debido a sus atractivos turísticos, diversidad de actividades industriales, comerciales y las inversiones proyectadas, tales como la construcción de represas para la producción de energía hidroeléctrica, construcción de la Planta de Concentración de Mineral de Hierro de CVG Ferrominera Orinoco, entre otros proyectos importantes.

Adicionalmente en general es conocida la insuficiencia de alojamiento en el Municipio Caroní, la necesidad insatisfecha de alimentación y hospedaje entre empresarios, ejecutivos, vendedores y transportistas por lo que hace al negocio turístico, tanto en alojamiento, como en los servicios conexos, un negocio muy atractivo y rentable, ofreciendo oportunidades en diferentes rubros; destacando entre éstos la posada turística, dado su ambiente familiar, agradable y precios mas económicos por los servicios de alojamiento y alimentación.

Ante la demanda creciente de personas que visitan la región para participar activamente en actividades turísticas, industriales, comerciales, deportivas, culturales, se hace necesario la creación de nueva infraestructura de servicios, que garantice satisfacer con la calidad, oportunidad, responsabilidad y economía,

las necesidades de quienes requieran los servicios de hospedaje, restaurante, información turística, visitas guiadas y servicios complementarios, los que como parte de este proyecto se pretenden suministrar.

Luego de todo lo planteado se establece que la finalidad de esta investigación consiste en determinar la posibilidad de construcción y puesta en marcha de una posada turística en Ciudad Guayana, específicamente en Puerto Ordaz, logrando con esto un importante aporte a la actividad económica del turismo, y en consecuencia, a la sociedad.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo general

- Desarrollar un estudio de factibilidad que determine la posibilidad de construir y administrar una posada turística en Ciudad Guayana, con la categoría de tres estrellas.

1.2.2 Objetivos específicos

- Elaborar un estudio del mercado de servicios de hospedaje y alimentación en el Estado Bolívar.
- Determinar las especificaciones técnicas necesarias para la construcción y administración de una posada turística con categoría de tres estrellas en el Estado Bolívar.
- Efectuar un estudio financiero que permita conocer la viabilidad de este proyecto.

1.3 JUSTIFICACIÓN

Si bien es cierto que en toda investigación existen obstáculos y limitaciones, no se puede negar la importancia del mismo, ya que mediante la puesta en marcha de este proyecto se puede lograr la consolidación del negocio turístico en la

región, por otra parte este proyecto ofrece la posibilidad de brindar un aporte sostenido y productivo de la actividad económica del turismo; y por ende, la mejora de las condiciones económicas, sociales y culturales de quienes habitan en esta región; razones sólidas para no dudar en la realización de este estudio.

CAPITULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 METODOLOGÍA UTILIZADA

La investigación llevada a cabo está enmarcada dentro de la modalidad Proyecto Factible, con un diseño documental – de campo; por cuanto el problema estudiado surge de la realidad y la información lograda proviene directamente de ella, pero además, se requiere del apoyo en fuentes teóricas y producto de un exhaustivo análisis de los fenómenos estudiados. Por otra parte, se afirma que se trata de un Proyecto Factible, puesto que con esta investigación se pretende atender a necesidades de la región, como lo son la creación de una posada turística, y esto se evidencia a través de los estudios ya realizados.

Para realizar esta investigación ha sido necesario indagar los antecedentes del problema y posteriormente apoyarse en la revisión y consulta de literatura vinculada al tema, todo esto se logró a través de la recopilación y análisis de información de diferentes fuentes (CVG, Dirección de Turismo de la Alcaldía y Gobernación, Ministerio de Turismo, Posadas de Puerto Ordaz, Empresas Comerciales, etc), así como la experiencia profesional de los promotores y consultores que han hecho posible la realización del proyecto.

CAPITULO III.

DIAGNÓSTICO

3.1 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

3.1.1. Objeto del Estudio.

Presentar una propuesta viable sobre el proyecto de inversión de una Posada Turística, donde se brindarán los servicios de hospedaje, restaurante, visitas guiadas e información turística y servicios complementarios, a los clientes de la región, del país y del exterior que demanden dichos servicios.

Este estudio surge como respuesta a las ideas de sus promotores y a la excelente área de oportunidad que existe en la región para fomentar los servicios de POSADAS, que permitan atender con la calidad y en la oportunidad que exigen los visitantes que llegan de diferentes lugares, a cumplir actividades de recreación, comerciales o industriales y necesitan otras alternativas que satisfagan sus expectativas y requerimientos actuales y futuros.

Todo esto redundará en beneficio de la región, ya que se fomentará el empleo y la calidad de vida de quienes participen en esta actividad, así mismo se incrementará la infraestructura de servicios en la zona, siendo el Estado Bolívar por excelencia uno de los estado con mayor potencial de desarrollo del turismo, ya que posee los mayores atractivos naturales en paisaje, flora y fauna tropical considerados de gran valor mundial por su amplia diversidad, ubicándose en el, el Parque Nacional Canaima, la Sierra de Imataca, La Gran Sabana, entre otros

atractivos naturales. Esto la ha convertido en un sitio de referencia turístico de visitantes tanto nacionales como internacionales. El gobierno regional del Estado Bolívar ha estado consiente de la importancia que toma el desarrollo de una política integral para atender la creciente del turismo en la región, mediante el fomento con campañas publicitarias a nivel nacional.

3.1.2. Características del proyecto.

Proyecto de creación de una posada turística y ejecutiva, que contará inicialmente con veinte (20) habitaciones, lobby-recepción, restaurante, información turística, visitas guiadas y servicios complementarios:

- Servicios de internet, fax, taxi, encomiendas y pasajes.
- Servicios de lavandería (lavado y planchado de ropa).
- Venta de artesanías, afiches, franelas, alusivos de la región y del País.
- Servicios de peluquería, masajes, servicios de manos y pies.
- Apoyo en las compras de productos de interés de los clientes en tiendas de la región (calzado, ropa, entre otros).

3.1.2.1. Naturaleza del proyecto.

El proyecto corresponde al área de los servicios turísticos y tiene como propósito desarrollar las operaciones de una Posada Turística, con servicios ofrecidos de manera cordial y accesible, atendiendo las necesidades de las familias, turistas, ejecutivos u organizaciones que lo requieran.

Alojamiento cómodo y agradable, comida apetecible y económica, servicios e información turística orientada a los aspectos culturales, sociales, recreacionales, históricos e industriales de la región, harán de esta posada una referencia del gentilicio de nuestra región.

3.1.2.2. Importancia.

La importancia de este proyecto radica en aprovechar las potencialidades y recursos de la región en pro de su desarrollo sostenido y productivo, destacando entre otros los siguientes aspectos:

- Creación de fuentes de empleo.
- Aumento en la infraestructura de servicios en la región.
- Desarrollar la potencialidad que ofrece el turismo como actividad económica.
- Mejorar la calidad de vida quienes participan directa e indirectamente en la actividad turística.

3.1.3. Políticas Económicas e Industriales que favorecen o limitan el desarrollo del proyecto.

El Ejecutivo Nacional tiene como proyectos bandera el turismo y las actividades agroindustriales que permitirán el fortalecimiento de las actividades productivas de la economía.

Según declaraciones del Ministro de Turismo, Wilman Castro Soteldo, la actividad turística en el 2004, movilizó 5,8 billones de bolívares 5,2 % del Producto Interno Bruto. Si a estos números se suman elementos claves como la cartera de crédito, valorada en 300 millones de dólares; los 18 millardos de bolívares que ingresaron al país en 2004-equivalente a 1%, que los actores pagan en gasto turístico y los 14 millardos de Bs. recaudados los primeros cinco meses de 2005, la sentencia inicial no es exagerada.

Siendo las expectativas del Ministerio de Turismo, incrementar la movilización turística interna de mas de 45 millones de personas y mas de 639 mil el trafico de visitantes del exterior.

De igual forma, se estimulará el proceso de transformación de las Agencias de Viajes, para que creen sus propios productos, identificando sus propios canales de distribución y que diseñen productos dirigidos a segmentos específicos, ya que no pueden limitarse a la venta a boletos aéreos o cuartos de hotel, deben ampliar el modelo de negocio, por que el consumidor tiene acceso a este tipo de servicios por internet.

Según la empresa consultora española THR, Venezuela es una potencia para el desarrollo del turismo alternativo (pesca, observación de aves y windsurf. En pesca se ubica por encima de Costa Rica, Argentina Chile, Brasil, Perú y Honduras, en observación de aves los sitios mas importantes La Gran Sabana, Los Llanos, Mérida y el Parque Henry Pittier., si se desea poseer una industria

hotelera, turística y de transporte sólida, Venezuela no puede seguir viviendo de las cuatro temporadas anuales: Carnaval, Semana Santa, Agosto y Navidad. Entre los ajustes destaca el rediseño de las vacaciones escolares y de los puentes vacacionales.

El Ministerio de Turismo, entre sus objetivos destaca el establecer políticas para dar a conocer a Venezuela e incrementar el tráfico de turistas-tanto nacionales como extranjeros-, el cual alcanzó casi 46 millones de personas durante 2005, que incluye la aerolínea estatal Conviasa y para el proyecto de capacitación turística –con 4.800 alumnos a través de piezas audiovisuales y la publicación de unos 6 millones de folletos informativos

Adicionalmente el ex Ministro Soteldo, informó que en el año 2006 se invierten US \$ 95.000.000,00, para ampliar la flota unos 12 aviones (varios Boeing 767, 737 y tres RJ 145) para atender las rutas en Venezuela, Europa, Sudamérica, la región andina, el Caribe y Norteamérica, el Ministro notificó que Conviasa, movilizó a más de 23 mil pasajeros entre (Bogotá y Granada) y tuvo una facturación de más de un millardo de Bolívares mensuales. Solo en abril se recaudaron 1,8 millardos de Bolívares. En ese período la ocupación de Conviasa fue de 52%, lo cual es muy atractivo para el sector turístico nacional contar con una línea aérea consolidada, ofrezca facilidades para que los turistas extranjeros visiten el país.

Lo anterior permitirá desarrollar las actividades productivas del turismo, del comercio y de la industria en función del fortalecimiento sostenido y coherente de la economía de la Región y del País.

Cabe destacar que la actividad turística goza de incentivos y facilidades establecidas en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela en su artículo 310 se indica que “El turismo es una actividad económica de interés nacional, prioritaria para el País en su estrategia de diversificación y desarrollo sustentable. Dentro de las fundamentaciones del régimen socioeconómico previsto en esta Constitución, el Estado dictará las medidas que garanticen su desarrollo. El Estado Velará por la creación y fortalecimiento del sector turístico nacional”.

Se cuenta igualmente con disposiciones de la Ley Orgánica de Turismo (artículo 42 y siguientes), que señalan la rebaja equivalente al 75% en el pago del impuesto sobre la renta (ISLR) para las inversiones destinadas a la construcción de posadas, prestación de cualquier servicio turístico o a la formación y capacitación de trabajadores.

Así mismo se especifican las exenciones del Impuesto de Activos Empresariales a los prestadores de servicios turísticos debidamente inscritos en el Registro Turístico Nacional.

Existen otras disposiciones establecidas en la Ley Turismo del Estado Bolívar y Ordenanza de Turismo Municipal de Almacaroni, que benefician a quienes participan formalmente en la Actividad Turística.

Esta posada, a través de sus promotores contribuirá decididamente a utilizar los instrumentos legales, técnicos y financieros que sean necesarios para el desarrollo de la actividad turística en la región, lo que permitirá fomentar el empleo, la calidad de vida de sus trabajadores y clientes; sobre todo a mejorar y ampliar la infraestructura de servicios de hospedaje, restaurante y información turística, tan requeridos en la región.

Por otra parte, brindará los servicios de hospedaje, restaurante, información turística, visitas guiadas y servicios complementarios en un ambiente familiar, seguro, económico, confortable e higiénico, donde la calidad y esmero en su atención marcarán la diferencia.

3.2. ESTUDIO DE MERCADO.

El estudio de mercado está orientado a determinar y conocer la demanda actual y futura en los servicios de hospedaje, alimentación (restaurantes), información turística, visitas guiadas y servicios complementarios que son requeridas por residentes y visitantes.

En el año 2001, Kotler, consideró que la demanda se define como “La demanda de mercado de un producto es el volumen total que compraría un grupo de

clientes definido, en un área geográfica definida, en un periodo de tiempo definido, dentro de un programa de marketing definitivo y bajo un entorno de marketing definido... “ (p. 120).

Los servicios ofrecidos van a satisfacer las necesidades propias de los servicios de la hospitalidad, a los turistas, comerciantes e industriales que visitan nuestra región.

Kotler (2001) sostiene que las satisfacciones se referían a “... las sensaciones de placer o decepción que tiene una persona al comparar el desempeño (o resultado) percibido de un producto, con sus expectativas... “ (p. 36)

De igual forma Kotler, (2001) presentó las bondades que representa para una empresa tener clientes muy satisfechos:

- Se mantienen leal más tiempo.
- Compra más cuando la empresa introduce nuevos productos o moderniza los productos existentes.
- Habla favorablemente acerca de la empresa y sus productos.
- Presta menos atención a las marcas y la publicidad de la competencia y es menos sensible al precio.
- Ofrece ideas de producto o servicio a la empresa.
- Cuesta menos atenderlo que a un cliente nuevo porque las transacciones se vuelven rutinarias. (p. 48)

Para proveer a los visitantes de los bienes y servicios que requieren en sus visitas, se hace necesario que coexistan inversiones en campos como la

infraestructura de alojamientos, restaurantes, entretenimiento y diversiones, entre otros, de allí la importancia que tienen las posadas como actividad económica.

Adicionalmente el Grupo Editorial Norma (1998) sostiene que el empresario debe registrar la información que va adquiriendo a medida que comienza a desarrollar sus actividades. Esta información se relaciona con los pedidos, los despachos, las devoluciones, las quejas y reclamos de los clientes.

3.2.1. El Producto.

Esta posada brindará los servicios de hospedaje, restaurante, información turística, visitas guiadas y servicios complementarios en un ambiente familiar, seguro, económico, confortable e higiénico, donde la calidad y esmero en su atención marcarán la diferencia.

3.2.1.1. Identificación del producto o servicio.

La posada estará en capacidad de ofrecer los siguientes servicios:

- Hospedaje.
- Restaurante.
- Información turística y visitas guiadas.
- Complementarios.

3.2.1.2. Especificaciones Técnicas.

Los servicios a ofrecer en la Posada Turística, tienen las especificaciones técnicas y el estándar de calidad que regulan la actividad de las posadas.

Se indican para cada servicio los aspectos técnicos y características propias a la naturaleza del servicio brindado.

Servicio de alojamiento: Se dispondrán de habitaciones matrimoniales, dobles y familiares con las dimensiones y características establecidas por el Ministerio de Turismo, con camas, baño interno, televisor, aire acondicionado, nevera, sofá, mesa y silla, teléfono, lencería, útiles de aseo personal y demás accesorios propios de las posadas.

Servicio que contará con la comodidad, seguridad, higiene, atención oportuna y precios altamente competitivos.

Servicio de restaurante: Se proveerá de comidas y bebidas típicas de la Región, Nacionales e Internacionales, en los horarios de desayuno, almuerzo y cena.

La capacidad instalada y equipamiento previsto para el servicio de restaurante, garantiza la atención de quienes se hospeden en la posada y a clientes externos, la ubicación física y acceso previsto en el diseño así lo permiten.

Este servicio contará con la higiene, variedad, atención oportuna y precios altamente competitivos.

Servicio de información turística y visitas guiadas: A través de este servicio se brindará a los visitantes información sobre la infraestructura existente, relacionada con los atractivos turísticos, recreacionales, históricos, comerciales e industriales de la región, así como la guía cuando lo requieran para paseos en la ciudad y zonas vecinas de su interés.

Servicio que tendrá la orientación, acompañamiento, seguridad y precios competitivos.

3.2.1.3. Productos Sustitutivos o Similares.

Los productos sustitutivos o similares que existen tienen una clasificación que varía de acuerdo al tipo, categoría y modalidad en la prestación de servicios. Dentro de las Empresas que brindan estos productos, destacan los hoteles, moteles, residencias y apartohoteles, los cuales han sido definidos y bien diferenciados de las POSADAS, por las Normas COVENIN para las Empresas de Alojamiento Turístico y por el Ministerio de Turismo.

3.2.1.4. Productos complementarios.

La posada que se pretende desarrollar con este proyecto, podrá, atendiendo las necesidades y expectativas de sus clientes, ofrecer otros servicios adicionales que garanticen al visitante mayor bienestar, comodidad, calidad y urgencia que

se les puedan presentar en un momento determinado, dentro de estos servicios se destacan los siguientes:

- Servicios de internet, fax, taxi, encomiendas y pasajes.
- Servicios de lavandería (lavado y planchado de ropa).
- Venta de artesanías, afiches, franelas, etc alusivos de la región y del País.
- Servicios de peluquería, masajes, tratamientos de manos y pies.
- Apoyo en las compras de productos de interés de los clientes en tiendas de la región (calzado, ropa, entre otros - Previo convenio con empresas del ramo).

3.2.2. La Demanda.

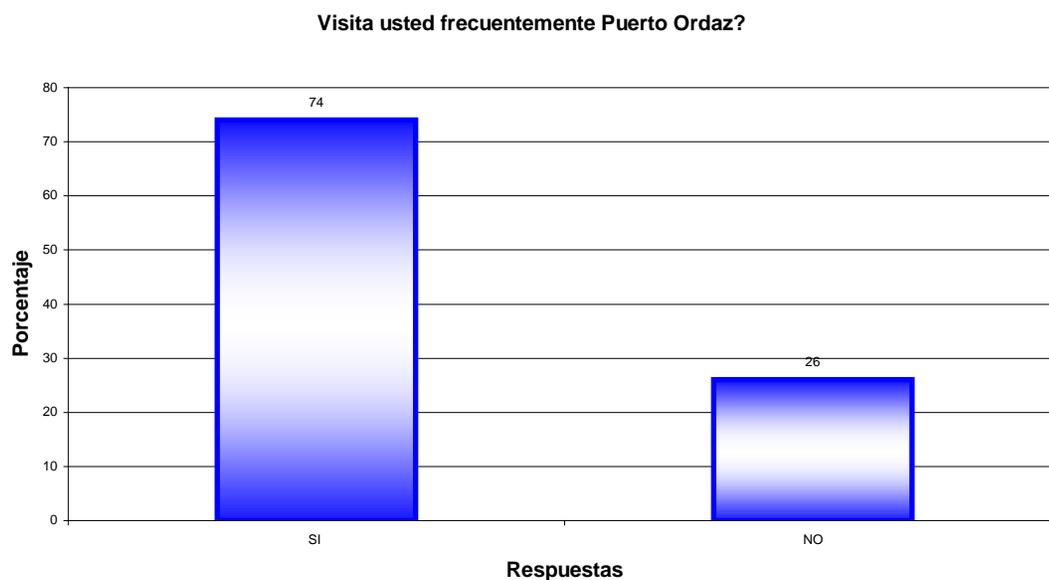
El Grupo Editorial Norma (1998), sostiene que “ El consumidor se decide a ejercer una acción de compra movido por cuatro elementos que influyen en su comportamiento y que siempre están presentes en mayor o menor intensidad en la decisión de compra. Estos elementos son:

1. El elemento económico.
2. El elemento de respuesta a un estímulo.
3. El elemento de aprobación social.
4. El electo subconsciente, que generalmente no se sabe explicar”.

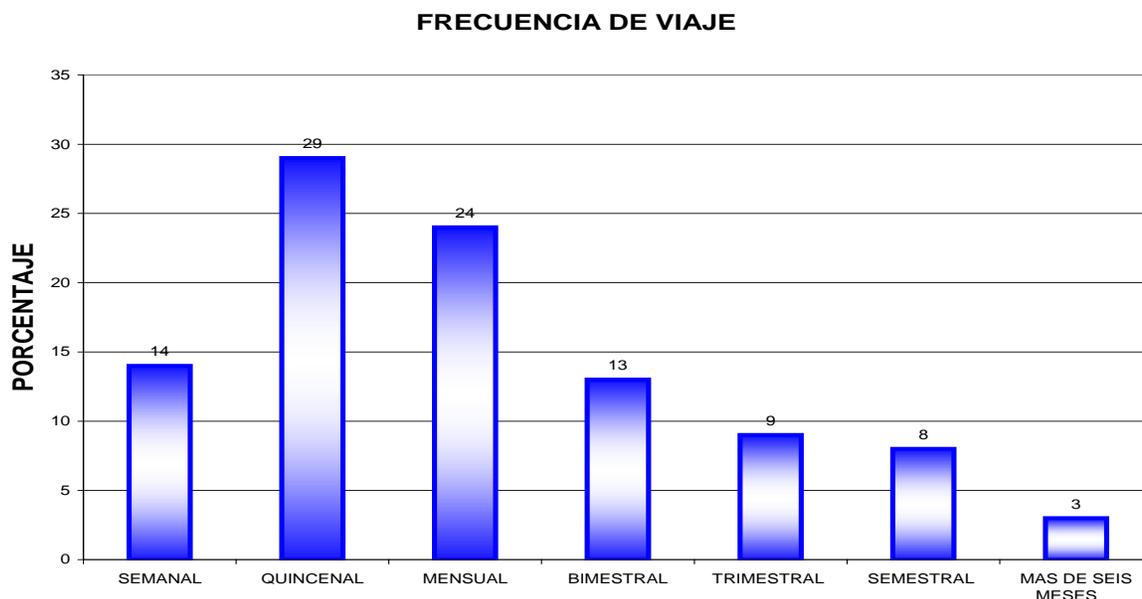
En el caso que la Posada Turística, la demanda en los servicios de hospedaje, alimentación, información turística, visitas guiadas y servicios complementarios en la zona, podrá ser satisfecha en parte por los servicios que esta posada estará en capacidad de ofrecer.

Como un intento de aproximación a la demanda para conocer sus necesidades, gustos y preferencias se realizó una encuesta, siendo esta efectuada entre los días 13 y 15 de agosto de 2006, en el Aeropuerto Internacional Carlos Manuel Piar, a un total de 100 viajeros no residentes en Ciudad Guayana, a continuación se detallarán las preguntas y la información recabada con la misma.

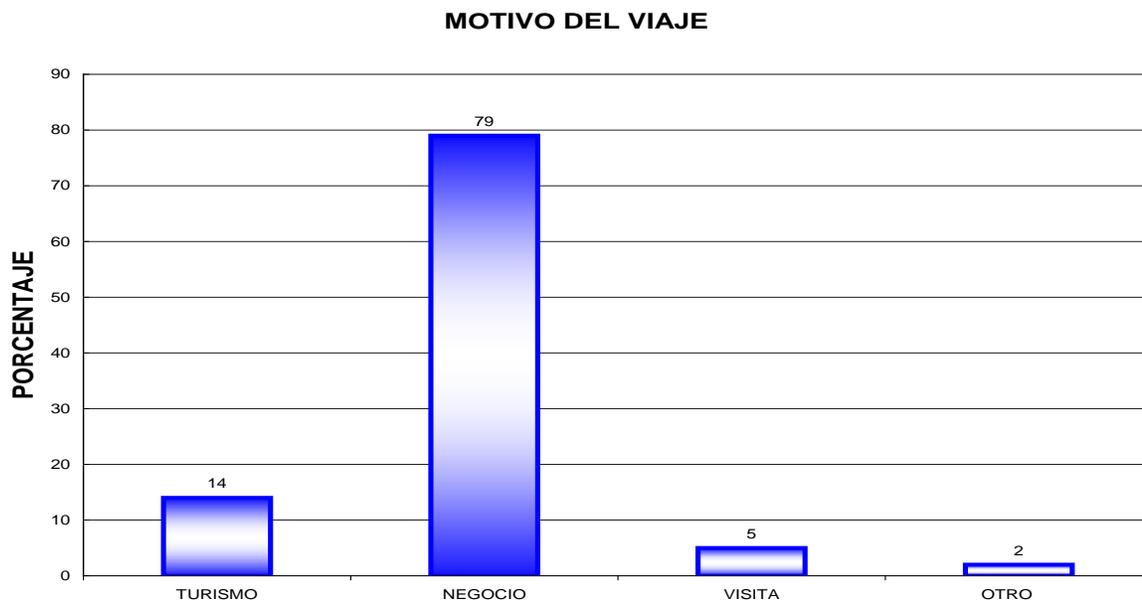
Ante la primera pregunta formulada, visita usted frecuentemente Puerto Ordaz?, una amplia mayoría de los entrevistados consideraban que venían continuamente a Ciudad Guayana, ya que un 74% respondió afirmativamente a la consulta entre otras razones, principalmente realizan trabajos a las Empresa Básicas de la CVG, por períodos de tiempo, que van desde 1 semana hasta seis meses en muchos casos renovables, lo que le brinda una oportunidad de ser cliente con relativa estabilidad temporal, al negocio del alojamiento.



Con respecto a la segunda pregunta, referida a la frecuencia del viaje, las opciones de: Quincenal y Mensual, totalizan el 53% y si a este le añadimos el 27% que alcanzan Semanal y Bimestral, tenemos que aproximadamente el 80% de los visitantes de Ciudad Guayana, viajan continuamente a Ciudad Guayana.



La tercera pregunta, persigue indagar a cerca del por qué del viaje, cual es el motivo que lo hace viajar a Ciudad Guayana, concluyendo, que aproximadamente el 79% de las personas que viajan a Ciudad Guayana a través, del Aeropuerto Internacional Carlos Manuel Piar, lo hacen por razones laborales y aproximadamente el 14 % lo hace por razones turísticas, principalmente.

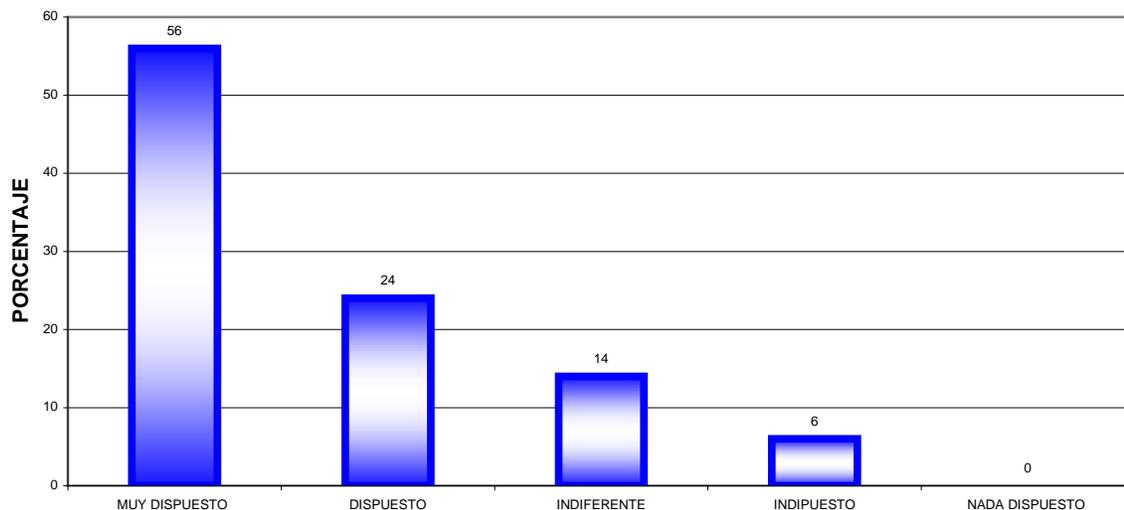


Es importante destacar, que de la pregunta formulada, con respecto al sitio de pernocta mas utilizado por los visitantes, se encuentre el Hotel y este represente el 77% de preferencia, esto podría decirse que corresponde a que es la primera opción con mayor tradición a la hora de buscar alojamiento, en cualquier ciudad a la que cualquier persona visita, sin embargo de hace algunos años, los posaderos del país, se han venido organizando, ofreciendo un servicio estándar, en ambiente familiar y con un menor precio, aun cuando falta mucho camino por recorrer, las posadas se ha constituido en la segunda opción al momento de buscar alojamiento, representando el 14% de las respuestas en la encuesta realizada, y con un gran potencial de crecimiento del negocio en general.



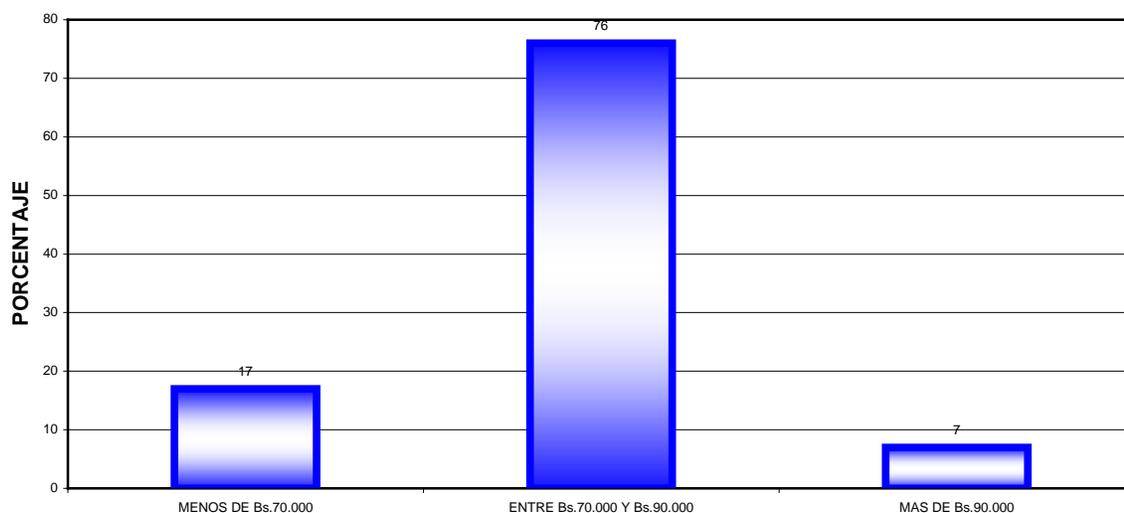
El claro objetivo de la pregunta anterior era determinar la aceptación que tienen las posadas como opción de pernocta, sin embargo la próxima pregunta persigue, estimar la capacidad de competir de las posadas con los hoteles, y cuando se pregunta ¿cuan dispuesto estaría a pernoctar en una posada turística y ejecutiva, con servicio de restaurante, internet, t.v. por cable y fax a 15 minutos del aeropuerto?, la situación es ampliamente favorable a las posadas con estos servicios, ya que entre las opciones de Muy Dispuesto y Dispuesto reúnen aproximadamente el 80% de las preferencias.

DISPOSICIÓN A PERNOCTAR EN UNA POSADA TURISTICA Y EJECUTIVA



En cuanto a la opción de Indipuesto, se formuló la pregunta ¿Por qué?, siendo la fundamentalmente, la fidelidad cliente con su “hotel”, adicionalmente no habían probado dormir en una posada y se sentían cómodos y satisfechos con el servicio prestado por los hoteles.

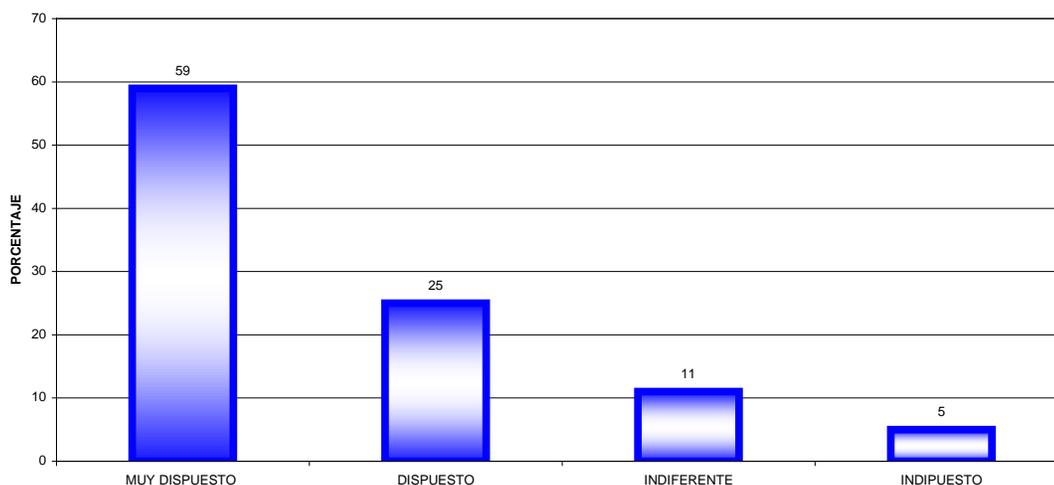
MONTO DISPUESTO A PAGAR POR HABITACION MATRIMONIAL



En cuanto al monto que estarían dispuestos a cancelar por la habitación matrimonial el 76% de los entrevistados se ubicó entre Bs.70.000,00 y Bs.90.000,00, y un 17% dispuestos a pagar menos Bs.70.000,00 y un 7% estaría en capacidad de cancelar mas de Bs.90.000,00. Lo que muestra una clara disposición a cancelar el precio estimado.

Es importante aclarar que esta encuesta se refiere a precios actuales y no a precios futuros que motivado a desempeñar actividades en una economía inflacionaria, se estiman sean mayores al momento de iniciar actividades esta posada.

DISPOSICIÓN A PERNOCTAR EN LA POSADA CON UN PRECIO DE Bs.75.000,00 POR HABITACIÓN MATRIMONIAL



Cuando se les informó a los encuestados que el precio de la habitación matrimonial era de Bs.75.000,00, aumento la disposición a 59% de los entrevistados se manifestó muy dispuesto y el 25% dispuesto, lo que arroja un

total aproximado de 84% de la población encuestada con una opinión favorable para utilizar los servicios de la posada.

Adicionalmente se intentó indagar a cerca cuales otros servicios, además de los ya indicados solicitarían, destacando: piscina y transporte, sin embargo, cuando se le pregunta ¿si estaría dispuesto a pagar por ellos?, se genera una pequeña controversia, por la piscina no pagarían un monto adicional, ya que el huésped en general percibe que es un servicio que si el hotel o posada lo posee no debe cobrar un monto adicional por este, pero si estaría dispuesto a cancelar adicional por el servicio de transporte, por que siempre este servicio genera un cobro adicional.

Es importante destacar que en el mercado turístico venezolano se observa una tendencia estacional: en el segundo semestre del año, que coincide con la temporada de vacaciones, se movilizan muchos pasajeros, a diferencia de los que pasa en el primer semestre, donde predomina el mercado corporativo, que mantiene una demanda constante durante los 12 meses.

PRINCIPALES DESTINOS DEL TURISTA VENEZOLANO EN ORDEN DE VIAJES REALIZADOS ENTRE 2003-2004	
IMPORTANCIA	DESTINO
1	MARGARITA
2	ANZOATEGUI (MOCHIMA)
3	MERIDA
4	FALCON (MORROCOY Y PARAGUANÁ)
5	BOLIVAR (LA GRAN SABANA)
6	LOS ROQUES
7	BOLIVAR (CANAIMA)

Estos consumidores están clasificados en niños, adolescentes y adultos de ambos sexos y están ubicados dentro de los estratos sociales medio/alto y medio respectivamente, fuentes: Asociación Venezolana de Agencias de Viajes (AVAVIT y Ministerio De Turismo)

3.2.2.1. Comportamiento Actual.

En el 2004 unos 480 mil turistas extranjeros visitaron a Venezuela, según datos de Ministerio de Turismo. Y si bien la cifra esta muy por debajo de las 813 mil personas que viajaron al país en 1997 (antes del cierre de la línea aérea estatal Viasa), es la primera vez –en los últimos receptivo cierra con un balance a favor.

En 2003, debido a la intensa situación política, social y económica que atravesó el país, ocurrió la mas fuerte caída del segmento, (44% apenas visitaron Venezuela poco mas de 150 mil-), desde que el gobierno contratara en 2000 a la especialista en marketing turístico THR, que se dedicó a vender a Venezuela como destino turístico en el exterior.

No obstante, en 2004 hubo un repunte, según cifras del Ministerio de Turismo, 459 mil extranjeros visitaron a Venezuela el año pasado, debido a una mejor percepción del país en el exterior y a las iniciativas privadas y públicas que se realizaron para reactivar el sector, como la campaña 1x1, en la que por cada dólar que invertía un operador turístico en el extranjero por promover a Venezuela, el Estado agregaba uno mas.

Sin embargo Venezuela, carece de una denominación en el exterior, requisito indispensable para convertirse en referencia obligada para los extranjeros.

También hace falta un plan de mercadeo directo para los compradores potenciales de nuestro país como destino turístico, porque hasta ahora solo nos hemos posicionado a través de intermediarios y no con campañas diseñadas especialmente para los viajeros.

VIAJEROS A VENEZUELA DESDE EL EXTERIOR	
AÑO	CANTIDAD
2000	469 MIL
2001	457 MIL
2002	450 MIL
2003	250 MIL
2004	480 MIL
ESTIMACIONES PARA 2005	530 MIL

VENTAS DE BOLETOS AEREOS EN EL PAIS	
AÑO	MONTO EN US (\$)
2000	450 MILLONES
2001	350 MILLONES
2002	420 MILLONES

Fuentes: Asociación Venezolana De Agencias De Viajes (AVAVIT y Ministerio De Turismo)

COMPARATIVO DE TURISTAS QUE HAN VISTADO LOS PRINCIPALES DESTINOS TURISTICOS DEL ESTADO BOLIVAR PERIODO 1992-2003

		CANAIMA	GRAN SABANA	AREKUN A	KAVAC	CAURA	IKABARU	PAUJI	Cdad. GUAY.	Cdad. BOLIV.	TOTAL
1992	Nac.	6.763	53.197								59.960
	Int.	30.567	2.587		11.861	22					45.037
	Total	37.330	55.784	0	11.861	22	0	0	0	0	104.997
1993	Nac.	3.069	52.999						4.454	470	60.992
	Int.	21.910	3.470		12.031	272	306	97	10.186	12.052	60.324
	Total	24.979	56.469	0	12.031	272	306	97	14.640	12.522	121.316
1994	Nac.	5.075	62.838		64		22		6.058	4.153	78.210
	Int.	19.854	14.182		8.475	567	36	242	26.833	4.942	75.131
	Total	24.929	77.020	0	8.539	567	58	242	32.891	9.095	153.341
1995	Nac.	3.769	60.331		179	120			26.663	4.942	96.004
	Int.	24.323	15.178		12.135	458			17.730	1.213	71.037

	Total	28.092	75.509	0	12.314	578	0	0	44.393	6.155	167.041
1996	Nac.								29.736		
	Int.								18.253		
	Total	41.285	69.732	0	7.997	0	0	0	47.989	0	167.003
1997	Nac.								40.507		
	Int.								23.135		
	Total	22.251	42.443	0	4.299	0	0	0	63.642	0	132.635
1998	Nac.								66.918		
	Int.								19.177		
	Total	39.741	33.249	0	4.864	0	0	0	86.095	0	163.949
1999	Nac.								93.280		
	Int.								17.333		
	Total	76.153	28.431	0	964	0	0	0	110.613	0	216.161
2000	Nac.	6.063	21.038	166	36	3			83.505		110.811
	Int.	25.918	13.516	2.822	105	25			22.124		64.510
	Total	31.981	34.554	2.988	141	28	0	0	105.629	0	175.321
2001	Nac.	9.974	36.551	460	1	3			93.895	7.904	148.788
	Int.	25.648	12.920	2.459	210	247			34.586	135	76.205
	Total	35.622	49.471	2.919	211	250	0	0	128.481	8.039	224.993
2002	Nac.	5.250	45.459	138	4	17			82.655	10.462	143.985
	Int.	27.680	1.276	834	238	509			11.082	198	41.817
	Total	32.930	46.735	972	242	526	0	0	93.737	10.660	185.802
2003	Nac.	4.677	60.203		15	27			55.951	7.702	128.575
	Int.	17.637	5.079		306	463			7.564	866	31.915
	Total	22.314	65.282	0	321	490	0	0	63.515	8.568	160.490

Fuente: Dossier para el Inversionista turístico del Estado Bolívar

PROCEDENCIA DE TURISTAS NACIONALES QUE VISITARON LOS PRINCIPALES DESTINOS TURISTICOS DEL ESTADO BOLIVAR AÑO 2003							
ORIGEN	Cdad. GUAYANA	Cdad. BOLIVAR	GRAN SABANA	CANAIMA	KAVAC	CAURA	TOTAL
AMAZONAS	1.543	212	1.657	128			3.540
ANZOATEGUI	21.128	2.937	22.952	1.783	5	3	48.808
APURE	535	74	575	45			1.229
ARAGUA	3.361	463	3.617	281			7.722
BARINAS	656	91	710	55			1.512
CARABOBO	4.813	662	5.172	402			11.049
COJEDES	414	56	440	34			944
DELTA AMACURO	887	121	947	74			2.029
DTTO. CAPITAL	13.033	1.821	14.230	1.106	10	10	30.210
FALCON	487	78	608	47			1.220
GUARICO	856	117	912	71			1.956
LARA	1.633	222	1.757	136			3.748
MERIDA	959	82	642	50			1.733
MIRANDA	656	91	710	55			1.512
MONAGAS	763	95	744	58		4	1.664

NUEVA ESPARTA	718	99	777	61			1.655
PORTUGUESA	382	52	405	31			870
SUCRE	887	121	947	74			2.029
TACHIRA	382	52	405	31			870
TRUJILLO	91	13	99	7			210
VARGAS	105	14	105	9			233
YARACUAY	242	35	270	21			568
ZULIA	1.420	194	1.522	118		10	3.264
TOTAL	55.951	7.702	60.203	4.677	15	27	128.575

Fuente: Dossier para el Inversionista turístico del Estado Bolívar

PROCEDENCIA DE TURISTAS INTERNACIONALES QUE VISITARON LOS PRINCIPALES DESTINOS TURISTICOS DEL ESTADO BOLIVAR AÑO 2003

ORIGEN	Cdad. GUAYANA	Cdad. BOLIVAR	GRAN SABANA	CANAIMA	KAVAC	CAURA	TOTAL
FINLANDIA	3						3
FRANCIA	929	63	293	799		79	2.163
HOLANDA	178	31	191	909	33	26	1.368
INGLATERRA	1.003	60	447	3970	66	22	5.568
IRLANDA	8						8
ISRAEL		2	20			10	32
ITALIA	581	91	331	1587		75	2.665
JAPON	162	56	244	1043	3	4	1.512
MEXICO	78	6	21	133			238
NORUEGA	21						21
PANAMA	4						4
PERU	295	27	44	109			475
POLONIA							0
PORTUGAL	13	13	17				43
PUERTO RICO	18	7					25
REP. DOMINACA	8	1	13				22
SUIZA	171	25	74	237	3	29	539
EXTRANJEROS NO ESPECIFIC.	508	109	173	257	21	43	1.111
TOTAL	3.980	491	1.868	9.044	126	288	15.797

Fuente: Dossier para el Inversionista turístico del Estado Bolívar

Por su parte, el Estado Bolívar con sus 11 municipios (Heres, Raúl Leoní, Sucre, Cedeño, Piar, Roscio, Sifontes, El Callao, Padre Chien, Gran Sabana y Caroní) las cuales que poseen grandes y espectaculares atractivos turísticos y recursos

naturales que unido al potencial humano, conforman un emporio para el desarrollo regional y nacional.

Ciudad Guayana está rodeada de importantes paisajes y escenarios naturales que la convierten en un polo de atracción comercial y turística de relevancia nacional e internacional, siendo considerada como uno de los destinos turísticos principales del Estado Bolívar, por sus recursos naturales, culturales y ubicación geográfica, industrial, comercial y educativa.

Es permanentemente receptora de corrientes de viajeros nacionales e internacionales, que en primer lugar desean visitar sus atractivos, y por ser un centro de distribución turística y de pernocta, para los turistas que visitan la Gran Sabana, Canaima y Kavak, lo cual aumenta sus ventajas competitivas con respecto a otros destinos.

Los atractivos naturales, folklóricos y contemporáneos, caracterizados en el Inventario de Recursos Turísticos que maneja la Unidad de Turismo de la Alcaldía de Caroní, revelan una oferta capaz de sustentar los tipos de turismo industrial, cultural, deportivo y ecoturístico.

La motivación principal de los turistas que visitan a Ciudad Guayana es el conocer aspectos específicos del entorno natural, costumbres y cultura del País, la gama de escenarios naturales existentes en la Ciudad, la presentan como una opción privilegiada.

Los ecoturistas se alojan principalmente en campamentos agroturísticos y posadas, lo que hace que este segmento propicie oportunidades de inversión en áreas como transporte terrestre y acuático, instalaciones para alojamiento, servicios médicos y recreativos, centros de información y suministros, entre otros.

La creciente movilización de turistas, comerciantes, industriales, profesionales y políticos, que visitan la región por razones propias de su actividad, hacen que la infraestructura de los servicios de las posadas, sean cada día más necesarios.

Existen en Puerto Ordaz, nueve posadas, las cuales son insuficientes para albergar en cantidad y con la calidad que merecen quienes nos visitan y dan soporte al desarrollo económico, social, cultural y tecnológico de la región.

Actualmente el Gobierno Nacional, Regional y Municipal está emprendiendo proyectos e inversiones de gran envergadura (puente sobre el Río Orinoco, proyectos forestales, mineros, etc.), que requieren incrementar la infraestructura de servicios que garanticen a propios y extraños la satisfacción de sus necesidades fundamentales, de allí que los servicios de posadas representan una alternativa segura, económica y rápida para apoyar el fortalecimiento y desarrollo sostenido que requiere nuestra región y el País.

La demanda creciente de Clientes de los servicios de posadas, ha permitido que los entes responsables de la promoción y desarrollo regional, consideren la necesidad de establecer posadas turísticas en la región.

En este sentido el grado de intervención estatal, dirigido por el Ministerio de Turismo, CVG, Alcaldía, Corporación de Turismo, Fondo Regional Guayana y otros entes, han definido como una de sus prioridades al sector turístico, ya que permite la generación de empleos, mejoras en la calidad de vida y sobre todo satisfacer la demanda actual y futura de servicios, que harán aún más atractivas las potencialidades turísticas, comerciales e industriales de la región.

3.2.2.2. Series Estadísticas Básicas.

Las series estadísticas presentan la demanda de turistas y visitantes en la región, donde en los últimos siete (7) años se indica a Ciudad Guayana en el primer lugar dentro de la demanda turística y de los destinos turísticos, seguido de Guri, Kanaima y ruta a la Gran Sabana.

DEMANDA DE TURISTAS Y VISITANTES							
AÑOS	GRAN SABANA	CANAIMA	GURI	CIUDAD GUAYANA			AUMENTO %
				NACIONALES	INTERNAC.	TOTAL	
93	56.469	24.979	*	4.454	10.186	14.640	
94	77.020	24.929	*	6.058	26.833	32.889	125%
95	79.242	28.092	*	29.663	17.730	47.393	44%
96	69.732	41.285	44.427	29.736	18.253	47.989	1,26%
97	42.443	22.251	47.551	40.507	23.135	63.642	33%
98	33.249	39.741	45.002	66.918	19.177	86.095	35%
99	28.431	79.153	36.869	93.280	17.333	110.613	28%

Fuente: Dossier para el Inversionista turístico del Estado Bolívar

INGRESOS GENERADOS POR EL SECTOR TURÍSTICO		
ORIGEN	2003	2004
EXTRANJERO Y EXTERNO	Bs.4,33 BILLONES	Bs.7,83 BILLONES

Fuentes: Asociación Venezolana De Agencias De Viajes (AVAVIT y Ministerio De Turismo)

VENTAS DE BOLETOS AEREOS	
2003	2004
US \$ 60.000.000,00	Bs.84.000.000,00

Fuentes: Asociación Venezolana De Agencias De Viajes (AVAVIT y Ministerio De Turismo)

3.2.2.3. Métodos para la Evaluación de Datos.

Se obtuvo información estadística proporcionada por las empresas turísticas locales, estatales, nacionales, así como los Estudios de Mercado realizado por la Unidad de Turismo en Carnaval, Semana Santa, Agosto y Noviembre/Diciembre.

Dicha información ha sido recopilada en la quinta edición 2000 del Dossier Turístico de Almacaroní y de allí se procedió al análisis y valoración correspondiente.

3.2.2.4. Determinación de la Demanda Actual y Futura.

Además del área turística, en las áreas Comerciales e Industriales, también se estima un significativo incremento en la demanda de visitantes, debido a los proyectos en ejecución y por ejecutarse en la región, considerando el modelo de economía sustentable liderizado por el gobierno nacional, (Ej. II Puente sobre el Río Orinoco, proyectos forestales, entre otros), construcción de la planta de Concentración de Hierro, por CVG Ferrominera Orinoco y la continuación de la

construcción de represas en el bajo Caroní, para la producción de energía hidroeléctrica.

3.2.2.5. Fracción de la Demanda que Atenderá el Proyecto.

NÚMERO DE CAMAS	CAPACIDAD INSTALADA DE HABITACIONES
20 Diarias	6720 al año

3.2.2.6. Factores que Condicionan la Demanda Futura.

La demanda actual y futura pudiera estar afectada si el comportamiento o desempeño de nuestro país presenta situaciones económicas, políticas y sociales desfavorables para el desarrollo sostenido y productivo deseado en todos los niveles de la Sociedad.

La situación que existe en nuestro País, exige que pongamos de manifiesto en todos los niveles de la sociedad, la mayor capacidad, talento y disposición, para asumir verdaderos cambios, en pro de aprovechar los grandes recursos y potencialidades que disponemos para lograr un verdadero desarrollo.

3.2.3. La Oferta.

En materia de oferta se indica el número de establecimientos existentes en el municipio Caroní, que están incorporados a brindar servicios de alojamiento, alimentación y otros servicios turísticos.

3.2.3.1. Distribución y Tipología de los Oferentes.

Existe una tendencia hacia preferir las posadas turísticas, por el servicio prestado en forma directa por los propietarios, ya que en muchos casos, corresponde a negocios de carácter familiar y además brindar los mismos servicios que un hotel pero con un precio mas atractivo, y un ambiente mas acogedor y adicionalmente ofrecen servicios que los hoteles no cubren: comida casera, ambiente familiar, agradable y en el caso que el diseño arquitectónico, es tipología andina, lo que ofrece la sensación de estar en un ambiente relajado y tranquilo.

En materia hotelera, el Municipio Caroní, registra una capacidad instalada de aproximadamente 2.300 habitaciones y 3.200 plazas / camas en alrededor de 58 establecimientos de alojamiento.

En el Municipio Caroní, existen cerca de 58 establecimientos de alojamiento conformados por uno (1) de cinco (5) estrellas, uno de cuatro (4) estrellas y nueve (9) hoteles que van desde de una (1) a tres (3) estrellas, adicionalmente existen alrededor de nueve (9) posadas registradas y tres campamentos, el resto no están categorizados.

Para los servicios de alimentación los establecimientos brindan servicios de restaurante, existiendo también otros restaurantes y sitios de comida rápida y típica en los principales centros comerciales de la ciudad.

En el caso de la Empresas de Turismo, existen 9 Empresas de Transporte Turístico y 33 Agencias de Turismo.

3.2.3.2. Comportamiento Actual.

La oferta existente de posadas en Puerto Ordaz, dada la Demanda actual y futura prevista, ha hecho que los entes gubernamentales (Gobernación, Alcaldía, CVG, Cámara de Turismo, nuevos emprendedores), tengan como uno de sus proyectos bandera negocios conexos con en el área turística, la urgencia e importancia estratégica de desarrollar y profesionalizar esta actividad, permitirá mejorar significativamente la economía de la región.

En el caso de Puerto Ordaz y en relación con las Posada Turísticas, existen nueve (9) posadas, las mismas no satisfacen, parte de la demanda actual, por lo que se requiere la instalación de nuevas posadas a fin de satisfacer la demanda futura que se tendrá en materia de alojamiento, servicios de restaurante e información turística, a continuación se presenta un cuadro resumen con los principales servicios que ofrecen:

NOMBRE DE LA POSADA	HABITACIONES	SERVICIOS
Residencia Omelitas	Once (11)	Baño Privado, aire acondicionado, teléfono, televisión estacionamiento, fax
Posada Turística Doña Lila	Tres (3)	Baño Privado, aire acondicionado, teléfono, fax, televisión por cable
Posada Turística Kaori	Diez (10)	Baño Privado, aire acondicionado, fax, televisión por cable, estacionamiento
Posada Turística Doña Carmen	Seis (6)	Baño Privado, aire acondicionado, fax, televisión por cable.
Residencia Turística Tore	Treinta y Dos (32)	Baño Privado, aire acondicionado, fax, televisión por cable, teléfono, restaurante, servicios de lavandería, estacionamiento, fax

Posada Turística y Ejecutiva Salto Angel	Siete (7)	Baño Privado, aire acondicionado, fax, televisión por cable, teléfono, restaurante, servicios de lavandería, estacionamiento, fax, sala para convenciones
--	-----------	---

Los proyectos de inversión tanto públicos como privados que se realizarán en la región en los próximos años requieren poner en operación nuevas posadas, ya que las mismas son una buena alternativa para propios y extraños que requerirán servicios con la calidad, seguridad y economía esperada.

Adicionalmente se presenta un cuadro resumen de las principales ofertas de hospedaje en la zona:

MODALIDAD	PTO. ORDAZ	SAN FELIX	TOTAL
HOTELES	13	36	54
POSADAS	3	21	34
MOTELES	2	2	5
CAMPAMENTO TURÍSTICO		11	13
TOTAL	18	70	106

Código de Servicios:

CODIGO	TIPO DE SERVICIO
1	BAÑO PRIVADO EN TODAS LAS HABITACIONES.
2	BAÑO PRIVADO EN ALGUNAS HABITACIONES.
3	AIRE ACONDICIONADO EN TODAS LAS HABITACIONES.
4	AIRE ACONDICIONADO EN ALGUNAS LAS HABITACIONES.
5	VENTILADOR EN LAS HABITACIONES.
6	TELÉFONO EN TODAS LAS HABITACIONES.
7	TELÉFONO EN ALGUNAS LAS HABITACIONES.
8	TELEVISIÓN OPCIONAL.
9	TELEVISIÓN INCLUIDA.
10	AMBIENTE MUSICAL.
11	BAR (SEPARADO).
12	RESTAURANTE PRINCIPAL.
13	SALÓN PARA REUNIONES O BANQUETES
14	SALÓN EQUIPADO PARA CONVENCIONES
15	BARBERÍA
16	SALÓN DE BELLEZA

17	TIENDAS
18	SERVICIOS DE LAVANDERÍA
19	DISCOTECA
20	ESPECTÁCULOS EN VIVO
21	PISCINA
22	PLAYA
23	SALÓN DE JUEGOS
24	DEPORTES
25	ESTACIONAMIENTO
26	ALQUILER DE AUTO, AGENCIAS DE TURISMO Y VIAJE.
27	COMEDOR DIARIO.
28	CAFETERÍA, FUENTE DE SODA
29	FAX
30	TELEFAX
31	ANTENA PARABÓLICA
32	INTERNET

Hoteles ubicados en Puerto Ordaz:

HOTEL	SERVICIOS QUE OFRECE
INTERCONTINENTAL	1-3-6-9-10-12-13-14-15-18-19-21-22-25-26-27-28-29-30-31-32-34
MARA INN	1-3-6-9-12-13-14-18-19-26-27-28-30-31-32-33-34
DOS RIOS	1-3-6-9-12-13-15-18-19-22-26-29-30
RASIL	1-3-6-9-10-12-13-14-15-19-20-22-26-28-29-30-31-32-34
EMBAJADOR	1-3-6-9-12-13-14-15-18-19-29-30-31-32
TEPUY	1-3-6-9-12-13-15-18-19-22-26-29-30
SAINT GEORGE	1-3-12-26-30
LA GUAYANA	1-3-8-12-13
PUERTO ORDAZ	1-3-6-9-26-30
RESIDENCIAS 101	1-4-26
GRAN SASSO	1-3-8-26-30-31
GALICIA	1-3-6-9-12-13-15-18-19-22-26-29-30
LA HABANA CUBA	1-3-6-9-26
RAYOLI	1-3-9-13

Hoteles ubicados en San Félix y los servicios que prestan:

HOTEL	SERVICIOS QUE OFRECE
RESIDENCIAS NUEVA CHIRICA	1-3-26
MUCUCHIES	1-3-6-9-12-14-26
EL LEON	1-3-12-13
MONICA	2-4-26
LA LLOVIZNA	1-3-9-12-13-26
EXCELSIOR	1-4-8-12-13-26

GUAYANA	1-3-4-12
VISTA AL RIO	1-3-6-8-11-12-26
CASA PACO	1-3-12-26
MACAGUA	1-3-8-12-13-26
LAS PALMAS	1-5
LAS AMERICAS	1-3-9-26
HOTEL ARIZONA	1-3-26
RESIDENCIAS CANAIMA	1-3-8-26-30
YOLI	1-3-6-9-11-12-13-14-16-19-22-26-29-30-31-32
AGUILA	1-3-9-10-12-13-19-26
MIRANDA	1-4-26
LOS PRIMOS	1-3-8
PLAZA	1-3-8-12-20-24-26-29
SILVANA	1-5
ARIS	1-3-8

3.2.3.3. Series Estadísticas Básicas.

El comportamiento en el tiempo de la oferta de los establecimientos de alojamiento turístico, indica que el Municipio Caroní para el año 2000 tenía la siguiente capacidad instalada, que a continuación se presenta:

AÑOS	CAPACIDAD INSTALADA (HABITACIONES)	NÚMERO DE PLAZAS/CAMAS	NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS
1.999	1.585	2.512	42
2.000	2.222	3.072	50

Fuentes: Asociación Venezolana De Agencias De Viajes (AVAVIT y Ministerio De Turismo)

De acuerdo a la clasificación de servicios establecida por Corpoturismo para los establecimientos de alojamiento turístico, las Posadas actualmente funcionando tienen ofrecen, los siguientes tipos de servicios.

3.2.3.4. Métodos para la Evaluación de los Datos.

Se obtuvo información estadística proporcionada por las empresas turísticas locales, estatales, nacionales, así como los Estudios de Mercado realizado por la Unidad de Turismo de la Alcaldía de Caroní, la recopilación propia de datos por conocimiento y la experiencia acumulada en el negocio de hospedaje turístico y atención de huéspedes.

Esta información ha sido recopilada en la quinta edición 2000 del Dossier Turístico de Almacaroní (Alcaldía del Municipio Caroní del Estado Bolívar) y de allí se procedió al análisis y valoración correspondiente.

3.2.3.5. Determinación de la Oferta Actual y Futura.

La oferta actual y futura de posadas en Puerto Ordaz, está representada por las nueve posadas que están en funcionamiento y la empresa planteada en este proyecto u otras empresas que se establezcan en los próximos años.

La oferta actual y futura de posadas está determinada por el grado de participación pública y privada a través de financiamientos a los proyectos de desarrollo turístico, cultural, industrial y comercial, que permitirá crear y consolidar la infraestructura y servicios acorde a las necesidades de la región y del país.

3.2.3.6. Factores que condicionan la oferta futura.

La demanda actual y futura está condicionada por la capacidad y disposición de financiar de la banca pública, privada y fondos de desarrollo de este tipo de infraestructura, la localización, la disponibilidad complementaria como el servicio de alimentación y transporte, y a su vez pudiera estar afectado si el comportamiento o desempeño de nuestro país presenta situaciones económicas, políticas y sociales desfavorables para el desarrollo sostenido y productivo deseado en todos los niveles de la Sociedad.

Se considera que las actividades turísticas se están viendo orientadas a cumplir un papel estelar dentro de los planes y proyectos a realizar en el País; obviamente que los mismos deben garantizar la integración y participación directa de los entes responsables que tengan que ver con los siguientes aspectos:

- 1) Capacitación y formación por medio de los Institutos y Universidades acreditados.
- 2) La organización de gremios y empresas públicas y privadas.
- 3) Apoyo técnico, legal y financiero para las empresas que están funcionando y se incorporan a la actividad turística.
- 4) Adaptar e instaurar leyes, ordenanzas e instrumentos jurídicos que garanticen la seguridad y beneficios de quienes se incorporan al desarrollo de la actividad turística.

3.2.3.7. Capacidad Instalada y Ociosa de los Oferentes.

Las posadas actualmente funcionando, se encuentran dentro del mismo tipo, categoría y modalidad de operación y se distinguen de los hoteles, motel, hotel residencia, pensión, u otro establecimiento especial que tienen otra clasificación y tipo de clientes que las diferencian.

A continuación se presenta un cuadro resumen de las principales Posadas de Ciudad Guayana y su porcentaje de ocupación aproximado:

POSADAS EN PUERTO ORDAZ	% DE OCUPACIÓN
Residencias Tore	100%
Posada Ovidio	90 %
Doña Lila	90 %
Doña Carmen	100%
Posada Ambato	80 %
Posada Kaori	97 %
Posada Salto Angel	100%
Posada Anita	100%
Residencias Omelitas	85 %

3.2.3.8. Nuevos Proyectos a Desarrollar.

Las políticas y estrategias definidas por el Gobierno Nacional y demás instituciones nacionales y regionales responsables de la promoción Plan Turístico Nacional, permitirán la incorporación de las nuevas empresas de la región a la inversión turística regional, específicamente a la creación de posadas, campamentos turísticos y ecoturísticos.

Cabe destacar que la incorporación de nuevos emprendedores a la actividad turística, requiere el apoyo legal, técnico y financiero a los nuevos proyectos de

inversión, lo que redundará en beneficio de la región, ante la creación de nuevos puesto de trabajo que significan mejora en la calidad de vida de la población y por supuesto la ampliación de la infraestructura de servicios que apoyen el desarrollo sostenido de la región y del País.

3.2.4. Precios de los Productos.

POSADAS EN PUERTO ORDAZ	PRECIO POR HABITACIÓN
Residencias Tore	Bs.123.000
Posada Ovidio	Bs.123.000
Doña Lila	Bs.115.000
Doña Carmen	Bs.110.000
Posada Ambato	Bs.100.000
Posada Kaori	Bs.115.000
Posada Salto Ángel	Bs.125.000
Posada Anita	Bs.109.000
Residencias Omelitas	Bs.105.000

3.2.4.1. Elasticidad Precio de la Demanda.

El incremento que han sufrido los precios en el servicio de alojamiento en las posadas no ha afectado significativamente su demanda, se observa que los precios en los servicios de los hoteles es muy superior respecto a las posadas, de allí que la demanda de hospedajes en las posadas aumente significativamente, pues la calidad, seguridad y economía que presentan es una alternativa muy apreciada por los clientes.

Merece destacar que el nivel socio económico de los turistas y visitantes que requieren los servicios de las posadas, se ubica en el nivel medio y medio alto, lo que indica que sus ingresos les permiten cubrir las necesidades de alojamiento, comida, recreación y otros servicios.

3.2.5. Comercialización.

La comercialización de los servicios de hospedaje, restaurante, información turística y visitas guiadas como actividad principal que ofrecerá la posada planteada en este proyecto, así como los servicios complementarios a ofrecer, estarán definidos por tácticas de venta y paquetes donde pueden participar otros operadores del sistema turístico regional y nacional. Todo esto permite crear y activar un modelo de participación e integración en la prestación de servicios turísticos.

Para ello se debe establecer una comunicación abierta con el mercado, a través de los medios o personas que informarán a los clientes de la existencia y atributos de sus servicios ofrecidos.

La comunicación en prensa, publicidad, promoción de ventas, reuniones abiertas y venta personal a particulares, gremios o empresas, serán algunas de las tácticas usadas para comercializar los servicios, aspectos que favorecerán ganar espacio en el mercado y por ende una excelente ocupación de sus instalaciones.

Esta posada brindará servicios a sus clientes de alta calidad, en un ambiente de hospitalidad, seguridad, pulcritud y economía.

Para llevar a cabo lo antes expresado se establecerá y ejecutará por parte de los promotores un Plan de Comercialización y Venta de sus servicios, lo que permitirá en corto tiempo captar parte de la demanda actual y futura y al mismo

tiempo incrementar otros servicios que estén dentro del objeto de la Empresa y que sean requeridos por los clientes.

3.3. ESTUDIO TÉCNICO.

El estudio técnico de la posada planteada en este proyecto considera elementos relacionados a su operación, el cual incluye las instalaciones, los equipos, la capacidad de producción y de ventas entre otros.

3.3.1. Capacidad de la Planta.

De acuerdo a las características de la parcela con un área de 2.000 m², se realizará una construcción que cumpla con las ordenanzas, variables urbanas y exigencias de bomberos, entre otras, tal como se hizo con la construcción de la Posada Turística, C.A.

Esta posada cumplirá con las áreas y espacios mínimos establecidos para su funcionamiento según las Normas para Regular la Actividad de las Posadas Turísticas del Ministerio de Turismo.

Estos son los usos propuestos de acuerdo con las características funcionales:

1. Administración: Contiene la zona de recepción de los visitantes, se vincula directamente con el comedor, los baños públicos y la oficina de administración, mantiene relación visual con los patios internos y la zona de hospedaje.

2. Servicios principales:

a) Hospedaje: La posada ofrece a los visitantes la posibilidad de disfrutar de veinte (20) habitaciones, con baño y closet internos. Esta zona se ubica hacia el área posterior de la edificación, ya que es allí donde se garantiza la mayor privacidad de la misma. Las habitaciones están directamente relacionadas con las áreas verdes internas y externas, lo que ofrece un mayor atractivo a sus visuales. El acceso a las habitaciones de la planta alta se realizará a través de la escalera interna de la edificación y sus corredores techados internos, los cuales se ubican adyacentes a los patios internos de la misma.

b) Restaurante: Este espacio cuenta con fácil acceso al resto de la edificación, relacionándose directamente con el área de recepción y con las áreas verdes externas, se ubicará hacia el lindero lateral de adosamiento de la vivienda original en la fachada frontal de la posada.

c) Información turística y visitas guiadas (módulo de atención al cliente): Localizada en el espacio de recepción de la edificación, mantiene relación visual y espacial con el resto de las instalaciones de la posada.

3. Servicios Complementarios: La edificación prevé el uso comercial a fin de brindar un servicio completo al visitante y al público en general. Los espacios de:

- Café,
- Peluquería – Estética,
- Lavado y Planchado,
- Venta de artesanía

- Taxi

Estos servicios son compatibles tanto con el uso de hospedaje como con la tendencia comercial de la zona urbana.

4. Servicios Generales de la Edificación: ubicados en el lindero lateral de adosamiento de la vivienda original, aquí se albergarán los usos de cocina, mantenimiento y dependencias generales.

5. Áreas verdes: contribuyen a relacionar los distintos usos de la edificación tanto desde el interior como desde el exterior, se dividen en jardines externos y patios internos. Los patios internos cuentan con dobles alturas y con corredores techados a su alrededor.

3.3.1.1. Factores que Condicionan el Tamaño de la Planta.

Los factores que condicionan el tamaño de la Planta son los relacionados con las dimensiones del terreno, las características del proyecto y las garantías reales que pueden ofrecer los promotores del proyecto con el ente financiero, considerando el monto del crédito solicitado.

Otro factor que pudiera afectar el tamaño de la Empresa, es el cambio en la regulación y variables urbanas que establezcan los entes competentes y puedan afectar al proyecto, sin embargo en estos momentos la Dirección de turismo y la Dirección de Regulación Urbana de la Alcaldía de Caroní, han aprobado e

implantado el estudio sobre las determinantes básicas para el establecimiento de Posadas en el Municipio Caroní, aspecto que favorece el proyecto, ya que su ubicación en una zona determinada para desarrollos turísticos de alojamiento y se encuentra dentro de la Zona Industrial Los Pinos, muy cercana al eje industrial de las empresas básicas.

3.3.1.2. Capacidad Instalada. La capacidad instalada y utilizada de esta posada para los servicios ofrecidos, se estima de acuerdo a la siguiente proyección:

CAPACIDAD INSTALADA POR TIPO DE SERVICIO	CANTIDAD	UNIDAD
Alojamiento Familiar	2.680	Alojamiento
Alojamiento Matrimonial	7.000	Alojamiento
Alojamiento Dobles	4.120	Alojamiento
Restaurante Desayunos	17.080	Raciones
Restaurante Almuerzos	51.740	Raciones
City Tour Interno	1.528	Tour
City Tour Extraurbano Ciudad Bolívar	476	Tour
City Tour Extraurbano Guri	476	Tour
City Tour Extraurbano El Callao	476	Tour
Eventos	380	Evento
Alquileres	72	Alquiler

3.3.1.3. Capacidad Utilizada. La capacidad utilizada de la Empresa es la misma que se especifica en el punto anterior (3.3.1.2) – Capacidad Instalada.

CAPACIDAD UTILIZADA POR TIPO DE SERVICIO (ANUAL)	PORCENTAJE DE UTILIZACIÓN ANUAL			
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
Alojamiento Familiar	50%	50%	55%	60%
Alojamiento Matrimonial	50%	50%	55%	60%
Alojamiento Dobles	50%	50%	55%	60%
Restaurante Desayunos	50%	50%	55%	60%
Restaurant Almuerzos	50%	50%	55%	60%
City Tour Interno	50%	50%	55%	60%

City Tour Extraurbano Ciudad Bolívar	50%	50%	55%	60%
City Tour Extraurbano Guri	50%	50%	55%	60%
City Tour Extraurbano El Callao	50%	50%	55%	60%
Eventos	50%	50%	55%	60%
Alquileres	50%	50%	55%	60%

3.3.2. Programa de Producción y Ventas.

Los programas de producción y de ventas proyectados de esta posada han sido determinados de la siguiente manera:

3.3.2.1. Programa de Producción.

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Alojamiento Familiar	1.440	1.440	1.584	1.728	1.872
Alojamiento Matrimonial	4.320	4.320	4.752	5.184	5.616
Alojamiento Dobles	1.440	1.440	1.584	1.728	1.872
Restaurant Desayunos	14.400	14.400	15.840	17.280	18.720
Restaurant Almuerzos	28.800	28.800	31.680	34.560	37.440
City Tour Interno	864	864	950	1.037	1.123
City Tour Extraurbano Ciudad Bolívar	288	288	317	346	374
City Tour Extraurbano Guri	288	288	317	346	374
City Tour Extraurbano El Callao	288	288	317	346	374
Eventos	200	200	220	240	260
Alquileres	36	36	40	43	47

3.3.2.2. Programa de Ventas Proyectado, (en miles de Bs.)

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5-10
Alojamiento Familiar	203.760	203.760	224.136	244.512	264.888
Alojamiento Matrimonial	393.120	393.120	432.432	471.744	511.056
Alojamiento Dobles	131.040	131.040	144.144	157.248	170.352
Restaurant Desayunos	115.200	115.200	126.720	138.240	149.760
Restaurant Almuerzos	345.600	345.600	380.160	414.720	449.280
City Tour Interno	86.400	86.400	95.040	103.680	112.320
City Tour Extraurbano Ciudad Bolívar	57.600	57.600	63.360	69.120	74.880

City Tour Guri	57.600	57.600	63.360	69.120	74.880
City Tour Extraurbano El Callao	80.640	80.640	88.704	96.768	104.832
Eventos	120.000	120.000	132.000	144.000	156.000
Alquileres	7.200	7.200	7.920	8.640	9.360
Total ventas	1.598.160	1.598.160	1.757.976	1.917.792	2.077.608

Esta posada tendrá como elementos de competitividad la calidad y precios accesibles a sus clientes en los servicios a ofrecer, es importante destacar que los precios son aproximadamente dentro de un año cuando entre en funcionamiento la posada:

PRODUCTOS O SERVICIOS	PRECIOS (BS)
Alojamiento Familiar	141.500,00
Alojamiento Matrimonial	91.000,00
Alojamiento Dobles	91.000,00
Restaurant Desayunos	8.000,00
Restaurant Almuerzos	12.000,00
City Tour Interno	100.000,00
City Tour Extraurbano Ciudad Bolívar	200.000,00
City Tour Extraurbano Guri	200.000,00
City Tour Extraurbano El Callao	280.000,00
Eventos	600.000,00
Alquileres	200.000,00

Los precios de los productos o servicios de la posada planteada en este proyecto han sido considerados de acuerdo al análisis de costos y beneficios, que garanticen la viabilidad financiera de la actividad económica a emprender. Igualmente se han revisado los precios de estos servicios por parte de otras empresas, así como los índices de inflación.

Siendo el objetivo de este proyecto ofrecer habitaciones confortables con cómodas camas y con precios atractivos y de esta manera lograr la alta rotación de las habitaciones.

3.3.3. Procesos y Tecnología.

El proceso a cumplir en esta posada está basado en los servicios solicitados o requeridos por los clientes para satisfacer sus necesidades de hospedaje, restaurante, información turística y visitas guiadas y los servicios complementarios que esta previsto ofrecer.

Los servicios se administrarán a través de sistemas de información manejado por personal debidamente capacitado, que permita planificar y controlar eficientemente las funciones financiero / contable, comercial, de personal, compras e inventarios, entre otras.

Las tecnologías utilizadas para llevar adelante el funcionamiento estarán de acuerdo a la naturaleza de la actividad económica a realizar.

3.3.3.1. Descripción del Proceso Productivo.

El proceso se inicia con la oferta de los servicios a sus diferentes clientes (turistas, familias, empresas, gremios o particulares), esto con la finalidad de dar a conocer la existencia en esta posada de las ventajas comparativas que ofrecen sus servicios, lo que permite captar parte de la demanda actual y futura existente.

Todo lo anterior se traduce en que la comercialización de los servicios estará dirigida a la captación permanente de clientes, estableciendo convenios de

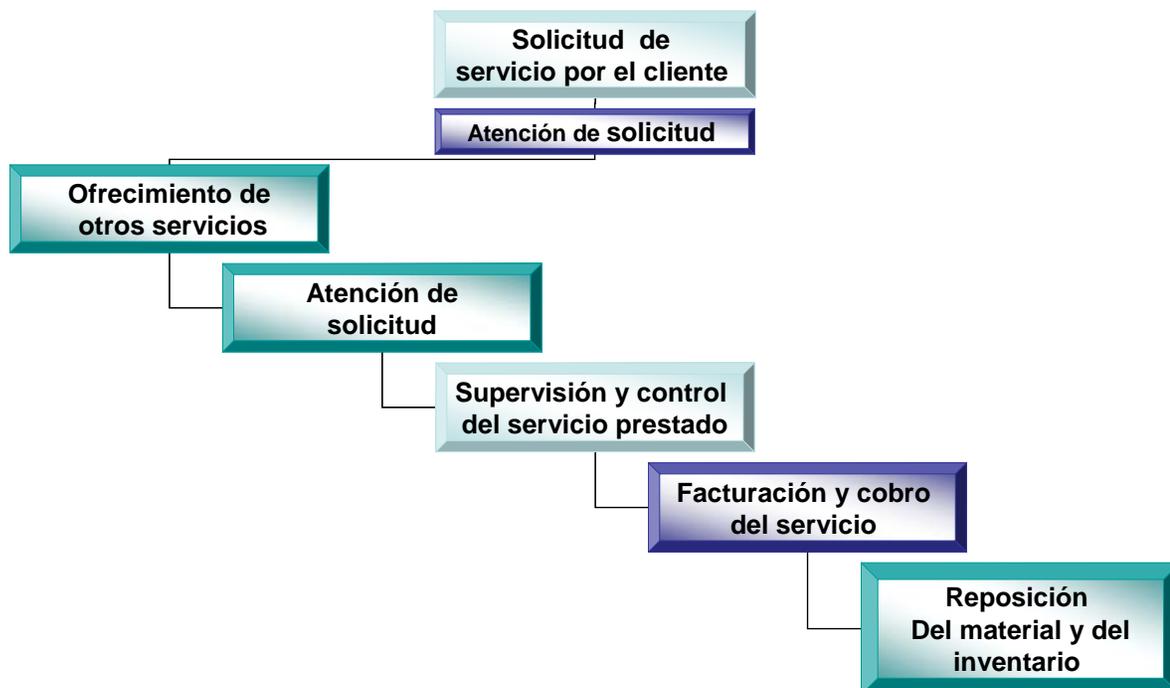
prestación de servicios que garantice la ocupación permanente y utilización plena de la capacidad instalada.

El proceso a cumplir con los servicios de alojamiento, restaurante, información turística, visitas guiadas y servicios complementarios, se describe de manera general cumpliendo los siguientes pasos:

- 1- Solicitud del servicio por el cliente, de acuerdo a sus necesidades.
- 2- Atención inmediata de su solicitud, según el tipo de servicio y disponibilidad del mismo.
- 3- Ofrecimiento de otros servicios que pueda requerir el cliente, enmarcados dentro de las políticas y capacidad de la posada.
- 4- Atención inmediata a nuevos requerimientos del cliente, según el tipo de servicio.
- 5- Supervisión y control de la calidad y oportunidad en la prestación del servicio al cliente.
- 6- Facturación y cobro de los servicios prestados.
- 7- Acondicionamiento del área objeto de prestación del servicio o reposición del material y del inventario, según el tipo de servicio ofrecido.

Merece destacar que para cada servicio a prestar se elaborarán e implantarán procedimientos que garanticen realizar el trabajo de manera eficiente. En el punto Organización se detallan los procedimientos que han sido considerados para garantizar una óptima operación de esta posada.

3.3.3.2 Flujoograma del Proceso.



3.3.3.3. Maquinarias, Equipos y Herramientas existentes.

Las maquinarias, equipos y herramientas existentes en el proyecto, son las que se deben adquirir y son necesarias para llevar a cabo las operaciones en los servicios a ofrecer; las mismas en su totalidad se encuentran por un monto de Bs.800.000.000,00 y están especificadas a continuación, considerando los requisitos establecidos por el Ministerio Popular de Turismo, para las instalaciones de alojamiento turístico y por la información recopilada en los comercios que venden estos equipos.

Dotación de Equipos y Maquinarias para la Cocina y el restaurante:

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO BS
Cocina Industrial	1	3.200.000
Campana De Metal Con Extractor	1	3.970.000

Freidora Dos Cestas	1	1.415.000
Rebanadora De Fiambre	1	4.445.000
Calentador Baño María	1	430.000
Fregadero Industrial	1	2.200.000
Sandwichera Doble	1	1.370.000
Mesa Trabajo Acero Inoxidable	1	1.780.000
Frizer / Congelador Vertical	1	2.265.000
Nevera Vitrina Combinada	1	2.860.000
Ayudante De Cocina	1	2.800.000
Balanza De Peso	1	780.000
Araña Colgador De Ollas	1	3.000.000
Escurreidor De Platos De Pared	1	1.895.000
Vajilla, Vasos Y Jarras	Varios	7.000.000
Ollas Y Sartenes	Varios	4.000.000
Cubiertos De Mesa	Varios	17.000 c/u
Cuchillos Y Accesorios De Cocina	Varios	3.000.000
Licuadaora 4 ½ Litros	1	1.150.000
Microondas	2	600.000

Dotación de Equipos de Lavandería y Lencería:

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO Bs.
Lavadora	2	9.000.000 c/u
Secadora	2	9.000.000 c/u
Plancha y mesa de planchado	2	350.000 c/u
Sabanas matrimoniales y fundas	50	200.000 c/u
Cubrecamas Matrimoniales	50	360.000 c/u
Cobijas Matrimoniales	50	200.000 c/u
Sabanas Individuales y fundas	60	20.000 c/u
Cubrecamas Individuales	60	220.000 c/u
Cobijas Individuales	60	130.000 c/u
Almohadas con protector	140	19.000 c/u
Toallas de Baño	120	15.000 c/u
Alfombrines de Baño	40	35.000 c/u
Papeleras	30	50.000 c/u
Manteles de Mesa	120	20.000 c/u
Servilletas de Mesa	240	3.000 c/u

Dotación de Equipos de Mobiliarios y Decoración:

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO BS
A/A Habitaciones	20	1.500.000 c/u
A/A Ofic, recepción y restaurante	4	7.000.000 c/u
Calentador de agua Industrial	1	5.000.000 c/u
Cama matrimonial con colchón	14	600.000 c/u

Protector de colchón matrimonial	14	80.000 c/u
Cama individual con colchón	12	400.000 c/u
Protector de colchón Individual	12	60.000 c/u
Mesa de noche	40	180.000 c/u
Silla de habitación	20	90.000 c/u
Espejos de pared	20	2.000.000 total
Cortinas de Ventanas	20	3.500.000 total
Lámparas de mesa	40	80.500 c/u
Televisor 20 pulgadas habitación, Recepción y restaurante	24	600.000 c/u
Neveras ejecutivas	20	1.200.000 c/u
Mesas de comedor	10	150.000 c/u
Sillas de comedor	40	90.000 c/u
Muebles de recepción (Juego)	1	6.000.000

Dotación de Equipos de Oficina y Recepción:

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO Bs
Computadora	3	2.800.000
Fax	1	350.000
Fotocopiadora	1	4.000.000
Archivo	3	235.000
Calculadora	2	50.000
Engrapadora	1	100.000
Perforador	1	50.000
Escritorio	3	350.000
Sillas	3	120.000
Mostrador con gavetas	1	600.000
Caja Registradora	1	1.116.000
A/A Tipo Consola	6	7.000.000 c/u

Dotación de Equipos y Maquinarias Varias:

EQUIPOS Y MAQUINARIA	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO BS
Central telefónica	Instalación de 24 Teléfonos en Habitaciones, Oficinas Y Áreas de Servicio	1	60.000.000
Sistema de seguridad	Contra incendios	1	60.000.000
Sistema Hidroneumático	Tanque subterráneo y bomba con sus accesorios	1	40.000.000

NOTA: Maquinarias, equipos y herramientas requeridos según la capacidad instalada de la Empresa.

3.3.3.4. Descripción de las Instalaciones Necesarias.

Esta posada se localizará en la Unidad de Desarrollo UD-306, Parcela 306-83-02, Av. Caracas, frente a Ferretería La Llovizna, Puerto Ordaz Municipio Autónomo Caroní.

Cuenta con fácil acceso desde los distintos puntos de la ciudad, así como desde las vías extraurbanas, adicionalmente estará ubicada a 10 minutos del Aeropuerto Internacional Carlos Manuel Piar y a 15 minutos del Terminal de Pasajeros de Ciudad Guayana, al mismo tiempo de estar enclavada en la Zona Industrial Los Pinos, lo que la convierte en ideal para atender las demandas las empresas tuteladas por la CVG, en cuanto a alojamiento, restaurante, servicio de buffets u otro tipo de refrigerio.

De acuerdo a los estudios realizados por las Direcciones de Regulación Urbana y de Turismo de la Alcaldía de Caroní, se crearon y aprobaron las condiciones básicas para el establecimiento de posadas en el municipio; la posada se encuentra dentro de las zonas permitidas, ya que dispone de buenos servicios (luz, agua, teléfono, transporte, etc) para su funcionamiento.

La propuesta arquitectónica de esta posada refuerza esa relación con su entorno tanto externo como interno, planteando áreas interiores relacionadas con espacios centrales de vegetación entre sí, y manteniendo la vegetación externa como elemento vinculante y de perfil de la vía. Por requerimientos propios del

uso, la propuesta ha proyectado un piso más a la edificación, adecuándose igualmente a la tendencia de aumentar la densidad en las zonas consolidadas.

3.3.3.4.1. Características formales y espaciales.

Esta posada poseerá un estilo colonial. Su infraestructura responderá a las exigencias pautadas por el medio, tales como: ventilación, iluminación, asoleamiento, y otros aspectos propios del clima, es por ello que se proponen espacios de transición externos e internos dados por:

- Propuesta de las fachadas continuas: A fin de responder a los usos comerciales propuestos en el acceso de la posada, se cambia la concepción de la edificación pareada en uno de sus laterales por la continua, manteniendo el carácter público en esta fachada. En la fachada posterior (área privada de la edificación) se siguió con esta característica, una vez que se razonó sobre las exigencias para la ubicación de las veinte (20) habitaciones de la posada.
- Patios internos: Representan la transición entre los espacios públicos o de servicios de la edificación con las áreas privadas (habitaciones), surgen de la propuesta de conservar la relación de la edificación con las áreas internas y garantizar el mayor disfrute de zonas verdes, estos espacios son a doble altura y tamizan la iluminación y mantienen una ventilación permanente en las áreas internas, haciendo percibir el interior de la posada con mayor amplitud que en lo posible siempre serán abiertos.

- Corredores techados exteriores: Constituyen la transición exterior – interior, así como la principal relación entre los distintos espacios del uso comercial ubicados en la fachada frontal y el estacionamiento, formalmente están limitados por arcadas. Este espacio se vincula con la circulación vertical exterior y mantiene una relación permanente con las áreas verdes exteriores ubicadas en el acceso de la posada.
- Corredores techados interiores: A través de un recorrido que tiene como principal atractivo las áreas verdes de los patios internos, vinculan visual y funcionalmente las distintas áreas de la posada. Formalmente están limitados por arcadas. Paulatinamente conducen hacia el área de esparcimiento ubicada en el retiro posterior de la posada.
- Techos: Brindan protección al interior de la edificación con sus aleros, formalmente responden a la tipología de la arquitectura colonial.
- Áreas verdes exteriores: Ubicadas en el retiro de frente y de fondo de la edificación. Hacia la fachada frontal contiene espacios de servicio de la posada como estacionamiento, caseta de gas, electricidad y depósito de basura, separados por un tratamiento paisajístico de jardines. En la fachada posterior, se ubican usos de esparcimiento y recreación, ofreciendo una visual de interés a las habitaciones.

3.3.3.5. Distribución Física.

La distribución física de esta posada cumple con las áreas y espacios mínimos establecidos para su funcionamiento según las Normas para Regular la Actividad de las Posadas Turísticas de CORPOTURISMO. La relación de las características funcionales de cada uno de los usos propuestos se define a continuación:

1-Administración: Contiene la zona de recepción de los visitantes, se vincula directamente con el comedor, los baños públicos y la oficina de recepción, mantiene relación visual con los patios internos y la zona de hospedaje.

2-Servicios principales:

- Hospedaje: la posada ofrece a los visitantes la posibilidad de disfrutar de veinte (20) habitaciones, con baño y closet internos. Esta zona se ubica hacia el área posterior de la edificación, ya que es allí donde se garantiza la mayor privacidad de la misma. Las habitaciones están directamente relacionadas con las áreas verdes internas y externas, lo que ofrece un mayor atractivo a sus visuales. El acceso a las habitaciones se realiza a través de sus corredores techados internos, los cuales se ubican adyacentes a los patios internos de la misma.
- Restaurante: este espacio cuenta con fácil acceso al resto de la edificación, relacionándose directamente con el área de recepción y con las áreas verdes externas.

- Información turística y visitas guiadas (módulo de atención al cliente): localizada en el espacio de recepción de la edificación, mantiene relación visual y espacial con el resto de las instalaciones de la posada.

3-Servicios Complementarios: La edificación prevé el uso comercial a fin de brindar un servicio completo al visitante y al público en general. Los espacios de:

- Café,
- Peluquería – Estética,
- Lavado y Planchado,
- Venta de artesanía
- Taxi

Estos servicios son compatibles tanto con el uso de hospedaje como con la tendencia comercial de la zona urbana.

Igualmente se incluyen espacios que pueden ser dispuestos para uso de la comunidad en general o que sirven para realizar eventos especiales de la organización Posada Turística, tal como:

- El salón de usos múltiples: que cuenta con fácil acceso desde el área de recepción, en una primera fase funcionará en el espacio destinado al restaurant.

- Servicios Generales de la Edificación: ubicados en el lindero lateral de adosamiento de la vivienda original, aquí se albergan los usos de cocina, mantenimiento y dependencias generales.
- Áreas verdes: contribuyen a relacionar los distintos usos de la edificación tanto desde el interior como desde el exterior, se dividen en jardines externos y patios internos. Los patios internos cuentan con dobles alturas y con corredores techados a su alrededor.

3.3.3.6. Factores que Determinan la Localización.

La posada planteada en este proyecto se localizará en Ciudad Guayana, específicamente en la zona Industrial Los Pinos. Su localización corresponde al sector de la Parroquia Unare de Puerto Ordaz, sin embargo podrá establecer otras unidades de negocio en la región u otros lugares, de acuerdo al desempeño obtenido y requerimientos del mercado.

Se encuentra dentro de los sectores permitidos por la alcaldía del municipio autónomo Caroní, en las determinantes básicas para el desarrollo y acondicionamiento de posadas.

Los factores básicos que se consideran determinantes para la localización de esta posada son las siguientes:

- Zona permitida por los organismos competentes para realizar la actividad económica.
- Fácil acceso desde el Terminal de Ciudad Guayana y el Aeropuerto Internacional Carlos Manuel Piar.
- Excelentes vialidad y servicios públicos (agua, luz, aseo, teléfono, etc)
- Excelentes vías de comunicación y acceso.
- Alto movimiento vehicular.
- Fácil acceso a zonas industriales, de comercio, etc.
- Ubicación en avenida principal y dimensión del terreno acordes para la posada.

3.3.4. Insumos Requeridos.

La materia prima y otros materiales que se utilizarán para el funcionamiento de esta posada esta relacionado con la naturaleza y características de los servicios que se ofrecerán.

Se ha considerado para el servicio de alojamiento los materiales o artículos de aseo personal y de limpieza siguientes:

- Papel toilette.
- Champú.
- Jabón de tocador.
- Detergente y artículos de limpieza.

Para el caso del servicio de restaurante los artículos requeridos para la preparación de alimentos están relacionados según el menú, se corresponden a los víveres para garantizar los servicios en el desayuno, almuerzo y cena, según corresponda.

Se seleccionarán insumos de primera calidad y durabilidad, a fin de garantizar satisfacer plenamente las expectativas y necesidades de los clientes.

3.3.4.1. Requerimientos de Insumos y Precio.

PRECIO Y CONSUMO DE MATERIA PRIMA POR UNIDAD DE PRODUCTO		
Sábanas	Kit	25.000
Toallas	Kit	8.000
Almohadas	c/u	9.000
Papel Sanitario	Rollo	500
Detergente	Litro	2.500
Jabones	c/u	115
Ración Desayuno	c/u	2.000
Ración Almuerzo	c/u	4.000

3.3.4.2. Disponibilidad de Insumos.

Se localiza en los mercados regionales y nacionales.

3.3.5. Requerimiento de Personal y Costo.

Para brindar servicios de óptima calidad, conformarán un equipo 12 personas de trabajo competente y altamente motivado para la prestación de servicios de excelencia, según se indica a continuación. Dentro de esta estructura no se

contempla la contratación de dos vigilantes, los cuales pertenecen a una empresa de vigilancia externa.

REQUERIMIENTO Y COSTO DE MANO DE OBRA

	Cantidad	Sueldo mensual	Sueldo anual	Beneficios	Total anual
Cocinero	2	620.000	14.880.000	7.440.000	22.320.000
Ayudante	2	620.000	14.880.000	7.440.000	22.320.000
Total mano de obra directa fija	4		29.760.000	14.880.000	44.640.000

REQUERIMIENTO Y COSTO DE MANO DE OBRA

	Cantidad	Sueldo/Mes	Sueldo anual
Camarera	4	620.000	29.760.000
Mesonero	2	620.000	14.880.000
Ayudante de Cocina	4	620.000	29.760.000
Obrero de mantenimiento	2	620.000	14.880.000
Total mano de obra directa a destajo	12		89.280.000

REQUERIMIENTO Y COSTO DE MANO DE OBRA INDIRECTA FIJA

	Cantidad	Sueldo mensual Bs/Mes	Sueldo anual Bs/año	Beneficios
Supervisores Mantenimiento	2	620.000	14.880.000	7.440.000
Total mano de obra indirecta fija	2		14.880.000	7.440.000

MANO DE OBRA DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS FIJA

	Cantidad	Sueldo mensual Bs/Mes	Sueldo anual Bs/Año	Beneficio
Gerente Administrativo	1	900.000	10.800.000	5.400.000
Recepcionista	2	620.000	14.880.000	7.440.000
Total mano de obra de admón. y ventas fija	3		25.680.000	12.840.000

RESUMEN DEL COSTO DE MANO DE OBRA

	Cant.	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mano de obra directa	16	133.920.000	133.920.000	133.920.000	133.920.000	133.920.000
Mano de obra indirecta	2	22.320.000	22.320.000	22.320.000	22.320.000	22.320.000
Mano de obra de admón. y ventas	3	38.520.000	38.520.000	38.520.000	38.520.000	38.520.000
Costo total mano de obra	21	194.760.000	194.760.000	194.760.000	194.760.000	194.760.000

3.3.6. Organización.

La organización que funcionará en la esta posada estará acorde a la naturaleza de los servicios a ofrecer, jerarquizando los cargos de acuerdo al nivel de competencias, definiendo funciones y actividades que garanticen un desempeño con la eficacia y responsabilidad que exige la actividad económica a emprender.

Se implantarán descripciones de cargos, normas y procedimientos e instrucciones de trabajo que garanticen prestar servicios con la calidad y oportunidad que se requiere, todo acorde a los planes y programas de gestión a establecer.

Lo anterior garantizará que todo el personal conozca y aplique las prácticas y métodos más idóneos en la realización de su trabajo, lo que se traduce en la eficiencia que exigen los clientes que demandan los diferentes servicios de la posada.

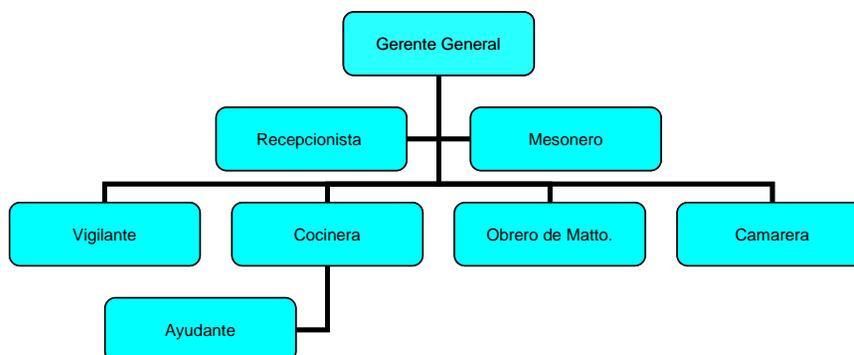
Se ha considerado importante sistematizar la Empresa con las normas y procedimientos necesarios para lograr una planificación, ejecución y control en las operaciones. Es decir que se aplicarán de manera práctica y organizada criterios técnicos de operación.

De acuerdo a lo indicado anteriormente se prevé elaborar e implantar el siguiente esquema funcional y Organizativo en la Empresa:

PROCEDIMIENTOS Y PRÁCTICAS POR AREA FUNCIONAL

Código RH	Reclutamiento y selección de personal, nomina, beneficios y formación y adiestramiento.
Recursos Humanos:	
Código FC	Caja chica, facturación y cobro de servicios, cierre diario, toma de inventario, codificación de activos, cuentas por pagar y cobrar, control de costos alimentos y bebidas, formulación y aprobación del presupuesto.
Finanzas / Contabilidad:	
Código CV	Planificación y ejecución de estrategias de venta, promoción de productos y servicios, organización, ejecución y control de eventos, convenios de prestación de servicios, atención de reclamos, especificaciones técnicas de productos y servicios.
Comercialización / Ventas:	
Código SH	Solicitud y atención de servicios al cliente, reservación de habitaciones, planificación y ejecución de menú, solicitud y atención de servicios de alimentación, supervisión y control de aseo diario de habitaciones y áreas, reposición de materiales de consumo.
Servicios de la Hospitalidad:	
Código RA	Recepción, inspección y almacenamiento de mercancía, control de inventarios.
Recepción / Almacén:	
Código AS	Planificación de compras / adquisiciones, ejecución y control de compras.
Adquisición / Suministros	
Código MN	Planificación, ejecución y control de mantenimiento de equipos e instalaciones, especificaciones técnicas de equipos.
Mantenimiento:	
Código SP	Uso de equipos de seguridad (extintores, alarmas), atención de emergencias, control y vigilancia en la empresa.
Seguridad y Protección:	
Código LO	Contratación de servicios a terceros, elaboración y aprobación de manuales de organización, descripciones de cargo, prácticas e Instrucciones de trabajo.
Legal y Organización	

Organigrama General de la Posada



3.4. ESTUDIO FINANCIERO.

El estudio financiero realizado determina la viabilidad económica y financiera de la posada planteada en este proyecto. En el mismo se han considerado elementos que miden las capacidades, requerimientos y comportamiento futuro, considerando la potencialidad de esta actividad económica.

La puesta en marcha garantiza generación de empleo y creación de infraestructura de servicio, siendo un valioso aporte al desarrollo sostenido y productivo de la Región y del País.

Para materializar las operaciones de la Empresa, los promotores han realizado parte de la inversión del proyecto, sin embargo el apoyo o respaldo financiero del BANFOANDES es fundamental para concretar su operación.

3.4.1. Necesidades Totales de Capital.

El proyecto requiere un financiamiento de Bs.1.397.000.000,00, el mismo permitirá cubrir adquisición de terreno e infraestructura y el aporte de los promotores de Bs.1.783.000.000,00, lo cual arroja un total de inversión de Bs.3.180.000.000,00, para la supervisión de la construcción se destina aproximadamente el 2% del total del monto presupuestado el cual alcanza Bs.31.940.000,00, el cual será cancelado al profesional o empresa que se encargue de la supervisión de la obra.

3.4.1.1. Requerimiento Total en Activos.

A continuación se indica la necesidad requerida de activos para el desarrollo y puesta en marcha del proyecto de inversión.

CONCEPTO	INVERSIÓN PROYECTO Bs.	PORCENTAJE(%)
Activos Fijos Tangibles	2.780.000.000,00	87,42%
Capital de Trabajo	400.000.000,00	12,58%
TOTAL	3.180.000.000,00	100%

3.4.1.1.1. Activos Fijos Tangibles.

ACTIVOS	MONTO DE LA INVERSIÓN (Bs.)
Terreno	200.000.000,00
Infraestructura	1.780.000.000,00
Equipamiento	620.000.000,00
Vehículos para oficina	30.000.000,00
Otros	121.000.000,00
Estudios y Proyectos	20.000.000,00
Gastos de Preinversión	9.000.000,00
Capital de Trabajo	400.000.000,00
TOTAL INVERSIÓN	3.180.000.000,00

3.4.1.1.2. Capital de Trabajo.

El capital de trabajo se ha calculado en Bs.400.000.000,00, el cual será aportado por los promotores. Este capital será dirigido para cubrir tres meses de operación de la Empresa, en los conceptos especificados a continuación.

ACTIVOS	MONTO DE LA INVERSIÓN PARA 3 MESES (Bs.)
Materia prima	256.000.000,00
Mano de Obra Directa	72.000.000,00
Mano de Obra de Admón. Y Ventas	28.000.000,00
Gastos de Producción	14.000.000,00
Gastos de Administración y Ventas	30.000.000,00
TOTAL INVERSIÓN	400.000.000,00

3.4.1.2. Modalidad de Financiamiento.

PARTIDA	INVERSIÓN TOTAL	APORTE PROPIO	CRÉDITO CONSTRUCCIÓN Y DOTACIÓN
Terreno	200.000.000	100.000.000	100.000.000
Infraestructura	1.780.000.000	483.000.000	1.297.000.000
Maquinaria 1	620.000.000	620.000.000	0
Vehículos para oficina	30.000.000	30.000.000	0
Otros	150.000.000	150.000.000	0
Estudios y Proyectos	20.000.000	20.000.000	0
Gastos de Preinversión	9.000.000	9.000.000	0
Capital de trabajo	381.000.000	381.000.000	0
Total	3.180.000.000	1.793.000.000	1.397.000.000
Porcentaje	100%	56%	44%

3.4.1.3. Fuentes de Financiamiento.

Los promotores financiarán parte del proyecto de inversión, sin embargo para el desarrollo de este proyecto es de vital importancia el apoyo financiero de alguna institución.

3.4.1.4. Condiciones del Crédito.

La actividad económica del turismo requiere de manera urgente e inmediata condiciones y apoyo que garanticen el desarrollo sostenido de la economía de la Región y del País, por lo que este sector amerita crear condiciones favorables que garanticen el éxito de proyectos de inversión desarrollados en la región.

BANFOANDES establecerá determinará las condiciones más favorables para el éxito del proyecto, sin embargo se han estimado las condiciones del crédito para efectos de evaluación del presente proyecto según los elementos indicados a continuación:

DESTINO DEL CRÉDITO	TASA INTERÉS ANUAL	AMORTIZACIÓN (MESES)	INTERESES DIFERIDOS (MESES)	GRACIA (MESES)	CANTIDAD DE CUOTAS
Construcción y Dotación	15%	10 años	24	24	96

3.4.1.5. Amortización de la Deuda.

La deuda a adquirirse con BANFOANDES para el crédito – Construcción y Dotación, está calculada para ser pagada en diez (10) años, con un período de gracia de veinte y cuatro (24) meses, con tasa de interés del 15 %, con una Cuota Mensual Bs.36.809.998,08.

Nº	AMORTIZ. A CAPITAL	SALDO CAPITAL	CUOTA DE INTERÉS	CUOTA DE INTERÉS DIFERIDOS	INTERÉS DIFERIDOS POR PAGAR
		1.747.000.000,00			
1			21.837.500,00		21.837.500,00
2			21.837.500,00		43.675.000,00
3			21.837.500,00		65.512.500,00
4			21.837.500,00		87.350.000,00

5			21.837.500,00		109.187.500,00
6			21.837.500,00		131.025.000,00
7			21.837.500,00		152.862.500,00
8			21.837.500,00		174.700.000,00
9			21.837.500,00		196.537.500,00
10			21.837.500,00		218.375.000,00
11			21.837.500,00		240.212.500,00
12			21.837.500,00		262.050.000,00
13			21.837.500,00		283.887.500,00
14			21.837.500,00		305.725.000,00
15			21.837.500,00		327.562.500,00
16			21.837.500,00		349.400.000,00
17			21.837.500,00		371.237.500,00
18			21.837.500,00		393.075.000,00
19			21.837.500,00		414.912.500,00
20			21.837.500,00		436.750.000,00
21			21.837.500,00		458.587.500,00
22			21.837.500,00		480.425.000,00
23			21.837.500,00		502.262.500,00
24			21.837.500,00		524.100.000,00
25	9.513.123,08	1.737.486.876,92	21.837.500,00	5.459.375,00	518.640.625,00
26	9.632.037,12	1.727.854.839,81	21.718.585,96	5.459.375,00	513.181.250,00
27	9.752.437,58	1.718.102.402,23	21.598.185,50	5.459.375,00	507.721.875,00
28	9.874.343,05	1.708.228.059,18	21.476.280,03	5.459.375,00	502.262.500,00
29	9.997.772,34	1.698.230.286,84	21.352.850,74	5.459.375,00	496.803.125,00
30	10.122.744,49	1.688.107.542,35	21.227.878,59	5.459.375,00	491.343.750,00
31	10.249.278,80	1.677.858.263,56	21.101.344,28	5.459.375,00	485.884.375,00
32	10.377.394,78	1.667.480.868,77	20.973.228,29	5.459.375,00	480.425.000,00
33	10.507.112,22	1.656.973.756,56	20.843.510,86	5.459.375,00	474.965.625,00
34	10.638.451,12	1.646.335.305,44	20.712.171,96	5.459.375,00	469.506.250,00
35	10.771.431,76	1.635.563.873,68	20.579.191,32	5.459.375,00	464.046.875,00
36	10.906.074,66	1.624.657.799,02	20.444.548,42	5.459.375,00	458.587.500,00
37	11.042.400,59	1.613.615.398,43	20.308.222,49	5.459.375,00	453.128.125,00
38	11.180.430,60	1.602.434.967,84	20.170.192,48	5.459.375,00	447.668.750,00
39	11.320.185,98	1.591.114.781,86	20.030.437,10	5.459.375,00	442.209.375,00
40	11.461.688,30	1.579.653.093,55	19.888.934,77	5.459.375,00	436.750.000,00
41	11.604.959,41	1.568.048.134,15	19.745.663,67	5.459.375,00	431.290.625,00
42	11.750.021,40	1.556.298.112,75	19.600.601,68	5.459.375,00	425.831.250,00
43	11.896.896,67	1.544.401.216,08	19.453.726,41	5.459.375,00	420.371.875,00
44	12.045.607,88	1.532.355.608,20	19.305.015,20	5.459.375,00	414.912.500,00
45	12.196.177,97	1.520.159.430,23	19.154.445,10	5.459.375,00	409.453.125,00
46	12.348.630,20	1.507.810.800,03	19.001.992,88	5.459.375,00	403.993.750,00
47	12.502.988,08	1.495.307.811,96	18.847.635,00	5.459.375,00	398.534.375,00
48	12.659.275,43	1.482.648.536,53	18.691.347,65	5.459.375,00	393.075.000,00
49	12.817.516,37	1.469.831.020,16	18.533.106,71	5.459.375,00	387.615.625,00
50	12.977.735,32	1.456.853.284,83	18.372.887,75	5.459.375,00	382.156.250,00
51	13.139.957,02	1.443.713.327,82	18.210.666,06	5.459.375,00	376.696.875,00
52	13.304.206,48	1.430.409.121,34	18.046.416,60	5.459.375,00	371.237.500,00
53	13.470.509,06	1.416.938.612,28	17.880.114,02	5.459.375,00	365.778.125,00

54	13.638.890,42	1.403.299.721,86	17.711.732,65	5.459.375,00	360.318.750,00
55	13.809.376,55	1.389.490.345,30	17.541.246,52	5.459.375,00	354.859.375,00
56	13.981.993,76	1.375.508.351,54	17.368.629,32	5.459.375,00	349.400.000,00
57	14.156.768,68	1.361.351.582,86	17.193.854,39	5.459.375,00	343.940.625,00
58	14.333.728,29	1.347.017.854,57	17.016.894,79	5.459.375,00	338.481.250,00
59	14.512.899,89	1.332.504.954,67	16.837.723,18	5.459.375,00	333.021.875,00
60	14.694.311,14	1.317.810.643,53	16.656.311,93	5.459.375,00	327.562.500,00
61	14.877.990,03	1.302.932.653,50	16.472.633,04	5.459.375,00	322.103.125,00
62	15.063.964,91	1.287.868.688,59	16.286.658,17	5.459.375,00	316.643.750,00
63	15.252.264,47	1.272.616.424,12	16.098.358,61	5.459.375,00	311.184.375,00
64	15.442.917,78	1.257.173.506,35	15.907.705,30	5.459.375,00	305.725.000,00
65	15.635.954,25	1.241.537.552,10	15.714.668,83	5.459.375,00	300.265.625,00
66	15.831.403,68	1.225.706.148,42	15.519.219,40	5.459.375,00	294.806.250,00
67	16.029.296,22	1.209.676.852,20	15.321.326,86	5.459.375,00	289.346.875,00
68	16.229.662,42	1.193.447.189,78	15.120.960,65	5.459.375,00	283.887.500,00
69	16.432.533,20	1.177.014.656,57	14.918.089,87	5.459.375,00	278.428.125,00
70	16.637.939,87	1.160.376.716,70	14.712.683,21	5.459.375,00	272.968.750,00
71	16.845.914,12	1.143.530.802,59	14.504.708,96	5.459.375,00	267.509.375,00
72	17.056.488,04	1.126.474.314,54	14.294.135,03	5.459.375,00	262.050.000,00
73	17.269.694,14	1.109.204.620,40	14.080.928,93	5.459.375,00	256.590.625,00
74	17.485.565,32	1.091.719.055,07	13.865.057,75	5.459.375,00	251.131.250,00
75	17.704.134,89	1.074.014.920,19	13.646.488,19	5.459.375,00	245.671.875,00
76	17.925.436,57	1.056.089.483,61	13.425.186,50	5.459.375,00	240.212.500,00
77	18.149.504,53	1.037.939.979,08	13.201.118,55	5.459.375,00	234.753.125,00
78	18.376.373,34	1.019.563.605,74	12.974.249,74	5.459.375,00	229.293.750,00
79	18.606.078,00	1.000.957.527,74	12.744.545,07	5.459.375,00	223.834.375,00
80	18.838.653,98	982.118.873,76	12.511.969,10	5.459.375,00	218.375.000,00
81	19.074.137,15	963.044.736,60	12.276.485,92	5.459.375,00	212.915.625,00
82	19.312.563,87	943.732.172,73	12.038.059,21	5.459.375,00	207.456.250,00
83	19.553.970,92	924.178.201,82	11.796.652,16	5.459.375,00	201.996.875,00
84	19.798.395,55	904.379.806,26	11.552.227,52	5.459.375,00	196.537.500,00
85	20.045.875,50	884.333.930,76	11.304.747,58	5.459.375,00	191.078.125,00
86	20.296.448,94	864.037.481,82	11.054.174,13	5.459.375,00	185.618.750,00
87	20.550.154,55	843.487.327,27	10.800.468,52	5.459.375,00	180.159.375,00
88	20.807.031,49	822.680.295,78	10.543.591,59	5.459.375,00	174.700.000,00
89	21.067.119,38	801.613.176,40	10.283.503,70	5.459.375,00	169.240.625,00
90	21.330.458,37	780.282.718,03	10.020.164,71	5.459.375,00	163.781.250,00
91	21.597.089,10	758.685.628,93	9.753.533,98	5.459.375,00	158.321.875,00
92	21.867.052,72	736.818.576,22	9.483.570,36	5.459.375,00	152.862.500,00
93	22.140.390,87	714.678.185,34	9.210.232,20	5.459.375,00	147.403.125,00
94	22.417.145,76	692.261.039,58	8.933.477,32	5.459.375,00	141.943.750,00
95	22.697.360,08	669.563.679,50	8.653.262,99	5.459.375,00	136.484.375,00
96	22.981.077,08	646.582.602,42	8.369.545,99	5.459.375,00	131.025.000,00
97	23.268.340,55	623.314.261,87	8.082.282,53	5.459.375,00	125.565.625,00
98	23.559.194,80	599.755.067,07	7.791.428,27	5.459.375,00	120.106.250,00
99	23.853.684,74	575.901.382,33	7.496.938,34	5.459.375,00	114.646.875,00
100	24.151.855,80	551.749.526,53	7.198.767,28	5.459.375,00	109.187.500,00
101	24.453.754,00	527.295.772,54	6.896.869,08	5.459.375,00	103.728.125,00
102	24.759.425,92	502.536.346,62	6.591.197,16	5.459.375,00	98.268.750,00

103	25.068.918,74	477.467.427,87	6.281.704,33	5.459.375,00	92.809.375,00
104	25.382.280,23	452.085.147,64	5.968.342,85	5.459.375,00	87.350.000,00
105	25.699.558,73	426.385.588,91	5.651.064,35	5.459.375,00	81.890.625,00
106	26.020.803,22	400.364.785,70	5.329.819,86	5.459.375,00	76.431.250,00
107	26.346.063,26	374.018.722,44	5.004.559,82	5.459.375,00	70.971.875,00
108	26.675.389,05	347.343.333,40	4.675.234,03	5.459.375,00	65.512.500,00
109	27.008.831,41	320.334.501,99	4.341.791,67	5.459.375,00	60.053.125,00
110	27.346.441,80	292.988.060,18	4.004.181,27	5.459.375,00	54.593.750,00
111	27.688.272,32	265.299.787,86	3.662.350,75	5.459.375,00	49.134.375,00
112	28.034.375,73	237.265.412,13	3.316.247,35	5.459.375,00	43.675.000,00
113	28.384.805,42	208.880.606,71	2.965.817,65	5.459.375,00	38.215.625,00
114	28.739.615,49	180.140.991,21	2.611.007,58	5.459.375,00	32.756.250,00
115	29.098.860,69	151.042.130,53	2.251.762,39	5.459.375,00	27.296.875,00
116	29.462.596,45	121.579.534,08	1.888.026,63	5.459.375,00	21.837.500,00
117	29.830.878,90	91.748.655,18	1.519.744,18	5.459.375,00	16.378.125,00
118	30.203.764,89	61.544.890,30	1.146.858,19	5.459.375,00	10.918.750,00
119	30.581.311,95	30.963.578,35	769.311,13	5.459.375,00	5.459.375,00
120	30.963.578,35	0,00	387.044,73	5.459.375,00	0,00

3.4.1.6. Depreciación y Amortización de la Inversión.

Se ha calculado la depreciación y amortización de la inversión del proyecto, según el activo que se trate. Dichos cálculos permiten reemplazar cuando corresponda los activos ya depreciados, así como el registro oportuno de las provisiones contables.

Cabe destacar que se ha calculado el 1 % del total de la inversión fija tangible, para el mantenimiento, lo que permite preservar la vida útil de las instalaciones y del equipamiento. Se prevé la elaboración y ejecución de programas de mantenimiento y preservación, que garanticen la disponibilidad inmediata de los activos y por ende la oportuna prestación de los servicios ofrecidos en esta posada.

	Vida útil / peri. Amort.	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4-10
Terreno	0	0	0	0	0
Infraestructura	20	89.000.000	89.000.000	89.000.000	89.000.000

Maquinaria 1	5	160.000.000	160.000.000	160.000.000	160.000.000
Total		249.000.000	249.000.000	249.000.000	249.000.000

3.4.1.7. Otros Gastos de Fabricación.

Se identificaron en el proyecto como otros gastos de fabricación, los relacionados al mantenimiento y a los servicios públicos. Se estima el siguiente gasto mensual, anual e interanual.

CONCEPTO	GASTO MENSUAL (BS.)	GASTO ANUAL (BS.)
Mantenimiento	2.593.254	31.119.048
Repuestos	666.667	8.000.000
Electricidad	1.130.000	13.560.000
Combustible	400.000	4.800.000
Lubricantes	200.000	2.400.000
Repuesto	333.333	3.999.996
Asistencia técnico	593.254	7.119.048
Transporte	1.766.667	21.200.004
Agua	72.000	864.000
Mantenimiento	2.150.000	25.800.000
Gas	92.000	1.104.000
TOTAL OTROS GASTOS DE FABRICACIÓN	9.997.175	119.966.096

3.4.1.8. Otros gastos de Administración y Ventas.

Se identificaron en el proyecto como otros gastos de administración ventas, aquellos cuyo objetivo principal es dar apoyo a las operaciones del negocio. Se estima el siguiente gasto mensual y anual, según el concepto que corresponde.

CONCEPTO	GASTO MENSUAL (Bs.)	GASTO ANUAL(Bs.)
Seguros	1.200.000	14.400.000
Gastos generales	400.000	4.800.000
Papelería	200.000	2.400.000
Peajes	10.000	120.000
Publicidad	2.800.000	33.600.000
Teléfono	1.200.000	14.400.000
TOTAL OTROS GASTOS DE ADMÓN. Y VENTAS	5.810.000	69.720.000

Resumen Otros Gastos De Admón. Y Ventas

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5-10
Otros gastos de Admón. y Ventas	69.720.000	69.720.000	69.720.000	69.720.000	69.720.000
Comisión para vendedores	79.908.000	79.908.000	87.898.800	95.889.600	103.880.400
TOTAL OTROS GASTOS DE ADMÓN. Y VENTAS	149.628.000	149.628.000	157.618.800	165.609.600	173.600.400

3.4.2. Estructura de Costo con Financiamiento.

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo primo	293.090.613	293.090.613	309.007.674	324.924.736	340.841.797
Materia prima	159.170.613	159.170.613	175.087.674	191.004.736	206.921.797
Mano de obra directa	133.920.000	133.920.000	133.920.000	133.920.000	133.920.000
Gastos de fabricación	391.286.096	391.286.096	391.286.096	391.286.096	391.286.096
Mano de obra indirecta	22.320.000	22.320.000	22.320.000	22.320.000	22.320.000
Otros gastos de fabricación	119.966.096	119.966.096	119.966.096	119.966.096	119.966.096
Depreciación	249.000.000	249.000.000	249.000.000	249.000.000	249.000.000
Gastos de admón. y ventas	204.129.600	204.129.600	213.718.560	223.307.520	232.896.480
Mano de obra de admón. y ventas	38.520.000	38.520.000	38.520.000	38.520.000	38.520.000
Otros gastos de admón. y ventas	149.628.000	149.628.000	157.618.800	165.609.600	173.600.400
Otros impuestos	15.981.600	15.981.600	17.579.760	19.177.920	20.776.080
Gastos financieros	0	0	255.392.532	239.665.637	221.410.573
Intereses del crédito	0	0	255.392.532	239.665.637	221.410.573
Total costo con financiamiento	888.506.309	888.506.309	1.169.404.862	1.179.183.989	1.186.434.946

3.4.3. Estado de Ganancias y Pérdidas con Financiamiento.

Se obtuvo como resultado que la posada proyectada en este estudio tendrá durante todos los años de actividad económica, un aumento significativo en sus ingresos, superando los egresos y obteniendo una utilidad líquida, luego del pago de impuestos que permiten apreciar su rentabilidad.

Para el primer año se refleja una utilidad líquida baja en relación con los años siguientes; Esta consideración obedece a que en los meses en que no hay producción debido a que se estará realizando la refacción, construcción y dotación no se percibirán ingresos por los servicios prestados.

Como ya se ha planteado, los servicios de hospedaje, restaurante, información turística, visitas guiadas y servicios complementarios ofrecidos, atenderán un mercado con alta potencialidad de éxito, que refleja los siguientes resultados.

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	1.598.160.000	1.598.160.000	1.757.976.000	1.917.792.000	2.077.608.000
Ventas	1.598.160.000	1.598.160.000	1.757.976.000	1.917.792.000	2.077.608.000
Egresos	888.506.309	888.506.309	1.169.404.862	1.179.183.989	1.186.434.946
Costo primo	293.090.613	293.090.613	309.007.674	324.924.736	340.841.797
Gastos de fabricación	391.286.096	391.286.096	391.286.096	391.286.096	391.286.096
Gastos de administración	204.129.600	204.129.600	213.718.560	223.307.520	232.896.480
Gastos financieros	0	0	255.392.532	239.665.637	221.410.573
Utilidad neta	709.653.691	709.653.691	588.571.138	738.608.011	891.173.054
Impuesto sobre la renta	224.482.255	224.482.255	183.314.186	234.326.724	286.198.838
Utilidad líquida con financiamiento	485.171.436	485.171.436	405.256.951	504.281.287	604.974.215

3.4.4. Flujo de Caja con Financiamiento.

Luego del análisis pertinente se obtuvo como resultado que esta posada tendrá durante todos los años de actividad, un efectivo flujo de caja que le garantiza mantener saldo acumulados favorables en los diferentes períodos, es importante destacar que el flujo de caja calculado con la ampliación de la posada arroja valores superiores a los estimados sin la ampliación, el cual es de Bs.1.358MM

de saldo acumulado al año, en contraste con Bs.630 MM, del flujo tan solo con 16 habitaciones. Debido a que el flujo de caja es superior de igual forma lo es el VAN de Bs.404MM, en comparación al VAN de Bs.276MM, por lo que se concluye que se debe realizar la inversión.

Flujo de Caja con Financiamiento. (En miles de Bs.)

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversiones	3.180.000	0	0	0	0	800.000
Inversión fija	2.780.000	0	0	0	0	800.000
Capital de trabajo	400.000	0	0	0	0	0
Otros egresos	0	639.506	863.988	1.242.718	1.227.056	1.303.575
Materia prima	0	159.170	159.170	175.087	191.004	206.921
Mano de obra	0	194.760	194.760	194.760	194.760	194.760
Otros costos de fabricación	0	119.966	119.966	119.966	119.966	119.966
Otros costos de admón. y ventas	0	149.628	149.628	157.618	165.609	173.600
Otros impuestos	0	15.981	15.981	17.579	19.177	20.776
Gastos financieros	0	0	0	353.224	353.224	353.224
Impuesto sobre la renta	0	0	224.482	224.482	183.314	234.326
Total egresos	3.180.000	639.506	863.988	1.242.718	1.227.056	2.103.575
Ingresos	3.180.000	1.598.160	1.598.160	1.757.976	1.917.792	2.077.608
Ingresos	0	1.598.160	1.598.160	1.757.976	1.917.792	2.077.608
Aporte propio	1.783.000	0	0	0	0	0
Crédito	1.387.000	0	0	0	0	0
Saldo con financiamiento	400.000	958.653	734.171	515.257	690.735	-25.967
Saldo acumulado con financiamiento	400.000	1.358.653	2.092.825	2.608.082	3.298.817	3.272.850

FLUJO DE CAJA INICIAL CON FINANCIAMIENTO SIN AMPLIACIÓN DE LA POSADA (Miles de Bs.)

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversiones	1.352.000	0	0	0	0	400.000
Inversión fija	1.152.000	0	0	0	0	400.000
Capital de trabajo	200.000	0	0	0	0	0
Otros egresos	0	368.757	459.643	655.477	647.486	685.860
Materia prima	0	79.585	79.585	87.544	95.502	103.461
Mano de obra	0	70.621	70.621	70.621	70.621	70.621

Otros costos de fabricación	0	100.886	100.886	100.886	100.886	100.886
Otros costos de admón.. y ventas	0	109.674	109.674	113.669	117.665	121.660
Gastos financieros	0	0	0	183.080	183.080	183.080
Impuesto sobre la renta	0	0	90.886	90.886	70.142	95.763
Total egresos	1.352.000	368.757	459.643	655.476	647.486	1.085.860
Ingresos	1.352.000	799.080	799.080	878.988	958.896	1.038.804
Ingresos	799.080	799.080	878.988	958.896	1.038.804	799.080
Aporte propio	600.000	0	0	0	0	0
Crédito	752.000	0	0	0	0	0
Saldo con financiamiento	200.000	430.323	339.43	223.511	311.410	-47.056
Saldo acumulado con financiamiento	200.000	630.323	969.761	1.193.271	1.504.681	1.457.624

3.4.5. Ingresos Totales Anuales.

Se estiman ingresos anuales por la venta de los servicios ofrecidos, que garantizan el pago de compromisos del préstamo, gastos operacionales y la obtención de un margen de utilidad.

En todos los años del proyecto los ingresos son crecientes, lo que da un comportamiento positivo en la gestión de la posada.

INGRESOS TOTALES ANUALES (En Miles De Bs.)

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Alojamiento Familiar	203.760	203.760	224.136	244.512	264.888
Alojamiento Matrimonial	393.120	393.120	432.432	471.744	511.056
Alojamiento Dobles	131.040	131.040	144.144	157.248	170.352
Restaurant Desayunos	115.200	115.200	126.720	138.240	149.760
Restaurant Almuerzos	345.600	345.600	380.160	414.720	449.280
City Tour Interno	86.400	86.400	95.040	103.680	112.320
City Tour Ciudad Bolívar	57.600	57.600	63.360	69.120	74.880
City Tour Guri	57.600	57.600	63.360	69.120	74.880
City Tour El Callao	80.640	80.640	88.704	96.768	104.832

Eventos	120.000	120.000	132.000	144.000	156.000
Alquileres	7.200	7.200	7.920	8.640	9.360
Total ventas	1.598.160	1.598.160	1.757.976	1.917.792	2.077.608

3.4.6. Capacidad de Pago, (en Miles de Bs.)

Se aprecia de acuerdo a la disponibilidad de ingresos. la capacidad de la Empresa para asumir los compromisos del crédito y obtener buen margen de utilidad de acuerdo a la siguiente tabla.

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Fuentes	1.847.160	1.847.160	2.006.976	2.166.792	1.526.608
Ingresos - Reinversión	1.598.160	1.598.160	1.757.976	1.917.792	1.277.608
Depreciación amortización	249.000	249.000	249.000	249.000	249.000
Usos	1.112.988	1.112.988	1.097.326	1.173.845	1.251.223
Costo total de producción	888.506	888.506	914.012	939.518	965.024
Impuesto sobre la renta	224.482	224.482	183.314	234.326	286.198
Disponible para amortización	734.171	734.171	909.649	992.946	275.384
Amortización del crédito	0	0	353.224	353.224	353.224
Disponible	734.171	734.171	556.425	639.722	-77.839

3.4.7. Índices de Evaluación del Proyecto.

Cualquier pauta de inversión que resulte influida por los gustos del directivo, los métodos contables elegidos por la empresa, es muy probable que conduzca a las peores decisiones de realizar o no la inversión, para el caso que se estudia se utilizaron criterios conservadores, castigando el proyecto en cuanto a la utilización de la capacidad instalada, que para los diez años de evaluación del mismo la capacidad utilizada no supera el 75% iniciando actividades con una estimación de 50 % de la misma y aplicando una tasa de descuento del 20%, la cual es tiene una tendencia relativamente alta tomando en cuenta las opciones

de inversión que ofrece el mercado financiero y aun de esta forma arroja indicadores financieros, favorables para tomar la decisión de llevar a cabo el proyecto tanto para BANFOANDES, como para los inversionistas privados. Los cuales se exponen a continuación.

3.4.7.1. Tasa Interna de Retorno.

El proyecto presenta una tasa interna de retorno según se indica a continuación:

Proyecto sin Financiamiento	28%
Proyecto con Financiamiento	22,87%
Inversionista	41%

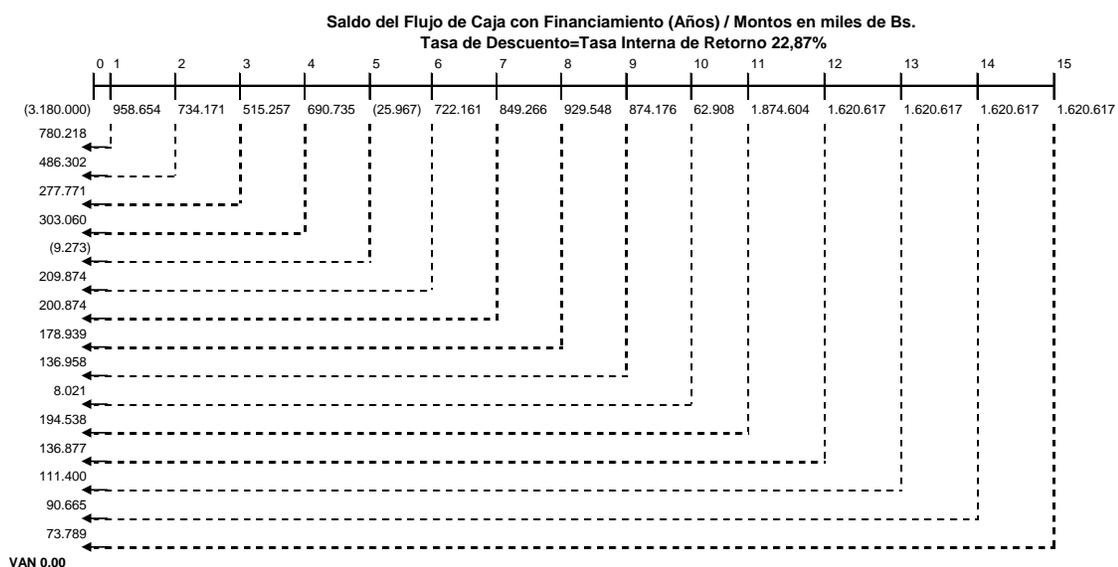
Brealy en el año 1998, definió la tasa interna de rentabilidad se define como el tipo de descuento que hace el VAN=0, ahora el criterio de la tasa interna de rentabilidad es aceptar un proyecto de inversión si el coste de oportunidad del capital es menor que la tasa de rentabilidad (p. 36), Ross (2000) agrega "...ese número no depende de la tasa de interés que prevalezca en el mercado de capitales, razón por la cual recibe el nombre de tasa interna de retorno; el número es interno o intrínseco al proyecto y solo depende de los flujos de efectivo del proyecto" (p. 166).

La Tasa Interna de Retorno (TIR) se estima a través de la actualización de los fondos generados por el proyecto con los aportes de capital realizados por la empresa. Representa la tasa que iguala el valor presente de los flujos de caja de cada año del proyecto a la inversión inicial haciendo que el Valor Actual Neto sea cero, por lo tanto el valor obtenido debe ser comparado con la tasa de

descuento utilizada, que es del 20%. Como podemos observar en el cuadro siguiente, la TIR del proyecto con financiamiento se ubica en 2,87%, por encima de la tasa de descuento; por lo cual se puede concluir que la inversión prevista en el presente proyecto es atractiva para el inversionista.

Debe observarse que para el inversionista la tasa de 22,87%, favorece la inversión a realizar. Es necesario agregar, que ésta tasa corresponde a los precios que se cotizan actualmente, sin embargo, si se consideran los precios en un lapso de dos años, fecha cuando se pone en marcha el presente proyecto, este indicador mejoraría considerablemente.

Se muestra un breve exposición del cálculo, del TIR, demostrando que la tasa de 22,87%, es la que hace que el VAN sea cero.



3.4.7.2. Valor Actual Neto.

El proyecto presenta un valor presente neto. Según se indica a continuación:

Proyecto sin Financiamiento	Bs. 1.193.417.801,42
Proyecto con Financiamiento	Bs. 404.304.305,49
Inversionista	Bs.1.801.304.305,49

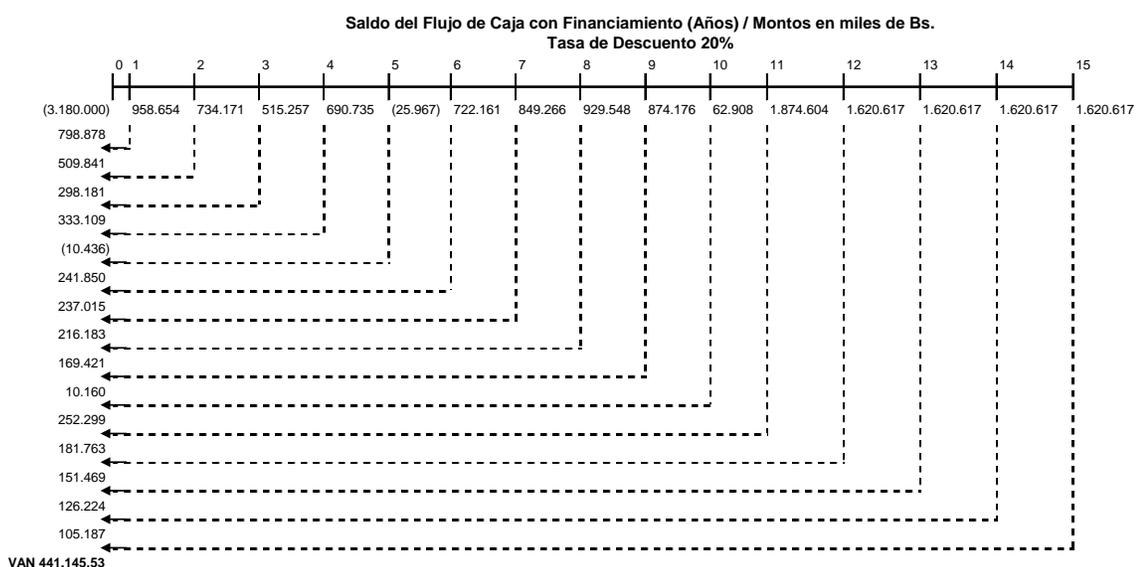
Tal como lo indica Brealy, (1998), para calcular el valor actual, descontamos los cobros futuros esperados a la tasa de rentabilidad ofrecida por alternativas de inversión comparables. Esta tasa de rentabilidad suele ser conocida como la tasa de descuento, tasa mínima o coste de oportunidad del capital. Se le llama coste de oportunidad porque es la rentabilidad a la que se renuncia al invertir en el proyecto en lugar de invertir en títulos (p. 10).

Cuando el Valor Actual Neto de los flujos que genera el proyecto, es mayor que cero, señala que la inversión estudiada se recomienda realizarla, en este caso el VAN del proyecto con financiamiento es de Bs.404.304.305,19, lo cual indica la rentabilidad del proyecto.

Ross (2000) destaca las bondades del Valor Actual Neto que a continuación se detallan:

- 1) Usa los flujos de efectivo provenientes de un proyecto pueden aplicarse a diversos propósitos corporativos, en discrepancia con las utilidades que son una construcción artificial: aunque son útiles para los contadores, no deberían usarse en los presupuestos de capital porque no representan efectivo.
- 2) Utiliza usa todos los flujos de efectivo del proyecto; otros enfoques ignoran los flujos de efectivo más allá de una fecha en particular.
- 3) Descuenta los flujos de efectivo de una manera adecuada; algunos pueden ignorar el valor del dinero a través del tiempo cuando se manejan flujos de efectivo. (p. 159)

A continuación se presenta una breve demostración del cálculo del VAN, con una tasa de descuento de 20%, en un período de 15 años, descontado el saldo del Flujo de Caja Anual profundizando se toma el concepto de Brealy, (1998) se puede decir que el coste de oportunidad del capital de un proyecto de inversión es la tasa esperada de rentabilidad demandada por los inversores en acciones ordinarias u otros títulos sujetos a los mismos riesgos que el proyecto. (p. 13).



3.4.7.3. Período de Recuperación del Capital.

Haciendo referencia al concepto de Bradley (1998, p.63) “ el plazo o periodo de recuperación de un proyecto se determina contando el número de años que han de transcurrir para que la acumulación de los flujos de tesorería previstos iguales a la inversión inicial”.

Sin embargo el criterio del período de recuperación ofrece la misma ponderación a los flujos de tesorería generados antes de la fecha correspondiente al periodo

de recuperación y ninguna a todos los flujos ulteriores, a lo que Ross (2000) agrega “ ...el periodo de recuperación bien puede conducir a algunas decisiones notoriamente incorrectas cuando es usado en forma rígida, sin embargo, dada gran sencillez, las empresas lo usan continuamente al tener que tomar en forma continua gran cantidad de decisiones menores de inversión” (p. 162)

Ross (2000), realiza algunas objeciones al criterio del periodo de recuperación de capital, entre los cuales resaltan:

- 1) No considera la periodicidad de los flujos de efectivo dentro de dicho periodo, lo que demuestra su calidad inferior frente al método del VAN. (p 160)
- 2) Ignora todos los flujos de efectivo que ocurren después del período de recuperación de la inversión. El método obliga a los administradores a adoptar una orientación artificial a corto plazo, lo cual puede conducir a decisiones que no aporten los mejores resultados para los accionistas. (p 160)
- 3) Estándar arbitrario para el periodo de recuperación. Si una empresa usa el método VAN, puede acudir a los mercados de capital para obtener la tasa de descuento, no existe una guía comparable para elegir el período de recuperación, por lo cual, hasta cierto punto la elección es arbitraria. (p. 161)

Tomando en cuenta esta objeción se crea el criterio de recuperación descontado, según Bradley (1998) supera la objeción de dar la misma ponderación a todos los flujos de tesorería antes de la fecha correspondiente sea la misma, sin embargo, este tampoco considera ninguno de los flujos de tesorería generados después de esa fecha.

El proyecto presenta una recuperación del capital. Según se indica a continuación:

Proyecto sin Financiamiento	4 años
Proyecto con Financiamiento	6 años
Inversionista	3 años

3.4.7.4. Relación Beneficio-Costo.

El proyecto presenta una relación beneficio costo según se indica a continuación:

RELACIÓN BENEFICIO COSTO
1,08

3.4.7.5. Inversión por Empleo.

El proyecto presenta una inversión por empleo según se indica a continuación:

INVERSIÓN POR EMPLEO
Bs.151.428.571,42

3.4.7.6. Punto de Equilibrio.

El proyecto como punto de equilibrio obtuvo los siguientes resultados:

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Miles Bs. EN VENTA.	485.706	485.706	861.208	818.124	775.950
% EN VENTA	30,39%	30,39%	48,99%	42,66%	37,35%
% DE LA CAPACIDAD INSTALADA	15,20%	15,20%	26,94%	25,60%	24,28%

3.4.8. Análisis de Sensibilidad.

Se aprecia que el proyecto es sensible a variaciones en los ingresos, ya que ante una disminución del 10% de los ingresos el VAN con financiamiento, registra valores negativos.

VARIACIÓN	-15%	-10%	-5%	0%	5%	10%	15%
VAN CF	-555	-235	85	404	724	1044	1363
TIR CF	16	18%	21	23	25	27	29
PRC CF	8	7	6	6	5	4	4

Se puede decir que el proyecto no presenta alta sensibilidad ante variaciones en los precios de la materia prima, ya que ante disminuciones del 15% del precio de la materia prima el VAN con financiamiento, registra Bs.221MM, la TIR con financiamiento, apenas disminuye un punto para ubicarse en 21%, y el PRC con financiamiento se mantiene en seis (6) años.

VARIACIÓN	-15%	-10%	-5%	0%	5%	10%	15%
VAN CF	506	461	438	404	370	348	303
TIR CF	23	23	23	23	22	22	22
PRC CF	6	6	6	6	6	6	6

Ahora bien el VAN con financiamiento no es sensible a variaciones en el costo de la mano de obra ya que el mismo disminuye en aproximadamente Bs.80MM, ante un aumento de 15% en los sueldos y salarios, ubicándose en Bs.309MM, el cuadro general se muestra a continuación:

VARIACIÓN	0%	5%	10%	15%
VAN CF	404	372	339	306
TIR CF	23	22	22	22
PRC CF	6	6	6	6

De igual forma el VAN con financiamiento, se muestra medianamente sensible ante incrementos en la tasa de interés, este disminuye en Bs.172MM, para ubicarse en Bs.150MM, con un aumento de 15%.

3.5. CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN

Se ha estimado dentro del cronograma de inversión un conjunto de etapas que deben cumplirse.

Dentro de estas etapas esta previsto la construcción y dotación de la posada a partir de la obtención del financiamiento correspondiente.

Se ha considerado para el pago de la construcción el siguiente cronograma según la contratación de servicios que se lleve a cabo.

Cronograma de Pago

Contratación e inicio de la obra	Previa valuación	Previa valuación	Culminación de la Obra
30 %	20 %	30 %	20 %

Dentro de la etapa que dure la construcción se deben llevar a cabo las siguientes actividades.

- 1- Obras preliminares.
- 2- Excavaciones y rellenos.
- 3- Obras de concreto.
- 4- Acero de refuerzo.
- 5- Estructura metálica.
- 6- Obras de mampostería.
- 7- Frisos.
- 8- Techos.
- 9- Revestimiento y cerámica.
- 10- Impermeabilización.
- 11- Instalaciones sanitarias.
- 12- Equipos sistema hidroneumático.
- 13- Instalaciones eléctricas y tableros. caja de paso.
- 14- Sistema contra incendio.
- 15- Herrería.

16-Carpintería.

Finalizada la etapa anterior se debe dar inicio a las siguientes etapas:

- 1- Equipamiento y prueba de equipos.
- 2- Equipamiento de mobiliario, decoración y lencería.
- 3- Contratación de personal.
- 4- Publicidad de apertura.
- 5- Puesta en marcha de las operaciones.

Para la elaboración del cronograma definitivo de ejecución del proyecto se deben cumplir además de las etapas señaladas, la correspondiente contratación y asesoría de las Empresas responsables de llevar a cabo dichas actividades.

CONCEPTOS	MESES												13
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Adquisición de Terreno													
Financiamiento													
Infraestructura													
Maq.-Equip.- Herramientas													
Instalación y montaje													
Capital de trabajo													
Puesta en marcha													

3.6. ASPECTOS LEGALES.

El ordenamiento jurídico que soporta la actividad de la posada planteada está referido a las disposiciones legales que regulan su funcionamiento. Específicamente lo establecido en la Ley de Turismo y su Reglamento, la Ley de Turismo del Estado Bolívar y las Ordenanzas municipales.

Se consultó sobre los requisitos técnicos y legales así como la viabilidad del proyecto a las instituciones competentes (Direcciones de turismo de la alcaldía y gobernación. Dirección de Regulación Urbana de la Alcaldía de Caroní y Cuerpo de Bomberos). Dichos requisitos han sido incorporados en el diseño arquitectónico y contenido de este proyecto, que garantizará la autorización y certificación preliminar y posterior del proyecto y operación de la Empresa.

También existen disposiciones establecidas por los organismos que autorizan y controlan la actividad de posadas. Campamentos y hoteles (Ministerio de Industria y Comercio – Corporación de Turismo), que deben ser cumplidas, a fin de operar bajo la normativa legal y técnica correspondiente.

3.7. ASPECTOS AMBIENTALES.

De acuerdo a las características y naturaleza del proyecto, no se han elaborado estudios ambientales, ya que no producen impactos negativos considerables sobre el ambiente. Sin embargo, en los servicios que se ofrecen, se garantiza el cuidado y conservación del medio ambiente en la selección de materiales e insumos que no generen ningún impacto para las personas y su entorno.

3.8. ASPECTOS DE HIGIENE Y SEGURIDAD INDUSTRIAL.

Este proyecto ha sido definido como medidas de higiene y seguridad, las que tienen que ver con la pulcritud y calidad de los servicios ofrecidos y las que garantizan la prevención de accidentes. En este sentido se instalarán sistemas de seguridad y contra incendios que prevengan siniestros que afecten a las personas e instalaciones.

Se ubicarán en las áreas requeridas los equipos contra incendios, alarmas. Así como los de primeros auxilios, que garantiza abordar las contingencias que puedan presentarse.

El personal seleccionado para laborar en la posada, será entrenado en aspectos relacionados a los servicios de habitaciones, manipulación de bebidas y comidas y primeros auxilios previa solicitud a los bomberos.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Los proyectos de inversión dirigidos a crear empleo, desarrollar infraestructura de servicios, elevar el nivel social y económico de la población y generar un margen de rentabilidad acorde con la potencialidad de la actividad económica ejercida, constituyen una alternativa clara del éxito empresarial.

En todo el país se percibe un movimiento de construcción y adecuación de viviendas para iniciar o consolidar posadas, el cual constituye una modalidad de amplia aceptación por parte de los turistas, motivado fundamentalmente a la atención personalizada, ambiente acogedor y familiar y precios solidarios.

Adicionalmente se registra un crecimiento del turismo interno del país y un especial interés por el turismo de aventura, con esparcimiento en paisajes naturales y aumento del interés por disfrutar el turismo ecológico, por conocer y respetar los ambientes naturales, asimismo existe una gran cantidad de ejecutivos que requieren hospedaje y alimentación que viajar para realizar asesorías, trabajos especiales, ventas, siendo este el mercado meta de la posada planteada a establecer.

Entre las variables consideradas para los cálculos se utilizó una Tasa de Descuento de 20%, y la ampliación de la posada esta plenamente justificada, en virtud de que el Flujo de Caja acumulado de la posada sin considerar la ampliación de la posada es de Bs.276MM, del flujo con 16 habitaciones, ahora

bien realizando el cálculo tomando en cuenta 32 habitaciones, el saldo acumulado del Flujo de Caja acumulado es de Bs.404MM, de igual forma el resto de los indicadores financieros arrojan valores, que llevan a la conclusión de que es procedente realizar la inversión para realizar la ampliación de la posada, entre los indicadores financieros se pueden destacar:

- Una Tasa Interna de Retorno con financiamiento del 23 %.
- Valor Actual Neto con financiamiento de 404.304.305,49 Bolívares.
- Período de recuperación del capital con financiamiento de 6 años.

Incluyendo la inversión inicial, considerando la ampliación de la posada el monto total de la Inversión es de Bs.3.180MM, con un crédito por Bs.1.747MM que representa el 56%, y un monto de Bs.1.397MM como aporte propio que representa el 44% de la inversión.

Adicionalmente en materia hotelera, el Municipio Caroní, registra una capacidad instalada de aproximadamente 2.300 habitaciones y 3.200 plazas / camas en alrededor de 58 establecimientos de alojamiento, la cual se considera insuficiente para el incremento constante de turistas, empresarios, ejecutivos, adicionalmente que Ciudad Guayana con la construcción del II Puente sobre río Orinoco, se constituye en una zona estratégica, para la manufactura, distribución y comercialización hacia toda la zona oriente del país y el sur de Brasil.

Adicionalmente, entre las razones que invitan a realizar la inversión en esta zona, destaca:

- Alto potencial turístico, vinculado al turismo industrial, agrícola, deportivo y ecológico.
- Gran polo de atracción comercial e industrial y centro de desarrollo económico, donde se procesan y exportan minerales (hierro y aluminio).
- Posee excelente red vial.
- Es el centro de la industria pesada en Venezuela, núcleo comercial y prestador de servicio regional.
- Ubicación geográfica estratégica, adecuada en infraestructura educativa y posee la mayoría de las entidades financieras existentes en el país.
- Es un lugar obligado de encuentro para negocios.
- Gran capacidad de producción instalada.

Este proyecto se ha diseñado para contribuir de manera decidida y exitosa con el desarrollo productivo y eficiente que exige nuestra región y el País.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Blanco, A. (2003) **Formulación y evaluación de proyectos**, (3ra ed.)
Venezuela: Fondo editorial tropykos.

FONCREI. (2000) **Manual para formulación y evaluación de proyectos**,
Venezuela: Fondo de crédito industrial.

Brealy, R. y Myers, S. (1998) **Principios de Finanzas Corporativas**, (5 ta ed.)
España: Mc Graw Hill.

Ross, S.; Westerfield, R. y Jaffe, J. (2000) **Finanzas Corporativas**, (5 ta. ed.)
México: Irwin McGraw-Hill.

Kotler, P; (2001) **Dirección de Marketing**, (Edición Milenio) México: Prentice
Hall.

Grupo Editorial Norma; (1998) **Curso Básico de Administración, Mercadeo
Tomo V**, (1 era. ed.) Colombia

Corporación de Turismo del Estado Bolívar; **Dossier para el Inversionista
Turístico del Estado Bolívar**, (1 era. ed.) Venezuela

www.ine.gov.ve: **Instituto nacional de estadística**