



Universidad Católica Andrés Bello

Dirección General de Postgrado

Especialización en Administración de Empresas

Mención: Mercadotecnia

Presentación del Trabajo Especial de Grado

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CONSTRUCCION Y
FUNCIONAMIENTO
DE UNA POSADA EN TUCACAS**

Presentado por:

Lic. Marisela Mendes

Para optar al título:

Especialista en Administración de Empresas

Mención: Mercadotecnia

Asesor:

Prof. Guillermo Muñoz

Caracas, Octubre 2009

Índice General

Agradecimientos.....	i
Índice General.	01
Índice de Cuadros.	05
Índice de Gráficos.	09
Introducción.	10
Resumen.	11
Capítulo I. El Problema.	17
I.1 Planteamiento del Problema.	17
I.2 Justificación del Estudio.	18
I.3 Objetivos de la Investigación.	18
I.3.1 Objetivo General.	19
I.3.2 Objetivos Específicos.	19
I.4 Alcance del Estudio.	19
I.5 Limitaciones del Estudio.	20
Capítulo II. Antecedentes de Investigación.	21
Capítulo III. Marco Teórico.	23
III.1 Bases Teóricas.	23
III.1.1 El Turismo.	23
III.1.2 El Turismo en el Mundo.	34
III.1.3 El Turismo en Venezuela.	43
III.1.4 Los Establecimientos de Alojamiento.	48

III.1.5 Las Posadas.	56
III.1.6 Estudio de Factibilidad.	58
III.2 Marco Legal.	73
Capítulo IV. Marco Metodológico.	84
IV.1 Tipo de Investigación.	85
IV.2 Diseño de la Investigación.	86
IV.3 Unidad de Análisis.	86
IV.4 Etapas de la Investigación.	86
IV.5 Operacionalización de los Objetivos.	87
Capítulo V. Resultados.	88
V. 1 Estudio de Mercado.	88
V.1.1 El Turismo en Falcón.	88
V.1.2 Descripción del Servicio.	92
V.1.3 Demanda del Servicio.	93
V.1.3.1 Perfil del Turista.	95
V.1.3.2 Cuantificación de la Demanda.	105
V.1.3.3 Estacionalidad.	106
V.1.3.5 Análisis de la Variables Macroeconómicas.	106
V.1.4 Oferta del Servicio.	113
V.1.4.1 Cuantificación de la Oferta.	119
V.1.5 Mercado Potencial.	120
V.1.5.1 Cuantificación del Mercado Potencial.	121

V.1.6 Formación del Precio.	121
V.1.7 Canales de Comercialización.	123
V.1.8 Expectativas en el Mercado Nacional.	125
V.2 Estudio Técnico.	125
V.2.1 Nivel de Ocupación Instalado y Utilizado.	126
V.2.2 Localización del Proyecto.	128
V.2.3 Infraestructura del Servicio.	129
V.2.4 Tecnología Utilizada.	131
V.2.5 Proceso de Operación.	132
V.2.6 Cronograma de Inversión.	133
V.2.7 Estructura Organizativa.	134
V.3 Estudio Económico Financiero.	138
V.3.1 Evaluación Económica Financiera.	139
V.3.1.1 Componente de la Inversión.	139
V.3.1.2 Inversión Total.	145
V.3.1.3 Depreciación y Amortización.	146
V.3.1.4 Financiamiento de Terceros.	147
V.3.1.5 Nómina.	150
V.3.1.6 Suministros.	159
V.3.1.7 Gastos de Operación.	162
V.3.1.8 Ingresos por Ventas.	164
V.3.1.9 Estado de Resultados Proyectado.	166

V.3.2 Evaluación de Resultados.	168
V.3.2.1 Cálculo de Capital de Trabajo.	168
V.3.2.2 Flujo de Fondos.	170
V.3.2.3 Punto de Equilibrio.	172
V.3.2.4 Rentabilidad: Valor Presente Neto y Tasa Interna de Retorno	174
V.3.2.5 Período de Recuperación de la Inversión.	177
V.3.2.6 Análisis de Sensibilidad.	179
Capítulo VI. Conclusiones y Recomendaciones.	183
Bibliografía.	185
Glosario.	193
Anexos.	202

Índice de Cuadros

Cuadro N° 1. Países más Visitados en el Mundo.	36
Cuadro N° 2. Países que Recibieron Mayores Ingresos.	38
Cuadro N° 3. Países que Realizaron los Mayores Gastos.	39
Cuadro N° 4. Indicadores del Turismo en América Latina.	40
Cuadro N° 5. Tabulador.	79
Cuadro N° 6. Sistema de Variables.	87
Cuadro N° 7. Población y Atractivos: Zona Costa Oriental del Estado Falcón. . .	90
Cuadro N° 8. Perfil del Turista.	94
Cuadro N° 9. Encuesta en Núcleos de Desarrollo Endógeno Turístico y/o Sitios de Interés Turístico, Temporada Carnaval 2008, Estado Falcón.	95
Cuadro N° 10. Encuesta en Núcleos de Desarrollo Endógeno Turístico y/o Sitios de Interés Turístico, Temporada Semana Santa 2008, Estado Falcón. . . .	99
Cuadro N° 11. Proyección Afluencia por Temporadas.	104
Cuadro N° 12. Afluencia Estimada de Turistas por Semana.	104
Cuadro N° 13. PIB: Por Clase de Actividad Económica.	109
Cuadro N° 14. Índice Nacional de Precios al Consumidor Clasificado por Agrupaciones.	110
Cuadro N° 15. Balanzas de Pagos: Inversión Directa.	112
Cuadro N° 16. Balanzas de Pagos Turística.	113
Cuadro N° 17. Establecimientos de Alojamiento en Tucacas.	114

Cuadro N° 18. Relación de Habitaciones – Plazas/Camas de la Urbanización Granjas El Tuque.	116
Cuadro N° 19. Comparación de los Servicios Ofrecidos por los Competidores Cercanos y la Posada Azulada, C.A.	116
Cuadro N° 20. Nivel de Ocupación Instalado y Utilizado.	127
Cuadro N° 21. Pasos a Seguir Durante el Primer Año de Construcción del Proyecto.....	134
Cuadro N° 22. Personal Requerido.	135
Cuadro N° 23. Activo Fijo: Infraestructura.	139
Cuadro N° 24. Activo Fijo: Aire Acondicionado y Calentadores.	140
Cuadro N° 25. Activo Fijo: Mobiliario de Habitación.	140
Cuadro N° 26. Activo Fijo: Equipos de Recepción.	141
Cuadro N° 27. Activo Fijo: Equipos de Oficina.	141
Cuadro N° 28. Activo Fijo: Equipos de Limpieza y Mantenimiento.	142
Cuadro N° 29. Activo Fijo: Equipos de Cocina.	143
Cuadro N° 30. Activo Fijo: Tangible.	144
Cuadro N° 31. Activo Fijo: Intangible.	144
Cuadro N° 32. Inversión Total.	145
Cuadro N° 33. Depreciación del Activo Fijo Tangible.	146
Cuadro N° 34. Amortización del Activo Fijo Intangible.	146
Cuadro N° 35. Depreciación y Amortización del Activo Fijo Anual.	147
Cuadro N° 36. Estructura de la Inversión Total.	148
Cuadro N° 37. Financiamiento Bancario.	149

Cuadro N° 38. Gastos de Nómina (Personal 50%).	150
Cuadro N° 39. Gastos de Nómina (Personal 100%).	150
Cuadro N° 40. Gastos de Nómina Fijos Mensuales (Personal al 50%).	151
Cuadro N° 41. Gastos de Nómina Fijos Mensuales (Personal al 100%).	151
Cuadro N° 42. Pasivos Laborales Fijos Mensuales (Personal al 50%).	153
Cuadro N° 43. Pasivos Laborales Fijos Mensuales (Personal al 100%).	154
Cuadro N° 44. Aportes Patronales Fijos Mensuales (Personal al 50%).	156
Cuadro N° 45. Aportes Patronales Fijos Mensuales (Personal al 100%).	156
Cuadro N° 46. Gastos de Nómina del Proyecto.	158
Cuadro N° 47. Lista de Suministros.	159
Cuadro N° 48. Gastos de Suministros por Año.	161
Cuadro N° 49. Gastos de Operación y de Administración por Año.	163
Cuadro N° 50. Gastos de Operación Variables.	163
Cuadro N° 51. Gastos Generales y de Administración.	164
Cuadro N° 52. Ingresos por Servicios Mensuales.	164
Cuadro N° 53. Ingresos por Servicios Anuales.	165
Cuadro N° 54. Estado de Resultados Proyectado.	167
Cuadro N° 55. Cálculo del Capital de Trabajo.	169
Cuadro N° 56. Flujo de Fondos.	171
Cuadro N° 57. Costos Totales.	173
Cuadro N° 58. Punto de Equilibrio.	173
Cuadro N° 59. Cálculo de la Tasa de Descuento	175

Cuadro N° 60. Valor Presente Neto del Proyecto.	176
Cuadro N° 61. Tasa Interna de Retorno del Proyecto.	176
Cuadro N° 62. Tasa Interna de Retorno del Inversionista.	177
Cuadro N° 63. Periodo de Recuperación de la Inversión.	178
Cuadro N° 64. Análisis de Sensibilidad de la Variable Precio del Servicio. ...	179
Cuadro N° 65. Análisis de Sensibilidad de la Variable Suministros.	180
Cuadro N° 66. Análisis de Sensibilidad de la Variable Nómina.	180
Cuadro N° 67. Resultados del Escenario Pesimista.	181
Cuadro N° 68. Resultados del Escenario Optimista.	182

Índice de Gráficos

Gráfico N° 1. El Diamante de Porter: Determinantes de la Ventaja Competitiva.	31
Gráfico N° 2. Ciclo del Proceso Operativo.	133
Gráfico N° 3. Descripción de las Etapas del Proyecto.	134
Gráfico N° 4. Organigrama.	137

Introducción

Dentro del área de la toma de decisiones en la administración, uno de los desafíos profesionales más difíciles es aquel que se relaciona con la medición de la rentabilidad de un proyecto. Básicamente, porque se exige al evaluador, con anticipación, que determine la conveniencia de implementar una cierta iniciativa de inversión, mediante la estimación de los costos y beneficios que se asocian a la puesta en marcha y futura operación de un proyecto, incluso sin que de él dependa ni siquiera la fecha en que se iniciará su construcción o puesta en marcha.

La situación económica del país requiere que las organizaciones mejoren su productividad, a fin de estar preparadas en una economía muy competitiva, tanto en el mercado interno como externo. Para ello, es necesario que el sector empresarial mejore su eficiencia, implantando una administración efectiva tanto de sus recursos como de sus operaciones. Toda nueva iniciativa de negocio debe, en este sentido, establecer objetivos reales y claramente definidos que le permitan al empresario conocer el comportamiento de su unidad de producción dentro del sector económico. De esta manera, es relevante orientar a los emprendedores de nuevas inversiones sobre el aporte que de una u otra forma influye sobre la economía del país.

Es por ello que se presenta un estudio factible para la instalación de un nuevo servicio de posada en Tucacas, Estado Falcón, con el propósito de realizar un aporte significativo a la comunidad y a la economía local.

El objetivo del presente estudio es determinar la factibilidad de mercado, técnico y económico-financiera una para la instalación de una posada en Tucacas. **Posada Azulada, C.A.** es una empresa dirigida a la prestación del servicio de alojamiento bajo la modalidad de posada y otros servicios complementarios.

El monto de la inversión total es de Bs. F. 1.593.708,42. De este total, el aporte de los promotores será de Bs. F. 1.084.973,62 equivalente al 68,08% del monto de la

inversión total. El aporte solicitado ante la banca privada sería de Bs.F. 508.734,80, equivalente al 31,92% de la inversión total.

Para los cálculos de financiamiento se tomó como referencia al ente financiero Inverunión Banco Comercial, C.A., el cual ofrece préstamos para este tipo de proyecto, con tasas de interés nominal anual del 17% (a fecha del estudio).

Este estudio permitió determinar los elementos técnicos y las normativas legales que rigen la construcción y funcionamiento de una posada en Tucacas, y se analizaron los elementos requeridos para elaborar el estudio de factibilidad del proyecto; que servirá como herramienta principal para avalar el mismo.

La estructura se presenta de la siguiente manera:

El Capítulo I, denominado El Problema que contiene el planteamiento del mismo, los objetivos del estudio y la justificación e importancia de la investigación.

El Capítulo II, lo constituyen los Antecedentes de Investigación que permiten hacer comparaciones en estudios de factibilidad que hayan desarrollado el problema formulado y que se puedan extrapolar las conclusiones a este trabajo.

El Capítulo III, describe el Marco Teórico, y consta de las bases teóricas y legales que sustenten este estudio.

El Capítulo IV, denominado Marco Metodológico exponiendo el tipo y diseño de la Investigación y el sistema de variables.

El Capítulo V, La Propuesta, presenta las cuatro fases del proyecto, tales como el estudio de mercado, el estudio técnico, el estudio económico y la evaluación financiera.

El Capítulo VI, desarrolla las conclusiones y recomendaciones producto del proceso investigativo.

Finalmente, se exponen las referencias bibliográficas, la definición de términos básicos y los anexos que sustentan la investigación.

Resumen

El objetivo del presente trabajo de investigación consiste en determinar la viabilidad económica para la instalación de una posada en Tucacas, Estado Falcón, cuyos objetivos específicos pretenden diagnosticar por medio de un estudio de mercado la necesidad de instalar esta iniciativa empresarial para satisfacer la demanda turística de esta zona. Asimismo, establecer la estructura organizacional y operativa adecuada y evaluar la rentabilidad económica de su instalación.

Esta investigación se encuentra enmarcada dentro de la modalidad de proyecto factible, apoyado en la información y estadísticas secundarias emitidas por las diferentes instituciones que promocionan el turismo en el país y en la región falconiana. Los resultados de los estudios de mercado, técnico, económico y la evaluación financiera, permitieron evidenciar que el proyecto es viable y merece ser puesto en marcha ya que existe una amplia demanda potencial y una excelente oportunidad para incursionar en el mercado.

Además, se constató que las utilidades y los flujos de efectivo son autosuficientes y están en capacidad de cumplir con los compromisos financieros y demás costos que se generen con la operatividad del servicio de la posada. De igual manera, la evaluación económica reveló la rentabilidad del proyecto, razón por la cual se recomendó su instalación y con el paso del tiempo incrementar servicios tales como paseos a la región falconiana en general.

La empresa **Posada Azulada, C.A.** es de carácter privado nacional constituida bajo los lineamientos establecidos en la República Bolivariana de Venezuela. Su sede jurídica se encuentra ubicada en la Urbanización Granjas El Tuque en el Municipio Silva de Tucacas en el Estado Falcón.

Su objeto principal es la prestación de servicios de alojamiento bajo la modalidad de posada y otros servicios complementarios.

La empresa **Posada Azulada, C.A.** es de reciente constitución, ante el Registro Inmobiliario del Segundo Circuito del Municipio Libertador, Distrito Capital, el día 09 de agosto de 2006 bajo el N° 46, Tomo 4, Protocolo 1.

La empresa está constituida por cuatro socios que tendrán las funciones de promoción, venta, administración, así como la responsabilidad gerencial integral de su buena marcha.

Se ha trazado con antelación el rumbo que se pretende seguir, se analizarán los diferentes escenarios tanto de mercado como los aspectos legales, de ambiente y los relacionados con las normativas legales para este tipo de proyecto, no obstante, los cambios de dirección que sean necesarios de implantar para construir o modificar, se asumirán con la responsabilidad que exija el momento; se ha tomado en consideración, la realización de evaluaciones del desenvolvimiento de las operaciones, para ir ajustando dentro de lo posible las actividades que permitan una interacción no solamente interna del equipo, de los socios, sino también una constante retroalimentación de los clientes y proveedores.

- Estudio de Mercado:

Está orientado a determinar y conocer la demanda actual y futura en los servicios de hospedaje, alimentación, información turística y servicios complementarios que son requeridos por habitantes y turistas de Tucacas.

Los servicios ofrecidos están destinados a satisfacer las necesidades propias de los servicios de hospedaje, específicamente los servicios de posada, cuyo uso está dirigido esencialmente a turistas en general, tanto nacional como internacional.

Existen 53 establecimientos de alojamiento en el Estado Falcón, de los cuales sólo 35 pertenecen a la modalidad de posada. La oferta actual es de 831 habitaciones,

equivalentes a 1.726 camas, la empresa en estudios proveerá 20 habitaciones que generarán 40 camas adicionales a las ya establecidas en Falcón.

Los servicios ofrecidos abarcan servicio de alojamiento con habitaciones equipadas con baño, televisión por cable, neveras ejecutivas y aire acondicionado; servicio de restaurant, áreas recreacionales y piscina.

- Estudio Técnico:

El proyecto contempla su construcción empleando un sistema de construcción tradicional de concreto con acabados no lujosos y con calidad de fabricación nacional. El área de construcción es de 1.000 m², la cual fue calculada, al igual que todas las áreas del proyecto, utilizando el programa Autocad@ donde contempla 20 habitaciones con baño integrado, servicio de restaurant, áreas de estacionamiento y áreas recreacionales.

La capacidad instalada de acuerdo al N° de habitaciones y de servicios complementarios por año es de 7.300 y la capacidad instalada de acuerdo al número de servicio de alimentación por año es de 29.200.

- Estudio Económico-Financiero:

El proyecto realizado para la creación y operación de la posada, se encuentra dentro de las líneas estratégicas del Gobierno Nacional, Estatal y Municipal, ya que representa un alto potencial para el desarrollo y productividad alternativa y sustentable.

El monto de la inversión total es de Bs. F. 1.593.708,42 de este total, el aporte de los promotores será de Bs. F. 1.084.973,62, equivalente al 68,08% del monto de la inversión total; el aporte solicitado ante la banca comercial sería de Bs. F. 508.734,80, equivalente al 31,92% de la inversión total.

La evaluación financiera realizada al proyecto para determinar su viabilidad, ha arrojado indicadores que permiten conocer si realmente el proyecto es atractivamente rentable en los términos y condiciones en los cuales se planteó. Los indicadores más utilizados son la TIR y el VPN, en dicho proyecto ambos indicadores cumplen con la condición de factibilidad, razón por la cual si se recomienda realizar la inversión en los términos planteados.

El VPN del proyecto es de Bs. F. 283.677,84.

- VPN Positivo, lo cual indica que los inversionistas recuperan la inversión; y obtienen una ganancia de Bs. F. 283.677,84.
- La TIR de 26,63% al ser mayor que la tasa de descuento seleccionada del 22,88%; en términos reales, demuestra la factibilidad, sin dejar de reconocer que por su cercanía indica un riesgo relativo que puede ser aceptado por los inversionistas.

Capítulo I. El Problema

I.1 Planteamiento del Problema:

Venezuela, es un país con innumerables recursos y bellezas naturales que ofrecen un gran potencial para el desarrollo del turismo local e internacional. De manera especial, el Estado Falcón es uno de los territorios con mayor extensión de áreas naturales, propicio para el disfrute de visitantes durante todas las épocas del año, siendo Tucacas uno de los destinos turísticos preferidos por los temporadistas.

Su recorrido es fascinante y lleno de mucho contacto con la naturaleza, no obstante, llegar al sitio, es largo y agotador; razón por la cual es muy frecuente que los turistas realicen paradas estratégicas en los poblados que a lo largo del trayecto ofrecen los servicios y la seguridad necesarios para surtirse de provisiones y descanso para continuar el viaje a su destino.

En este sentido, las posadas han surgido como una alternativa más tradicional, autóctona y económica, que los servicios hoteleros convencionales.

En Tucacas, específicamente en la Urbanización Granjas El Tuque, Municipio Silva, existe un terreno de propiedad privada de una persona natural, el cual consta de una parcela de 2.000 m² de superficie con potencial para construir una posada con miras a favorecer a los vacacionistas en búsqueda de esparcimiento.

En este sentido, el propietario del inmueble recurre al asesoramiento, a fin de evaluar mediante un estudio de factibilidad, las posibilidades reales para la realización de esta inversión; de tal manera que la rentabilidad de la misma justifique hacerlo.

En el marco de las ideas anteriores, se hace indispensable analizar detallada y minuciosamente las respuestas a las siguientes interrogantes:

¿Qué tan necesario es la construcción y funcionamiento de una posada para satisfacer la demanda del mercado de Tucacas, Estado Falcón?

¿Cuáles son los elementos técnicos y las normativas legales nacionales, estatales y municipales que rigen la construcción y funcionamiento de una posada, en la localidad en estudio?

¿Cuáles son los elementos y herramientas que determinan la factibilidad de la construcción y funcionamiento de una posada en Tucacas?

¿Cuáles son los recursos económicos y financieros para poner en funcionamiento una posada en Tucacas, Estado Falcón?

¿Cuál será la rentabilidad económica de construir y poner en funcionamiento una posada en Tucacas, Estado Falcón?

I.2 Justificación:

Este estudio nace de la necesidad de conocer la factibilidad económica de realizar una inversión en la construcción y funcionamiento de una posada en Tucacas, Estado Falcón, que le permita a los inversionistas recuperar el monto de la inversión, generar una constante rentabilidad dentro de un marco de alta productividad en la prestación del servicio, garantizando al mismo tiempo la satisfacción de los clientes dentro de un margen de calidad que asegure la lealtad de los usuarios y un rápido posicionamiento en el mercado.

Todo ello, a través de un trabajo lo suficientemente documentado, aportando conocimientos que en el futuro puedan servir de base para posteriores investigaciones sobre el tema u otros similares.

I.3 Objetivos de la Investigación:

I.3.1 Objetivo General:

Evaluar la Factibilidad para la Construcción y Funcionamiento de una Posada, en la Urbanización Granjas El Tuque, Tucacas, Estado Falcón

I.3.2 Objetivos Específicos:

- Diagnosticar por medio de un estudio de mercado, la necesidad de la construcción y funcionamiento de una posada en la Urbanización Granjas el tuque en Tucacas, Estado Falcón.
- Determinar los elementos técnicos y las normativas legales que rigen la construcción y funcionamiento de una posada en Tucacas en el Estado Falcón.
- Estudiar los recursos necesarios del proyecto de posada en la Urbanización Granjas El Tuque en Tucacas, Estado Falcón a través de un estudio económico-financiero.
- Evaluar la factibilidad económica de construir y poner en funcionamiento una posada en Tucacas, Estado Falcón.

I.4 Alcance del Estudio:

El presente estudio comprende determinar la factibilidad económica de una posada en Tucacas a través de un estudio de mercado, técnico y económico-financiero. Él mismo no contemplará la elaboración de ingeniería básica ni de detalle, así como tampoco la etapa de aprobación y construcción de la misma.

La información de mercado se basará en información secundaria, obtenida de distintas fuentes como: estadísticas, informes turísticos, reportajes económicos, entre otros. Por lo que, no se incluye estudio de campo en la etapa del estudio de mercado.

El periodo que cubre el proyecto son de once años, y se encuentran comprendidos de la siguiente forma: un año cero constituido por el periodo de construcción y los años 1 al 10 que comprenden la puesta en funcionamiento del proyecto. Estimando su inicio desde el 01 de enero de 2009 hasta el 31 de diciembre de 2020.

I.5 Limitaciones del Estudio:

En cuanto a las limitaciones, se tiene que el presente estudio puede ser aplicado a una sola iniciativa empresarial, como lo es la construcción y funcionamiento de una posada en Tucacas, Estado Falcón, no es extrapolable, puesto que las condiciones de aplicabilidad del estudio a proponer, varían de acuerdo a la situación diagnosticada para cada proyecto empresarial.

La limitación principal ha consistido en obtener información secundaria de fuentes confiables y de calidad, para el desarrollo del estudio de mercado del proyecto; sin embargo, se estima que los antecedentes de funcionamiento de posadas en el mismo sector avalan suficientemente las conclusiones del estudio.

Capítulo II. Antecedentes de la Investigación

Los antecedentes son todos aquellos conocimientos y estudios que se han realizado previamente sobre el tema y que sirven para alcanzar, juzgar e interpretar los documentos e información obtenida en la investigación. En tal sentido Tamayo y Tamayo, (1998), señala:

“... En los antecedentes se trata de hacer una síntesis conceptual de las investigaciones o trabajos realizados sobre el problema formulado, con el fin de determinar el enfoque metodológico de la misma investigación...”. (p. 212).

Recurriendo a la consulta de fuentes secundarias, se consultaron trabajos de grado que guardan estrecha relación con la presente investigación desde el punto de vista de las variables consideradas, con la finalidad de tomar datos e información útil que sirva de referencia para sustentar el desarrollo de este estudio de factibilidad para la construcción y funcionamiento de una posada en Tucacas, Estado Falcón. Entre los estudios consultados destacan los siguientes:

El estudio de factibilidad de la posada turística y ejecutiva “Salto Ángel” donde se cumplieron todos los requisitos exigidos por la Corporación de Turismo del Estado Bolívar.

El estudio de factibilidad para la instalación de la posada turística Doña Carmen en Chichiriviche, Municipio Iturriza del Estado Falcón” enmarcado bajo la modalidad de proyecto factible apoyado en un estudio de campo de carácter descriptivo, se planteó como objetivo estudiar tal factibilidad, para lo cual realizó un estudio de mercado que le permitiera detectar la necesidad de instalar la posada turística. Tomó como población a 284.034 turistas que visitaron Chichiriviche durante los días de carnaval del 2002, de los cuales calculó una muestra de 96 individuos a quienes aplicó un cuestionario de preguntas cerradas que le permitieron evidenciar que efectivamente existe un gran potencial de clientes para esta iniciativa empresarial.

En este mismo ámbito, determinó la factibilidad técnica-económica, cuantificando el monto de la inversión requerida para la instalación de la posada turística Doña Carmen en Chichiriviche, Estado Falcón, la cual correspondió 141.005,46 de Bolívares Fuertes. Realizó la evaluación económica-financiera donde determinó la rentabilidad de la inversión en un 100,15% para el primer año y una tasa interna de retorno de 118,28% que representa una alta rentabilidad al ser comparada con la tasa activa bancaria. En este sentido, recomendó llevar a cabo la inversión en esta nueva iniciativa empresarial.

El trabajo de Sarmiento (ob. cit), es otro antecedente que fortalece el contenido teórico de este estudio de factibilidad para la construcción y funcionamiento de una posada en Tucacas, Estado Falcón, ya que los análisis realizados a nivel de mercado, técnico, económico y de evaluación financiera por el citado autor, deben ser calculados igualmente para conocer la rentabilidad de este proyecto de inversión.

Todas las anteriores investigaciones constituyen antecedentes sólidos, ya que sus conclusiones guardan relación directa con las variables presentes en este estudio y que corresponden a la factibilidad para la construcción y funcionamiento de una posada en Tucacas. Si bien es cierto, que la mayoría de los escenarios donde se desarrollan dichos estudios presentan diferencias particularmente en lo que se refiere a la estructura organizativa, no es menos cierto que sus pautas de coincidencia estriban precisamente en la búsqueda a una solución particular a una problemática de estructura y destino de inversión.

Capítulo III. Marco Teórico

III.1 Bases Teóricas:

Las bases teóricas presentan el conjunto de información técnica que permite al investigador soportar el estudio con el fin de lograr los objetivos esperados, dentro de un ámbito conceptual ampliamente documentado que servirá a una aplicación general o específica dependiendo del tipo de investigación acometida.

La teoría es la base que sustenta e integra los elementos involucrados en una situación particular conduciendo al investigador al establecimiento de un procedimiento sistematizado que dará como resultado la obtención de respuestas a la interrogante surgidos en el proceso investigativo.

Según Blanco, A. (2004): “El objetivo primario del estudio de factibilidad de un proyecto de inversión es determinar la factibilidad social, económica y financiero, del FLUJO DE FONDOS de la empresa a través de herramientas económicas pertinentes, tales como el punto de equilibrio y el aporte de la empresa al producto interno bruto de la economía, y de herramientas financieras como la tasa interna de retorno y el valor presente neto”. (p. 172).

III.1.1 El Turismo:

La palabra turismo, etimológicamente considerada se deriva de la palabra latina "**tornus**" que quiere decir vuelta o movimiento y la cual adoptaron los ingleses, franceses y españoles con ese sentido, aplicándola al "**turismo**".

El turismo es una actividad multisectorial y multidisciplinaria en la que participan diferentes áreas productivas como la agricultura, construcción, fabricación y de sectores públicos y privados para proporcionar los bienes y los servicios utilizados por los turistas. Este sector no tiene determinado con claridad la existencia de un producto tangible, sino que lo conforman un conjunto de servicios que no son los

mismos en los diferentes países. Esto no es fruto de la casualidad, cada nación trata de diseñar su destino y producto turístico con peculiaridades y atractivos que los hagan únicos.

El turismo podría ser definido también, como la tendencia natural del ser humano a cambiar de sitio para beneficiarse de las bondades de otros lugares distintos de aquel donde usualmente vive y descansar en ambiente agradable, para esparcimiento y recreación;

Definir el turismo es difícil, porque es una actividad que se desarrolla en el campo personal, cada quien tiene su interpretación, la cual depende de sus vivencias, deseos, gustos, motivos, cultura, idioma, etcétera.

Servicios Turísticos: Tienen la consideración de servicios turísticos la prestación del:

- **Servicio de Alojamiento:** Cuando se facilite alojamiento o estancia a los usuarios de servicios turísticos, con o sin prestación de otros servicios complementarios.
- **Servicio de Restauración:** Cuando se proporcione comida para ser consumida en el mismo establecimiento o en instalaciones ajenas.
- **Servicio de Intermediación:** En la prestación de cualesquiera servicios turísticos susceptibles de ser demandados por los usuarios de servicios turísticos.
- **Servicio de Información:** cuando se facilite información a los usuarios de servicios turísticos sobre los recursos turísticos, con o sin prestación de otros servicios complementarios.
- **Servicio de Acogida:** De eventos congresuales, convenciones o similares.

La actividad turística es de naturaleza compleja, en ella intervienen factores naturales, culturales, económicos y políticos, y sólo con la interrelación de todos estos componentes podemos señalar la existencia de un producto turístico altamente competitivo. Es por ello que en la consolidación de un núcleo turístico es muy importante tener en cuenta el desarrollo de los servicios tanto públicos como privados conjuntamente con las políticas de conservación y sustentabilidad de los atractivos naturales que posee cada región y sobre todo con la calificación, formación y capacitación del recurso humano que actúa en la actividad.

El turismo es la actividad económica que mejor se adapta al modelo de Desarrollo Endógeno, ya que requiere de la participación del colectivo, y asimismo involucra a un vasto porcentaje de la población de forma directa a través de actividades complementarias como el transporte y la recreación e indirecta por medio del estímulo a otras actividades económicas como la agroindustria, la manufactura, la construcción, etc.

Clasificación del Turismo: según la exposición realizada en la página web <http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo> en Febrero 2009; el turismo se puede clasificar de la siguiente manera:

- **Turismo de Masas:** Es aquel que se realiza masivamente por todo tipo de personas de clase media y por tanto no es un tipo de turismo exclusivo para un colectivo. Es el más convencional, pasivo y estacional. Es normalmente menos exigente y especializado.
- **Turismo Individual:** Es aquel cuyo programa de actividades e itinerario son decididos por los viajeros sin intervención de operadores turísticos.
- **Turismo Cultural:** Es el tipo de turismo constituido por personas que se desplazan con el objeto de auto educarse y ensanchar su horizonte personal a través de la participación en acontecimientos o visitas de alto valor Cultural.

Precisa de recursos histórico-artísticos para su desarrollo. Es más exigente y menos estacional.

Las actividades más conocidas son las siguientes:

- ✓ **Urbano:** Desarrollado en ciudades principalmente en aquellas que son Patrimonio de la Humanidad. Clientes de nivel cultural y poder adquisitivo alto.
- ✓ **Monumental:** Vinculado exclusivamente a monumentos histórico-artísticos.
- ✓ **Arqueológico:** Vinculado a yacimientos y sitios arqueológicos.
- ✓ **Funerario:** Vinculado cementerios donde o bien hay tumbas realizadas por arquitectos famosos o bien hay personajes famosos enterrados allí.
- ✓ **De compras:** Vinculado a las compras a buen precio o exclusivos. Incluye artículos de lujo, arte, artesanía y artículos de uso común como calzado, electrónica, etc.
- ✓ **Etnográfico:** Vinculado a las costumbres y tradiciones de los pueblos. En algunos casos cercano al turismo ecológico.
- ✓ **Literario:** Motivado por lugares o eventos de carácter bibliográfico.
- ✓ **De formación:** Vinculado a los estudios, fundamentalmente los de idiomas.
- ✓ **Científico:** Es una oferta turística para realizar investigaciones en lugares especiales como estaciones biológicas o yacimientos arqueológicos.
- ✓ **Gastronómico:** vinculado a la comida tradicional de un sitio.
- ✓ **Enológico:** Vinculado a los vinos de una zona.
- ✓ **Industrial:** Motivado por la visita a fábricas o grandes construcciones civiles.

- ✓ **Itinerante:** Se desarrolla en varios lugares siguiendo rutas preestablecidas.
 - ✓ **Místico:** Se relaciona con el turismo orientado a la visita a lugares energéticos.
- **Turismo de Descanso y de Esparcimiento:** Es aquel que proporciona a los turistas un momento de relajación, liberando el estrés y disfrutar de los maravillosos paisajes que le ofrece el lugar que haya decidido visitar.

Las actividades más conocidas son las siguientes:

- ✓ **Ictioturismo:** Es la actividad turística centrada en la práctica de la pesca deportiva.
- ✓ **Deportivo:** La principal motivación es practicar algún deporte. Se puede dividir en dos grupos: deporte de exterior y el de interior.
- ✓ **Aventura:** Aquí solo se practican deportes de riesgo. El usuario de este tipo de turismo suele ser de nivel adquisitivo y cultural alto y de muy buena forma física.
- ✓ **Espacial:** Viajes a espacio. Son solo para millonarios.
- ✓ **Religioso:** Una oferta ligada a lugares o acontecimientos de carácter religioso de relevancia.
- ✓ **Espiritual:** Su motivación es el recogimiento y la meditación.
- ✓ **Termal o de Salud:** Está vinculado a los balnearios que ofrecen tratamientos para diversas dolencias.
- ✓ **Médico:** Está orientado a la realización de intervenciones quirúrgicas o tratamientos médicos vinculados.
- ✓ **Sexual:** Orientado a mantener relaciones sexuales.
- ✓ **Turismo Social:** Aquel dedicado a la participación en actividades para mejorar las condiciones de las capas de población económicamente más débiles.

- **Turismo natural:** Se realiza en espacios naturales debido al interés ecológico que estos presentan.

Las actividades más conocidas de turismo activo son las siguientes:

- ✓ **Parques Temáticos:** Basado en atracciones turísticas de temas concretos. Se caracteriza por la participación activa del visitante.
 - ✓ **Ecoturismo:** Basado en el contacto con la naturaleza. Sus recursos los componen los parques nacionales, es decir, una flora y fauna interesante en la zona receptiva.
 - ✓ **Rural:** El desarrollado en el medio rural, cuya principal motivación es conocer las costumbres y las tradiciones del hombre en el mundo rural. Se interesa por la gastronomía, la cultura popular, artesanía.
 - ✓ **Agroturismo:** Su finalidad es mostrar y explicar el proceso de producción de las fincas agropecuarias y las agroindustrias.
 - ✓ **Agroecoturismo:** Es aquel donde el visitante se aloja en habitación con estándares turísticos, pero participa de los labores agrícolas, convive y consume los alimentos con la familia.
 - ✓ **Ornitológico:** Es el turismo centrado en el avistamiento y observación de aves.
- **Turismo de negocios:** No involucra diversión, sino que prácticamente se viaja con el fin de intercambiar ideas entre profesionales de industrias o empresas, para así llegar a un acuerdo y adquirir experiencias propias de sus oficios.

Las actividades más conocidas de turismo de negocios son las siguientes:

- ✓ **Negocios:** Utilizado por empresarios, ejecutivos, comerciales y otros profesionales para cerrar negocios, captar clientes o prestar servicios. La estacionalidad es invertida a la vacacional, por lo que es un producto muy importante para el sector. El cliente suele ser

de alto poder adquisitivo. Se trata de un turismo fundamentalmente urbano y con unas necesidades de infraestructuras muy concretas como la conexión a internet.

- ✓ **Reuniones y Congresos:** Muy importante y habitualmente confundido con el de convenciones. El congreso reúne a un colectivo o asociación y suele tener carácter científico. Acuden profesionales del mismo sector pero que no tienen porque ser de la misma empresa.
- ✓ **Convenciones:** Suele reunir a distintos profesionales de una misma empresa con el objeto de dar a conocer a sus empleados un nuevo producto, tratar la planificación estratégica para la nueva campaña, etc.
- ✓ **Incentivo:** Vinculado a viajes de negocios. Mientras que éste último es de trabajo, el incentivo es de placer. Utilizado por la dirección de grandes empresas para mejorar el rendimiento de sus empleados. Se les incentiva con un viaje que puede ser individual o de grupo.

Características del Turismo:

- Es un instrumento generador de divisas, al ser una actividad que canaliza una inversión para producir una expansión económica general; genera así mismo un mercado de empleos diversificados con una inversión relativamente baja en comparación con otros sectores de la economía; genera una balanza de pagos favorables y sobre todo desarrolla las actividades económicas locales.
- Es un medio de intercambio social, ya que muestra efectivamente que la sociedad que desarrolla más actividad se capacita hacia la comprensión, para la adaptación de sus medios habituales, juzgando de una manera positiva su propia sociedad.

- Cultura es el término que determina el imán que poseen las regiones para el turismo comprendiendo su geografía, historia, costumbres, tradiciones, folklore y artesanía.

Entonces generalizando el turismo es la industria del futuro de todos aquellos países en vías de desarrollo que sepan aprovechar al máximo todos sus recursos.

La capacidad de un destino turístico para utilizar sus recursos de forma eficaz y eficiente a medio y largo plazo se conoce como ventaja competitiva. Un destino turístico puede contar con una amplia variedad de recursos y, sin embargo, no ser tan competitivo como otro destino que cuente con pocos recursos turísticos, pero que los emplee de forma más eficaz y más eficiente.

Un destino turístico está compuesto por un número de atributos, que pueden estar basados en recursos naturales, creados, o abstractos, un conjunto de facilidades y servicios turísticos dirigidos a satisfacer las necesidades de los turistas o consumidores potenciales.

Es evidente que la complejidad del sector turismo viene dada por las múltiples interrelaciones originadas entre los diferentes entes y actores del proceso de manera de producir un servicio para satisfacer las necesidades, deseos del turista o visitante, o en todo caso le facilite la experiencia de viaje. Esto nos lleva a la necesidad de analizar la industria turística bajo los parámetros de competitividad.

El modelo de competitividad del Diamante de Porter es una metodología para diagnosticar y establecer estrategias, desde la óptica de la empresa, para lograr ser competitivos en un mundo globalizado.

La competitividad de la economía global ya no está limitada a aquellos países con legados favorables, cada país elige su propia prosperidad al organizar sus políticas, leyes e instituciones con base a la productividad. Según lo planteado por Porter (1998), la fuente de la competitividad económica está sustentada en los

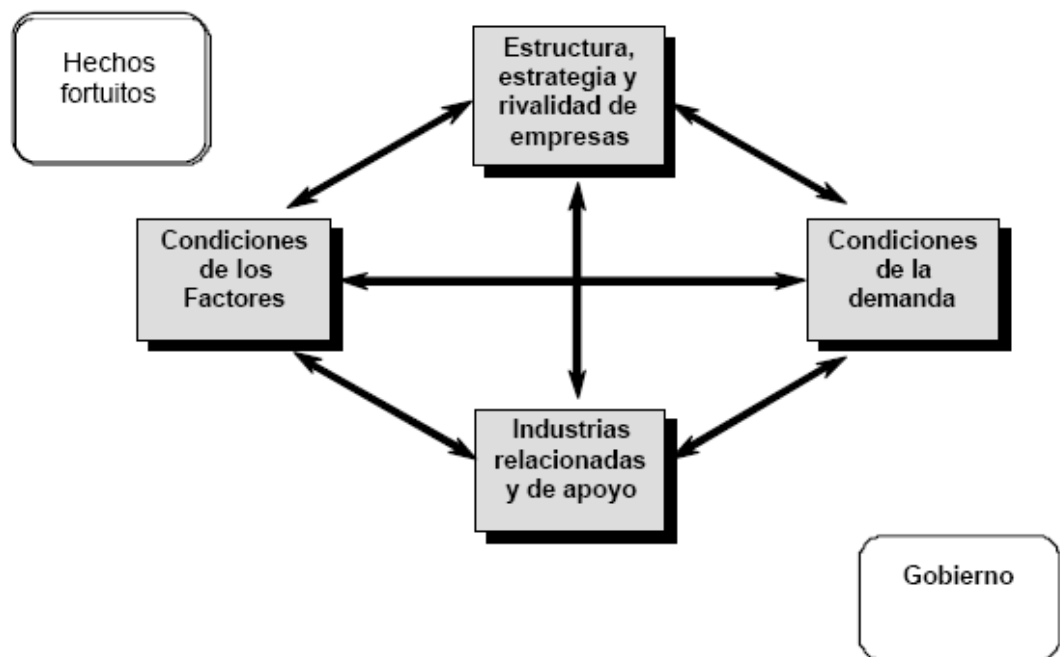
determinantes de la ventaja competitiva: cuatro grandes atributos principales y dos secundarios.

Los atributos principales son:

- 1) Condiciones de los factores de producción,
- 2) Condiciones de la demanda,
- 3) Industrias relacionadas y de apoyo y
- 4) Estrategias de la empresa, estructura del sector y rivalidad local entre las empresas.

Los factores secundarios son los hechos fortuitos y el gobierno.

Gráfico N° 1. El Diamante de Porter: Determinantes de la Ventaja Competitiva.



Fuente: Porter (1998).

Veamos el comportamiento de cada una de las determinantes de la ventaja competitiva y su enfoque para el sector turismo. Según lo expuesto en el artículo:

Turismo y Competitividad en Venezuela: Una Aproximación a la Situación Actual Venezolana por Duque Brito Ahide (2005).

- 1) **Condiciones de los Factores:** la ubicación geográfica, la mano de obra y los recursos naturales existentes (factores heredados); el capital, la tecnología y la infraestructura existente (factores creados), ambos factores necesarios para competir en un mercado o sector. En el caso de los destinos turísticos estos factores son los que están relacionados con la infraestructura hotelera, vías de comunicación y transportación, los recursos naturales, el clima, las telecomunicaciones, las instalaciones el patrimonio cultural e histórico, las instalaciones recreativas, etc. Se incluyen, además, los recursos gerenciales, mandos intermedios y humanos responsables de la operación del sector turístico, el nivel de capacitación y experiencia del personal a diferentes niveles (gerenciales, medios y operativos), el patrimonio cultural de la región, las variables ambientales, la conciencia turística de los habitantes del destino turístico, la seguridad, la imagen del destino turístico en el exterior, entre otras.
- 2) **Condiciones de la demanda:** según Porter (1998), la influencia más importante de la demanda local sobre las ventajas competitivas se da a través de la mezcla y características de las necesidades internas. Se ha determinado que en los sectores donde la demanda interna es importante y los consumidores domésticos son conocedores y exigentes, el sector puede competir más fácilmente y con mayor éxito en los mercados internacionales. Las épocas de demanda interna y externa pueden ser diferentes por lo que pudieran complementarse y utilizar así los recursos integrantes de la oferta con mayor eficiencia logrando, a mediano y largo plazo, disminuir el riesgo involucrado en la operación turística, lográndose mayor estabilidad y solidez en la competitividad del sector. Puede decirse que las áreas que presentan un alto índice de turistas nacionales, sobre todo si corresponden a estratos medios y altos, tienen una ventaja comparativa con relación a otras. (Alcántara y Longa, 2003).

3) Industrias relacionadas y de apoyo: el producto turístico se presenta en una amalgama de productos individuales y servicios y su posibilidad de éxito depende de una extensa cadena donde intervienen diferentes negocios auxiliares o complementarios tales como son tours operadores, agencias de viajes, transporte, hospedaje, restaurantes, guías turísticos, lugares culturales, naturales, de entretenimiento, recreativas, artesanos locales. Esta cadena de suministros generalmente trasciende el entorno local debido a que hay necesidad de suministros de bienes o servicios que necesitan una escala mayor y un espacio geográfico más amplio donde encontrar los suministros al mejor precio, calidad y oportunidad.

4) Estrategias de la empresa, estructura y rivalidad de las empresas: comprende las características de administración, formas de organización y estrategias empresariales de cada empresa que forma parte del segmento turismo. La rivalidad local estimula la innovación y las capacidades de las empresas y por ende la competitividad entre ellas. Un aspecto a resaltar es que la estructura u organización del sector turístico y su grado de rivalidad son características colectivas en tanto que la estrategia es una característica individual de la empresa. La intensidad de la competencia a nivel nacional presiona a las empresas del sector turístico a mejorar sus servicios lo que puede traducirse en la generación de ventajas competitivas tanto nacionales como a nivel internacional.

Gobierno: en el modelo del Diamante se observa que el gobierno no genera directamente ventajas competitivas, por lo que actúa indirectamente a través de los cuatro grupos de factores. En todo caso en el sector turismo, el Gobierno le compete ser facilitador de la estrategia a través del establecimiento de un marco legal amplio, controles de calidad de los servicios, políticas públicas para un turismo competitivo, políticas de formación y capacitación de personal, políticas de financiamiento. El gobierno puede influir positiva o negativamente en cada uno de los determinantes de las ventajas competitivas a través de sus políticas públicas.

Los hechos fortuitos o el azar: considerados de importancia dado que los acontecimientos fortuitos o casuales son incidentes o circunstancias que están fuera del control de las empresas y el gobierno. Dentro de estos eventos podemos señalar las invenciones o innovaciones tecnológicas, cambios significativos en los mercados financieros, controles de cambio, caídas de la demanda regional o mundial.

El análisis de la competitividad de un destino turístico lleva a determinar las capacidades que tiene para competir exitosamente en los mercados, indicando cuales son las fortalezas en cuanto a las capacidades especiales con que cuenta el destino y que lo coloca en posición privilegiada frente a la competencia, bien sea por los recursos controlables, capacidades y habilidades que poseen, actividades desarrolladas favorablemente. Las oportunidades caracterizadas en los factores positivos, explotables, a descubrir en el entorno en el que se actúa y representados en aquellos que permiten obtener las ventajas competitivas. Igualmente lleva a conocer los factores, condiciones o elementos que han determinado el avance y prosperidad de los destinos turísticos exitosos.

III.1.2 El Turismo en el Mundo:

El turismo es considerado un sector con grandes posibilidades para generar desarrollo, es decir, riqueza, bienestar y empleo. Ha llegado a convertirse en la principal actividad económica del mundo. Es una de las actividades más afectadas por la globalización: el acceso a la información a velocidades impresionantes y, por ende a los mercados, modifica los patrones de comportamientos de los potenciales turistas, dado que no solo se compite en costos, sino también en calidad, en la relación precio-valor y, porque no decirlo, se compite en presencia en los mercados internacionales. El turista exige un servicio de calidad, respuestas oportunas, condiciones de seguridad que el destino turístico debe proporcionarle. También la globalización a impuesto estándares de calidad y de responsabilidad social y el turismo no escapa a estos, es por ello uno de los sectores más impactados. Ya no basta con atractivos naturales o factores heredados para

competir, debemos seleccionar un segmento específico y especializarnos en él para vender en los mercados mundializados.

Cifras del Turismo para el Año 2007:

La Organización Mundial del Turismo (OMT) en la página web http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/barometer/UNWTO_Barom08_1_sp.pdf en fecha de febrero 2009, presentó su balance del 2007, en el que dice que se han superado las previsiones del sector. Las llegadas de viajeros alcanzaron la cifra de 900 millones, con un alza del 6% sobre un año antes.

Los resultados del año –según la OMT- confirman a la vez la línea de crecimiento sostenido de los últimos años y la resistencia del sector frente a los factores externos. Este desarrollo se ha visto apoyado por una economía mundial fuerte, que ha experimentado su periodo más largo de crecimiento sostenido desde hace más de dos decenios.

Exactamente, las llegadas de turistas internacionales crecieron un 6% en 2007, al alcanzar 898 millones, en relación con el año 2006. El éxito se basó sobre todo en el auge de los nuevos mercados.

"El crecimiento de la economía y del turismo están impulsados por los mercados emergentes y las economías en desarrollo. Si bien los mercados maduros siguen siendo los primeros destinos mundiales, el crecimiento más rápido de los nuevos mercados confirma el potencial del turismo para el mundo en desarrollo", declaró el Secretario General de la OMT, Francesco Frangialli.

De los 52 millones de llegadas suplementarias en todo el mundo, Europa recibió cerca de 19 millones y Asia y el Pacífico 17 millones. Las Américas crecieron en torno a seis millones, África tres millones, y Oriente Medio cinco millones.

Todas las regiones registraron aumentos superiores a su promedio a largo plazo, encabezando Oriente Medio la clasificación del crecimiento por regiones (+13 por ciento), seguido por Asia y el Pacífico (+10 por ciento), África (+8 por ciento), las Américas (+5 por ciento) y Europa (+4 por ciento).

Los Países Más Visitados del Mundo:

De acuerdo con las estadísticas de la Organización Mundial del Turismo (OMT), la agencia especializada de las Naciones Unidas, los países más visitados por turistas internacionales en 2006² y en 2007¹ se ubican en Europa, con Francia en el primer lugar. En 2007 Ucrania y Turquía entraron en la lista de los 10 principales destinos, superando a México y desplazando a Rusia y Austria. Los siguientes países fueron los 10 principales destinos del turismo internacional en 2007:

Cuadro N° 1. Países Más Visitados en el Mundo.

Posición Mundial	País	Continente	Llegadas de Turistas Internacionales		Aumento % 2006-07
			en 2007 (en millones)	en 2006 (en millones)	
1	Francia	Europa	81,9	79,1	3,8
2	España	Europa	59,2	58,5	1,7
3	Estados Unidos	América del Norte	56	51,1	9,8
4	China	Asia	54,7	49,6	9,6
5	Italia	Europa	43,7	41,1	6,3
6	Reino Unido	Europa	30,7	30,7	0,1
7	Alemania	Europa	24,4	23,6	3,9
8	Ucrania	Europa	23,1	18,9	22,1
9	Turquía	Europa	22,2	18,9	17,6
10	México	América del Norte	21,4	21,4	0,3

Fuente: <http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo>.

Los Países que Recibieron los Mayores Ingresos y Realizaron los Mayores Gastos:

De acuerdo con las estadísticas de la Organización Mundial del Turismo (OMT), en 2007 los ingresos generados a nivel mundial por el turismo internacional alcanzaron USD 856 mil millones (€ 625 mil millones), en comparación con USD 742 mil millones (€ 591 mil millones), representando un crecimiento en términos reales del 5,6%, esto es, ajustando los ingresos para considerar las fluctuaciones de la tasa de cambio y la inflación, ya que el dólar estadounidense se devaluó 9% respecto al euro en 2007.¹

Los países con la mayor entrada de divisas originadas en el turismo internacional se concentraron en Europa, sin embargo, el mayor receptor de ingresos en 2007 continúa siendo Estados Unidos y China continúa mostrando altas tasas de crecimiento en ingresos recibidos.¹

Según la OMT, en 2007 y por quinto año consecutivo, Alemania continúa siendo el país que genera los mayores gastos en turismo internacional en el mundo. De acuerdo con proyecciones realizadas por el Banco Dresdner, los alemanes y los europeos en general, continuarán siendo en 2008 los emisores turísticos que generan los mayores gastos debido a la fortaleza del Euro con respecto al Dólar estadounidense, y se espera una mayor demanda de viajes hacia Estados Unidos con respecto a otros destinos de larga distancia.³

En 2007 los siguientes 10 países recibieron los mayores ingresos provenientes del turismo internacional y también se presentan los 10 países emisores de turismo internacional con los mayores gastos:

Cuadro N° 2. Países que Recibieron Mayores Ingresos.

Ingresos generados por el turismo internacional por país receptor					
Posición Mundial	País	Continente	Ingresos Generados		Aumento % 2007/06 (precios corrientes)
			Turismo Internacional.	Turismo Internacional.	
			en 2007	en 2006	
			(en miles de millones)	(en miles de millones)	
1	Estados Unidos	América del Norte	US\$ 96.7	US\$ 85.7	12,8
2	España	Europa	US\$ 57.8	US\$ 51.1	3,6
3	Francia	Europa	US\$ 54.2	US\$ 46.3	7,2
4	Italia	Europa	US\$ 42.7	US\$ 38.1	2,5
5	China	Asia	US\$ 41.9	US\$ 33.9	23,5
6	Reino Unido	Europa	US\$ 37.6	US\$ 33.7	2,7
7	Alemania	Europa	US\$ 36.0	US\$ 32.8	0,6
8	Australia	Oceanía	US\$ 22.2	US\$ 17.8	12,2
9	Austria	Europa	US\$ 18.9	US\$ 16.6	4
10	Turquía	Europa	US\$ 18.5	US\$ 16.9	9,7

Fuente: <http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo>.

Cuadro N° 3. Países que Realizaron los Mayores Gastos.

Gastos del turismo internacional por país emisor					
Posición Mundial	País	Continente	Gastos en Turismo Internacional. por País Emisor		Aumento % 2006-07 (precios corrientes)
			en 2007 (en miles de millones)	en 2006 (en miles de millones)	
1	Alemania	Europa	US\$ 82.9	US\$ 73.9	2,7
2	Estados Unidos	América del Norte	US\$ 76.2	US\$ 72.1	5,6
3	Reino Unido	Europa	US\$ 72.3	US\$ 63.1	9,9
4	Francia	Europa	US\$ 36.7	US\$ 31.2	7,8
5	China	Asia	US\$ 29.8	US\$ 24.3	22,5
6	Italia	Europa	US\$ 27.3	US\$ 23.1	8,4
7	Japón	Asia	US\$ 26.5	US\$ 26.9	-0,2
8	Canadá	América del Norte	US\$ 24.8	US\$ 20.5	14,4
9	Rusia	Europa	US\$ 22.3	US\$ 18.2	22,1
10	Corea del Sur	Asia	US\$ 20.9	US\$ 18.9	10,8

Fuente: <http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo>.

Indicadores sobre el Turismo en América Latina:

Durante varios años México ha sido el destino más visitado por el turismo internacional en América Latina. Según el BID, los ingresos provenientes del turismo internacional son una importante fuente de divisas para varios de los países de América Latina, y representa un porcentaje importante del PIB y de las exportaciones de bienes y servicios, así como una importante fuente de empleo, donde destaca la República Dominicana.⁴ Según evaluación realizada por el Foro Económico Mundial (FEM) varios de los países de América Latina todavía presentan deficiencias en las áreas de infraestructura y el marco jurídico, pero son muy competitivas en los aspectos relativos a recursos culturales y naturales, factores por los que resulta atractivo realizar inversiones o desarrollar negocios en

el sector de viajes y turismo de los países de la región.⁵ Por ejemplo, Brasil fue clasificado en el Índice de Competitividad en Viajes y Turismo de 2008 en la posición 49 a nivel mundial, pero entre los 130 países evaluados clasificó en la posición 3 en el aspecto recursos naturales, y en la posición 12 en recursos culturales.⁶ A continuación se resumen las principales estadísticas sobre el turismo internacional de los 20 países de América Latina, incluyendo los indicadores que reflejan la importancia que esta actividad tiene para sus economías.

Cuadro N° 4. Indicadores del Turismo en América Latina.

América Latina	Llegadas internl.	Ingresos turismo internl.	Ingreso medio por llegada	Llegadas Por 1000 hab (estimado)	Ingresos per cápita 2005	Ingresos % exportación bienes y servicios	Ingresos Turismo % PIB ^[4]	% Empleos directos e indirectos en turismo	Clasif. Mundial Competitiv. Turística	Valor del Índice TTCI ^[5]
	2007	(en millones USD)	2007	2007 ^[1] ^[7]	USD	2003	2003	2005	TTCI	2008
	(miles)		(USD/tur)							
Argentina	4.562	4.313	945	115	57	7,4	1,8	9,1	58	4,17
Bolivia *	556	205*	475*	58	22	9,4	2,2	7,6	106	3,44
Brasil	5.026	4.953	985	26	18	3,2	0,5	7	49	4,29
Chile	2.507	1.419	566	151	73	5,3	1,9	6,8	51	4,27
Colombia	1.193	1.669	1.399	26	25	6,6	1,4	5,9	71	3,86
Costa Rica	1.973	1.974	1.000	442	343	17,5	8,1	13,3	44	4,35
Cuba	2.119	1.982	935	188	169	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d
Ecuador	953	637	668	71	35	6,3	1,5	7,4	86	3,66
El Salvador	1.339	847	633	195	67	12,9	3,4	6,8	97	3,57
Guatemala	1.448	1.199	828	108	66	16	2,6	6	68	3,89
Haití *	n/d	n/d	685*	n/d	12*	19,4	3,2	4,7	n/d	n/d
Honduras	831	557	670	117	61	13,5	5	8,5	75	3,79
México	21.424	12.901	602	201	103	5,7	1,6	14,2	55	4,18
Nicaragua	800	255	319	143	36	15,5	3,7	5,6	99	3,53
Panamá	1.103	1.185	1.074	330	211	10,6	6,3	12,9	50	4,29
Paraguay	416	102	245	68	11	4,2	1,3	6,4	115	3,24
Perú	1.812	1.938	1.070	65	41	9	1,6	7,6	70	3,87
República Dominicana	3.980	4.026	1.012	408	353	36,2	18,8	19,8	63	4,05
Uruguay	1.752	809	462	525	145	14,2	3,6	10,7	61	4,1
Venezuela	771	817	1.060	28	19	1,3	0,4	8,1	103	3,47

Fuente: <http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo>.

Cifras del Turismo Mundial para el Año 2008:

El turismo mundial cerró el pasado año con 924 millones de turistas internacionales (16 millones más), un 2 por ciento más que en 2007, pero este año su crecimiento se verá afectado por la crisis, que irrumpió en el sector en la segunda mitad del ejercicio, según la Organización Mundial del Turismo (OMT).

Como todo apunta a que el complicado escenario económico se mantendrá a lo largo de 2009, la OMT prevé un estancamiento del turismo mundial durante el presente ejercicio o, incluso, una ligera caída que podría oscilar entre un 1 y un 2 por ciento.

Europa, junto con las Américas, será la región más afectada en términos de resultados generales del turismo, ya que la mayor parte de sus mercados emisores están ya, o están entrando, en recesión y, de hecho, fue la única zona que sufrió un estancamiento en el conjunto de 2008, tras una caída del 3% en el segundo semestre.

El debilitamiento del crecimiento del turismo internacional se produce después de cuatro años de resultados "sin precedentes", con un crecimiento medio de un 7 por ciento anual, muy por encima de la tendencia a largo plazo que la OMT había fijado en el 4 por ciento.

En 2008, el crecimiento general del 2 por ciento se debe al incremento del 5 por ciento del número de turistas registrado en el primer semestre del año que pudo compensar el retroceso del 1 por ciento que se produjo en la segunda mitad del ejercicio.

Las regiones que lograron los mejores resultados en 2008 fueron Oriente Medio, con un aumento del 11%; África, con un 4%, y las Américas, con un 4%, y, a pesar de la desaceleración general, varios destinos tuvieron una evolución muy

positiva, entre ellos, Egipto y Turquía, que compiten con España en turismo vacacional . Tomado de la página web.

http://www.soitu.es/soitu/2009/01/27/info/1233058494_935093.html

Perspectivas para el Año 2009:

El turismo mundial se prepara para sufrir en 2009 su primera contracción en seis años, arrastrado por la recesión que asola las economías de los países avanzados y amenaza a los mercados emergentes. La Organización Mundial del Turismo (OMT) publicó ayer sus predicciones de desarrollo del turismo para este año, que oscilan en una horquilla desde el crecimiento cero o estancamiento hasta un desplome del 2%.

La OMT prevé que Europa registrará un crecimiento negativo que podría llegar al 3%. En América los números oscilarán entre una caída del 1% y un incremento del 2%. En Asia-Pacífico se esperan resultados positivos, con un crecimiento de hasta el 3%, pero por debajo del nivel logrado en años recientes. Lo mismo sucederá con África, donde las llegadas crecerán entre el 1% y el 4%, y en Oriente Próximo aumentarán entre el 2% y el 6%.

La OMT atribuye sus malas predicciones a la crisis, que combina volatilidad extrema en los mercados con el desplome en la confianza de los consumidores. Según su secretario general adjunto, Taleb Rifi, la evolución del sector dependerá de la marcha de la economía. «Seremos capaces de salir de ésta, y el turismo saldrá mejor parado que otros sectores», afirmó. Tomado de la página web: <http://www.degerencia.com/actualidad.php?actid=24677>

La OMT ha elaborado estudios de la tendencia del turismo para el 2020 y más adelante se clasifican en cuatro tipos de variables que influenciarán de forma decisiva en el turismo las cuales son:

- **Factores Sociales:** Como lo son los cambios demográficos en los países industrializados, por ejemplo: el envejecimiento de la población, incremento de las mujeres trabajadoras, aumento de la edad de las parejas que se casan y forman familias, las parejas sin hijos y las personas que viven solas que viajan. Aumento de vacaciones pagadas y mayor flexibilidad en los horarios laborales, y el crecimiento de los grupos que tienen la capacidad de viajar al extranjero. El adelanto de la edad de jubilación entre otros.
- **Factores Tecnológicos:** Se verán mejoras en el transporte aéreo, la renovación de flotas y lo más importante restricciones para preservar el medio ambiente.
- **Factores Económicos:** Mejor economía mundial, disponibilidad de capitales para inversión turística, nuevos paises industrializados que generen turismo significativo.
- **Factores Políticos:** Consolidación de la unión europea. Fortalecimiento del movimiento de protección del medio natural, social y cultural. Mayor preocupación por la seguridad de los viajeros.

III.1.3 El Turismo en Venezuela:

Venezuela, se encuentra ubicado en la parte norte del continente Suramericano, justo por encima de la línea del Ecuador. Venezuela limita con Colombia por el oeste y con Brasil por el sur y el este. Por el norte limita con el Mar Caribe y sus islas siendo las más cercanas que no pertenecen a Venezuela las islas ABC (Aruba, Bonaire y Curaçao), además con Trinidad y Tobago. Dada esta ubicación tan estratégica que posee Venezuela goza de una diversidad de clima, geografía, flora, fauna y tradiciones, es un país en donde se puede desarrollar todo tipo de turismo: sol y playa, histórico, de recreación, deportivo, de aventura, de negocios, agrario, etc. Tomado de la página web: <http://www.turismoporvenezuela.com>.

Características de Venezuela:

- Su ubicación privilegiada hace de Venezuela, por un lado, un puerto de entrada fundamental hacia Suramérica y, por el otro, la puerta de acceso ideal de Latinoamérica hacia los Estados Unidos, Europa y el resto del Atlántico.
- Su triple característica de país Andino, Caribeño y Amazónico, permite que pueda ofrecerse como un producto “multidestinos” para el turismo.
- Entre los múltiples recursos turísticos que el país ofrece están:
 - ✓ Más de 3.500 Kilómetros de costas, de los cuales 1.700 son playas arenosas y coralinas.
 - ✓ 77 islas, islotes y cayos entre los cuales podemos mencionar: las Islas de Margarita y La Tortuga, el Archipiélago de Los Roques y las islas y cayos que conforman el Parque Nacional Mochima y Morrocoy.
 - ✓ Tres Cordilleras: Los Andes (con sus cumbres nevadas), la Cordillera del Caribe Oriental y la del Caribe Central (donde se ubica el Parque Nacional El Ávila).
 - ✓ 430.000 Kilómetros cuadrados de Selvas (en donde se encuentran los impresionantes tepuyes y el Salto Ángel, la catarata más alta del mundo).
 - ✓ 300.000 Kilómetros cuadrados de llanuras (con una riqueza en fauna y flora insuperables para el turismo de Naturaleza).
 - ✓ Venezuela cuenta con 39 parques nacionales y 41 monumentos naturales con un área total de 14 millones 695 hectáreas, lo cual constituye el 16,04% del territorio nacional.

- Los más importantes centros de atracción turística se encuentran en los estados Miranda, Nueva Esparta, Bolívar, Anzoátegui, Falcón y Mérida.
- Los principales segmentos de desarrollo turístico están orientados hacia las actividades de sol y playa, naturaleza y negocios.

En Venezuela la actividad turística no ha ocupado un lugar de importancia como instrumento para el desarrollo económico, ha sido un país emisor y no receptor, con escasa tradición como destino turístico, a pesar de contar con un perfil turístico que la coloca como un país dotado de atracciones naturales y culturales.

Hasta los años 80 en Venezuela no se había considerado el turismo como actividad para la generación de divisas. El petróleo, como centro de la economía garantizaba las divisas requeridas por el país y algo más. Es a partir de la crisis de los 80 cuando comienza a perfilarse como una segunda opción y se comienza a incluir en los planes de la nación. Sin embargo, la distancia entre lo decretado y la práctica se ha hecho evidente, ni el sector público ni el sector privado han unido esfuerzos para hacer del turismo una actividad de primer orden.

El turismo en Venezuela está llamado a ocupar un lugar importante en la economía del país y a convertirse en una alternativa para la diversificación de la estructura productiva reduciendo la dependencia de uno o pocos productos, pero además turismo significa nuevos empleos, particularmente en sectores con problemas de desempleo como los jóvenes y las mujeres, reducción de la pobreza promedio al aumentar los ingresos, una vía de comunicación entre las comunidades, rescate y preservación de los valores autóctonos.

La actividad turística ha sido considerada en los diferentes Planes de la Nación como una prioridad. Pero no ha pasado de intentos puesto que no se le ha dado la connotación requerida para competir con destinos turísticos con tradición; a estas declaraciones no se les ha acompañado de definición de una visión, estrategias,

programas y planes de acción como bases para el desarrollo de una actividad turística sostenible.

Los beneficios del turismo son conocidos; en un país como Venezuela, afectado por altas tasas de desempleo y de pobreza, crearía mas empleo y mejor remunerados, porque el turismo requiere recursos humanos especializados. El turismo puede llegar a convertirse en un sector económico de importancia para Venezuela que, unido al petróleo, proporcionaría mejor calidad de vida a la población.

Ahora bien, la globalización nos obliga a ser competitivos y a estudiar alternativas para el desarrollo local, regional y nacional del turismo, de allí que las ventajas comparativas y competitivas deben ser punto de partida de cualquier programa, plan o proyecto de desarrollo.

Importante investigaciones se han realizado para analizar la competitividad de los destinos turísticos y han aplicados estos modelos. Alcántara y Longa (2003), utilizaron la teoría del Diamante de Porter para estudiar la competitividad de la industria turística venezolana bajo una perspectiva internacional. Este estudio se planteó considerando los atributos que determinan la competitividad. Las conclusiones más importantes señalan que “...Venezuela debe lograr un mejor posicionamiento en imagen y calidad de la oferta, considerando nichos de turismo por la diversidad y biodiversidad que ofrece, convirtiéndose en un multidesestino con capacidad para atender movimientos de turismo especializado; buscar desarrollo tecnológico y de capital humano para lograr los estándares de calidad mundial; lograr que la actuación del sector público sea coordinada y sostenida”. Tomado del artículo: Turismo y Competitividad en Venezuela: Una Aproximación a la Situación Actual Venezolana por Duque Brito Ahide (2005).

El turismo interno es el que ha marcado la pauta en Venezuela, aunque no se tienen estadísticas precisas al respecto. Las mayores movilizaciones se dan en Carnaval, Semana Santa y navidad. En las vacaciones escolares la movilización se

realiza a lo largo de la temporada, desde julio hasta septiembre inclusive. Un número importante poseen segundas viviendas o pernoctan en casa de familiares o amigos por lo que se considera una minoría la que hace uso de hoteles o posadas. Los destinos turísticos mas frecuentados son los de playa y montaña. Las fiestas religiosas y ferias también constituyen atractivos turísticos para la demanda interna aún cuando son de pocos días.

El turismo interno siempre ha tenido preferencias por destinos turísticos de larga tradición como Mérida en el Estado Mérida, y la Isla de Margarita en el Estado Nueva Esparta. El turismo internacional se ha inclinado por Canaima, la Gran Sabana ubicada en el sureste del país y el Archipiélago de Los Roques en el Estado Vargas. Venezuela cuenta con recursos turísticos creados y heredados, de gran utilidad como impulso para su desarrollo como destino turístico, siempre que cuente con la participación de los sectores privado y público. Igualmente ha acumulado una experiencia muy interesante en cuanto a gestión, operación, información y publicidad/marketing la cual le ha sido de gran utilidad.

El crecimiento hotelero ha sido considerado lento en parte a la incertidumbre en la demanda y a las condiciones de financiamiento. La categorización de hoteles no siempre se corresponde con los parámetros internacionales.

En cuanto a servicios de restauración los establecimientos de comida se han incrementado, particularmente los de comida rápida y se ha desarrollado un número importante bajo la modalidad de franquicias. Estos servicios se han concentrado en los destinos mas demandados como Mérida, Margarita. Muchos de estos establecimientos han surgido sin una planificación turística que considerara las ventajas competitivas.

El sector privado es el principal oferente de los servicios turísticos, pero es indispensable que trabaje conjuntamente con el Estado. El Estado es uno de los motores que puede impulsar el desarrollo del turismo, para ello es necesario: generar políticas de estado para una actividad turística competitiva, diseñar un

marco legal fuerte y consistente, modernizar la estructura orgánica y funcional de los entes responsables de la actividad turística e impulsar la modernización y descentralización, y promover la oferta turística regional. Se debe normar la sostenibilidad de la actividad turística del país y posicionar Venezuela en el mercado internacional como uno de los mejores destinos turísticos.

Es necesario estimular las inversiones nacionales y extranjeras directas para la actividad turística proporcionando un marco institucional confiable y seguridad jurídica. Además debe promover el desarrollo de una cultura turística, la conservación y el uso adecuado de recursos naturales y culturales e impulsar el mejoramiento de la calidad de los productos y servicios turísticos. Unido a lo planteado se hace imperante un sistema de información turística para permitir la competitividad con otros destinos, impulsando el desarrollo de tecnologías para la comunicación para la información de ofertas, atracciones, precios, etc., hacer posible las reservaciones desde el lugar de origen y algo primordial: un ambiente de seguridad personal para el viajero y confianza en que llegara a tiempo a su destino con comodidad.

Venezuela cuenta con fortalezas para incentivar el turismo regional, entre ellos la cercanía de los destinos, disminución de los costos de viaje, tratados de cooperación entre los gobiernos, la posibilidad de establecer alianzas estratégicas, alternativa de unificar criterios que faciliten las entradas a los países y la oportunidad de crear rutas turísticas de interés común entre países.

Venezuela deben realizar un esfuerzo hacia la competitividad en el sector turismo, dadas sus potencialidades el logro una responsabilidad compartida por todos los integrantes del sistema turístico.

III.1.4 Los Establecimientos de Alojamiento:

Historia de los Establecimientos de Alojamiento:

Desde la prehistoria, el hombre ha tenido necesidad de desplazarse con fines comerciales y de intercambio, por lo que ha necesitado alojarse en diversos puntos geográficos, en este tiempo, se intercambiaba el hospedaje por mercancías. (Montas, Francisco. Historia de la Hotelería, 2006).

Siglos después, en los caminos fueron surgiendo una serie de posadas en las que el viajero podía alojarse con sus caballos y comer a cambio de dinero. Estos establecimientos se caracterizaban por las precarias condiciones sanitarias que ofrecían, ya que solían alojar a los huéspedes en los establos junto con el ganado. (Montas, Francisco. Historia de la Hotelería, 2006).

Pero es a raíz de la Revolución Industrial, cuando los medios de transporte experimentan una vertiginosa evolución, que las personas empiezan a desplazarse masivamente de un lugar a otro. (Montas, Francisco. Historia de la Hotelería, 2006).

En un principio, los viajes estaban destinados sólo a comerciantes y a las clases más adineradas, las cuales salían de vacaciones y exigían establecimientos, acorde a sus posibilidades. Y para que todo esto fuera posible, empezaron a surgir una serie de establecimientos donde los viajeros pudieran comer y pernoctar, y así es como nace la hostelería. (Montas, Francisco. Historia de la Hotelería, 2006).

En un principio surgen hoteles y restaurantes de lujo al alcance de las clases más acomodadas que cobraban unas altas tarifas, pero con el surgimiento de la sociedad del bienestar, comienzan a crear otros lugares más modestos y al alcance de todos los ciudadanos. (Montas, Francisco. Historia de la Hotelería, 2006).

La evolución ha sido tan espectacular que actualmente casi todas las personas que viven en países desarrollados tienen acceso a viajar y alojarse en establecimientos dignos, lo que ha dado lugar a la creación de una de las industrias más poderosas del mundo: el turismo que está íntimamente relacionado con la hostelería. (Montas, Francisco. Historia de la Hotelería, 2006).

Hoy en día, se puede encontrar en cualquier sitio establecimientos hosteleros de todo tipo y la competencia del mercado es tan fuerte, que ha repercutido en que las tarifas se hayan ido abaratando en beneficio de los usuarios. (Montas, Francisco. Historia de la Hotelería, 2006).

La Hotelería: es una rama del turismo, que brinda el servicio del alojamiento al turista. Este puede tener diversas clasificaciones, según el confort y el lugar donde se encuentren. Cada instalación hotelera tiene sus propias cualidades. La hotelería es muy importante dentro del mundo turístico, ya que brinda la estadía del turista en el viaje.

Clasificación de los Establecimientos de Alojamiento:

- **Hoteles:** establecimientos que, ofreciendo alojamiento con o sin comedor y otros servicios complementarios, ocupan la totalidad de uno o varios edificios (o una parte independizada de ellos) constituyendo sus dependencias todo un homogéneo con accesos, escaleras y ascensores de uso exclusivo y que reúna los requisitos técnicos mínimos para cada categoría. Se clasifican en 1, 2, 3, 4 y 5 estrellas.
- **Pensiones:** establecimientos que, ofreciendo alojamiento con o sin comedor y otros servicios complementarios, tienen una estructura y características que les impide alcanzar los requisitos y condiciones exigidas en los hoteles. Se clasifican en 1,2 y 3 estrellas.
- **Apartamentos Turísticos:** son bloques de apartamentos, casas y demás edificaciones similares que, disponiendo de las necesarias instalaciones y servicios. Se clasifican por categorías en 1, 2, 3 y 4 llaves.
- **Ciudades de Vacaciones:** son que debido a su situación física, instalaciones y servicios, permiten al usuario la vida al aire libre, el contacto con la naturaleza y la práctica del deporte en espacios abiertos,

facilitándole hospedaje mediante contraprestación económica. Se clasifican en 1, 2 y 3 estrellas.

- **Campings:** el camping es un terreno debidamente delimitado, dotado y acondicionado para la ocupación temporal por personas que pretendan hacer vida al aire libre con fines vacacionales o de ocio y que pasen las noches en tiendas de campaña, remolques, caravanas u otros elementos similares fácilmente transportables. Sus instalaciones pueden tener carácter de residencia permanente desde el punto de vista constructivo aunque la Administración puede autorizar construcciones fijas si son destinadas a alojamiento temporal, siempre y cuando se encuentren instalaciones independientes y no superen el 25% de las plazas total del camping. Se clasifican en: lujo, 1ª, 2ª y 3ª categoría.
- **Time Sharing:** se trata de alojamiento en régimen de aprovechamiento por turnos. Se entiende aquel que atribuye a su titular la facultad de disfrutar con carácter exclusivo durante un período concreto de cada año. Dicha facultad no permite al titular alteraciones en el apartamento ni en el mobiliario.
- **Establecimientos de Turismo Rural:** edificaciones ubicadas en el medio rural que, reuniendo características rurales de construcción, antigüedad y tipicidad y desarrollando o no actividades agropecuarias, prestan servicios de alojamiento turístico mediante contraprestación económica. Tienen diversas clasificaciones locales.
- **Viviendas Vacacionales:** unidades de alojamiento aisladas en apartamentos, viviendas uniformes y en general cualquier vivienda ofrecida por motivos vacacionales mediante contraprestación económica. En todo caso se referirá al alojamiento del piso completo, pero nunca por habitaciones.

- **Balnearios:** empresas de Aguas Termales, minerales, de manantial, así como los centros de talasoterapia, siempre y cuando dispongan de instalaciones turísticas complementarias.

Servicios e Instalaciones:

Los elementos básicos de un cuarto de hotel son una cama, un armario, una mesa pequeña con silla al lado y un lavamanos. Otras características pueden ser un cuarto de baño, un teléfono un despertador, una televisión y conexión inalámbrica a Internet. Además los mini-bares (que incluyen a menudo un refrigerador pequeño) pueden proveer de comida y bebidas, también pueden contener botanas y bebidas y lo necesario para preparar té y café. (Tomado de la página web: <http://es.wikipedia.org/wiki/Hotel>).

Estos elementos básicos que un hotel debe tener pueden ser limitados o completos. Según lo que contengan y la calidad que brinden se clasifican en la mayoría de países con estrellas, o bien con diamantes, también hay un método de clasificar un hotel según letras (de la A a la F). (Tomado de la página web: <http://es.wikipedia.org/wiki/Hotel>).

Clasificación de los Hoteles:

Existen hoteles de diversos tipos atendiendo a sus instalaciones y al entorno en que se encuentran, (Tomado de la página web: <http://es.wikipedia.org/wiki/Hotel>):

- **Hoteles de Ciudad o Urbanos:** Son los situados en las ciudades normalmente en los centros históricos, zonas comerciales o de negocios. Ofrecen todo tipo de niveles y se orientan tanto al turismo como al alojamiento en los desplazamientos de negocios. Generalmente son funcionales y los orientados a clientes de negocios, suelen contar con instalaciones como salas de conferencias y "Business Center". Estos hoteles están enfocados al turista que estará por un corto periodo de

tiempo, los cuales en su mayoría son personas que viajan por motivos de negocios

- **Hoteles de Aeropuerto:** Están situados en las proximidades de los principales aeropuertos, especialmente cuando están alejados de los centros urbanos a los que sirven. Su principal clientela son pasajeros en tránsito o de entrada salida sin tiempo suficiente para desplazarse a la ciudad y tripulaciones de las líneas aéreas. Las estancias suelen ser muy cortas. Se han hecho populares por su cercanía a los aeropuertos y porque adaptan sus servicios a la clientela, sobre todo, ejecutiva.
- **Hoteles de Playa:** Están situados en las proximidades de las principales playas. Su clientela casi exclusivamente son turistas de turismo masivo gestionado por operadores aunque no faltan pequeños establecimientos dedicados a turismo individual. Las estancias suelen ser de varios días.
- **Hoteles de Naturaleza:** Están situados en las proximidades de parajes naturales de interés como parques naturales, reservas y áreas protegidas. Las estancias suelen ser de varios días.
- **Hoteles-apartamento o Apart-Hoteles:** Son establecimientos que por su estructura y servicio disponen de la instalación adecuada para la conservación, instalación y consumo de alimentos dentro de la unidad de alojamiento. Se clasifican en cinco categorías identificadas por estrellas doradas y su símbolo son las letras HA sobre fondo azul turquesa.
- **Albergues Turísticos:** Establecimiento que atiende al turismo durante estancias que suelen ser entre varios días y varias semanas. Suelen ser económicos y entre ellos cabe destacar los albergues juveniles. Estos frecuentemente alquilan camas en un dormitorio y comparten baño, cocina y sala de estar aunque muchos disponen también de habitaciones privadas.

- **Hoteles Familiares:** Son establecimientos de tamaño pequeño que se caracterizan por una gestión familiar para viajeros que proporciona servicios de restauración y alojamiento.
- **Hoteles-Monumento:** Se encuentran ubicados en edificios de interés cultural. Ejemplos de este tipo son los hoteles situados en castillos, conventos, iglesias y palacios. Entre estos se encuentran los paradores nacionales en España y las posadas en Portugal.
- **Hoteles-Balneario:** Hospedaje situado dentro de unas instalaciones balnearias dedicadas a los baños públicos o medicinales. Tienen un índice de estancia medio oscilando entre varios días y pocas semanas.
- **Motel de Carretera:** Son establecimientos situados en las proximidades de carreteras que facilitan alojamiento en departamentos con garaje y entrada independiente para estancia de corta duración. Se encuentra fuera del núcleo urbano o como mínimo en las afueras de los mismos próximos en grandes vías de comunicación. Suelen tener señalización vial indicando el acceso por carretera que suele tener facilidad para el cambio de sentido. Este acceso suele ser independiente del peatonal. Normalmente son inmuebles por lo general de una ó dos plantas en cuya planta la superior sería de alojamiento y la inferior el garaje. Tienen un bajo índice de estancia o de alojamiento oscilando entre las 24 horas y 48 horas.
- **Hoteles-Clubes:** Hospedaje que cuenta entre sus instalaciones uno o varios club nocturnos de cierta importancia donde se bebe y se baila y en el que suelen ofrecerse espectáculos musicales. También se denominan así los hoteles situados junto a clubes dedicados a espectáculos eróticos.
- **Hotel de Paso u Hotel Alojamiento:** Es el establecimiento que renta sus cuartos, generalmente, sin esperar que sus clientes se alojen más que unas cuantas horas. El término, es empleado sin importar la arquitectura del

lugar, pues éste puede ser un edificio hotel histórico o un motel acondicionado para el tránsito con automóviles y estacionamiento.

- **Hoteles-Casino:** Se caracterizan por su oferta de juego en sus propias instalaciones. El ejemplo paradigmático de estos hoteles estaría en los establecimientos de Las Vegas aunque existen en muchas otras partes del mundo. Suelen ser establecimientos de categoría elevada.
- **Hoteles Gastronómicos:** Se caracterizan por ofrecer una oferta gastronómica exclusiva que se presenta como la característica principal del establecimiento.
- **Hoteles Deportivos:** Se caracterizan por su orientación a la práctica de determinados deportes ya sea en sus instalaciones o en sus alrededores.
- **Hoteles de Montaña:** instalación situada en la montaña.
- **Hoteles de Temporada:** También llamados hoteles estacionales. Son estructuras que desarrollan su actividad solamente durante parte del año. Un ejemplo típico son algunos hoteles situados en la montaña, en estaciones de esquí, e incluso en la costa.
- **Hoteles Rústicos:** Situados en terrenos rústicos o rurales. Suelen ser edificaciones tradicionales rehabilitadas y en ocasiones incluyen o están próximas a explotaciones agropecuarias.
- **Hoteles Boutique:** El término es originario de Estados Unidos de América, utilizado para describir hoteles de entornos íntimos, generalmente lujosos o no convencionales. Estos hoteles se diferencian de las grandes cadenas por ofrecer un nivel de alojamiento, servicios e instalaciones excepcionales y personalizadas. Generalmente están ambientados con una temática o estilo particular. Son usualmente más

pequeños que los hoteles convencionales, teniendo desde 3 hasta 100 habitaciones. Muchos poseen instalaciones para cenas, bares y salas que pueden estar abiertos al público en general. El segmento que genera la fuente principal de ingresos de estos hoteles son los viajeros corporativos, quienes dan gran importancia a la privacidad, los servicios, la atención y el lujo. Este segmento de mercado es de gran poder adquisitivo, no estacional, muy elástico y repetitivo.

- **Hoteles Business Class o Negocios:** Este tipo de hoteles se caracterizan por atender a personas que visitan un lugar con fines de trabajo o negocio, existen muchas cadenas hoteleras que se especializan en atender a este tipo de huéspedes, los cuales requieren servicios muy particulares de los hoteles tales como: Internet en Habitaciones y Áreas Generales, Centro de negocios, Servicio a la Habitación, Express Check In y Check Out (Término utilizado en la Hotelería para definir el momento de registro y de salida de un huésped, respectivamente), Bell Boy y Valet Parking
- **Cadenas Hoteleras:** Haría falta hacer una descripción del sector con algún dato de su cuota de mercado, las cadenas Hoteleras son aquel conjunto de empresas agrupadas, en forma de concentración horizontal, con distintas fórmulas de propiedad y de gestión cuya finalidad es la de obtener una mayor rentabilidad, una situación de poder, control y prestigio en el mercado nacional e internacional.
- **Hoteles Posada:** Es un establecimiento para viajeros que proporciona servicios de restauración y alojamiento. Algunas son muy antiguas. Donde el pago es menor a la de un hotel común.

A continuación, se procederá a detallar las características más importantes de las posadas, ya que es el objetivo primordial de la iniciativa empresarial.

III.1.5 Las Posadas:

Antecedentes de las Posadas:

Una **posada** es un establecimiento donde los viajeros pueden encontrar comida, bebida y alojamiento. Se encuentran por Europa, y empezaron cuando los romanos construyeron su famoso sistema de carreteras hace dos milenios. Por ello, algunas posadas de Europa tienen varios siglos de antigüedad. Algunas han servido también como lugares de encuentro. (Tomado de la página web. [http://es.wikipedia.org/wiki/Posada_\(establecimiento\)\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Posada_(establecimiento)))).

Posadas: Son instalaciones receptoras, de pequeña escala administradas por una familia o por pequeños empresarios destinada a satisfacer la demanda de los servicios de alojamiento y alimentación de los usuarios en forma temporal. (MINTUR. Normas de Posadas).

Tipología de las Posadas:

- **Posadas Ubicadas en Viejas Casas de Arquitectura Popular o en Nuevas Construcciones:** Estos proyectos buscarán, fundamentalmente, la estabilidad, consolidación y puesta en valor de la arquitectura, respetando su estilo original y sus características mediante una cuidadosa habilitación para su nueva función. Las modificaciones, adiciones o ampliaciones que tuvieren que realizarse seguirán las líneas originales del inmueble. (MINTUR. Normas de Posadas).
- **Posadas en Nuevas Construcciones:** Del estilo de la nueva construcción, de su adaptación al medio, de la calidad de los materiales, de los acabados, de la comodidad y belleza de sus instalaciones depende, en un gran porcentaje, el éxito de estas posadas. (MINTUR. Normas de Posadas).

Clasificación de las Posadas:

- Las posadas pueden ser clasificadas atendiendo a diferentes ángulos, tales como, (MINTUR. Normas de Posadas):

- **A su Localización:**
 - ✓ Urbanas
 - ✓ Sub-Urbanas
 - ✓ Rurales

- **Al Contexto en el Cual se Ubican:**
 - ✓ Playa
 - ✓ Selva
 - ✓ Montaña
 - ✓ Llanos

- **A los Servicios que Prestan:**
 - ✓ Una (1) Estrella
 - ✓ Dos (2) Estrellas
 - ✓ Tres (3) Estrellas

III.1.6 Estudio de Factibilidad:

Proyecto Económico: Es una propuesta de acción que implica la utilización de un conjunto determinado de recursos para el logro de unos resultados esperados. (Guía para elaborar Estudios Económicos de Hoteles, Moteles, Posadas y Campamentos Turísticos, Octubre 2005).

Naturaleza de los Proyectos:

Los proyectos pueden ser:

- **Privados:** son acometidos por un empresario particular para satisfacer sus propios objetivos. Los beneficios que el agente económico privado espera del proyecto son los resultantes del valor de la venta de los servicios que generará el proyecto.

El proyecto interesara al empresario en la medida en que mayor sea el balance a su favor, es decir, por el grado en que los ingresos por los servicios (beneficios) superen al valor total pagado por concepto de costos.

- **Públicos:** los proyectos de inversión pública son un instrumento de intervención del Estado en aquellas áreas que corresponden a su misión y naturaleza. De manera general, el Estado tiene funciones importantes que cumplir en áreas que económicas y sociales, bien porque no sea atractiva la intervención para el empresario privado, o bien porque se trate de servicios.

Empresario: Es quien organiza los medios de producción, el capital y el trabajo. No se limita a sumarlos, sino que los relaciona y ordena de acuerdo con un plan que él pensó previamente. Esto implica que el empresario es una persona creativa, pues concibió la idea de formar una empresa para producir artículos o prestar servicios que luego puede vender en el mercado. Pero no sólo es creativo, sino que también es constante, y prueba de ello es que la organización no es transitoria, sino permanente.

Trámites Necesarios para Constituir una Sociedad Anónima:

La forma jurídica de organización más difundida son las siguientes: la sociedad en nombre personal, y las sociedades anónimas. Existen, además las compañías en nombre colectivo, las compañías en comandita y la compañía de responsabilidad limitada.

Registro Mercantil: antes de iniciar una empresa se debe decidir cuál es la estructura jurídica más apropiada. De esto depende que cumpla o no con ciertas disposiciones legales.

Procedimiento de Registro: el interesado en registrar la empresa debe dirigirse al registro Mercantil para averiguar si la razón social con la cual piensa identificar su

empresa no ha sido ya registrada. Para ello llena la planilla de solicitud de nombre; si esta razón social, está disponible, se debe proceder a proteger el nombre mediante la cancelación de las tasas respectivas, al final de este periodo deberá consignar al registro los estatutos sociales firmados por un abogado y las planillas de impuestos cancelada.

Estudio de Mercado:

El estudio de mercado es la etapa de inicio en un proyecto de inversión y tiene como finalidad la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, la fijación de los precios, el análisis de la comercialización y el producto o servicio en cuestión. Al respecto, Segling (1990) define el estudio de mercado como “la obtención, registro y análisis de datos que se relacionan con un problema específico en la venta de productos y servicios” (p.12).

De acuerdo a Baca (1995), “el objetivo principal del estudio de mercado es constatar la posibilidad real de penetración de un producto a un mercado específico”, (p.16). Este estudio es así mismo, útil para la determinación de precios adecuados, estudiar la mejor manera de comercializar el producto o servicio, en el caso de la posada, y conocer si existe un mercado viable para el mismo.

En este mismo orden de ideas, Kotler (1996), plantea que un estudio de mercado es “el diseño, obtención y comunicación sistemática de los datos y resultados pertinentes para una situación específica de mercadotecnia que afronta la compañía”, (p.91). Es por ello que, el estudio de mercado se plantea, entre otros, los siguientes objetivos:

a. Ratificar la existencia de una necesidad insatisfecha en el mercado, o la posibilidad de brindar un mejor servicio del que ofrecen los productos existentes en el mercado.

- b. Determinar la cantidad de bienes o servicios provenientes de una nueva unidad de producción que la comunidad esté dispuesta a adquirir a determinados precios.
- c. Conocer cuáles son los medios que se emplean para hacer llegar los Bienes y Servicios a los usuarios.
- d. Dar una idea al inversionista del riesgo que el producto corre de ser o no aceptado en el mercado.

El estudio de mercado contempla los siguientes aspectos:

Descripción del Producto: En esta parte se tienen que describir las características del producto o servicio que se está estudiando. Se tienen que reunir todos los datos que permitan identificarlo y señalar todas sus características de forma clara y sencilla.

Demanda: La demanda es una variable que permite medir las necesidades que presenta el mercado sobre un producto en un tiempo determinado; dichas necesidades son obtenidas de los consumidores a través de información estadística. La demanda, de acuerdo a Baca (1995), “es la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado”, (p.17).

Servicio: El servicio se conceptualiza, de acuerdo a Ginebra y Arana (1994), como “el conjunto de prestaciones que el cliente espera, además del producto o del servicio básico, como consecuencia del precio, la imagen y la reputación del mismo” (p.4). En otras palabras, el servicio es algo que va más allá de la amabilidad y de la gentileza, no significa servilismo; se trata de un problema de métodos, no simplemente de cortesía.

En la prestación de un servicio de calidad se encuentran dos componentes, descritos por Horovitz y Jurgens (1994), como el componente procedimiento y el componente personal. Ambos indispensables para lograr la satisfacción total del cliente.

1- El componente de procedimiento: establece sistemas y procedimientos para entregar productos y/o servicios, en los cuales se deben tomar en cuenta factores tales como:

a. El producto en sí tiene que ser fiable y prestar el servicio para el que está destinado.

b. El entorno debe reflejar la calidad de la organización. Unas instalaciones en mal estado o descuidadas suscitan invariablemente dudas sobre otros aspectos de la organización, como las normas por las que se rige y el rendimiento de sus productos.

c. Los sistemas de prestación del servicio deben funcionar a la perfección. Se incluyen aquí la distribución, los programas, los aspectos contables y la organización del trabajo.

2. El componente personal del servicio: Comprende los patrones de interacción, entendiéndose por tales la manera como el personal que presta el servicio se relaciona con los clientes; los elementos externos y el manejo de los contenidos.

Oferta: Según Baca (ob. cit.), “es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes o productores están dispuestos a poner a disposición del mercado a un determinado precio”. (p.36). En palabras de Blanco (2004), la oferta es una variable indicativa de la capacidad de producción o el número de unidades a proporcionar de ciertos bienes o servicios dentro de un mercado en específico y que los vendedores están dispuestos a ofrecer a un precio establecido previamente.

Precio: En cuanto al precio, Baca (ob. cit.), señala que éste es “la cantidad monetaria que los productores están dispuestos a cobrar por sus productos o servicios y a su vez, los consumidores a pagar por los mismos, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio” (p.41). El análisis del precio en un estudio de mercado tiene como propósito conocer la cantidad monetaria por la cual se intercambia un bien o servicio en el mercado, de esta manera, la nueva unidad

productora puede fijar el precio de su producto o servicio, de acuerdo con el valor de referencia.

Formación del Precio: Se analizan los mecanismos de formación de precios en el mercado del producto. Existen diferentes posibilidades, éstas son: precio dado por el mercado interno, precio dado por similares, precios fijados por el gobierno, precio estimado en función al coste de producción, precio estimado en función de la demanda o precios del mercado internacional para productos de exportación. Se debe señalar el precio máximo y mínimo entre los que oscilará el precio de venta unitario del producto o servicio, y sus repercusiones sobre su demanda.

Mercado Potencial: Su objetivo es proyectar las cantidades del producto que la población estará en capacidad de consumir a los diferentes precios. Para determinarla hay que seguir los siguientes pasos: Cruzar los datos de demanda con los de oferta. Si la demanda es mayor que la oferta significa que existirá una demanda insatisfecha. Compararla con la oferta del producto que cubrirá el proyecto y cuantificarla.

En caso de no existir diferencias se deberán mencionar los factores que pueden permitir captar un mercado ya cubierto o la incorporación a posibles expansiones futuras.

Comercialización: La comercialización es definida por Baca (ob. cit.), como “la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar” (p.98). La misma constituye la vía de comunicación entre el productor y el comprador, debido a que permite al productor colocar a disposición de los consumidores, los bienes o servicios que pretende vender.

Estudio Técnico:

El estudio técnico constituye la etapa en la cual se busca determinar si es posible física o materialmente “hacer” un proyecto, tal como lo señala Sapag y Sapag

(1995), “su objetivo es llegar a determinar la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para la producción del bien o servicio deseado”, (p.22). De la selección de la función óptima se derivarán las necesidades de equipos y maquinarias que junto con la información relacionada con el proceso de producción, permitirá cuantificar el costo de operación.

Por otra parte, de acuerdo a Baca (ob. cit.), el estudio técnico es “el que pretende resolver las preguntas referentes a dónde, cuánto, cuándo, cómo y con qué producir lo que se desea”, (p.86). Es decir, se explica la posibilidad técnica de fabricación o comercialización del producto o servicio, a través de la determinación del tamaño óptimo de la empresa, la ingeniería del proyecto, y la decisión de la estructura organizativa y jurídica que se requiere para la correcta operación del proyecto.

Con el estudio técnico se busca establecer las características técnicas del proyecto en función de la normativa y requisitos exigidos según el tipo de proyecto. En esta etapa se elaboran los planos de arquitectura que junto a la memoria descriptiva del proyecto indicando las afectaciones legales sobre el territorio con su localización exacta y características de la zona, y los documentos legales que permitan determinar su factibilidad técnica. (Guía para elaborar Estudios Económicos de Hoteles, Moteles, Posadas y Campamentos Turísticos, Octubre 2005).

Capacidad Instalada: nivel máximo de producción u operación que se estima alcanzar en el horizonte de planificación o vida útil del proyecto. (Blanco, A. (2004). Formulación y Evaluación de Proyecto).

Capacidad Utilizada: nivel de utilización de la capacidad instalada en cada período de la vida útil del proyecto. En el último período de la vida útil coincide al 100% con la capacidad instalada. (Blanco, A. (2004). Formulación y Evaluación de Proyecto).

Localización del Proyecto: Tiene como propósito seleccionar la ubicación más conveniente para el proyecto, es decir, aquella que frente a otras alternativas posibles produzcan el mayor nivel de beneficio para los usuarios y para la comunidad, con el menor costo social, dentro de un marco de factores determinantes o condiciones. (Guía para elaborar Estudios Económicos de Hoteles, Moteles, Posadas y Campamentos Turísticos, Octubre 2005).

Infraestructura del Servicio: En esta etapa del proyecto se van a enumerar las características generales del diseño, el número y tipo de unidades de alojamiento, de restaurantes, bares y cafeterías. Las instalaciones recreativas, la piscina, el jacuzzi y las áreas comunes.

Proceso Operativo: Cualquier tarea empresarial se compone de una combinación de actividades independientes. Cuando cada una de ellas se representa de forma sistemática se obtiene como resultado un “Sistema de Negocio”. En el cual, se describen las actividades que necesitan llevarse a cabo para elaborar un producto o servicio y hacerlo llegar a los clientes. (Manual de Preparación de un Plan de Negocio, Abril 2007).

En este sistema se deben considerar aspectos como los procesos tecnológicos involucrados, el flujo de información y las consideraciones ambientales.

Cronograma de Inversiones: Una planificación realista no es sencilla de realizar, sobre todo cuando se carece de la experiencia necesaria en la creación de un negocio. Sin embargo, el realizar una planificación lo más realista posible, evitarla probabilidad cualquier fallo que genere consecuencias para el proyecto. El plan de realización ejerce una influencia significativa sobre el financiamiento y los riesgos de la empresa. (Manual de Preparación de un Plan de Negocio, Abril 2007).

Estructura Organizativa: Se refiere a los recursos humanos disponibles para trabajar, aspectos laborables indicando número de empleados, técnicos y obreros,

monto de la nómina actual y futura; y la presentación del organigrama administrativo. (Guía para elaborar Estudios Económicos de Hoteles, Moteles, Posadas y Campamentos Turísticos, Octubre 2005).

La planificación sistemática de personal se convierte en algo esencial; ya que, exige un número de personas que deben integrar la organización y proporcionarles una formación. Unas condiciones de trabajo estructuradas de manera clara servirán para describir correctamente los puestos que se ofrecen y buscar así a las personas indicadas. (Manual de Preparación de un Plan de Negocio, Abril 2007).

Estudio Económico Financiero:

Estudio Económico: El objeto del estudio económico, de acuerdo a Baca (ob.cit.), es ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores y elaborar los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica.

El propósito del estudio económico es determinar cuál será la cantidad de recursos económicos que son necesarios para que el proyecto se realice, abarcando así todas las funciones de operación, administración y ventas, así como otra serie de indicadores que servirán de base para la parte final y definitiva del proyecto que es la evaluación económica.

Este estudio se inicia con la determinación de los costos totales y de la inversión inicial, se continúa con la determinación de la depreciación y amortización de toda la inversión inicial. Luego, se procede a calcular el capital de trabajo, que aunque también es parte de la inversión inicial, no está sujeto a depreciación y amortización, dada su naturaleza líquida.

Los aspectos que sirven de base para la siguiente etapa, que es la evaluación financiera son la determinación de la base de rendimiento mínima aceptable y el cálculo de los flujos netos del efectivo. Ambas, tasas y flujos, se calculan con o

sin financiamiento; los flujos provienen del estado de resultados proyectado para el horizonte de tiempo seleccionado, que en el caso de la posada será de diez años.

Cuando se habla de financiamiento, es necesario mostrar cómo funciona y cómo se aplica en el estado de resultados, pues modifica los flujos netos de efectivo. En esta forma se selecciona un plan de financiamiento, y se muestra su cálculo, tanto en la forma de pagar intereses como el pago de capital. De igual manera, es relevante incluir en esta parte el cálculo del punto de equilibrio, que aunque no es una técnica de evaluación representa un punto de referencia importante, pues es el que determina el nivel en donde los costos totales igualan los ingresos totales.

Evaluación Financiera: En la etapa de evaluación financiera, se toma en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, como lo es la tasa interna de rendimiento y el valor presente neto. Se anotan sus limitaciones de aplicación y son comparados con métodos contables de evaluación que no toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, y en ambos se muestra su aplicación práctica.

Esta parte es muy importante, pues es la que al final permite decidir la implantación del proyecto. Normalmente no se encuentran problemas en relación con el mercado o la tecnología disponible que se aplicará al producto o servicio, por lo tanto la decisión de inversión casi siempre recae en la evaluación financiera.

- **Componentes de la Evaluación Económica del Proyecto:**

Inversión: en el sentido económico, es una colocación de capital para obtener una ganancia futura. Esta colocación supone una elección que resigna un beneficio inmediato por uno futuro y, por lo general, improbable.

Una inversión contempla tres variables: el rendimiento esperado (cuánto se espera ganar), el riesgo aceptado (qué probabilidad hay de obtener la ganancia esperada)

y el horizonte temporal (cuándo se obtendrá la ganancia). Tomado de la página web: <http://definicion.de/inversion/>

Capital de Trabajo: Es el capital adicional, lo que necesitamos para hacer la primera corrida de operación antes de recibir ingresos, simplemente, el capital con el que hay que contar para empezar a trabajar.

De esta manera, el capital de trabajo puede definirse como la diferencia que se presenta entre los activos y los pasivos corrientes de la empresa. Se puede decir que una empresa tiene un capital neto de trabajo cuando sus activos corrientes sean mayores que sus pasivos a corto plazo, esto conlleva a que si una entidad organizativa desea empezar alguna operación comercial debe manejar un mínimo de capital de trabajo que dependerá de la actividad de cada una.

Ingresos por Ventas: El ingreso es la cantidad de dinero que se le retribuye a una empresa por concepto de sus operaciones y se dice que el ingreso total, es el que proviene de multiplicar las cantidades vendidas por el precio medio de cada unidad.

Depreciación: En términos generales se refiere a la pérdida de valor de un activo. La pérdida de valor puede derivar de diferentes causas: el uso del activo, su vida útil, la obsolescencia técnica o la inflación prevaleciente. Según Gallardo (1999), la depreciación “contablemente se refiere al cargo que se hace al costo total de un producto con el fin de recuperar el capital invertido en la adquisición del activo”. Este término se emplea para referirse a activos tangibles y fijos (excepto los terrenos).

Amortización: Es el cargo anual que se hace para recuperar la inversión de un activo diferido. El motivo de hacer los cargos de depreciación y amortización es recuperar la inversión por vía fiscal, evitando así que la empresa se descapitalice. Al ser cargado un costo sin hacer desembolso se aumentan los costos totales ocasionando pagar menos impuestos y tener mayor dinero en efectivo disponible.

Nómina: Muchos proyectos turísticos son justificados sobre la base del empleo que generan, por lo cual su correcta valoración desde el punto de vista económico es muy importante. (Guía para elaborar Estudios Económicos de Hoteles, Moteles, Posadas y Campamentos Turísticos, Octubre 2005).

Aquí se incluyen todos los gastos derivados de la contratación, estos son, los sueldos, las cotizaciones a la seguridad social, las cuotas del fondo de prestaciones sociales, entre otros beneficios. (Manual de Preparación de un Plan de Negocio, Abril 2007).

Gastos del Proyecto: Son la suma de obligaciones en las cuales se incurre para la adquisición de un bien o servicio, con la intención de que genere ingresos en el futuro.

Para los proyectos de inversión los costos están divididos en:

- Costo de producción.
- Costos de administración.
- Costos de ventas.
- Costos financieros.

Costos de Producción: están formados por la materia prima, la mano de obra, materiales e insumos, los gastos de mantenimientos y los gastos fijos de depreciación y amortización.

Costos de Administración: son los provenientes de la actividad administrativa dentro de la empresa; todos los gastos que no pertenezcan directamente a producción o a ventas se deben de cargar a los costos de administración y costos generales.

Costos de Ventas: son los que se registran en el área de la empresa encargada de llevar el producto o servicio hasta el cliente final.

Costo Financiero: son los intereses que deben pagarse por concepto de préstamos de capital.

Estado de Resultados: Según Gallardo (1.999), el estado de Ganancias y Pérdidas es “un estado financiero dinámico que permite computar el resultado (utilidad o pérdida neta) que tuvo una empresa al final de un periodo operativo”.

Financiamiento: Lo primero que hay preguntarse sobre el financiamiento es cuánto va a costar poner en marcha la empresa y llevar a cabo una buena gestión de la misma. Para calcular la cantidad de dinero que necesitamos, podremos emplear un plan financiero basado en las hipótesis que hemos utilizado para prever la evolución del negocio. En segundo lugar, tendremos que plantearnos cuál será la liquidez necesaria en cada momento para que la compañía pueda saldar deudas. Esta tarea resulta fundamental en la planificación financiera. En tercer lugar, será aconsejable que consideremos cómo y de dónde podremos obtener los fondos que necesitamos. En la gran mayoría de los casos, el equipo de trabajo no podrá aportar más que una parte del total. En consecuencia, buscar inversores se hace imprescindible para la existencia de la compañía. (Manual de Preparación de un Plan de Negocio, Abril 2007).

Una empresa está financiada cuando ha pedido capital en préstamo para cubrir cualquiera de sus necesidades económicas.

Flujo de Fondos: El flujo de caja es la suma de todas las entradas menos la suma de todas las salidas del proyecto, incluyendo la inversión inicial. Basándose en este método, la inversión será favorable si genera un flujo de caja positivo.

El flujo de caja es la medida real de la cantidad de ingresos de los servicios que genera una empresa. Se puede calcular directamente, utilizando los pagos al contado dentro y fuera de la empresa, o se puede extraer del balance de situación y de la cuenta de resultados. El flujo de caja muestra si las actividades de operación están generando dinero en efectivo o consumiéndolo. Habrá períodos

en los que el flujo de caja será negativo, especialmente cuando la empresa está en proceso de creación. El total de estas salidas de caja representa la necesidad de financiamiento de la empresa. (Manual de Preparación de un Plan de Negocio, Abril 2007).

Flujo de Caja Libre: es una forma de medir los beneficios que produce una firma o proyecto. Contiene los beneficios netos que se reciben. Incluye movimientos de recursos (dinero, activos en especie a su costo de oportunidad, etc.). (Vélez, Ignacio. Decisiones de Inversión. Enfocado a la Valoración de Empresas).

Flujo de Caja de los Inversionistas: Si se piensa en el inversionista (accionista de la firma), se deduce que los movimientos de dinero asociados al proyecto son los aportes que él realice, los excedentes o faltantes del flujo de tesorería después de haber decidido la financiación o la reinversión, los dividendos o utilidades que reciba. El flujo de caja del accionista es igual a las utilidades repartidas (para los períodos 1 a $n-1$) menos los aportes, para el instante 0 es el total de aportes. En el último período (N) se calcula como las utilidades repartidas, menos cualquier aporte en esa fecha, más el valor terminal o de mercado. (Vélez, Ignacio. Decisiones de Inversión. Enfocado a la Valoración de Empresas).

Flujo de Caja del Financiamiento: Consiste simplemente en registrar los ingresos de préstamos, los pagos de las amortizaciones y los intereses; además, debe incluir el ahorro en impuestos por pago de los intereses (cuando se trata de flujo después de impuestos). Con este flujo se puede calcular el costo de financiación después de impuestos. (Vélez, Ignacio. Decisiones de Inversión. Enfocado a la Valoración de Empresas).

Evaluación de Resultados: La evaluación de proyectos por medio de métodos matemáticos- Financieros es una herramienta de gran utilidad para la toma de decisiones por parte de los administradores financieros, ya que un análisis que se anticipe al futuro puede evitar posibles desviaciones y problemas en el largo plazo. Las técnicas de evaluación económica son herramientas de uso general. Lo

mismo puede aplicarse a inversiones industriales, de hotelería, de servicios, que a inversiones en informática.

Según Gallardo (1999), el análisis e interpretación de los datos “consiste en la aplicación de una serie de técnicas para la obtención de conclusiones de interés con respecto a la situación y marcha de determinada organización” (p. 153),

Método del Valor Presente Neto (VPN): El valor que se calcula a través de la sumatoria de los flujos de caja que han sido descontado previamente a una tasa proporcional al riesgo de invertir recursos en el proyecto, y al cual se le deduce el valor actualizado de los egresos iniciales del proyecto o monto de la inversión. (Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión. Estudio Económico y Financiero. Marzo 2008).

Método de la Tasa Interna de Retorno (TIR): Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial. La tasa interna de retorno es aquella que hace que el VPN de un proyecto de inversión sea igual a cero; considera el diferente valor que tienen las masas monetarias según el momento en que se entreguen o se reciban. (Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión. Estudio Económico y Financiero. Marzo 2008).

Período de Recuperación de la Inversión: Corresponden a los números de años que tardará el inversionista en recuperar el monto del capital invertido. Para ello, se deben comparar las diferencias acumuladas entre ingresos y egresos anuales con el monto de la inversión inicial. En el momento en que dicha diferencia acumulada sea superior o igual a la inversión inicial, el inversionista habrá recuperado la misma. Este indicador sólo mide el riesgo del proyecto. No mide beneficio ni rentabilidad. (Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión. Estudio Económico y Financiero. Marzo 2008).

Punto de Equilibrio: Es el nivel de producción en el que los beneficios por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables. El punto de equilibrio es donde los ingresos son iguales a los costos.

El punto de equilibrio es una herramienta financiera que permite determinar el momento en el cual las ventas cubrirán exactamente los costos, expresándose en valores, porcentaje y/o unidades, además muestra la magnitud de las utilidades o pérdidas de la empresa cuando las ventas excedan o caen por debajo de este punto, de tal forma que este viene a ser un punto de referencia a partir del cual un incremento en los volúmenes de venta generará utilidades, pero también un decremento ocasionará pérdidas, por tal razón se deberán analizar algunos aspectos importantes como son los costos fijos, costos variables y las ventas generadas. Tomado de la página web.

<http://www.gestiopolis.com/recursos2/documentos/fulldocs/fin/evaproivan.htm>

Análisis de Sensibilidad: cumple varios propósitos: averiguar los efectos de los cambios en ciertas variables para descubrir cuáles son aquellas variables más críticas; esto es, aquellas variables que cuando cambian en una unidad porcentual, el cambio porcentual en los resultados (utilidad, activos, VPN, etcétera) es mayor. Esto permite centrar la atención del gerente, en las etapas de control, sobre lo que realmente es importante. O sea que una vez el proyecto está en marcha permite ejercer mayor control de manera selectiva, sobre las variables más críticas. (Vélez, Ignacio. Decisiones de Inversión. Enfocado a la Valoración de Empresas).

III.2 Marco Legal:

Se refiere a la necesidad de determinar la inexistencia de trabas legales para la instalación y operación normal del proyecto. Su realización corresponde a los expertos respectivos, y en ella el responsable de estudiar su conveniencia económica tiene poco o nada que decir. Sin embargo, el evaluador puede, mediante una investigación exploratoria, definir el marco de restricciones legales que enfrentará el proyecto.

El marco legal de este estudio se rige bajo las siguientes leyes, normas y procedimientos:

- Constitución de la República Bolivariana de Venezuela.
- Ley Orgánica de Turismo.
- Reglamento Parcial de la Ley Orgánica de Turismo sobre Establecimientos de Alojamiento Turístico.
- Registro Turístico Nacional.
- Ley de Ordenamiento Urbanístico.
- Ley Orgánica del Régimen Municipal.
- Ordenanza de Zonificación del Estado Falcón.
- Ley Orgánica del Trabajo.
- Ley Orgánica del Sistema de Seguridad Social.
- Ley que regula el Subsistema de Vivienda y Política Habitacional.
- Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley del Instituto Nacional de Capacitación y Educación Socialista.
- Ley de Impuesto sobre la Renta.
- Código Orgánico Tributario.
- Código de Comercio.
- Ley Orgánica del Ambiente.
-

La actividad turística en el Estado Falcón está regida por las siguientes normas y procedimientos:

Constitución de la República Bolivariana de Venezuela. Publicada en la Gaceta Oficial N° 36.860, de fecha 30 de diciembre de 1999.

Artículo 310: El turismo es una actividad económica de interés nacional, prioritario 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.

Ley Orgánica del Turismo. Publicada en la Gaceta Oficial Extraordinaria N° 5.889, de fecha 31 de julio de 2008.

Artículo 53: Los Ministerios del Poder Popular con competencia en materia turística, ambiental y otros con competencia en la materia, revisarán y aprobarán los estudios de factibilidad socio-técnica y viabilidad ambiental, social, económica, política y cultural respectiva, de los proyectos de turismo, a ser desarrollados dentro de las Zonas de Interés Turístico.

Artículo 61: El Ejecutivo Nacional a través de los órganos competentes, fomentará y estimulará las inversiones privadas que tiendan a incrementar o a mejorar la atención y desarrollo del turismo como actividad comunitaria. En tal sentido, las empresas desarrollarán acciones de corresponsabilidad social en su entorno directo. Asimismo, promoverá y apoyará empresas que oferten servicios turísticos accesibles a la población de ingresos económicos limitados.

Artículo 62: Las organizaciones e instituciones que se dediquen al turismo como actividad comunitaria, podrán contar con la asesoría técnica del Ministerio del Poder Popular con competencia en turismo, para la formación y para el desarrollo de políticas, planes, programas y proyectos.

Artículo 63: El Estado fomentará la organización comunitaria para instar el cumplimiento de los deberes y derechos de los turistas o usuarios turísticos y prestadores de servicios turísticos.

Artículo 64: A los efectos de este Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley Orgánica de Turismo, las comunidades organizadas, consejos comunales y demás formas de participación popular son corresponsables con el Estado en:

1. Diagnosticar y jerarquizar sus problemas y necesidades en torno al turismo como actividad comunitaria y social.
2. Contribuir en la elaboración, ejecución y seguimiento de los planes y programas de turismo como actividad comunitaria y social, que fundamentalmente incorporen a los beneficiarios de este Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley.
3. Efectuar la contraloría social en todas las actividades relacionadas con el turismo como actividad comunitaria y social.
4. Promover la participación de la población con la finalidad de desarrollar iniciativas que contribuyan en la ejecución de los programas de turismo como actividad comunitaria y social.
5. Gestionar los recursos para el turismo como actividad comunitaria y social.

Artículo 67: Las instalaciones vinculadas al turismo que sean administrados por el Estado, deberán otorgar tarifas preferenciales a los beneficiarios del turismo social de este Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley Orgánica de Turismo.

Artículo 68: En los espacios y actividades turísticas destinadas a niñas y niños en edad escolar, adolescentes, adulta o adulto mayor y a las personas con discapacidad o necesidades especiales, los prestadores de servicios turísticos deberán contar con personal capacitado e instalaciones idóneas, para garantizar la seguridad de esos turistas o usuarios turísticos que hagan uso de las instalaciones y actividades para ellos reservadas.

Reglamento Parcial de la Ley Orgánica de Turismo sobre Establecimientos de Alojamiento Turístico. Publicada en la Gaceta Oficial N° 36.607 de fecha 21 de diciembre de 1998.

Artículo 10: La Clasificación por Tipos de establecimientos de alojamiento turístico, integrantes del Sistema Turístico Nacional, es la siguiente:

e) **Posada de Turismo:** aquel establecimiento de pequeña escala, localizado en centros poblados, áreas rurales, playas y carreteras en rutas o circuitos turísticos, administrado por una familia ó por pequeños empresarios, destinado a satisfacer la demanda de los servicios de alojamiento y alimentación, el cual será autóctono de la zona donde esté ubicado.

Tabulador de Servicios para las Categorías de los Establecimientos de Alojamiento Turístico: Tipo Estancia de Turismo. Resolución N 01. Publicada en la Gaceta Oficial Número 5.294 Extraordinario de fecha 28 de enero de 1999.

Artículo 1º: La asignación de las categorías de Las Estancias de Turismo integrantes del Sistema Turístico Nacional las realizará la Corporación de Turismo de Venezuela (CORPOTURISMO) de acuerdo a la evaluación de sus servicios y conforme al procedimiento previsto en la presente Resolución.

Artículo 2º:

- A) Según establece el reglamento parcial de La Ley Orgánica de Turismo sobre establecimientos de alojamiento turístico se define como Estancia de Turismo “Aquel establecimiento similar a una Posada de Turismo que se encuentre cercana a la ciudad, en áreas rurales con ambiente campestre”.
- B) Las Estancias de Turismo tendrán como parte del establecimiento, el espacio suficiente para actividades campestres relacionadas con la naturaleza, además de recepción, alojamiento, servicios de alimentos y bebidas y servicios complementarios según su categoría. El área total del establecimiento no será menor a una Hectárea.
- C) La construcción tendrá máximo dos plantas con unidades aisladas que pueden ser cabañas, módulos de habitaciones y una unidad principal con servicios básicos y complementarios.

- D) El área exterior tendrá desarrollo de caminerías y paisajismo que la acondicionen para el disfrute y seguridad de las actividades campestres.
- E) La construcción será típica de la región manteniendo los valores arquitectónicos de tradición popular.
- F) El máximo de habitaciones permitidas en las Estancias de Turismo, será de (35) treinta y cinco.
- G) Las Estancias de Turismo deberán tener una unidad de servicio de camareras con lavamopas cada (20) veinte habitaciones y cada (6) seis cabañas.
- H) Las cabañas deben cumplir con las siguientes áreas en todas las categorías,

Para un ambiente, mínimo 30 Mts2., máximo 41 Mts2.

Para una habitación más área social, mínimo 42 Mts2., máximo 55 Mts2.

Para dos habitaciones más área social, mínimo 56 Mts2., máximo 65 Mts2.

En las cabañas se mantendrán las exigencias en cuanto a las medidas de las habitaciones, baños, camas y dotación en general.
- I) En las cabañas, Las Estancias de Turismo tendrán máximo dos habitaciones dormitorio, con un baño por habitación si es privado o uno para dos habitaciones si es común.

Artículo 3º: Se establecen los requisitos mínimos por estrellas para los establecimientos clasificados como Estancias de Turismo, los cuales deberán cumplir con los requisitos establecidos por la categoría asignada por la Corporación de Turismo de Venezuela (CORPOTURISMO).

Artículo 4º: Se establece el Tabulador siguiente:

Cuadro N° 5. Tabulador.

N°	REQUISITOS MINIMOS	1*	2*	3*	4*	OBSERVACIONES
1	SERVICIO DE PORTERO. Maletero.				*	
2	RECEPCIÓN / LOBBY a) Acceso al huésped. b) Persona disponible en recepción. c) Oficina, mostrador de registro, información y Caja. d) Salón – Estar. e) Caja de Seguridad. f) Tarifas a la vista del público. g) Mensajes al huésped. h) Servicio despertador a solicitud del huésped. i) Un teléfono público. j) Radio comunicación. k) Sanitarios Públicos para Damas y Caballeros dotados de: W.C., lavamanos, espejos, jabón,	*	*	*	*	Con mobiliario confortable acorde a la categoría y capacidad. A solicitud del huésped. Si existe acometida en el área. Si no hay posibilidad de teléfono. Según normas sanitarias.
N°	REQUISITOS MINIMOS	1*	2*	3*	4*	OBSERVACIONES
	toallas de mano y papel higiénico.					
i)	Buzón de correo, venta de estampillas y tarjetas telefónicas.				*	
3	HABITACIONES Y SERVICIOS a) Pasillos para el acceso a las habitaciones con un mínimo 1,50 Mts ² . b) Puerta de habitación con llave y Lock o equivalente que asegure la privacidad del huésped. c) Aviso no molestar. d) Aviso de Procedimientos de Emergencias e Incendios. e) Guía Telefónica. f) Tarifas telefónicas notificadas con anterioridad. g) Información Turística. h) Termo o Jarra con agua y vasos por número de Huéspedes. i) Carpeta con papel y logotipo del establecimiento. j) Refrigerador o Nevera Ejecutiva.	*	*	*	*	Ej.: Cadena, pasador, etc.
4	HABITACIONES DOBLES a) 10 Mts ² . b) 12 Mts ² . c) 14 Mts ² . d) 16 Mts ² .	*	*	*	*	
5	HABITACIÓN PARA MINUSVALIDO a) 20 M ² . b) Baño 5 M ² .				*	

Nº	REQUISITOS MINIMOS	1*	2*	3*	4*	OBSERVACIONES
6	CAMAS EN HABITACION DOBLE					
a)	Dos de 0.80 x 1.90 M.	*				
b)	Dos de 0.90 x 1.90 ó una de 1.60 x 1.90 M.		*			
c)	Dos de 1.00 x 1.90 ó una de 1.60 x 1.90 M.			*		
d)	Dos de 1.40 x 1.90 ó una de 1.80 x 1.90 M.				*	
e)	Cama adicional.			*	*	A solicitud del huésped.
f)	Cuna.			*	*	A solicitud del huésped
7	Alfombrín de Cama			*	*	Cuando no este alfombrado el piso.
8	Cabecera de cama.		*	*	*	
9a)	Lencería incluyendo cobija y almohada.	*	*			
b)	Lencería incluyendo 2 almohadas y cobija adicional por cada huésped.			*	*	
Nº	REQUISITOS MINIMOS	1*	2*	3*	4*	OBSERVACIONES
10a)	Cambio de lencería cada 4 días máximo ó por nuevo huésped.	*				
b)	Cambio de lencería cada 3 días máximo ó por nuevo huésped.		*			
c)	Cambio de lencería cada 2 días máximo ó por nuevo huésped.			*		
d)	Cambio de lencería diario.				*	
11	Cubrecama			*	*	
12	MOBILIARIO HABITACIONES					
a)	Una silla, una mesa de noche, una lámpara y espejo cada dos huéspedes.	*	*			
b)	Una silla, una mesa de noche, una lámpara por cada huésped.			*	*	Con control de lámpara al alcance de la cama.
c)	Cómoda o peinadora con espejo y lámpara.			*	*	
d)	Closet mínimo 0,60 x 1 Mts. - Incluyendo gavetero ó estantes. - Gavetero ó estantes adicionales.	*	*	*	*	Espacio neto interno.
e)	Portamaletas.	*	*	*	*	
13	Iluminación y ventilación natural en habitaciones.	*	*	*	*	
14	Cortinas no traslúcidas o persianas en todas las ventanas.	*	*	*	*	
15a)	Cesta papelerá.	*	*	*	*	
b)	Ceniceros.	*	*	*	*	En habitaciones de fumadores.
16	Radio y/o ambiente musical en cada habitación.				*	

Nº	REQUISITOS MINIMOS	1*	2*	3*	4*	OBSERVACIONES
17a)	T. V. A color en habitación.		*			
b)	T. V. A color con control remoto a solicitud del huésped en habitación.			*		
c)	T. V. a color con control remoto y canales adicionales en habitación.				*	
18	Teléfono en habitación.			*	*	
19a)	Ventiladores en habitación.	*				Quando el clima lo requiera.
b)	Aire acondicionado.		*	*		
c)	Aire acondicionado silencioso.				*	
20	ROOM SERVICE					
a)	Comida ligera (12 Horas).			*		
b)	Bar y comida ligera (16 Horas).				*	
c)	Servicio de hielo en habitación.			*	*	
21	BAÑOS EN HABITACIONES					
a)	Baños 2.50 M ² .	*	*			
b)	Baños 3.00 M ² .			*		
c)	Baños 4.00 M ² .				*	
d)	Dotación del baño con jabón, paños limpios, lavamanos, espejo, W.C, gancho (Hook), papelería y ducha	*	*	*	*	
Nº	REQUISITOS MINIMOS	1*	2*	3*	4*	OBSERVACIONES
e)	Ducha manual o bidé.		*	*	*	
f)	Alfombra de baño.			*	*	
g)	Secador de pelo.				*	
h)	Kit de baño.				*	Champú, enjuague, máquina de afeitar, cremas, gorro de
i)	Juego de paños - 2 Piezas. - 3 Piezas.	*	*	*	*	baño, cepillo y crema dental u otros.
22	SERVICIOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS.					
a)	Un comedor con servicio de desayuno, almuerzo y cena.	*	*	*		
b)	Restaurant con Menú: Desayuno, almuerzo y cena.				*	
23a)	Mesonero.			*	*	
b)	Jefe o Capitán de mesonero.				*	
24a)	Cubiertería, cristalería y vajilla de calidad.	*	*			
b)	Cubiertería, cristalería y vajilla de alta calidad.			*	*	Materiales acorde con la categoría y ubicación del establecimiento.
c)	Sanitarios Públicos que sirvan al comedor.	*	*	*	*	Según normas sanitarias.
25	Bar con Barman 12 Horas.				*	

Nº	REQUISITOS MINIMOS	1*	2*	3*	4*	OBSERVACIONES
26	DEPENDENCIAS DE SERVICIOS PÚBLICOS GENERALES					
a)	Entrada peatonal de servicio.	*	*	*	*	Según normas sanitarias.
b)	Entrada de servicio vehicular.			*	*	
c)	Control de empleados.			*	*	
d)	Vestuarios y sanitarios Damas, Caballeros, de empleados.	*	*	*	*	
e)	Comedor de empleados.	*	*	*	*	
f)	Persona encargada de adiestramiento y manejo de persona.			*	*	
27	DEPÓSITOS					
a)	Depósito o almacén en general.	*	*	*	*	
b)	Despensa uso diario.	*	*	*	*	
c)	Cavas de uso diario.	*	*	*	*	
d)	Cavas separadas para uso: lácteos, carnes, pescados, frutas y vegetales.			*	*	
28a)	Cocina con extractor de humo.	*	*	*	*	
b)	Cocinero (a).	*	*	*		
c)	Chef.				*	
29	Ama de llaves.			*	*	
Nº	REQUISITOS MINIMOS	1*	2*	3*	4*	OBSERVACIONES
30	Depósito de útiles de limpieza.	*	*	*	*	
31	Depósito de basura hermética.	*	*	*	*	
32	Depósito de basura refrigerada.				*	
33	Depósito de lencería y utilería.	*	*	*	*	
34a)	Botiquín de Primeros Auxilios.	*	*			
b)	Áreas de enfermería equipada para primeros auxilios			*	*	
35	Venta de artesanía, libros, revistas y artículos de primera necesidad.			*	*	
36a)	Sala de usos múltiples.				*	
b)	Depósitos.				*	
c)	Baños damas y caballeros				*	
37	Estacionamientos.	*	*	*	*	Suficiente para su capacidad.
38	SERVICIOS DE RECREACIÓN					
a)	Una actividad campestre. paños limpios, lavamanos, espejo, W.C., y papel higiénico.	*	*			Ej.: Paseos a pie o a caballo, deportes en general, pesca, observación flora y fauna u otros. Juegos de mesa, salón de lectura, videos y T.V.
b)	Una actividad dentro del establecimiento.	*	*			
c)	Dos actividades campestres.			*	*	
d)	Dos actividades dentro del establecimiento.			*	*	
e)	Áreas de juego para niños.	*	*	*	*	

Fuente: Ley de CORPOTURISMO.

Otros aspectos que deben ser considerados a la hora de la puesta en funcionamiento de una posada son las siguientes:

- Registro Legal de la Empresa.
- Inscripciones en el Registro Turístico Nacional.
- Formas de Comercialización.
- Permisos Municipales y Ambientales.
- Permisos Turísticos: (Aval Turístico, RTN, Y RTE).

Capítulo IV. Marco Metodológico

Una investigación requiere que los hechos estudiados, así como las relaciones que se establecen entre sí, los resultados obtenidos y las evidencias significativas encontradas en relación con el problema investigado, además, de los nuevos conocimientos que es posible situar, reúnan las condiciones de fiabilidad y objetividad; para lo cual se requiere delimitar los procedimientos de orden metodológico, a través de los cuales se intenta dar respuestas a las interrogantes objeto de investigación.

Consecuentemente, el marco metodológico de la presente investigación donde se propone estudiar la factibilidad para la construcción y funcionamiento de una posada en Tucacas, Estado Falcón, constituye la instancia que alude al momento tecno-operacional presente en todo proceso de investigación, donde es necesario situar al detalle, el conjunto de métodos, técnicas y protocolos instrumentales que se emplearán en la investigación propuesta.

Esta investigación se inicio con el planteamiento del problema, la justificación que amerita dicho estudio y el planteamiento de los objetivos que se pretendieron alcanzar al final del mismo, para ello se siguió una metodología con la cual se busco conocer a plenitud las variables influyentes a objeto de dar repuesta a la situación planteada.

La metodología es la estructura lógica y organizada que sirve de instrumento orientador al investigador en cuanto al tipo, enfoque y amplitud o profundidad con la que se realizara el estudio según explica Balestrini, M. (2002):

“El fin esencial del Marco Metodológico es el de situar, en el lenguaje de investigación, los métodos e instrumentos que se amplían en la investigación planteada, desde la invocación acerca del tipo de estudio y el diseño de la investigación; su universo o población; su muestra; los instrumentos y las técnicas de recolección de los datos. De esta manera se proporcionará al lector una

información detallada acerca de cómo se realizara la investigación”. (p.126). De acuerdo con este concepto, a continuación se presenta el marco metodológico de la presente investigación:

IV.1 Tipo de Investigación:

Hurtado de B., J. (1998), citando a Briones, G. (1991) señala que: “La investigación evaluativa es aquello que analiza la estructura, el funcionamiento y los resultados de un programa con el fin de proporcionar información de la cual se puedan derivar criterios útiles para la toma de decisiones con respecto a la administración y desarrollo del programa evaluado. En otras palabras, la investigación evaluativa permite estimar la efectividad de uno o varios programas, propuestas, planes de acción o diseño, los cuales han sido aplicados anteriormente con la intención de resolver o modificar una situación determinada”. (p. 365-366). De acuerdo con los objetivos planteados este estudio se enmarca dentro de la modalidad de proyecto evaluativo ya que pretende realizar un estudio de factibilidad para una posada en la Urbanización Granjas El Tuque en Tucacas, Estado Falcón.

El alcance de este estudio es descriptivo, Ary, Jacobs y Razarieli, (1993) explican que: “Los estudios de esta índole tratan de obtener información acerca del estado actual de los fenómenos; con ello se pretende precisar la naturaleza de una situación tal como existe en el momento del estudio. El objetivo consiste en describir lo que existe con respecto a las variaciones o a las condiciones de una situación”. (p.308).

La naturaleza de la investigación según explica Balestrini (ob. cit.), lo define como “una proposición sustentada en un modelo operativo factible, orientada a resolver un problema planteado o a satisfacer necesidades en una institución o campo de interés nacional” (p. 130). En atención a esta modalidad, se desarrollan

cuatro fases, a saber: estudio de mercado, estudio técnico, estudio económico-financiero y evaluación económica.

IV.2 Diseño de la Investigación:

En el marco de la investigación planteada, referida al estudio de factibilidad para la construcción y funcionamiento de una posada en Tucacas, Estado Falcón, se define el diseño de investigación, de acuerdo a Balestrini (ob. cit.), como “el plan o la estrategia global en el contexto del estudio propuesto, que permite orientar desde el punto de vista técnico, y guiar todo el proceso de investigación”, (p.134). Es decir, desde la recolección de los primeros datos, hasta el análisis e interpretación de los mismos, en función de los objetivos definidos en la presente investigación.

El estudio propuesto se adecua a los propósitos de la investigación no experimental descriptiva, donde no se han planteado hipótesis, pero sí se han definido un conjunto de variables. Conforme a Balestrini (ob. cit.), se trata de un estudio descriptivo, en la medida que el fin último es el de describir con precisión la factibilidad para la construcción y funcionamiento de una posada en Tucacas, Estado Falcón.

IV.3 Unidad de Análisis:

Hernández, (1998), la define: “Como aquella que se examina, es decir, en la que se busca la información, su naturaleza depende de los objetivos de estudio”. (p. 296). Se investiga los elementos requeridos para un estudio de factibilidad, los requisitos para la operación de una posada según la Corporación de Turismo del Estado Falcón y la oferta y la demanda de establecimientos de este tipo en Tucacas.

IV.4 Etapas de Investigación:

En el desarrollo de la investigación se siguieron las siguientes etapas:

- Revisión bibliográfica y documental.
- Definición de información relevante.
- Diseño de investigación.
- Procesamiento y análisis de la información.
- Conclusiones de la investigación.
- Elaboración del informe.
- Presentación del informe.

IV. 5 Operacionalización de los Objetivos:

Cuadro N° 6. Sistema de Variables.

Variable	Objetivos Específicos	Dimensión	Indicadores	Fuente
Evaluar la Factibilidad para la Construcción y Funcionamiento de una Posada, en la Urbanización Granjas El Tuque, Tucacas, Estado Falcón.	Diagnosticar por medio de un estudio de mercado, la necesidad de construir y poner a funcionar una posada para satisfacer la demanda de alojamiento en Tucacas.	Estudio de Mercado.	Oferta. Demanda. Precio. Comercialización.	Usuarios potenciales del servicio e información de estadísticas.
	Determinar los elementos técnicos y las normativas legales que rigen la construcción de una posada en Tucacas.	Instrumentos y normas que regulan los proyectos turísticos.	Capacidad Instalada Organización. Operativa. (Recursos Humanos). Dimensiones y Memoria Descriptiva del Proyecto. (Recursos Físicos). Procesos e Infraestructura.	Proyecto de Construcción. Análisis. Microlocalización.
	Estudiar de forma financiera y económica los recursos necesarios del proyecto.	Estudio Financiero y Económico.	Inversiones Físicas. Ingresos. Costos Operativos. Costos Financieros.	Valoración de los recursos.
	Evaluar la factibilidad económica de construir y poner en funcionamiento una posada en Tucacas, Estado Falcón.	Viabilidad del proyecto	Flujo de Caja VPN TIR	Estudio económico-financiero a través de fórmulas y tablas financieras.

Fuente: Propia (2009)

Capítulo V. Resultados

Estudiar la Factibilidad de un Proyecto de Posada en la Urbanización Granjas El Tuque del Municipio Silva en Tucacas, Estado Falcón, a través de un Estudio de Mercado, Técnico, Económico y Financiero.

V. 1 Estudio de Mercado:

V.1.1 El Turismo en Falcón:

Falcón goza de una localización económicamente favorable: En pleno Caribe limitando con las Antillas Neerlandesas. Nuestra puerta al comercio internacional con Europa y comunicación por puertos internacionales. Es la región noroccidental de Venezuela, limitando por el oeste con el estado Zulia y el Golfo de Venezuela. Nuestra puerta al comercio con la comunidad andina.

Los estados limítrofes son Lara, Yaracuy y Carabobo, cuya vecindad constituye la conexión con el sector industrial y de servicios

Falcón es uno de los primeros estados que tuvo Venezuela es muy rico en historia y muy extenso en tierras; posee playas, cayos, islas, salinas, médanos y la más importante zona colonial en el país. Este estado empieza con las playas de Boca de Aroa, después de pasar morón en el estado Carabobo y llega hasta el estado Zulia siguiendo toda la ruta por la costa.

La superficie territorio es de 24.800 km² y una longitud de costa de 685 km² en cuyo litoral, se encuentra una variedad de paisajes y conjuntos de hábitat de numerosas especies de flora y fauna, entre los cuales hay que destacar las zonas de manglares, por ser típicas de un reducido número de regiones del planeta, (Potef, 2002) y conformar una Zona de Vida fundamental para el equilibrio del ecosistema del Parque Morrocoy. Además proporcionan fuentes de ingresos para

la comunidad, por la extracción y comercialización de frutos del mar, que se venden a los visitantes.

Aunado a ello, encontramos la riqueza cultural, conformada por expresiones africanas, indígenas y europeas que se combinan y se expresan a través de una variedad de manifestaciones culturales, que ha sido poco valorada por los planificadores de la actividad turística en esta región, privando la concepción de disfrute de los escenarios naturales como eje de atracción para los visitantes.

Como dato relevante sobre estas manifestaciones culturales, el Estado Falcón tiene en su inventario oficial de “Atractivos Turísticos” 154 atractivos naturales y 282 atractivos culturales. Lo cual dice mucho de las potencialidades no explotadas de un turismo de tipo cultural.

El territorio del Estado se encuentra dividido en cinco zonas turísticas, distribuidas así:

- 1.- Zona de Paraguaná
- 2.- Zona Centro Norte
- 3.- Zona de la Sierra de San Luis
- 4.- Zona Occidental
- 5.- Zona Costa Oriental

El proyecto se concentrará en la Zona 5: Costa Oriental de Falcón, en la cual se encuentra localizado el Municipio Silva, capital Tucacas, el cual es un pueblo muy bonito con el gran parque nacional de Morrocoy, tiene unas playas muy tranquilas y lugares con arrecifes para poder practicar el snorkel, cuenta con una laguna y un muelle que se encuentra al final del camino, llamado Punta Sánchez, desde donde puede tomar un peñero para ir a la isla de Paicla. Siguiendo por la carretera se encuentra con la entrada a las marinas de Tucacas desde donde se puede tomar peñeros para ir a los cayos: Paicla, Cayo Sal, Muerto, Varadero,

Pelón, entre otros y hasta dar un paseo por los mangles de este hermoso Parque Turístico Morrocoy.

Cuadro N° 7. Población y Atractivos: Zona Costa Oriental del Estado Falcón.

MUNICIPIO	SUPERFICIE (Km²)	POBLACIÓN	ATRATIVOS CULTURALES	ATRATIVOS NATURALES
Acosta	757,00	17.078	8	10
Jacura	1.842,00	11.500	2	no inventariados
Monseñor Iturriza	907,00	17.774	9	19
San Francisco	346,00	10.000	3	3
Silva	537,00	28.820	10	33
Cacique Manaure	190,00	7.608	no inventariados	no inventariados
Palmasola	194,00	6.340	no inventariados	no inventariados

Fuente: IERU.USB LUZ. UNEFM. 2004. Citado por: Ana Teresa González y Tomiris Chacón. Desarrollo Endógeno y Turismo: Una Apuesta por la Calidad de Vida.

La población que reside en la Costa Oriental de Falcón está por el orden de los 100 mil habitantes. Es pequeña en relación al territorio de sus cinco municipios. Tal como lo indica el cuadro anterior, el municipio Silva es uno de los más poblados de la Costa Oriental cuenta con 28.820 habitantes, y tiene el privilegio de ser una población del entorno de la zona protegida del Parque Nacional, y es el que tiene el mayor crecimiento en construcción de residencias vacacionales.

También es importante la evidencia que el cuadro presenta sobre el número de atractivos naturales que predomina en dicho municipio 33 junto a los 10 del tipo cultural, por lo tanto se ubica en primer lugar dentro de la zona Costa Oriental. (Ana Teresa González y Tomiris Chacón. Desarrollo Endógeno y Turismo: Una Apuesta por la Calidad de Vida).

En cuanto a potencialidades turísticas ya descritas, el estado Falcón cuenta con maravillosos recursos naturales, que vale la pena conocer. Tal es el caso de Tucacas en el Municipio Silva, pueblo que acoge un interesante número de visitantes al año, lo que lo convierte en una buena oportunidad de negocio para entes públicos o privados interesados en desarrollar el turismo en esta localidad.

Frecuentemente, los habitantes citadinos en aras de establecer contacto con la naturaleza y salir de la rutina de la metrópolis, emigran durante temporadas de vacaciones hacia espacios naturales; el Estado Falcón posee grandes atractivos

turísticos tales como: El Parque Nacional Morrocoy donde se pueden apreciar diferentes cayos los más visitados o conocidos son: Playuela, Cayo Azul, Cayo Norte, Mayorkina, Los Juanes, Pescadores y Cayo Sombrero. Los maravillosos Medanos de Coro y por supuesto la Zona de Libre Comercio de Paraguaná, donde los turistas pueden realizar sus compras. Ciertamente, el recorrido vía terrestre hacia tal destino implica horas de viaje que necesariamente obligan a realizar paradas estratégicas para pernoctar. Siendo Falcón, un multidesino, en la cual se encuentra Tucacas, una parada ubicada en la ruta y considerando que en esta localidad existen pocos establecimientos que ofrezcan servicios de hospedaje de calidad para el turismo, se hace necesario desarrollos urbanísticos en Tucacas destinado a ofrecer este tipo de servicio.

El estado Falcón es el destino turístico más visitado en Venezuela, según el presidente de la Corporación Falconiana de Turismo, Corfaltur, Ildefonso Finol, quien señaló que en el año 2006 llegaron a la entidad cerca de 4 millones de movimientos turísticos y este año ese número debió aumentar un 13%, o sea, unos 4 millones 500 mil.

Para concluir Finol resaltó que Falcón es un multidesino, porque tiene variedad de ambientes (cayos, playas, montañas y cuevas). “Ese potencial no se ha sabido aprovechar y tenemos todavía malos servicios, porque no ha habido una política de Estado para desarrollar una cultura del turismo y no vemos al visitante como turista, pero la economía turística es una alternativa muy buena para este país porque genera mucho empleo, tanto o más que la industria petrolera”.

La infraestructura turística de Tucacas es restringida pues, aunque cuenta con establecimientos para el alojamiento de los turistas que frecuentan esta localidad, el servicio de hospedaje es medianamente aceptable por cuanto sólo se ofrecen los servicios básicos. En vista de esta situación, se tiene la necesidad de mejorar la infraestructura destinada al servicio de hospedaje para hacer frente a las exigencias de los usuarios. No hay que olvidar que Horovitz (1994) indica que “el servicio es el conjunto de prestaciones que el cliente espera, además del producto

o del servicio básico, como consecuencias del precio, la imagen y la reputación del mismo. El servicio es algo que va más allá de la amabilidad y la gentileza”.

De ahí que el servicio de hospedaje deba regirse por una serie de condiciones orientadas a proporcionar la satisfacción de las necesidades de los consumidores en cuanto a un sitio donde pernoctar -u hospedarse durante una estadía más larga- en determinadas condiciones de bienestar. Por ello surge esta propuesta de crear una posada turística cuyo concepto y funcionamiento sea un ejemplo a seguir en cuanto a la calidad del servicio ofrecido a los usuarios. Ello representaría una ventaja competitiva con respecto a otros establecimientos en el mismo ámbito.

V.1.2 Descripción del Servicio:

La **Posada Azulada, C.A.** brindará servicio de hospedaje, restaurant y servicios complementarios en un ambiente familiar, seguro, confortable, higiénico y de alta calidad; donde el cliente se sienta bien atendido, satisfaciendo sus necesidades.

El mercado meta al cual está dirigido el proyecto corresponde básicamente al turista nacional, que se desplaza en vehículo propio, mayormente en grupos de 2 o más personas, que tienen como destino final el Parque Nacional de Morrocoy y los distintos Cayos que se encuentran en las zonas aledañas.

El servicio de alojamiento está conformado por 20 habitaciones que incluyen, 2 camas matrimoniales por habitación; cumpliendo con las normas y estándares establecidos por Corpoturismo. Las habitaciones estarán dotadas con camas, televisores, aire acondicionado, nevera ejecutiva, teléfono, lencería, baño y demás accesorios propios del servicio.

Así mismo, incluye el servicio de restaurant que ofrecerá comidas y bebidas nacionales, internacionales y típicas de la región, en un único horario, el cual será el de desayuno. La capacidad del mismo y equipamiento garantizará en principio la atención de quienes se hospeden en la posada.

Los servicios complementarios comprenden áreas de esparcimiento al aire libre conformado por la piscina, las caminerías y el estacionamiento con vigilancia privada.

El concepto de servicios cubrirá los aspectos estrictamente humanos de la interacción del servicio al cliente. Es decir, elementos tales como la calidez de la relación, el interés y el grado de atención que se le está dando al cliente, la disposición de los empleados a resolver los problemas del cliente. También están involucrados sus actitudes, aptitudes, comportamiento, conocimientos y habilidades de comunicación.

Todos estos componentes deben ser tomados en cuenta al iniciar actividades en la posada; ya que son factores claves para lograr la lealtad del cliente e ir incrementando el posicionamiento día a día. Razón por la cual, la **Posada Azulada, C.A.** se destacará en ofrecer: Instalaciones higiénicas y confortables, ambiente seguro y familiar, habitaciones dotadas con aire acondicionado, agua caliente, teléfono, televisión y servicio de comida incluido, baño privado, estacionamiento y precios módicos y acordes al servicio prestado.

V.1.3 Demanda del Servicio:

La demanda en los servicios de hospedaje, alimentación y servicios complementarios, está caracterizada por los turistas, familias, comerciantes, ejecutivos de la región, de otros estados del país y de diversos países; quienes visitan la región para conocer los atractivos turísticos del Estado o por motivos de negocio.

Para determinar la demanda actual y la de los próximos años se consultó información emitida por el Ministerio del Poder Popular para el Turismo (MINTUR), a través de estos estudios y estadísticas, se pudo obtener data actualizada de los turistas que llegaron a Falcón en las temporadas altas de carnavales y semana santa del año 2008.

Cuadro N° 8. Perfil del Turista.

FALCÓN			
TEMPORADA	CARNAVALES 2008 (*)	SEMANA SANTA 2008 (*)	PROMEDIO (**)
GASTO DE CONSUMO PROMEDIO DE ESTADÍA POR VISITANTE (EN BS F.)	294,84	366,60	330,72
NOCHES PROMEDIO DE PERMANENCIA POR VISITANTES QUE PERNOCTARON	3,57 Noches	3,61 Noches	3,59 Noches
PRINCIPALES GASTOS POR PARTIDAS DE LOS VISITANTES (% DEL GASTO TOTAL)	Alimentos y Bebidas (33,06%) Compras (29,29%) Alojamiento (28,05%)	Alojamiento (38,61%) Alimentos y Bebidas (34,56%) Compras (10,31%)	Alimentos y Bebidas (33,81%) Alojamiento (33,33%) Compras (19,80%)
PRINCIPALES GRUPOS DE EDAD DE LOS VISITANTES (% DE VISITANTES)	De 25 a 34 años (37,94%) De 15 a 24 años (25,40%)	De 25 a 34 años (29,54%) De 15 a 24 años (24,93%)	De 25 a 34 años (33,74%) De 15 a 24 años (25,17%)
PRINCIPAL SEXO DE LOS VISITANTES (% DE VISITANTES)	Femenino (51,73%)	Femenino (52,98%)	Femenino (52,36%)
PRINCIPALES ENTIDADES DE RESIDENCIA DE LOS VISITANTES (% DE VISITANTES)	Zulia (16,46%) Falcón (16,28%) Carabobo (12,24%)	Falcón (18,59%) Carabobo (18,35%) Zulia (13,74%)	Falcón (17,44%) Carabobo (15,30%) Zulia (15,10%)
PRINCIPALES NIVELES DE INGRESO (EN BS F.) DE LOS VISITANTES (% DE VISITANTES)	De 501 a 1.000 (26,94%) De 1.501 a 2.000 (20,40%) De 1.001 a 1.500 (16,31%)	De 1.501 a 2.000 (25,43%) De 1.001 a 1.500 (21,74%) De 501 a 1.000 (20,88%)	De 501 a 1.000 (23,91%) De 1.501 a 2.000 (20,40%) De 1.001 a 1.500 (19,03%)
TAMAÑO PROMEDIO DE GRUPO DE LOS VISITANTES	4 Visitantes	4 Visitantes	4 Visitantes
PRINCIPALES ALOJAMIENTOS UTILIZADOS POR LOS VISITANTES (% DE VISITANTES)	Vivienda de Familiares y Amigos (27,17%) Vivienda Alquilada (23,43%) Hotel (17,48%) Posada (14,69%)	Vivienda de Familiares y Amigos (28,98%) Hotel (23,42%) Posada (17,44%)	Vivienda de Familiares y Amigos (28,08%) Hotel (20,45%) Posada (16,07) Vivienda Alquilada (11,72%)
PRINCIPAL MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZADO POR LOS VISITANTES (% DE VISITANTES)	Vehículo Particular (83,24%)	Vehículo Particular (72,47%)	Vehículo Particular (77,86%)
FRECUENCIA DE VIAJE PROMEDIO DE LOS VISITANTES DENTRO DEL PAÍS (2DO SEMESTRE, 2007)	0,93 Viajes	No disponible	0,47 Viajes

(*) Fuente: Mintur (2008).

(**) Fuente: Propia (2009).

V.1.3.1 Perfil del Turista:

El tipo de turista predominante según los datos obtenidos de los estudios son los siguientes:

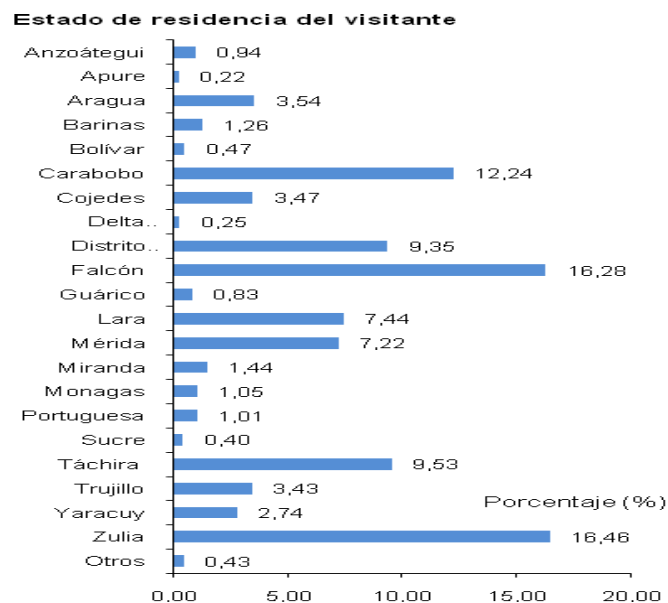
Su procedencia es de Falcón, Carabobo y Zulia, mayormente personas del sexo femenino, con edades comprendidas entre 25 a 34 años. Con un ingreso mensual oscilante de 501 a 2.000 bolívares fuertes. Viajan en grupos de 4 personas y su tiempo de permanencia es de 3 a 4 días. Los motivos del viaje son de turismo y recreación. El tipo de alojamiento utilizado suele ser viviendas de amigos y/o familiares. El tipo de transporte utilizado para trasladarse al Estado y dentro de él, es generalmente vehículo particular. El presupuesto del viaje oscila entre 331 a 1.000 bolívares fuertes, de los cuales se emplean un 33.33% en alojamiento.

Cuadro N° 9. Encuesta en Núcleos de Desarrollo Endógeno Turístico y/o Sitios de Interés Turístico, Temporada Carnaval 2008 Estado Falcón.

1. Característica Socio demográficas	
Sexo	(%)
Femenino	51,73
Masculino	48,27
Edad (Años)	(%)
Menores de 15	15,08
De 15 a 24	25,40
De 25 a 34	37,94
De 35 a 44	14,72
De 45 a 54	4,54
De 55 a 64	2,00
De 65 y más	0,32
Nivel de ingreso mensual (Bs. F.)	(%)
Menos de 500	1,47
De 501 a 1.000	26,94
De 1.001 a 1.500	16,31
De 1.501 a 2.000	20,40
De 2.001 a 2.500	14,66
De 2.501 a 3.000	9,53
De 3.001 a 3.500	6,78
Más de 3.500	3,91

Nota.: Información referida a los visitantes nacionales económicamente activos y ocupados

Fuente: Ministerio del Poder Popular para el Turismo (MINTUR). (2008).



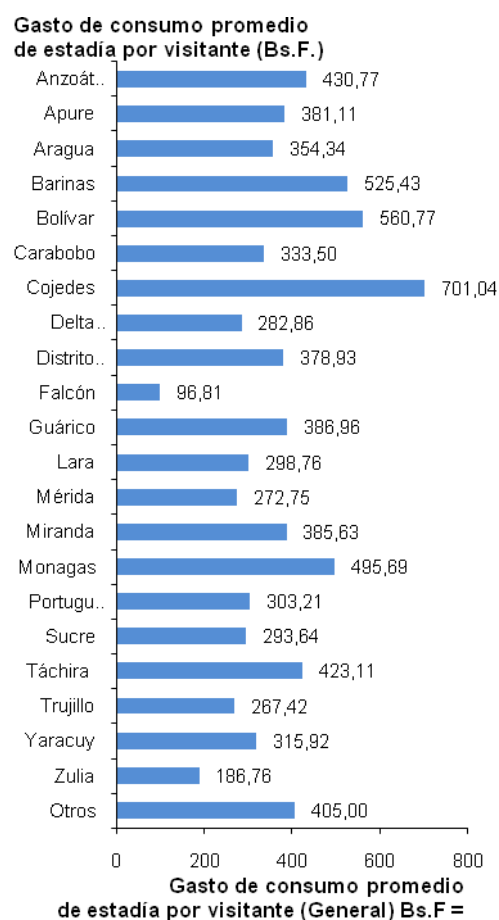
2. Características del Viaje

Tipo de alojamiento utilizado	(%)
Hotel	17,48
Posada	14,69
Vivienda alquilada	23,43
Aire libre o carpa	4,39
Vivienda de familiares y amigos	27,17
Vivienda propia (segunda vivienda)	11,67
Otros	1,17

Tipo de alojamiento utilizado	Noches promedio
Hotel	2,92
Posada	2,94
Vivienda alquilada	4,13
Aire libre o carpa	2,36
Vivienda de familiares y amigos	3,80
Vivienda propia (segunda vivienda)	4,17
Otros	2,81
Promedio (noches)	3,57

Gastos por partida	(%)
Alimentos y bebidas	33,06
Alojamiento	28,05
Artesanía	2,70
Compras	29,29
Paseos guiados	4,05
Recreación	2,19
Transporte	0,66

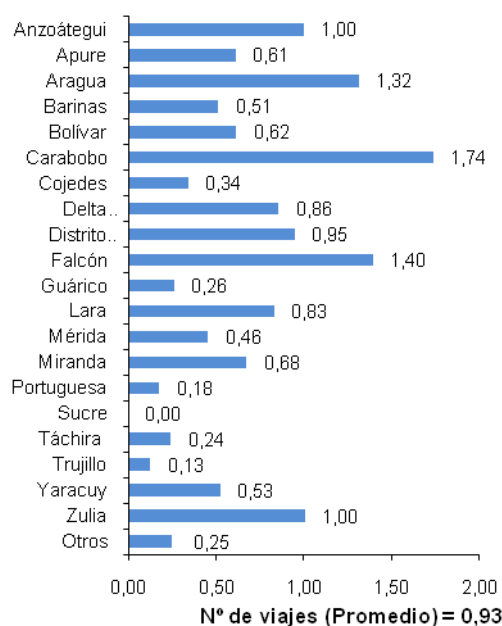
Fuente: Ministerio del Poder Popular para el Turismo (MINTUR). (2008).



Transporte utilizado	(%)
Vehículo particular	83,24
Autobús	15,65
Taxi	0,57
Vehículo alquilado	0,54
Tamaño del grupo de viaje (personas)	(%)
Una	1,31
Dos	25,36
Tres	22,47
Cuatro	28,38
Cinco	10,38
Seis	6,04
Siete	1,58
Ocho	4,48

Fuente: Ministerio del Poder Popular para el Turismo (MINTUR). (2008).

Frecuencia de viajes promedio según estado de origen (2do. Semestre, 2007)



3. Satisfacción del Viaje

Servicios de los sitios turísticos	
Alojamiento	(%)
Excelente	31,38
Bueno	62,08
Regular	4,41
Malo	0,99
No contestó	1,14
Alimentos y bebidas	(%)
Excelente	18,72
Bueno	61,23
Regular	13,63
Malo	1,05
No contestó	5,37
Transporte dentro del destino	(%)
Excelente	3,37
Bueno	38,98
Regular	25,51
Malo	4,08
No contestó	28,06
Precios de los servicios turísticos	(%)
Excelente	10,65
Bueno	47,87
Regular	27,99
Malo	5,69
No contestó	7,80

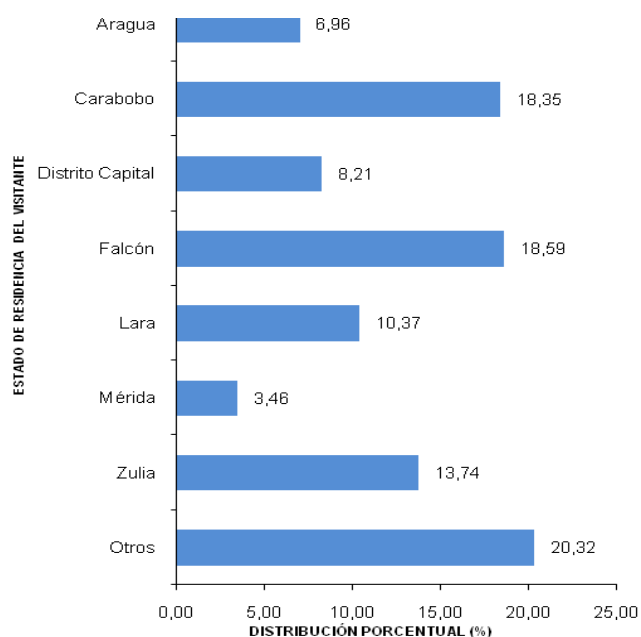
Fuente: Ministerio del Poder Popular para el Turismo (MINTUR). (2008).

Servicios de los sitios turísticos	
Hospitalidad	(%)
Excelente	23,02
Bueno	60,15
Regular	2,33
Malo	1,02
No contestó	13,48
Limpieza	(%)
Excelente	20,06
Bueno	52,71
Regular	21,75
Malo	4,89
No contestó	0,59
Seguridad	(%)
Excelente	18,49
Bueno	62,77
Regular	14,82
Malo	3,71
No contestó	0,21
Información turística	(%)
Excelente	23,48
Bueno	30,52
Regular	30,77
Malo	1,41
No contestó	13,82

Nota: Visitantes que suministraron su opinión
Fuente: Ministerio del Poder Popular para el Turismo (MINTUR). (2008).

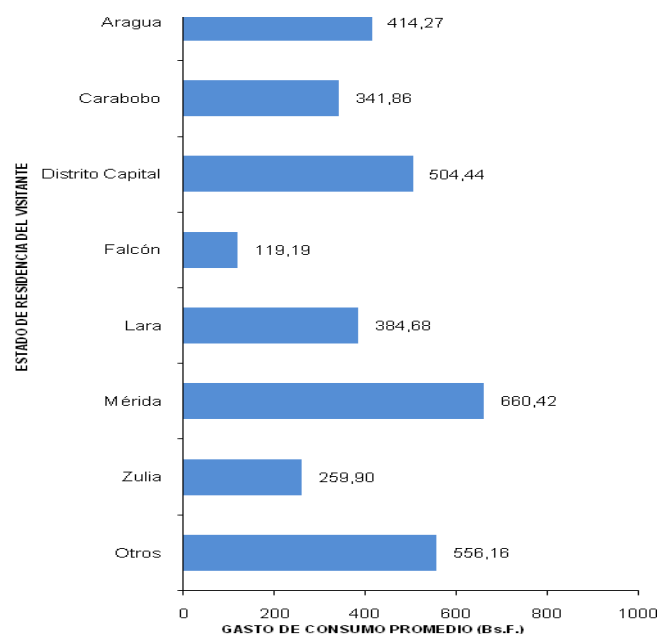
Cuadro N° 10. Encuesta en Núcleos de Desarrollo Endógeno Turístico y/o Sitios de Interés Turístico, Temporada Semana Santa 2008 Estado Falcón.

1. Características Socio Demográficas	
Sexo	(%)
Femenino	52,98
Masculino	47,02
Edad (Años)	(%)
Menores de 15	16,57
De 15 a 24	24,93
De 25 a 34	29,54
De 35 a 44	15,18
De 45 a 54	8,45
De 55 a 64	4,27
De 65 y más	1,06
Nivel de ingreso mensual (Bs. F.)	(%)
Menos de 500	5,97
De 501 a 1.000	20,88
De 1.001 a 1.500	21,74
De 1.501 a 2.000	25,43
De 2.001 a 2.500	10,75
De 2.501 a 3.000	6,44
De 3.001 a 3.500	3,77
Más de 3.500	5,02
Fuente: MINTUR (2008).	



2. Características del Viaje	
Tipo de alojamiento utilizado	(%)
Hotel	23,42
Posada	17,44
Vivienda alquilada	8,27
Aire libre o carpa	6,05
Vivienda de familiares y amigos	28,98
Vivienda propia (segunda vivienda)	12,02
Resort	3,54
Otros	0,28
Tipo de alojamiento utilizado	Noches promedio
Hotel	3,23
Posada	3,22
Vivienda alquilada	3,87
Aire libre o carpa	3,30
Vivienda de familiares y amigos	3,51
Vivienda propia (segunda vivienda)	4,75
Resort	4,63
Otros	5,00
Promedio (noches)	3,61
Gastos por partida (Referida al gasto total)	(%)
Alimentos y bebidas	34,56
Alojamiento	38,61
Artesanía	2,12
Compras	10,31
Paseos guiados	8,16
Recreación	2,50
Transporte	3,74

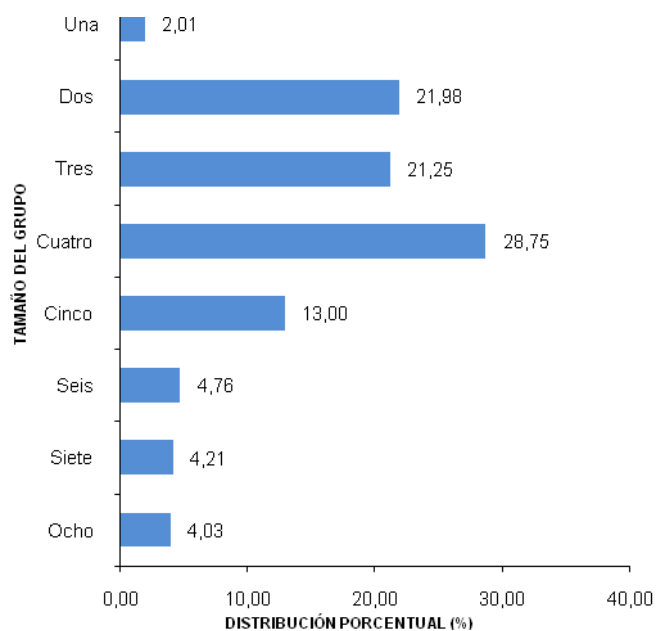
Fuente: Ministerio del Poder Popular para el Turismo (MINTUR). (2008).



Transporte utilizado	(%)
Vehículo particular	72,47
Autobús	22,14
Taxi	3,54
Vehículo alquilado	1,35
Otros	0,50

Tamaño del grupo de viaje (personas)	(%)
Una	2,01
Dos	21,98
Tres	21,25
Cuatro	28,75
Cinco	13,00
Seis	4,76
Siete	4,21
Ocho	4,04

Fuente: Ministerio del Poder Popular para el Turismo (MINTUR). (2008).



3. Satisfacción del Viaje

Servicios de los sitios turísticos	
Alojamiento (_a/)	(%)
Excelente	46,62
Bueno	45,19
Regular	5,71
Malo	1,56
No contestó	0,92
Alimentos y bebidas	(%)
Excelente	21,47
Bueno	55,28
Regular	18,01
Malo	1,92
No contestó	3,32
Transporte dentro del destino (_b/)	(%)
Excelente	8,16
Bueno	35,34
Regular	48,54
Malo	5,24
No contestó	2,72
Precios de los servicios turísticos	(%)
Excelente	15,35
Bueno	35,48
Regular	38,08
Malo	10,89
No contestó	0,20

Fuente: Ministerio del Poder Popular para el Turismo (MINTUR). (2008).

Servicios de los sitios turísticos	
Hospitalidad	(%)
Excelente	24,74
Bueno	50,14
Regular	19,79
Malo	3,89
No contestó	1,44
Limpieza	(%)
Excelente	21,37
Bueno	34,25
Regular	25,70
Malo	17,63
No contestó	1,05
Seguridad	(%)
Excelente	20,94
Bueno	40,11
Regular	22,91
Malo	15,27
No contestó	0,77
Información turística	(%)
Excelente	20,75
Bueno	41,21
Regular	24,98
Malo	11,72
No contestó	1,34

Nota: Información Referida a Visitantes que:
 (_a/) Utilizaron como alojamiento Hotel, Posada
 o Campamento

(_b/) Utilizaron como Transporte dentro del
 destino, Autobús o Taxi

Fuente: Ministerio del Poder Popular para el Turismo (MINTUR). (2008).

Aunque los resultados anteriores, no indican el tamaño de la muestra y nivel de confiabilidad, a las cuales se les aplicó los cuestionarios, se obtuvo por otras fuentes la movilización que recibió el Estado Falcón en estas temporadas altas; las cuales, indicaron que al Estado Falcón viajaron 2 millones 300 mil personas.

La ministra del Poder Popular para el Turismo (Mintur), Titina Azuaje, explicó que durante el operativo Semana Santa 2008, el Instituto Nacional de Estadística (INE) realizó una encuesta del desplazamiento de los temporadistas a otros destinos, destacando que a Miranda viajaron 3 millones de personas; a Vargas 3

millones; a Anzoátegui 680 mil; a Sucre 500 mil y a Aragua 700 mil temporadistas.

El secretario de Turismo de la Gobernación de Falcón, Napoleón Pérez, precisó que durante las tres temporadas altas Carnaval, Semana Santa y vacaciones escolares - ingresan al estado más de dos millones de personas. Tomado del Artículo: Salir de Casa por Lorena Pineda.

Adicionalmente, a través del Dossier emitido por Corporación para la Zona Libre para el Fomento de la Inversión Turística en la Península de Paraguaná (Corpotulipa), se obtuvo un cuadro en el cual se proyecta la llegada de los temporadistas, durante los periodos 2005 al 2010, discriminando las temporadas altas (carnavales, semana santa, vacaciones escolares y época decembrina) y bajas. Está estimación ayuda a validar la información emitida por los distintos entes de la zona y permite reflejar la futura demanda de alojamiento de forma anual y semanal.

Cuadro N°11. Proyección Afluencia por Temporadas.

Temp./ Año	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Temporada Baja	1.124.312	1.242.190	1.263.364	1.335.823	1.410.266	1.483.873
Temporada Alta	1.686.467	1.920.265	1.995.047	2.003.735	2.115.398	2.225.809
Total	2.810.779	3.162.455	3.258.411	3.339.558	3.525.664	3.709.682

Fuente: Inviafa Junio 2006.

Fuente: Corpotulipa Estimación Actualizada Enero 2007.

Cuadro N° 12. Afluencia Estimada de Turistas por Semana.

Días	Nro. De Visitantes	Porcentaje (%)
Lunes a jueves	10.296	27%
Viernes a Domingo	28.195	73%
Total	38.491	100%

Fuente: Inviafa Junio 2006.

Fuente: Corpotulipa Estimación Actualizada Enero 2007.

V.1.3.2 Cuantificación de la Demanda:

En bases a los análisis y estimaciones de la demanda expuestas anteriormente, se procederá a proyectar la demanda para un periodo que debe abarcar el horizonte del proyecto.

Se establecerá para todo el periodo de proyección el volumen de las habitaciones y el número de pernотaciones esperado para la zona y para el proyecto.

Para calcular la demanda total, se procedió a colocar la capacidad de alojamiento del establecimiento con una ocupación media aceptada del 60% según la estimación presentada por Corpoturismo, y lo indicado en la Guía para Elaborar Estudios Económicos de Hoteles, Moteles, Posadas y, Campamentos Turísticos emitido por el Foncrei.

Demanda Potencial = (Estimación Turistas x Porcentaje Turistas Nacionales) x Porcentaje de Alojamiento Utilizado Posada

Demanda Potencial Año 2009 = $(3.525.664 \times 0,98) \times 0,1607$

Demanda Potencial Año 2009 = 555.243

Demanda Potencial Año 2010 = $(3.709.682 \times 0,98) \times 0,1607$

Demanda Potencial Año 2010 = 584.223.

donde:

Estimación Turistas Año 2010: 3.709.682 personas. (Ver Cuadro N° 11. Proyección Afluencia por Temporadas).

Porcentaje Turistas Nacionales: 0,98. (Estimaciones emitidas por CORFALTUR).

Porcentaje de Alojamiento Utilizado Posada: 0,1607. (Ver Cuadro N° 8. Perfil del Turista).

El mercado potencial estaría conformado por 548.223 turistas, que podrían visitar el Estado Falcón durante el año 2010.

En ambos cálculos se está considerando la estacionalidad del turismo interno al aplicar un Coeficiente de Ocupación Media.

V.1.3.3 Estacionalidad:

Un punto importante al considerar la comercialización del servicio ofrecido es la estacionalidad que tiene el sector turístico en Venezuela. El Consejo Nacional de Promoción de Inversiones (CONAPRI) en su Resumen Ejecutivo: Negocios en Turismo (2006) indica esta diferencia:

El turismo interno está influenciado directamente por la estacionalidad, siendo las principales temporadas de movilización de visitante, el carnaval, la semana santa, las navidades y la temporada de vacaciones escolares que cubre los meses de julio, agosto y septiembre.

El turismo externo a diferencia del interno no está ligado a la estacionalidad, en tal sentido se puede observar un flujo de visitantes constante a lo largo del año.

V.1.3.4 Análisis de las Variables Macroeconómicas:

A fin de explicar los fenómenos ocurridos y que afectan la actividad turística, los últimos años se estudian los indicadores económicos relacionados con dicha actividad.

La Industria del Turismo en el mundo representa 850 millones de turistas que representa:

- 10.4% del PIB Mundial
- 12.2% de las Exportaciones Mundiales
- 9.5% de la Inversión en el Mundo

Contribuye a aumentar:

- Empleo
- Ingreso Nacional
- Mejora en la Balanza de Pagos
- Prosperidad (Reducción de Pobreza)

Al igual que en el mundo la actividad turística venezolana mantiene un comportamiento económico que se describe mediante factores como la oferta y la demanda, a su vez determinadas por indicadores que inciden en el desarrollo del sector de cada estado.

Para confirmar éste comportamiento se pueden indicar las siguientes cifras emitidas por el Ministerio del Poder Popular para el Turismo (Mintur) para el mes de diciembre 2008, la movilización interna en el país fue de 9.601.423, representada en una variación positiva de 37.82% en relación al año anterior.

Este movimiento de residentes se tradujo en un ingreso de 3.370 millones de bolívares fuertes para el Producto Interno Bruto (PIB) y una variación positiva de 51.62% en relación al 2007.

Las entidades más visitadas fueron: el estado de Miranda que registró una movilización de 800 mil, seguido por el estado Falcón con 768 mil, Distrito Capital y Anzoátegui con 733 mil y 695 mil, respectivamente. Estas preferencias responden a la ocupación hotelera registrada y a los atractivos naturales, culturales y de recreación, así como la mayor oferta de servicios turísticos. Tomado de la

Página Web: http://www.mintur.gob.ve/portal/index.php?option=com_content&task=view&id=1111&Itemid=39, (07/01/2009 por Igor Fernández).

Razón por la cual, se considera importante analizar el PIB, el IPC, la inflación, el desempleo, la inversión y la tasa de cambio.

Basados en la información suministrada por la Corporación de Turismo del Estado Falcón, en los diferentes estudios turísticos realizados y de acuerdo con cifras del Banco Central de Venezuela para el mes de julio 2008, se produjeron los siguientes indicadores:

- El producto interno bruto (PIB) aumento en 4,6% con respecto al año 2007, ubicándose para el 2008 en 14.872.407 miles de bolívares fuertes. Las actividades más favorecidas fueron las actividades de manufactura, de comercio y servicios de reparación; y también las actividades producidas por el gobierno central. En tanto las actividades más afectadas fueron minería, agua y electricidad; y transporte y almacenamiento. El aporte de los hoteles y restaurants privados son 5,28% para el año 2008, observándose un ligero aumento con respecto al 2007, cuando el aporte fue de 5,20%. Cabe destacar que hasta el mes de septiembre del 2008, el PIB consolidado fue de 42.463.779 miles de bolívares fuertes.

Cuadro N° 13. Producto Interno Bruto: Por Clase de Actividad Económica.

Actividades	III Trim	III Trim	Variación
	2008 (Miles de Bs. F)	2007 (Miles de Bs. F)	(%) 2008- 2007
Consolidado	14.872.407	14.223.107	4,6
Actividad petrolera	1.784.263	1.683.734	6,0
Actividad no petrolera	11.361.977	10.875.386	4,5
Minería	91.372	91.497	(0,1)
Manufactura	2.414.303	2.407.080	0,3
Electricidad y agua	358.619	335.531	6,9
Construcción	1.054.989	984.411	7,2
Comercio y servicios de reparación	1.657.467	1.620.959	2,3
Transporte y almacenamiento	554.948	557.783	(0,5)
Comunicaciones	679.206	567.256	19,7
Instituciones financieras y seguros	646.269	664.267	(2,7)
Servicios inmobiliarios, empresariales y de alquiler	1.399.937	1.367.861	2,3
Serv. Comunitarios, soc. y personales y			
Produce de Serv. Priv. no lucrativos	842.631	776.619	8,5
Produc. servicios del Gobierno General	1.569.027	1.513.198	3,7
Resto 1/	784.445	739.362	6,1
Menos: Sifmi 2/	691.236	750.438	(7,9)
Impuestos netos sobre los productos	1.726.167	1.663.987	3,7

1/ Incluye: Agricultura privada, Restaurantes y hoteles privados y Actividades diversas públicas.

2/ Servicios de intermediación financiera medidos indirectamente.

Fuente: Banco Central de Venezuela (BCV). (2008).

- El Índice Nacional de Precios al Consumidor (INPC), registró para Octubre 2008 un incremento del 2,40%. Y la variación acumulada fue del 22,30%. Hay que destacar que las mayores variaciones de precios se produjeron en el grupo de bebidas alcohólicas de 1,42% a 13,04% y en hoteles y alojamiento disminuyó de 1,55% a 1,15%.

Cuadro N° 14. Índice Nacional de Precios al Consumidor: Clasificado por Agrupaciones.

GRUPOS Y SUB-GRUPOS	Oct 2008	Sep 2008	Variación (%)
INDICE GENERAL	124,7	121,8	2,38%
Alimentos y bebidas no alcohólicas	131,3	127,3	3,14%
Alimentos	131,9	128,0	3,05%
Bebidas no alcohólicas	122,2	118,4	3,21%
Bebidas alcohólicas y tabacos	129,4	118,9	8,83%
Bebidas alcohólicas	137,0	121,2	13,04%
Tabaco	114,9	114,5	0,35%
Vestido y calzado	114,6	113,1	1,33%
Vestido	116,2	114,4	1,57%
Calzado	109,9	109,2	0,64%
Alquiler de vivienda	109,2	108,4	0,74%
Alquiler de viviendas	109,2	108,4	0,74%
Servicios de la vivienda excepto teléfono	105,8	105,9	-0,09%
Servicio de agua, aseo urbano, electricidad y gas	105,8	105,9	-0,09%
Equipamiento del hogar	125,5	122,3	2,62%
Muebles, accesorios, decoraciones y alfombras	126,7	124,8	1,52%
Productos textiles del hogar	117,6	116,7	0,77%
Equipos del hogar	113,8	112,3	1,34%
Utensilios domésticos	117,1	115,5	1,39%
Herramientas y equipos para el hogar y jardín	132,3	129,3	2,32%
Bienes y serv. p/el mantenimiento del hogar	133,4	128,3	3,98%
Salud	124,3	122,4	1,55%
Medicina y equipos terapéuticos	114,2	112,8	1,24%
Servicios médicos y paramédicos para pacientes	136,5	133,2	2,48%
Servicios hospitalarios	138,9	137,3	1,17%
Transporte	126,4	124,4	1,61%
Vehículos	125,9	124,0	1,53%
Utilización y mantenimiento de equipo personal de transporte	125,3	122,8	2,04%
Servicio de transporte	127,1	125,3	1,44%
Comunicaciones	105,1	103,2	1,84%
Servicios postales	147,1	137,3	7,14%
Equipos telefónicos y telefax	102,4	102,2	0,20%
Servicios telefónicos y telefax	105,2	103,2	1,94%
Esparcimiento y cultura	122,1	119,9	1,83%
Equipos y accesorios audiovisuales y fotográficos	110,9	109,5	1,28%
Artículos y equipos para la recreación	122,2	120,1	1,75%
Servicios recreativos y culturales	117,6	116,0	1,38%
Periódicos, libros y artículos de papelería	131,0	127,3	2,91%
Paquetes vacacionales	162,6	159,1	2,20%
Servicio de educación	126,2	123,5	2,19%
Educación preescolar y básica	126,2	122,4	3,10%
Educación secundaria	123,7	120,8	2,40%
Educación superior	123,1	122,3	0,65%

Otro tipo de educación	134,2	130,3	2,99%
Restaurantes y hoteles	134,9	131,0	2,98%
Restaurantes y cafetines	135,0	131,0	3,05%
<u>Hoteles y alojamiento</u>	<u>132,2</u>	<u>130,7</u>	<u>1,15%</u>
Bienes y servicios diversos	127,4	124,8	2,08%
Cuidado personal	125,9	123,0	2,36%
Efectos personales	121,0	120,2	0,67%
Servicios sociales	132,7	128,3	3,43%
Seguros	132,4	130,6	1,38%
Servicios financieros	100,0	100,0	0,00%
Otros servicios	128,1	125,0	2,48%

Fuente: Banco Central de Venezuela (BCV). (2008).

- La tasa de inflación acumulada hasta octubre 2008 es 23,30% con una tendencia a seguir aumentando en el transcurso de los próximos meses, igual a lo que sucedió durante el año 2007 que se obtuvo una tasa de inflación del 22,50%.

- La tasa de cambio se mantiene desde febrero del 2005 en 2,14460 bolívares fuertes para la compra y 2,15 bolívares fuertes para la venta.

- El saldo de inversión en la balanza de pagos para el tercer trimestre del año 2008 se ubicó en -572 millones de US\$, este resultado deficitario de la inversión directa con respecto al tercer trimestre del año 2007 que fue de 949 millones de US\$, se debió principalmente, a los mayores créditos de índole comercial a las afiliadas externas del sector petrolero y a la reducción de la deuda del sector empresarial privado frente a sus casas matrices y otros proveedores externos asociados.

Cuadro N° 15. Balanza de Pagos: Inversión Directa.

	III Trim 2008	III Trim 2007
	(Millones de US\$)	(Millones de US\$)
Flujo neto 1/	-1.509	-52
Inversión directa en el exterior	-937	-1.001
Acciones y otras participaciones en el capital	6	-115
Sector público	1	-100
Financiero	1	-8
Petrolero	0	-92
Sector privado	5	-15
Financiero	5	-15
Utilidades reinvertidas	0	-100
Sector público	0	-100
Petrolero	0	-100
Otro capital	-943	-786
Sector público	-943	-786
Petrolero	-943	-787
No petrolero no financiero	0	1
Inversión directa en el país	-572	949
Acciones y otras participaciones en el capital	269	56
Sector privado	269	56
No financiero	269	56
No petrolero no financiero	269	56
Utilidades reinvertidas	-8	454
Sector privado	-8	454
Financiero	-118	-67
No financiero	110	521
Petrolero	0	423
No petrolero no financiero	110	98
Otro capital	-833	439
Sector público	3	42
Sector privado	-836	397
Financiero	136	4
No financiero	-972	393
Petrolero	0	-161
No petrolero no financiero	-972	554

1/ Un signo positivo indica una disminución del activo o aumento del pasivo correspondiente. Un signo negativo indica un aumento del activo o disminución del pasivo correspondiente.

(*) Cifras provisionales.

Fuente: Banco Central de Venezuela (BCV). (2008).

- En lo concerniente a la cuenta de viajeros para finales del año 2007 se tuvieron ingresos por concepto de Turismo Receptivo por el orden de los 817 millones de US\$ y los gastos de los venezolanos en el exterior por 1.394 millones de US\$. Estos totales, se traducen en un aumento de divisas turísticas con respecto al año 2006 en 6% y un incremento del 13% por concepto de gastos de los venezolanos en el resto del mundo. La balanza turística continua siendo deficitaria con un saldo de 577 millones de US\$. Debido al control de cambio establecido por el Gobierno Nacional, se estimaba que los viajes de los venezolanos disminuyeran y de esta forma se equilibraría la balanza de pagos turística. A pesar de esto, ha aumentado el turismo emisor y uno de los motivos principales de ello es obtener las divisas a tasa de cambio preferencial.

Cuadro N° 16. Balanza de Pagos Turística.

TRIMESTRES	TURISMO RECEPTIVO (INGRESOS)			TURISMO EMISIVO (EGRESOS)		
	2006 (Millones de US\$)	2007 (Millones de US\$)	Variación (%)	2006 (Millones de US\$)	2007 (Millones de US\$)	Variación (%)
1er.Trim	173	190	10%	283	310	10%
2do.Trim	171	176	3%	280	296	6%
3er.Trim	206	214	4%	343	393	15%
4to.Trim	218	237	9%	323	395	22%
TOTAL	768	817	6%	1.229	1.394	13%

Fuente Primaria: Banco Central de Venezuela.

Fuente Secundaria: Ministerio del Poder Popular para el Turismo.

V.1.4 Oferta del Servicio:

A continuación se presentan los establecimientos existentes en Tucacas, que están incorporados a brindar servicio de alojamiento, alimentación y otros servicios turísticos:

Cuadro N° 17. Establecimientos de Alojamiento en Tucacas.

N°	Establecimiento	N° Habitaciones	N° Plazas/Camas
1	Posada Aguasanta	05	40
2	Posada Danatur	20	40
3	Posada Aquarela	03	06
4	Villa Mangrovia	20	24
5	Apartamento Posada del Mar	20	71
6	Posada Venemar Turística	20	20
7	Posada Rosa	20	35
8	Posada Punta Bahareque	09	18
9	Posada Patenquis	06	12
10	Posada Náutica	07	42
11	Posada Michelle	20	20
12	Posada Mayorquine	20	30
13	Posada María Matea	20	40
14	Posada Los Ivanés	20	20
15	La Acacia	06	22
16	Posada Jonathan	20	20
17	Posada El Arsenal	20	24
18	Posada El Ancla	20	20
19	Posada Doña Ana	20	20
20	Posada D'Alexis	22	44
21	Posada Cachi	07	14
22	Posada Broadway	12	24
23	Residencia Abilimar	20	20
24	Posada Turística Yuispamar	20	20
25	Posada Laroye	03	11
26	La Galana	02	08
27	Posada Casa de Descanso Dos + Tres	05	10
28	Posada Fundo Las Trinitarias	20	22
29	Posada Pescadores Country Inn	07	14
30	Ranchovista	03	06
31	Posada El Velero	07	14
32	Posada La Arboleda	04	08
33	Posada La Playa	18	36
34	Posada Turística Emeri	20	40
35	Terramare	08	16
36	Caribbean Suites Beach Club	20	90
37	Napoli Suites	69	344
38	Organización Hugo González	20	20
39	Posada Seis D	20	20
40	Grupo Integral	20	20
41	Posada Bogavente	22	44
42	Posada Altamar	20	20
43	Posada Los Albertos	20	20
44	Apartamentos en Morrocoy	07	35
45	El Solar de la Luna	07	14
46	Pent-House	20	20
Total		719	1.478

Fuentes: Págs.web: www.hoteles.com.ve – valentinaquintero.com.ve – turismodeplaya.com

Actualmente en Tucacas existen 53 establecimientos de alojamiento que comprenden 719 habitaciones y 1.478 camas y/o plazas.

Los establecimientos de alojamiento existentes se encuentran discriminados de la siguiente manera:

- 42 Posadas.
- 1 campamento.
- 1 chalet.
- 1 apartamento.
- 1 pent-house.

Para los servicios de alimentación, la mayoría de los establecimientos brindan servicio de restaurant, existiendo también otros restaurantes y sitios de comida rápida en los principales centros comerciales y zonas aledañas.

La oferta actual y futura de posadas en Tucacas, Estado Falcón, está representada por las empresas de alojamiento que están en funcionamiento y nuestra empresa **Posada Azulada, C.A.**, y otras empresas que se establezcan en los próximos años.

Estas iniciativas empresariales estarán determinadas por el grado de participación pública y privada en los proyectos de desarrollo turístico, cultural, industrial y comercial, lo que permitirá crear y consolidar la infraestructura y servicio acorde a las necesidades de la región y del país.

Se procedió a ubicar a los competidores cercanos que mantienen actividades dentro de la Urbanización Granjas El Tuque y se determinaron los servicios que éstos prestan en sus instalaciones, con el objeto de determinar las ventajas y las debilidades e implantar los correctivos necesarios en el mencionado estudio.

Cuadro N° 18. Relación de Habitaciones – Plazas/Camas de la Urbanización Granjas El Tuque.

N°	Establecimiento	N° de Habitaciones	N° de Plazas/Camas
1	Posada Aguasanta	05	40
2	Posada Danatur	20	40
3	Posada Laroye	03	11
4	Posada Pescadores Country Inn	07	14
Total		35	105

Fuentes: Tomado de las páginas web: <http://www.hoteles.com.ve>.

<http://www.valentinaquintero.com.ve>.

<http://www.turismodeplaya.com/tucacas%20posadas.htm>.

Cuadro N° 19. Comparación de los Servicios Ofrecidos por los Competidores Cercanos y la Posada Azulada, C.A.

Servicio Ofrecido	Posada Aguasanta (*)	Posada Danatur (*)	Posada Laroye (*)	Posada Pescadores Country Inn (*)	Posada Azulada, C.A. (**)
Baño en Habitación	X	X	X	X	X
Aire Acondicionado	X	X	-	X	X
Televisión con Cable	X	X	-	-	X
Televisión	X	X	X	X	X
Restaurant	X	X	-	X	X
Estacionamiento	-	X	X	X	X
Nevera en Habitación	-	-	-	-	X
Agua Caliente	X	X	-	X	X
Piscina	X	X	-	X	X
Jacuzzi	-	-	X	-	-
Tarjeta de Crédito	X	-	-	-	X
Cheques	-	X	-	-	X
Efectivo	X	X	X	X	X
Teléfono en Habitación	-	-	-	-	X
Camineras	-	-	-	-	X
Total (14 Servicios)	9 Servicios	10 Servicios	5 Servicios	8 Servicios	14 Servicios

Fuente: (*) Tomado de la página web: <http://www.hoteles.com.ve>.

(**) Propia (2009).

Mediante el cuadro anterior, se puede visualizar que la **Posada Azulada, C.A.** Trata de incorporar todos los servicios que ofrecen los distintos competidores en un solo lugar con mayor confort y mejor calidad. Adicionalmente, se observa la incorporación de dos nuevos servicios como son el teléfono en cada habitación y las caminerías dentro de la posada.

Las posadas actualmente funcionando, se encuentran dentro del mismo tipo, categoría y modalidad de operación y se distinguen de los hoteles, moteles, residencias, pensiones u otros establecimientos que se caracterizan por otro tipo de clientes; presentando siempre un porcentaje de ocupación del 100%; sin embargo, para la Corporación de Turismo el porcentaje de la capacidad utilizada es el siguiente: “ Posadas entre 25 y 30% hasta estabilizarla en 50% para zonas rurales y 60% zonas urbanas”, dato que se utilizó en el estudio de factibilidad económica.

En lo referente a los servicios de alimentación y bebidas dentro de los establecimientos de alojamiento, la Corporación de Turismo establece como parámetro empezar con el 20% hasta estabilizarlo en 70%, de la capacidad instalada.

La Federación Nacional de Hoteles de Venezuela (Fenahoven), reconoce que la ocupación hotelera en el país ha venido creciendo desde 2003. “El crecimiento no es sólo por la llegada de turistas, sino por el movimiento vinculado a la política y los negocios”. Se estima que entre 30 y 40% de la ocupación hotelera viene por “turismo político”. Debido a las misiones creadas en el país y el alojamiento en diversos hoteles de cubanos.

De acuerdo con indicadores de Fenahoven en 2006, la ocupación hotelera promedio fue de 78,9 %, referencia que desciende levemente en el Primer Trimestre del 2007, con 76% (se calcula que al superar 40% ya comienza a haber rentabilidad en el negocio). Al cierre de esta edición, se prevé que esta temporada vacacional (agosto 2007) copará por completo la capacidad hotelera. Tomado de

la Página Web: <http://www.aeroviaje.com/2007/08/22/hoteles-a-maxima-capacidad-en-venezuela/> (Revista Producto de fecha 27 de agosto de 2007).

En Venezuela, el turismo se ha convertido en una de las actividades económicas más importantes y significativas, contribuyendo así con el crecimiento nacional registrando una estabilidad en la ocupación hotelera en relación con el año precedente y ubicarse en 75,12% en el primer semestre 2008. Tomado de la Página Web: <http://hoteles.venanuncios.com/noticias/ocupacion-hotelera-en-venezuela-se-ubica-en-75/>, (04/09/2008 por Lilia Leal).

Para el mes de diciembre 2008, la ocupación hotelera obtuvo en promedio un 77.06% entre hoteles y posadas, con una diferenciación positiva de 9.71% respecto al año anterior. Destacando que entidades como Anzoátegui, Nueva Esparta y Miranda estuvieron por encima del promedio, alcanzando un 90%. Tomado de la página web: http://www.mintur.gob.ve/portal/index.php?option=com_content&task=view&id=1111&Itemid=39, (07/01/2009 por Igor Fernández).

En este sentido, el presidente de Corfaltur, Idelfonso Finol, aseguró que la capacidad hotelera de la península de Paraguaná, así como de la costa oriental y la capital falconiana, se reporta ocupada en su totalidad durante los fines de semana. Las poblaciones de Tucacas y Chichiriviche, capitales de los municipios Silva e Iturriza, respectivamente, registraron una intensa actividad, en comparación con otros fines de semana de la temporada alta. Tomado de la Página Web: <http://www.rnv.gov.ve/noticias/index.php?act=ST&f=19&t=22595>

Por los momentos no se conocen los planes de ampliación de la capacidad instalada por parte de las posadas existentes para los próximos 10 años; sin embargo, se pudo confirmar que otras empresas estuviesen contemplando nuevos proyectos en la zona como parte de los incentivos, políticas y estrategias por parte del Gobierno Nacional e Institutos responsables del turismo en la zona.

A continuación, se describe de forma general algunos proyectos que se están evaluando en el Estado Falcón, basados en la información emitida por el Consejo Nacional de Promoción de Inversiones (CONAPRI) en su Resumen Ejecutivo: Negocios en Turismo (2006):

- **“Proyecto Montaña Blanca”**: ubicado en Tucacas, Estado Falcón y el cual consiste en la construcción de un resort 5 estrellas con 444 habitaciones, con casino. En el cual se espera realizar una inversión inicial de US\$ 5 millones y se estima una inversión total de 31 millones de dólares.
- **“Proyecto Sea Sight Beach Lofts”** es una construcción de condominios de 77 unidades conformadas por villas y apartamentos, ubicados en Tucacas, Estado Falcón. En el cual se espera realizar una inversión inicial de US\$ 2,5 millones y se estima una inversión total de 13 millones de dólares.

V.1.4.1 Cuantificación de la Oferta:

Se procede a calcular la cantidad de camas ofrecidas por todas las Posadas establecidas en Tucacas, Estado Falcón; excluyendo del cálculo todas las plazas ofrecidas por los hoteles. Para mayor detalle ver el Cuadro N° 17. Establecimientos de Alojamiento en Tucacas.

Oferta de Camas en Posadas para el Año 2009 = 1.478.

Oferta Anual de Camas Sin Proyecto = 1.478 camas x 365 días

Oferta Anual de Camas Sin Proyecto para el Año 2009 = 539.470

**Oferta Anual de Camas Con Proyecto = (1.478 camas + 40 camas del proyecto)
x 365 días**

Oferta Anual de Camas Con Proyecto para el Año 2010 = 554.070

Al tener los resultados de la demanda potencial y la oferta de camas disponibles en posadas, se procede en determinar la demanda insatisfecha; el cual pasará a ser el mercado potencial del proyecto.

V.1.5 Mercado Potencial:

Estimaciones emitidas por la Corporación de Turismo del Estado Falcón (CORFALTUR), indican que el 98% de los turistas que llegan a Falcón habitan en el territorio nacional y sólo el 2% representa a personas extranjeras, quienes escogen esta región del país para disfrutar sus vacaciones. Tomado de la página web: <http://www.rnv.gov.ve/noticias/?act=ST&f=19&t=22284>.

Éste proyecto está diseñado para el turista nacional que busca satisfacer sus necesidades mediante la demanda de servicios que se adapten a sus requerimientos.

El turista nacional, son visitantes motivados por el descanso y el ocio que buscan oportunidades de compra a precios de zona libre y al mismo tiempo conocer las bellezas que disponen esta zona. Buscan instalaciones en las cuales existan un orden y limpieza, una atención personalizada con precios solidarios y que ofrezcan servicios de recreación dentro de la misma.

Los turistas prefieren establecimientos de alojamiento bajo la modalidad de posadas, ya que ofrecen un trato amable y familiar, que influye en el ánimo del grupo. Los turistas se sienten cómodos al encontrar en sus vacaciones la calidez del hogar.

Su estadía puede ser de 3,59 noches en grupos de 4 personas que viajan en vehículo propio, por lo cual el precio solidario que le ofrecen las posadas es llamativo

Al observar que estas son las necesidades básicas que busca todo turista nacional, **Posada Azulada, C.A.**, las unifica en un solo lugar, de esta manera se concentra en este segmento de mercado que utiliza los servicios de posadas pero que desean limpieza y pulcritud en las instalaciones, servicios públicos y de recreación satisfactorios, solidaridad y atención individualizada.

Razón por la cual, **Posada Azulada, C.A.**, representa su ventaja comparativa ofreciendo a sus clientes, estacionamiento con vigilancia, de fácil control visual por parte de los dueños de los vehículos, el área de caminerías con piscina y jacuzzi y la atención a los clientes las 24 horas del día los 365 días al año.

V.1.5.1 Cuantificación del Mercado Potencial Para Posadas:

Demanda Insatisfecha = Demanda Potencial - Oferta Anual de Camas.

Demanda Insatisfecha Año 2009 = 555.243 – 539.470

Demanda Insatisfecha Año 2009 = 15.773

Demanda Insatisfecha Año 2010 = 584.223 - 554.070

Demanda Insatisfecha Año 2010 = 30.153

El déficit de camas comprueba la potencialidad de ofrecer el servicio de posadas para satisfacer la demanda insatisfecha que se proyectaría para los próximos años, dando cabida eventualmente a un crecimiento de la oferta mediante la entrada de nuevos competidores.

El mercado potencial para posadas estaría conformado por 30.153 turistas que podrían visitar el Estado Falcón durante el año 2010.

V.1.6 Formación del Precio:

De acuerdo, a las características físicas del proyecto, tipo y clasificación, los precios de los productos presentan a nivel nacional una fluctuación en un rango conocido y aceptado.

Se observó que la banda de precios para el servicio de alojamiento en la zona de Tucacas, Urbanización Granjas El Tuque, está situado entre 200 a 400 bolívares fuertes por habitación en un día. Dependiendo de los servicios ofrecidos en cantidad y calidad, así como el estado general de la infraestructura y mobiliarios.

Los precios en los servicios de posadas han sufrido incrementos por la inflación, al igual que los bienes y servicios en la región y en el país desde un 10% hacía arriba. La reinversión para la mejora de los servicios es muy escasa y tiene poca influencia en el precio de los servicios.

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.

Cabe destacar que el nivel socioeconómico de los turistas y visitantes que requieren los servicios de las posada, se ubican 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.

Para efectos de este estudio se consideró utilizar un precio promedio de 350 bolívares fuertes por habitación, el cual se tendrá como precio base sin ser afectado por la estacionalidad ni por la competencia; este precio es considerado razonable dada las características diferenciadoras, tanto en la infraestructura como en los tipos de servicios ofrecidos por la empresa, en comparación con las posadas de la competencia.

V.1.7 Canales de Comercialización:

La comercialización de los servicios de hospedaje, restaurant e información turística como actividad principal que ofrecerá la **Posada Azulada, C.A.**, estarán definidos por tácticas de venta y paquetes donde puedan 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 los servicios ofrecidos.

La promoción a través de prensa, publicidad, reuniones abiertas y venta personal a particulares, gremios o empresas, serán algunas de las tácticas usadas para comercializar los servicios, aspectos que permitirá garantizar su ubicación en el mercado y por ende una excelente ocupación de sus instalaciones.

Posada Azulada, C.A., brindará servicios a sus clientes de alta calidad, en un ambiente de hospitalidad, seguridad, pulcritud y economía.

Para llevar a cabo lo antes mencionado, se establecerá un plan de promoción de los servicios ofrecidos, 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 huéspedes.

En principio la **Posada Azulada, C.A.**, brindará un único paquete, en el cual le ofrece al huésped un todo incluido que contempla el alojamiento más el servicio de desayuno.

Entre los distintos canales a utilizar, para promocionar este paquete destacan los siguientes:

- **Los Medios Electrónicos:** se utilizará la promoción de la posada a través de páginas web que ofrecen información acerca del Estado Falcón. Estas páginas podrían ser www.hoteles.com.ve; www.turismodeplaya.com.ve; entre otras. También, se procederá a enviar información turística a través de correos electrónicos a los clientes que nos visiten y a los posibles clientes que nos quieran recomendar. Y crear una página web propia en la cual se describa los precios ofrecidos por la posada con las respectivas fotografías del lugar.

- **Agencias Gubernamentales y/o Comercializadores del Turismo:** proceder a realizar alianzas con estos entes públicos y privados para promocionar el Estado y a su vez a **Posada Azulada, C.A.** Entre los cuales podemos destacar a CORFALTUR y CORPOTULIPA como agencias públicas y TURASER como agencia de comercialización turística privada.

- **Promoción Directa a los Clientes:** a través de folletos, trípticos y dípticos que divulgarán los servicios ofrecidos por **Posada Azulada, C.A.**

- **Divulgar el Eslogan:** “**Posada Azulada, vacaciones inolvidables con calor de hogar**”. Con el cual se da a conocer el atributo más importante de la posada y su ventaja comparativa frente a la competencia, utilizando como medio informativo la radio local, en un formato de 20’’ que sonará 3 veces al día.

La promoción de los servicios de la posada se intensificará durante las temporadas bajas para así llamar la atención de los posibles clientes, se utilizará la colaboración de todo el personal que labora en la misma, y se tratará de direccionar la publicidad hacia el turista nacional; para ello se contratará a una agencia de publicidad especializada en promocionar nuevas iniciativas empresariales.

V.1.8 Expectativas en el Mercado Nacional:

El turismo interno en Venezuela se ha venido desarrollando progresivamente y ha permitido que la demanda de instalaciones de alojamientos, sea cada vez mayor y los turistas han optado por ir a establecimientos más económicos y personalizados. Por lo cual ha permitido el crecimiento de posadas en todo el territorio nacional como una oferta única e individual hacía el cliente.

Por ello surge esta propuesta de crear una posada cuyo concepto y funcionamiento sea un ejemplo a seguir en cuanto a la calidad del servicio ofrecido a los usuarios. Ello representaría una ventaja competitiva con respecto a otros establecimientos en el mismo ámbito.

V. 2 Estudio Técnico

Para la construcción y puesta en marcha de una posada deben realizarse y aprobarse por los entes encargados de regir y otorgar los permisos necesarios las siguientes informaciones técnicas.

1. Descripción del Proyecto.
2. Proyecto de Arquitectura: (planos, cortes, fachadas, etc.).
3. Estructuras: (techos, entrepisos, vigas, columnas, etc.).
4. Instalaciones Eléctricas: (tomacorrientes, tablas de carga, teléfonos, etc.).
5. Instalaciones Sanitarias: (aguas blancas, aguas negras, aguas de lluvia, etc.).
6. Instalaciones Mecánicas: (aire acondicionado, etc.).
7. Instalaciones Contra Incendios: (salida de emergencia, ubicación de extintores, etc.).
8. Estructura de Costos Unitarios.
9. Flujograma de Funcionamiento de la Posada.

10. Descripción del Personal Requerido para el Funcionamiento.
11. Lista de Equipo Requerido para el Funcionamiento.
12. Cumplimiento de Variables Ambientales.
13. Certificación de Tenencia de Tierras.
14. Avalúos.

Para la realización de un estudio de factibilidad se ejecutaron un estimado del costo de la posada de acuerdo al área de construcción y del número de habitaciones, la dotación y otros costos adicionales, tales como el costo de los honorarios profesionales por el desarrollo del proyecto. De arrojar resultados favorables se procederá a realizar la ingeniería básica y de detalle de la posada.

Sobre la ingeniería del proyecto, se considera que en ella están englobados estudios tales como el análisis y la selección de los equipos y mobiliarios necesarios, la distribución física de tales equipos y mobiliarios, así como la propuesta de la distribución general.

V.2.1 Nivel de Ocupación:

La capacidad instalada es de 20 habitaciones por día, equivalente a una rotación de 7.300 habitaciones por año y de servicios complementarios por año 29.200, constituido por 80 servicios de alimentación por día (desayunos).

La operación arrancará en el primer año del proyecto con un porcentaje de ocupación del 20%, en el cual se considera la estacionalidad del servicio. Estos datos están basados en las estimaciones emitidas por la Corporación del Turismo y las cuales equivalen a 1.460 habitaciones y 5.840 servicios de alimentación al año para el proyecto descrito. Dicha capacidad se irá incrementando en un 10% interanual hasta estabilizarse en 70%, de acuerdo con los parámetros de la Corporación del Turismo.

Cuadro N° 20. Nivel de Ocupación Instalado y Utilizado.

Año	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Nivel de Ocupación Instalado	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Nro. De Habitaciones por Día	0	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Nro. De Habitaciones por Año	0	7300	7300	7300	7300	7300	7300	7300	7300	7300	7300
Nro. De Servicio de Alimentación por Día	0	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Nro. De Servicio de Alimentación por Año	0	29200	29200	29200	29200	29200	29200	29200	29200	29200	29200
Nivel de Ocupación Utilizado	0%	20%	30%	40%	50%	60%	70%	70%	70%	70%	70%
Nro. De Habitaciones por Día	0	4	6	8	10	12	14	14	14	14	14
Nro. De Habitaciones por Año	0	1460	2190	2920	3650	4380	5110	5110	5110	5110	5110
Nro. De Servicio de Alimentación por Día	0	16	24	32	40	48	56	56	56	56	56
Nro. De Servicio de Alimentación por Año	0	5840	8760	11680	14600	17520	20440	20440	20440	20440	20440

Fuente: Propia (2009).

Las condiciones establecidas en el cuadro adjunto son los siguientes:

- El nivel de ocupación instalado anual es del 100%.
- El nivel de ocupación instalado por día en cuanto al servicio de alojamiento son de 20 habitaciones.
- Números de personas a ocupar son 4 por cada habitación.

- La capacidad instalada por día en cuanto al servicio de alimentación son de 80 comidas.
- La frecuencia de servicios de comida es 1 por día, que corresponde a un desayuno tipo americano.
- El nivel de ocupación instalado a partir del primer año será el 20% de la capacidad instalada.
- El incremento anual del nivel de ocupación anual será del 10%.
- Turnos de trabajo de acuerdo a la actividad realizada.
- Meses por año son 12.
- Días laborables 365.
- Siendo los turistas nacionales el mercado meta de este proyecto, se contempla dentro del nivel de ocupación utilizado, la estacionalidad que surge del turismo nacional; de esta manera, se está siendo conservador al efectuar el análisis del resultado anual de ocupación.

V.2.2 Localización del Proyecto:

El terreno de la **Posada Azulada, C.A.** se ubica en la Urbanización Granjas El Tuque en Tucacas, posee un área de 2.000m² de topografía plana.

La localización y escogencia presenta las siguientes condiciones favorables:

- Excelente vía de acceso, totalmente asfaltadas.
- Existencia de todos los servicios básicos públicos, especialmente agua y luz.
- Una zonificación tipificada como residencial y comercial.
- Elevado índice demográfico, ocasionando el flujo de clientes óptimos para el desarrollo del negocio.

Dicho terreno es propiedad de los accionistas de la empresa desde hace ya algunos años, por lo tanto no significará un gasto adicional de inversión. Puede ser visto como una garantía de pago para cualquier préstamo solicitado. Lo cual genera un Costo de Oportunidad para los inversionistas, que será incluido en el proyecto pero que no será desembolsado.

V.2.3 Infraestructura del Servicio:

El terreno de la **Posada Azulada, C.A.**, se encuentra en una zona totalmente urbanizada con todos los servicios básicos como son: servicio eléctrico, aguas blancas y negras, servicio telefónico y buenas vías de acceso. El terreno comprende un área de 2.000m² que estarán distribuidos de la siguiente forma:

- ✓ **Edificación:** se construirá una estructura de 1.000m², que constará de dos niveles, cumpliendo con las áreas y espacios mínimos establecidos para su funcionamiento, según las normas para regular la actividad de las posadas de Corpoturismo. Estructurado como se describe a continuación:
- **Área de Hospedaje:** contempla 20 habitaciones con baño y closet ubicados en los dos niveles y que se relacionan directamente con las áreas de paisajismo. El acceso es a través de amplios corredores techados y por escaleras hacia el nivel superior.
- **Área de Restaurant y Cocina:** con capacidad para 40 personas, este espacio se encontrará ubicado en la planta baja y en el centro de la edificación, por lo cual es de fácil acceso hacia las áreas de paisajismo y de administración. Adicionalmente, contará con baños para damas y caballeros.
- **Áreas de Circulación:** dentro de las cuales están contemplados pasillos y escaleras, de acuerdo con las normas COVENIN y otras regulaciones mínimas como salidas de emergencia.

- **Área de Administración:** contiene los espacios de recepción de los visitantes y la oficina de administración, esta área se encuentra en la planta baja de la edificación.
- **Área de Servicio:** comprenden los espacios para la lavandería, depósitos y almacenes.

Los otros 1.000m^2 del terreno comprenden los espacios externos de la posada y estarán distribuidos de la siguiente forma:

- ✓ **Estacionamiento:** contempla el acondicionamiento de 750m^2 del terreno, con una capa de 3cm. De piedra picada, con el fin de estacionar 30 vehículos tanto de clientes como del personal de la posada.
- ✓ **Piscina y Jacuzzi:** como atractivo del proyecto se plantea la construcción de una piscina y un jacuzzi que cubrirán un área de 100m^2 ; la piscina tendrán una profundidad que comenzará a partir de 0,5 metros hasta llegar al nivel de 3 metros; la piscina se encontrará dividida con rejillas decorativas a la altura de 1.5 metros de profundidad, para prevenir que los niños entren en el área profunda. Y el jacuzzi será un modelo Ana Capri con capacidad para 6 personas de $2,4 \times 2,4$ metros con una profundidad de 0,82 metros.
- ✓ **Paisajismo:** las áreas exteriores que comprenden un espacio de 150m^2 del terreno, serán tratadas con vegetación, para así tener espacios recreativos con sombras y clima agradable.
- ✓ **Cerca Eléctrica:** la instalación del cercado será de 2.000m^2 , que cubrirá todo el perímetro del terreno a fin de ofrecer mayor seguridad y protección al lugar.

- ✓ **Planta Eléctrica:** se contempla la adquisición de un generador eléctrico adaptada a las necesidades de la posada que permitirá garantizar la continuidad del servicio eléctrico en caso de interrupción o emergencia.
- ✓ **Tanque Subterráneo de Aguas Blancas:** se instalará este tanque de aguas blancas con su respectivo sistema hidroneumático, con una capacidad 3000 ml. para cubrir las necesidades de la posada en todo momento, de acuerdo a lo establecido a las normas sanitarias y las exigencias de los bomberos.

V.2.4 Tecnología Utilizada:

El proyecto contempla su construcción empleando el sistema constructivo tradicional de concreto con acabados no lujosos de primera calidad de fabricación nacional. El área de construcción es de 1.000m² donde contempla 20 habitaciones con baño incluido, restaurant y cocina, recepción y oficina administrativa, lavandería, almacenes y depósitos.

La inversión en obras civiles se efectuara en el primer año del proyecto. Los promotores financiarán la inversión correspondiente a obras civiles, ingeniería del proyecto y estudio de factibilidad, el financiamiento del resto de los activos será solicitado a un ente crediticio.

La empresa procederá a evaluar la instalación un sistema administrativo-contable computarizado que permita sistematizar los controles de ventas, compras de insumos, pagos de proveedores, cancelación de nóminas, estadísticas de clientes y otros aspectos que sean necesarios para lograr un desarrollo armónico de todas las actividades administrativas, contables y fiscales, para así mantener una gerencia dinámica que pueda tomar decisiones acertadas y oportunas.

V.2.5 Proceso de Operación:

El proceso se inicia con la oferta de los servicios a sus diferentes clientes con la finalidad de dar a conocer la oferta de la **Posada Azulada, C.A.**, sus ventajas comparativas, servicios y otros atractivos, permitiendo captar parte de la demanda actual y futura. La comercialización de los servicios estará dirigida a la captación permanente de clientes, estableciendo convenios de prestación de servicios que garanticen la ocupación permanente y utilización de la capacidad instalada.

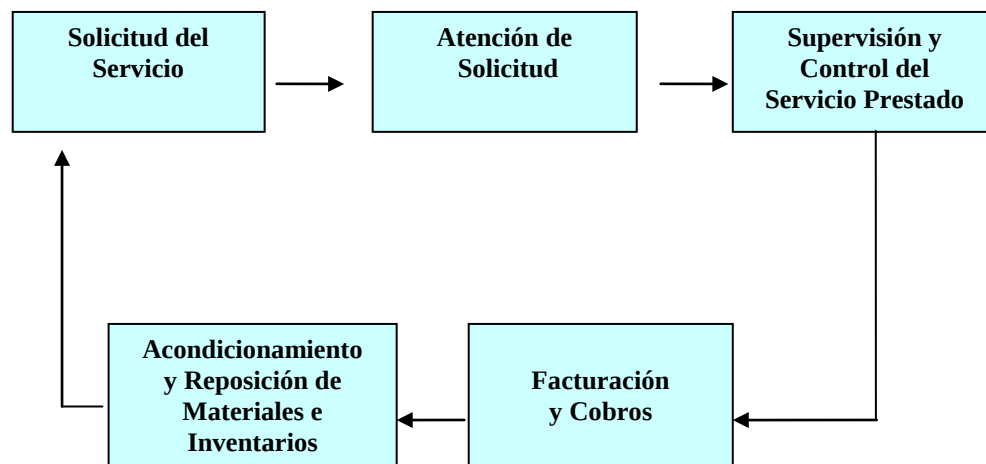
El procedimiento a seguir en los servicios de alojamiento y restaurant se describe de manera general cumpliendo los siguientes pasos:

- **Solicitud del Servicio:** el cliente solicitará en la recepción los servicios de alojamientos y cualquier otra información que le pueda brindar comodidad en su estadía; y que no contradigan las políticas de la **Posada Azulada, C.A.**
- **Atención a la Solicitud:** se procede a atender el cliente de forma inmediata e indicarle la habitación más adecuada a sus necesidades, así como también entregarle un folleto en el cual se indique los servicios prestados y las áreas de la posada.
- **Supervisión y Control de Calidad del Servicio Prestado:** se procede a revisar y mantener actualizadas las políticas de la **Posada Azulada, C.A.**, de acuerdo a las recomendaciones y exigencias indicadas por los clientes y esto se obtiene mediante el resultado de una encuesta entregada al cliente al finalizar su estadía en la posada.
- **Facturación y Cobro del Servicio Prestado:** cuando el cliente decide terminar su estadía en la posada se procede a realizar la factura a nombre del cliente de acuerdo a los días alojados en la posada y las comidas

ingeridas en ese tiempo. El cliente tiene la opción de pagar esa factura en efectivo, con tarjeta de crédito o débito y/o cheque conformable.

- **Acondicionamiento y Reposición de Materiales e Inventarios:** en el momento que el cliente se retira se procede a limpiar, verificar y acondicionar la habitación para el nuevo cliente y de igual manera se procede a comprar los inventarios utilizados durante ese periodo para mantener la continuidad del servicio.

Gráfico N° 2. Ciclo del Proceso Operativo.

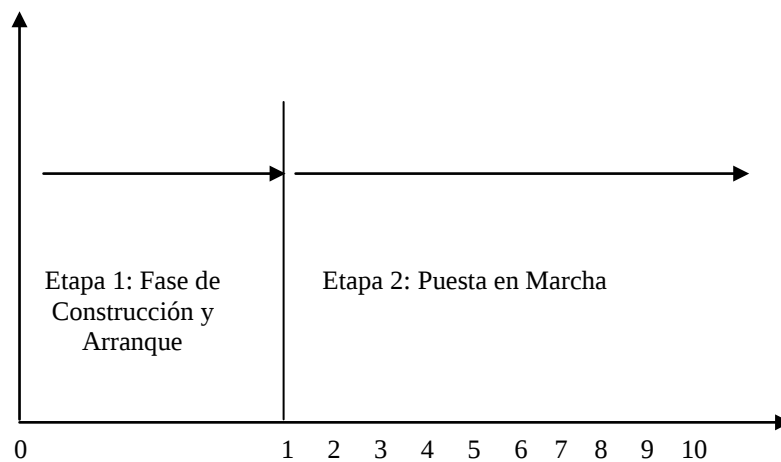


Fuente: Propia (2009).

V.2.6 Cronograma de Inversión:

La proyección del estudio se efectuará a 10 años y tendrá dos etapas: la etapa 1 que durará un año y abarcará los trabajos de construcción y acondicionamiento de las instalaciones físicas, reclutamiento y selección de personal, entre otros; y la etapa 2 que comprenderá desde el año 1 hasta el año 10, período en el cual se dará inicio a las labores de operación de la posada.

Gráfico N° 3. Descripción de las Etapas del Proyecto.



Fuente: Propia (2009).

Cuadro N° 21. Pasos a Seguir Durante el Primer Año de Construcción del Proyecto.

Etapas / Meses	Enero	Marzo	Junio	Agosto	Octubre	Diciembre
Formulación del proyecto	X					
Solicitud del Crédito		X	X			
Permisología			X	X		
Aprobación del Crédito				X		
Instalaciones Físicas				X	X	
Compra de Maquinarias				X	X	
Compra de Materiales e Insumos					X	X
Publicidad Comercial					X	X
Solicitud y Contrato de Personal						X
Puesta en Marcha						Enero 2010

Fuente: Propia (2009).

V.2.7 Estructura Organizativa:

Debido a que el servicio ofrecido es el alojamiento diario de personas, se procederá a establecer 3 turnos de trabajo diario con guardias rotativas los fines de semana, a fin de garantizar el servicio las 24 horas del día, los 365 días del año.

Dado que la empresa contará con diferentes servicios, de acuerdo a los mismos se establecerá los turnos de trabajo, y se describirá el personal a requerir a continuación:

Cuadro N° 22. Personal Requerido.

Cargo	Cantidad de Personas Por Turno
Recepcionista	1 x 3
Oficinista	2 x 1
Chef	1 x 2
Ayudante de Cocina	2 x 2
Mesonero	2 x 2
Camarero	2 x 3
Obrero de Mantenimiento	1 x 3
Total de Personal	11x 24

Fuente: Propia (2009).

Adicionalmente, se contará con otro personal que se describe a continuación:

- ✓ Administrador (1) Persona clave de confianza.
- ✓ Supervisor de Operaciones (1) Persona clave de confianza.
- ✓ Contador (1) mediante Outsourcing.
- ✓ Vigilante (3) mediante Outsourcing

Hay que destacar que este será el personal estándar que se utilizará para realizar el proyecto; sin embargo, se tiene la plena certeza que al ir aumentando los clientes de la posada y dependiendo de la temporada se tendrá que contratar personal extra para cubrir las necesidades surgidas.

Perfiles Generales del Personal de Operaciones:

- ✓ Habilidades Manuales
- ✓ Agilidad
- ✓ Conocimiento generales en áreas de mantenimiento

- ✓ Proactivo,
- ✓ Con vocación de servicio al cliente,
- ✓ Cuidadoso, detallista,
- ✓ Educado, aplicado y, dispuesto a trabajar en equipo.
- ✓ Puntualidad y asistencia.

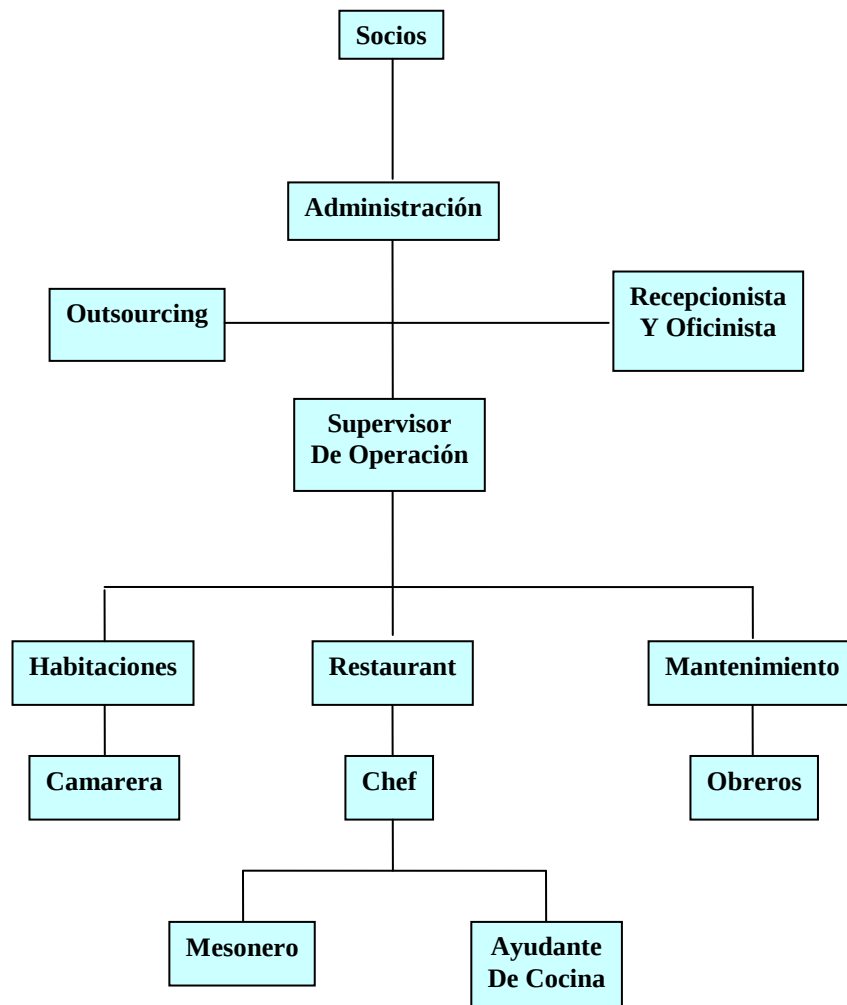
La contratación de este personal será mediante la publicación en prensa de un aviso que indique la solicitud del mismo y donde los interesados deberán llevar como requisito indispensable documento que conste su experiencia, que serán verificados antes del ingreso a la empresa.

Todo el personal contratado se regirá por la Ley Orgánica del Trabajo Vigente y toda la normativa legal que les aplique, remunerándosele el sueldo equivalente a sus actividades, adicionalmente se tendrá como política de la empresa otorgar bonos de productividad, eficiencia y eficacia.

Se les suministrará uniformes y accesorios de seguridad para preservar el estado de salud, y se les indicará las normas que deben seguir al utilizar insumos y productos que sean nocivos para el ser humano.

A través del siguiente organigrama se muestra la estructura jerárquica de la empresa:

Gráfico N° 4. Organigrama.



Fuente: Propia (2009).

La empresa está conformada por cuatro socios profesionales orientados a la prestación de un servicio de calidad, apoyados en el entrenamiento efectivo y motivador del personal. La idea de estos socios es crear un negocio rentable y eficiente que satisfaga la demanda de un mercado continuo y creciente.

El departamento de Administración contará con un Administrador General, dos Oficinistas que realizarán las funciones administrativas inherentes y se encargarán de controlar el almacén y el inventario; y tres Recepcionistas que laborarán por

turnos durante los 365 días del año y que se encargarán de recibir la solicitud de hospedaje del cliente.

El área de Operación estará cubierta con un Supervisor que vigilarán de forma directa los procesos de servicio, habitación, restaurant y mantenimiento.

Se utilizará la figura del Outsourcing para cubrir las áreas de Vigilancia y Seguridad; así como también la Contabilidad de la empresa.

Hay que acotar, que durante los primeros cuatro años en donde se espera que la capacidad utilizada de la posada alcance el 50%, solamente se requerirá la mitad del personal, es decir, se contratarán 13 personas encargadas del funcionamiento de la posada para el periodo indicado.

A partir del quinto año y cuando la capacidad utilizada se encuentre en 60%, se procederá a contratar al personal restante descrito en el cuadro N° 21. Personal Requerido.

V.3 Estudio Económico – Financiero:

El propósito de este estudio consiste en determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto; los ingresos, cuál es el costo total de la operación productiva de la posada, abarcando así todas las funciones de operación, administración y comercialización, así como otra serie de indicadores que servirán de base para la parte final y definitiva del proyecto que es la evaluación económica.

La puesta en marcha garantiza la generación de empleo y creación de infraestructura de servicio, destacando el comportamiento futuro y la potencialidad de esta actividad, siendo un valioso aporte al desarrollo sostenido y productivo de la región y el país.

V.3.1 Evaluación Económico - Financiero:

V.3.1.1 Componente de la Inversión:

La inversión inicial comprende la adquisición de todos los activos fijos tangibles e intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la posada, con la excepción del capital de trabajo.

El activo tangible fijo está compuesto por los bienes propios de la organización que son necesarios para su funcionamiento, tales como los equipos de operación, el mobiliario, los enseres y el acondicionamiento de las instalaciones. Para este proyecto, la inversión fija es la siguiente:

- Activo Fijo: Infraestructura.

En este cuadro se presentará los elementos de la estructura física de la posada, cuyas partes fueron explicadas en el estudio técnico y aquí se reflejan los costos de los componentes respectivos.

Cuadro N° 23. Activo Fijo: Infraestructura.

Activo Fijo: Infraestructura	Unidad de Medida	Cantidad	Costo Unitario	Total Bs. F.
Terreno	Metro ²	2000	70,00	140.000,00
Construcción de la Edificación	Metro ²	1000	500,00	500.000,00
Estacionamiento	Metro ²	750	15,00	11.250,00
Piscina y Jacuzzi	Metro ²	100	1.250,00	125.000,00
Paisajismo	Metro ²	150	35,00	5.250,00
Cerca Eléctrica	MI	200	25,00	5.000,00
Tanque Subterráneo y Equipo				
Hidroneumático	Pieza	1	3.432,00	3.432,00
Planta Eléctrica	Pieza	1	31.000,00	31.000,00
Total Infraestructura				820.932,00

Fuente: Propia (2009).

Infraestructura Sin Terreno	680.932,00
------------------------------------	-------------------

- **Activo Fijo: Equipos de Aire Acondicionado y Calentadores:**

En este cuadro se presentarán los equipos necesarios para generar el ambiente agradable exigido por los huéspedes y las personas que laboran en la posada.

Cuadro N° 24. Activo Fijo: Aire Acondicionado y Calentadores.

Activo Fijo: Aire Acondicionado y Calentadores	Unidad de Medida	Cantidad	Costo Unitario	Total Bs. F.
Aire Acondicionado para Habitaciones	Equipos	22	455,00	10.010,00
Aire Acondicionado para Oficina	Equipos	1	455,00	455,00
Aire Acondicionado para Recepción	Equipos	1	455,00	455,00
Aire Acondicionado para Restaurant	Equipos	2	650,00	1.300,00
Calentadores de Agua para Habitaciones	Equipos	22	550,00	12.100,00
Total Aire Acondicionado y Calentadores				24.320,00

Fuente: Propia (2009).

- **Activo Fijo: Mobiliario de Habitaciones:**

Aquí se presentarán los muebles y elementos decorativos necesarios para brindar un ambiente elegante, moderno y agradable al cliente, en su habitación.

Cuadro N° 25. Activo Fijo: Mobiliario de Habitación.

Activo Fijo: Mobiliario de Habitación	Unidad de Medida	Cantidad	Costo Unitario	Total Bs. F.
Cama Matrimonial	Unidad	22	1.500,00	33.000,00
Colchones Matrimoniales	Unidad	22	1.000,00	22.000,00
Protector de Colchón	Unidad	22	110,00	2.420,00
Mesa de Noche	Unidad	22	150,00	3.300,00
Silla de Habitación	Unidad	22	250,00	5.500,00
Televisor LCD 20"	Unidad	22	1.900,00	41.800,00
Neveras Ejecutivas	Unidad	22	600,00	13.200,00
Gavetero	Unidad	22	300,00	6.600,00
Teléfonos	Unidad	22	75,00	1.650,00
Espejos de Pared	Unidad	22	350,00	7.700,00
Cortinas de Ventana	Unidad	22	124,00	2.728,00
Lámparas de Piso	Unidad	22	450,00	9.900,00
Lámparas de Mesa	Unidad	22	160,00	3.520,00
Plancha	Unidad	22	89,00	1.958,00
Mesa de Planchado	Unidad	22	115,00	2.530,00
Secador de Cabello	Unidad	22	89,00	1.958,00
Papeleras	Unidad	22	14,00	308,00
Caja de Seguridad	Unidad	22	430,00	9.460,00
Total Mobiliario de Habitación				169.532,00

Fuente: Propia (2009).

- **Activo Fijo: Equipos de Recepción:**

Aquí se indicarán los equipos y mobiliarios necesarios para brindar una atención adecuada al momento que llega el cliente a la posada.

Cuadro N° 26. Activo Fijo: Equipos de Recepción.

Activo Fijo: Equipos de Recepción	Unidad de Medida	Cantidad	Costo Unitario	Total Bs. F.
Computadora	Unidad	1	1.999,00	1.999,00
Impresora Multifuncional	Unidad	1	299,00	299,00
Fax	Unidad	1	450,00	450,00
Escritorio	Unidad	1	250,00	250,00
Sillas	Unidad	2	279,00	558,00
Mostrador con Gaveteros	Unidad	1	600,00	600,00
DVD	Unidad	1	239,00	239,00
Televisor LCD 34	Unidad	1	3.249,00	3.249,00
Muebles de Recepción	Unidad	1	3.800,00	3.800,00
Central Telefónica	Unidad	1	1.150,00	1.150,00
Sistema Contraincendios	Unidad	1	900,00	900,00
Sistema de Seguridad	Unidad	1	1.480,00	1.480,00
Papeleras	Unidad	2	14,00	28,00
Total Mobiliario de Recepción				15.002,00

Fuente: Propia (2009).

- **Activo Fijo: Equipo de Oficina:**

En este cuadro se presentarán los equipos utilizados en el área de oficina para llevar el control administrativo y gerencial de la posada; aquí se reflejan los costos de los componentes respectivos.

Cuadro N° 27. Activo Fijo: Equipos de Oficina.

Activo Fijo: Equipos de Oficina	Unidad de Medida	Cantidad	Costo Unitario	Total Bs. F.
Computadora	Unidad	2	1.999,00	3.998,00
Impresora Multifuncional	Unidad	1	299,00	299,00
Fax	Unidad	1	450,00	450,00
Escritorio	Unidad	2	250,00	500,00
Sillas	Unidad	4	279,00	1.116,00
Teléfono	Unidad	4	75,00	300,00
Papeleras	Unidad	2	14,00	28,00
Archivo	Unidad	2	500,00	1.000,00
Arturito	Unidad	2	393,00	786,00
Total Equipos de Oficina				8.477,00

Fuente: Propia (2009).

- **Activo Fijo: Equipos de Limpieza y Mantenimiento:**

Aquí se indican los equipos más utilizados en el área de mantenimiento y que son de vital importancia para mantener la limpieza de la posada.

Cuadro N° 28. Activo Fijo: Equipos de Limpieza y Mantenimiento.

Activo Fijo: Equipos de Limpieza y Mantenimiento	Unidad de Medida	Cantidad	Costo Unitario	Total Bs. F.
Lavadora Industrial	Unidad	2	1.700,00	3.400,00
Secadora Industrial	Unidad	2	1.500,00	3.000,00
Plancha	Unidad	2	89,00	178,00
Mesones	Unidad	2	250,00	500,00
Carritos de Limpieza	Unidad	4	199,95	799,80
Aspiradora	Unidad	2	750,00	1.500,00
Pulidora	Unidad	2	500,00	1.000,00
Estantes	Unidad	4	200,00	800,00
Papeleras	Unidad	3	14,00	42,00
Lockers	Unidad	5	350,00	1.750,00
Sillas	Unidad	4	279,00	1.116,00
Total Equipos de Limpieza y Mantenimiento				14.085,80

Fuente: Propia (2009).

- **Activo Fijo: Equipos de Cocina:**

En este punto se procedió a detallar los equipos de cocina más utilizados y más importantes para preparar las comidas diarias de los huéspedes y trabajadores de la posada.

Cuadro N° 29. Activo Fijo: Equipos de Cocina.

Activo Fijo: Equipos de Cocina	Unidad de Medida	Cantidad	Costo	
			Unitario	Total Bs. F.
Cocina Industrial	Unidad	1	4.350,00	4.350,00
Campana de Metal con Extractor	Unidad	1	1.000,00	1.000,00
Freidora de Papas	Unidad	1	2.500,00	2.500,00
Rebanadora de Embutidos	Unidad	1	1.650,00	1.650,00
Calentador de Baño de María	Unidad	1	1.750,00	1.750,00
Fregadora Industrial	Unidad	1	1.600,00	1.600,00
Sandwichera Doble	Unidad	1	250,00	250,00
Mesones	Unidad	1	250,00	250,00
Nevera Industrial	Unidad	2	2.500,00	2.500,00
Nevera de Vitrina	Unidad	2	5.800,00	11.600,00
Nevera	Unidad	2	1.200,00	2.400,00
Ayudante de Cocina	Unidad	1	2.000,00	2.000,00
Balanza de Piso	Unidad	1	699,00	699,00
Colgador de Ollas	Unidad	1	400,00	400,00
Escurridor de Platos	Unidad	1	600,00	600,00
Set de Cubiertos (Tenedor, Cuchillo, Cuchara)	Unidad	100	73,00	7.300,00
Set de Vajillas	Unidad	100	285,00	28.500,00
Tazas y platos	Unidad	100	85,00	8.500,00
Set de Vasos	Unidad	200	35,00	7.000,00
Set de Copas	Unidad	100	300,00	30.000,00
Set de Bandejas	Unidad	120	250,00	30.000,00
Batidora Eléctrica	Unidad	1	10.500,00	10.500,00
Cafetera Industrial	Unidad	1	4.000,00	4.000,00
Esprimidor de Jugo Eléctrico	Unidad	1	100,00	100,00
Hielera	Unidad	100	35,00	3.500,00
Jarra de Agua	Unidad	200	100,00	20.000,00
Ollas Hoteleras	Unidad	4	850,00	3.400,00
Servilleteras	Unidad	100	40,00	4.000,00
Set de Sartenes (5 Unidades)	Unidad	1	385,00	385,00
Tostadora de Pan	Unidad	1	200,00	200,00
Lava Tazas y Lava Vasos	Unidad	1	6.000,00	6.000,00
Fabricador de Hielo	Unidad	1	1.779,00	1.779,00
Licuada Industrial	Unidad	1	600,00	600,00
Microondas	Unidad	1	3.500,00	3.500,00
Manteles de Mesa	Unidad	22	48,00	1.056,00
Mesas y Sillas de Comedor	Unidad	22	2.900,00	63.800,00
Parrillera	Unidad	5	280,00	1.400,00
Bar	Unidad	1	5.000,00	5.000,00
Televisor LCD 34	Unidad	1	3.249,00	3.249,00
Total Equipos de Cocina				277.318,00

Fuente: Propia (2009).

En los cuadros anteriores, se detallan todos los equipos, mobiliarios y herramientas necesarios para ofrecer un servicio de calidad a los clientes. Todos los equipos indicados se pueden comprar en el país con moneda nacional. La

validación de los costos unitarios, fueron avalados y aceptados por los socios del proyecto.

A continuación, se colocó un cuadro resumen de los activos fijos tangibles que se describieron en los detalles anteriores:

Cuadro N° 30. Activo Fijo Tangible.

Activo Fijo Tangible	Total Bs. F.
Infraestructura	820.432,00
Aire Acondicionado y	
Calentadores	24.320,00
Mobiliario de Habitación	169.532,00
Equipos de Recepción	15.002,00
Equipos de Oficina	8.477,00
Equipos de Limpieza y	
Mantenimiento	14.085,80
Equipos de Cocina	277.318,00
Total Activo Fijo Tangible	1.329.666,80

Fuente: Propia (2009).

El activo intangible está conformado por el conjunto de bienes propiedad de la empresa, necesario para su funcionamiento y que incluyen, marcas, diseños comerciales e industriales, nombres comerciales, asistencia técnica, gastos preoperativos y de instalación, puesta en marcha, contratos de servicios, estudios que tiendan a optimizar en el presente o en el futuro el funcionamiento de la empresa, como estudios de administración, de ingeniería, de evaluación, capacitación de personal dentro o fuera de la organización, entre otros. Para este proyecto se cuenta con los siguientes:

Cuadro N° 31. Activo Fijo Intangible.

Activo Fijo Intangible	Total Bs. F.
Levantamiento Topográfico	3.500,00
Estudio de Suelos	9.000,00
Ingeniería Básica	4.500,00
Estudio de Factibilidad	4.000,00
Gastos Legales	2.500,00
Publicidad (Inicial)	25.000,00
Solicitud de Servicios	
Públicos	1.500,00
Total Activo Fijo Intangible	50.000,00

Fuente: Propia (2009).

V.3.1.2 Inversión Total:

En este cuadro se presentará de forma detallada la inversión total requerida para llevar a cabo el proyecto; observándose la clasificación de las diferentes partidas del total de inversiones, con el propósito de determinar la fuente de financiamiento y el uso de las partidas durante la instalación de la posada que corresponde al primer año.

Cuadro N° 32. Inversión Total.

Inversión Total Bs. F.	
Concepto	Aporte Propio
Activo Fijo Tangible:	
Infraestructura	820.932,00
Aire Acondicionado y Calentadores	24.320,00
Mobiliario de Habitación	169.532,00
Equipos de Recepción	15.002,00
Equipos de Oficina	8.477,00
Equipos de Limpieza y Mantenimiento	14.085,80
Equipos de Cocina	277.318,00
Total Activo Fijo Tangible	1.329.666,80
Activo Fijo Intangible:	
Levantamiento Topográfico	3.500,00
Estudio de Suelos	9.000,00
Ingeniería Básica	4.500,00
Estudio de Factibilidad	4.000,00
Gastos Legales	2.500,00
Publicidad	25.000,00
Solicitud de Servicios Públicos	1.500,00
Total Activo Fijo Intangible	50.000,00
Capital de Trabajo:	
3 Meses de Suministros	82.125,00
3 Meses de Sueldos	89.466,62
3 Meses de Gastos Operativos	5.700,00
3 Meses de Gastos Administración	36.750,00
Total Capital de Trabajo*	214.041,62
Total Inversión Bs. F.	1.593.708,42

Fuente: Propia (2009).

*El cálculo del capital de trabajo se explica en el título V.3.2.1.

V.3.1.3 Depreciación y Amortización:

- Depreciación:

Para el desarrollo de este proyecto, se utilizará el método de depreciación lineal, tomando en cuenta solo la vida útil de los activos y no si los activos se usaron mucho o poco durante el período.

Cuadro N° 33. Depreciación del Activo Fijo Tangible.

Activo Fijo Tangible	Costo Bs. F.	Años de Depreciación	Depreciación Mensual Bs. F.	Depreciación Anual Bs. F.
Infraestructura	680.932,00	10	5.674,43	68.093,20
Aire Acondicionado y Calentadores	24.320,00	5	405,33	4.864,00
Mobiliario de Habitación	169.532,00	5	2.825,53	33.906,40
Equipos de Recepción	15.002,00	5	250,03	3.000,40
Equipos de Oficina	8.477,00	5	141,28	1.695,40
Equipos de Limpieza y Mantenimiento	14.085,80	5	234,76	2.817,16
Equipos de Cocina	277.318,00	5	4.621,97	55.463,60
Total Depreciación	1.189.666,80		14.153,35	169.840,16

Fuente: Propia (2009).

- Amortización:

La amortización corresponde a todos aquellos gastos pre-operacionales ejecutados con anterioridad a la inversión establecida en el proyecto, tales como el valor de la elaboración del proyecto, el registro mercantil, las patentes, la permisología, publicidad y los contratos por instalación de los servicios públicos y se calcula dividiendo su valor entre el número de años de la vida útil del activo.

Cuadro N° 34. Amortización del Activo Fijo Intangible.

Activo Fijo Intangible	Costo Bs. F.	Años de Amortización	Amortización Mensual Bs. F.	Amortización Anual Bs. F.
Levantamiento Topográfico	3.500,00	3	97,22	1.166,67
Estudio de Suelos	9.000,00	3	250,00	3.000,00
Ingeniería Básica	4.500,00	3	125,00	1.500,00
Estudio de Factibilidad	4.000,00	3	111,11	1.333,33
Gastos Legales	2.500,00	3	69,44	833,33
Publicidad	25.000,00	3	694,44	8.333,33
Solicitud de Servicios Públicos	1.500,00	3	41,67	500,00
Total Amortización	50.000,00		1.388,89	16.666,67

Fuente: Propia (2009).

Según lo anteriormente expuesto, se calcula el total de Depreciaciones y Amortizaciones anuales en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 35. Depreciación y Amortización del Activo Fijo Anual.

Concepto	Monto Bs.F.
Gastos Depreciación	169.840,16
Gastos Amortización	16.666,67
Total Depreciación y Amortización Anual	186.506,83

Fuente: Propia (2009).

V.3.1.4 Financiamiento de Terceros:

Los presupuestos de obra y los flujos de costos de inversión y de operación determinan los requerimientos de recursos, distribuidos en el tiempo. A partir de esta información se examinarán las posibles fuentes que aportan los recursos y se adelantarán las gestiones pertinentes para garantizar su consecución, dentro de las condiciones permisibles de mayor conveniencia.

Además, es necesario tomar en cuenta que la forma como se estructure el financiamiento puede tener repercusión en el tipo de desarrollo institucional del proyecto o de la empresa que se configure para su ejecución, lo cual impone un análisis cuidadoso de la composición de recursos, que consulte las conveniencias organizativas y gerenciales. Cuando se plantea un financiamiento, se da una evaluación bidireccional entre prestatario y prestamista.

En la introducción, se había indicado que se tomó como referencia al ente financiero Inverunión Banco Comercial, C.A., el cual ofrece préstamos para este tipo de proyecto, con tasas de interés nominal anual del 17%, de acuerdo al estudio y evaluación realizada por los expertos.

Como puede observarse, el total de la inversión se estructura en dos partes: el 68,08% es aporte propio (Bs. F. 1.084.973,62) y el 31,92% es aporte crediticio (Bs. F. 508.734,80). Éste último es concedido por financiamiento bancario a

mediano plazo (3 años) a una tasa nominal del 17% anual, pagaderos en cuotas mensuales; con este aporte bancario se cubrirá el 38,26% del Activo Fijo Tangible.

Cuadro N° 36. Estructura de la Inversión Total.

Estructura de la Inversión Total Bs. F.			
Concepto	Aporte Propio	Aporte Bancario	Total Inversión
Activo Fijo Tangible:			
Infraestructura	820.932,00		820.932,00
Aire Acondicionado y Calentadores		24.320,00	24.320,00
Mobiliario de Habitación		169.532,00	169.532,00
Equipos de Recepción		15.002,00	15.002,00
Equipos de Oficina		8.477,00	8.477,00
Equipos de Limpieza y Mantenimiento		14.085,80	14.085,80
Equipos de Cocina		277.318,00	277.318,00
Total Activo Fijo Tangible	820.932,00	508.734,80	1.329.666,80
Activo Fijo Intangible:			
Levantamiento Topográfico	3.500,00		3.500,00
Estudio de Suelos	9.000,00		9.000,00
Ingeniería Básica	4.500,00		4.500,00
Estudio de Factibilidad	4.000,00		4.000,00
Gastos Legales	2.500,00		2.500,00
Publicidad	25.000,00		25.000,00
Solicitud de Servicios Públicos	1.500,00		1.500,00
Total Activo Fijo Intangible	50.000,00	0,00	50.000,00
Capital de Trabajo:			
3 Meses de Suministros	82.125,00		82.125,00
3 Meses de Sueldos	89.466,62		89.466,62
3 Meses de Gastos Operativos	5.700,00		5.700,00
3 Meses de Gastos Administración	36.750,00		36.750,00
Total Capital de Trabajo	214.041,62	0,00	214.041,62
Total Fuentes de Financiamiento	1.084.973,62	508.734,80	1.593.708,42
Porcentaje a Financiar	68.08%	31,92%	100,00%

Fuente: Propia (2009).

Cuadro N° 37. Financiamiento Bancario.

Financiamiento Bancario Bs. F.						
Fecha de Pago	Cuota Nro.	Capital	Cuota Mensual	Amortización		Saldo Capital
				Capital	Intereses	
15/01/2010	1	508.734,80	(18.137,78)	(10.930,71)	(7.207,08)	497.804,09
15/02/2010	2	497.804,09	(18.137,78)	(11.085,56)	(7.052,22)	486.718,53
15/03/2010	3	486.718,53	(18.137,78)	(11.242,60)	(6.895,18)	475.475,93
15/04/2010	4	475.475,93	(18.137,78)	(11.401,87)	(6.735,91)	464.074,06
15/05/2010	5	464.074,06	(18.137,78)	(11.563,40)	(6.574,38)	452.510,66
15/06/2010	6	452.510,66	(18.137,78)	(11.727,22)	(6.410,57)	440.783,44
15/07/2010	7	440.783,44	(18.137,78)	(11.893,35)	(6.244,43)	428.890,09
15/08/2010	8	428.890,09	(18.137,78)	(12.061,84)	(6.075,94)	416.828,25
15/09/2010	9	416.828,25	(18.137,78)	(12.232,72)	(5.905,07)	404.595,53
15/10/2010	10	404.595,53	(18.137,78)	(12.406,01)	(5.731,77)	392.189,52
15/11/2010	11	392.189,52	(18.137,78)	(12.581,77)	(5.556,02)	379.607,75
15/12/2010	12	379.607,75	(18.137,78)	(12.760,01)	(5.377,78)	366.847,75
15/01/2011	13	366.847,75	(18.137,78)	(12.940,77)	(5.197,01)	353.906,97
15/02/2011	14	353.906,97	(18.137,78)	(13.124,10)	(5.013,68)	340.782,87
15/03/2011	15	340.782,87	(18.137,78)	(13.310,03)	(4.827,76)	327.472,85
15/04/2011	16	327.472,85	(18.137,78)	(13.498,58)	(4.639,20)	313.974,26
15/05/2011	17	313.974,26	(18.137,78)	(13.689,81)	(4.447,97)	300.284,45
15/06/2011	18	300.284,45	(18.137,78)	(13.883,75)	(4.254,03)	286.400,69
15/07/2011	19	286.400,69	(18.137,78)	(14.080,44)	(4.057,34)	272.320,25
15/08/2011	20	272.320,25	(18.137,78)	(14.279,91)	(3.857,87)	258.040,34
15/09/2011	21	258.040,34	(18.137,78)	(14.482,21)	(3.655,57)	243.558,13
15/10/2011	22	243.558,13	(18.137,78)	(14.687,38)	(3.450,41)	228.870,75
15/11/2011	23	228.870,75	(18.137,78)	(14.895,45)	(3.242,34)	213.975,31
15/12/2011	24	213.975,31	(18.137,78)	(15.106,47)	(3.031,32)	198.868,84
15/01/2012	25	198.868,84	(18.137,78)	(15.320,47)	(2.817,31)	183.548,36
15/02/2012	26	183.548,36	(18.137,78)	(15.537,51)	(2.600,27)	168.010,85
15/03/2012	27	168.010,85	(18.137,78)	(15.757,63)	(2.380,15)	152.253,22
15/04/2012	28	152.253,22	(18.137,78)	(15.980,86)	(2.156,92)	136.272,36
15/05/2012	29	136.272,36	(18.137,78)	(16.207,26)	(1.930,53)	120.065,10
15/06/2012	30	120.065,10	(18.137,78)	(16.436,86)	(1.700,92)	103.628,24
15/07/2012	31	103.628,24	(18.137,78)	(16.669,72)	(1.468,07)	86.958,52
15/08/2012	32	86.958,52	(18.137,78)	(16.905,87)	(1.231,91)	70.052,65
15/09/2012	33	70.052,65	(18.137,78)	(17.145,37)	(992,41)	52.907,28
15/10/2012	34	52.907,28	(18.137,78)	(17.388,26)	(749,52)	35.519,02
15/11/2012	35	35.519,02	(18.137,78)	(17.634,60)	(503,19)	17.884,42
15/12/2012	36	17.884,42	(18.137,78)	(17.884,42)	(253,36)	(0,00)

Fuente: Propia (2009).

V.3.1.5 Nómina:

La elaboración de la nómina se realiza en cada periodo de pago. Estos periodos están claramente definidos por la Ley Orgánica del Trabajo en el **Artículo 150**, donde expresa: *“El trabajador y el patrono acordarán el lapso fijado para el pago del salario que no podrá ser mayor de una quincena, pero podrá ser hasta de un mes cuando el trabajador reciba del patrono alimentación y vivienda”*.

Nómina Anual: Es el resultado de multiplicar el Sueldo Mensual por 12 meses.

Anteriormente, se indicó que la posada durante sus primeros 4 años de operación, contratará la mitad del personal requerido por la posada; a partir del quinto año se procederá a contratar el 100% de la nómina requerida por la posada. Razón por la cual, se procederá a describir los gastos en los cuales se incurrirá con el incremento de personal.

Cuadro N° 38. Gastos de Nómina: (Personal 50%).

Gastos de Nómina	Nómina Mensual Bs. F.	Nómina Anual Bs. F.
Nómina Administrativa	6.750,00	81.000,00
Nómina de Operaciones	10.850,00	130.200,00
Bono por Productividad	1.840,00	22.080,00
Bono Nocturno	1.350,00	16.200,00
Domingos y Feriados	920,00	11.040,00
Apartado Laborales	5.063,52	60.762,22
Aportes Patronales	3.048,69	36.584,27
Total Gastos de Personal Bs. F.	29.822,21	357.866,49

Fuente: Propia (2009)

Cuadro N° 39. Gastos de Nómina: (Personal 100%).

Gastos de Nómina	Nómina Mensual Bs. F.	Nómina Anual Bs. F.
Nómina Administrativa	9.150,00	109.800,00
Nómina de Operaciones	23.750,00	285.000,00
Bono por Productividad	3.290,00	39.480,00
Bono Nocturno	1.110,00	13.320,00
Domingos y Feriados	1.645,00	19.740,00
Apartado Laborales	8.836,48	106.037,78
Aportes Patronales	5.425,11	65.101,33
Total Gastos de Personal Bs. F.	53.206,59	638.479,11

Fuente: Propia (2009)

A continuación se describen los conceptos que se manejan para realizar el cálculo de la nómina mensual:

Cuadro N° 40. Gastos de Nómina Fijos Mensuales: (Personal 50%).

Cargos	Cantidad de Empleados	Gastos Fijos Mensuales Bs. F.				
		Salario Unitario	Salario Mensual	Bono por Productividad	Bono Nocturno	Domingos y Feriados
Administrador	1	3.250,00	3.250,00	325,00	0,00	162,50
Oficinista	1	1.300,00	1.300,00	130,00	0,00	65,00
Recepcionista	2	1.100,00	2.200,00	220,00	330,00	110,00
Supervisor de Operación	1	2.950,00	2.950,00	295,00	0,00	147,50
Chef	1	2.200,00	2.200,00	220,00	0,00	110,00
Ayudante de Cocina	1	1.200,00	1.200,00	120,00	0,00	60,00
Mesonero	2	950,00	1.900,00	190,00	0,00	95,00
Camarero	2	900,00	1.800,00	180,00	540,00	90,00
Obrero de Mantenimiento	2	800,00	1.600,00	160,00	240,00	80,00
TOTAL	13	14.650,00	18.400,00	1.840,00	1.110,00	920,00

Fuente: Propia (2009).

Cuadro N° 41. Gastos de Nómina Fijos Mensuales: (Personal 100%).

Cargos	Cantidad de Empleados	Gastos Fijos Mensuales Bs. F.				
		Salario Unitario	Salario Mensual	Bono por Productividad	Bono Nocturno	Domingos y Feriados
Administrador	1	3.250,00	3.250,00	325,00	0,00	162,50
Oficinista	2	1.300,00	2.600,00	260,00	0,00	130,00
Recepcionista	3	1.100,00	3.300,00	330,00	330,00	165,00
Supervisor de Operación	1	2.950,00	2.950,00	295,00	0,00	147,50
Chef	2	2.200,00	4.400,00	440,00	0,00	220,00
Ayudante de Cocina	4	1.200,00	4.800,00	480,00	0,00	240,00
Mesonero	4	950,00	3.800,00	380,00	0,00	190,00
Camarero	6	900,00	5.400,00	540,00	540,00	270,00
Obrero de Mantenimiento	3	800,00	2.400,00	240,00	240,00	120,00
TOTAL	26	14.650,00	32.900,00	3.290,00	1.110,00	1.645,00

Fuente: Propia (2009).

- **Bono por Productividad:**

Este monto se calcula en base al 10% del sueldo o salario mensual, con ello se busca estimular al trabajador a ser excelente en la atención al cliente; éste bono se le pagará a todos los trabajadores, ya que son ellos que permiten que la posada funcione correctamente.

- **Bono Nocturno:**

Según lo establecido en la Ley Orgánica del Trabajo en el **Artículo 156:** *La jornada nocturna será pagada con un treinta por ciento (30%) de recargo, por lo menos, sobre el salario convenido para la jornada diurna.*

- **Domingos y Feriados:**

Según lo establecido en la Ley Orgánica del Trabajo en el **Artículo 154:** *Cuando un trabajador preste servicios en día feriado tendrá derecho al salario correspondiente a ese día y además al que le corresponda por razón del trabajo realizado, calculado con un recargo del cincuenta por ciento (50%) sobre el salario ordinario.*

- **Bono de Alimentación:**

En la Gaceta Oficial nro. 38.094 de fecha 27 de diciembre de 2004, la Ley de Alimentación para los Trabajadores, dictamina que se le debe entregar a los empleados un beneficio de alimentación durante la jornada laboral según lo establecido en los siguientes artículos:

Artículo 1. Esta Ley tiene por objeto regular el beneficio de alimentación para proteger y mejorar el estado nutricional de los trabajadores, a fin de fortalecer su salud, prevenir las enfermedades ocupacionales y propender a una mayor productividad laboral.

Artículo 4. El otorgamiento del beneficio a que se refiere el artículo 2 de esta Ley podrá implementarse, a elección del empleador, de las siguientes formas:

1. Mediante la instalación de comedores propios de la empresa, operados por ella o contratados con terceros, en el lugar de trabajo o en sus inmediaciones.

Los empleados recibirán este beneficio en el restaurant de la posada, lo que le permitirá a los patronos cumplir con esta obligación y los trabajadores estarán recibiendo una comida de calidad excelente y saludable.

✓ **Pasivos Según la Ley Orgánica del Trabajo Vigente:**

Esto corresponden a todos los gastos que el patrono debe provisionar de forma mensual para cumplir con las leyes establecidas en el momento que se cumplan estas obligaciones o en el momento que la relación laboral se termine por cualquiera de las partes.

Cuadro N° 42. Pasivos Laborales Fijos Mensuales: (Personal 50%).

Cargos	Cantidad de Empleados	Pasivos Laborales Mensuales Bs. F.		
		Utilidades	Bono Vacacional	Prestaciones Sociales
Administrador	1	135,42	63,19	656,02
Oficinista	1	54,17	25,28	262,41
Recepcionista	2	91,67	42,78	499,07
Supervisor de Operación	1	122,92	57,36	595,46
Chef	1	91,67	42,78	444,07
Ayudante de Cocina	1	50,00	23,33	242,22
Mesonero	2	79,17	36,94	383,52
Camarero	2	75,00	35,00	453,33
Obrero de Mantenimiento	2	66,67	31,11	362,96
TOTAL	13	766,67	357,78	3.899,07

Fuente: Propia (2009).

Cuadro N° 43. Pasivos Laborales Fijos Mensuales: (Personal 100%).

Cargos	Cantidad de Empleados	Pasivos Laborales Mensuales Bs. F.		
		Utilidades	Bono Vacacional	Prestaciones Sociales
Administrador	1	135,42	63,19	656,02
Oficinista	2	108,33	50,56	524,81
Recepcionista	3	137,50	64,17	721,11
Supervisor de Operación	1	122,92	57,36	595,46
Chef	2	183,33	85,56	888,15
Ayudante de Cocina	4	200,00	93,33	968,89
Mesonero	4	158,33	73,89	767,04
Camarero	6	225,00	105,00	1.180,00
Obrero de Mantenimiento	3	100,00	46,67	524,44
TOTAL	26	1.370,83	639,72	6.825,93

Fuente: Propia (2009).

- Vacaciones:

Según el **Artículo 219** de la Ley Orgánica del Trabajo, el patrono debe cancelar 15 días por un año continuo de servicios y un (1) día adicional por cada año adicional de servicios con un techo máximo de 15 días más, es decir un total de 30 días. Según el **Artículo 145** de la Ley Orgánica del Trabajo, que expresa lo siguiente: *el salario base para el cálculo de lo que corresponda al trabajador por concepto de vacaciones será el **salario normal** devengado por él, en el mes efectivo de labores inmediatamente anterior al día en que nació el derecho a la vacación.*

Salario Normal es el percibido de forma regular y permanente.

- Bono Vacacional:

Según el **Artículo 223** de la Ley Orgánica del Trabajo, los patronos deberán pagar una bonificación por vacaciones a los trabajadores, equivalente a un mínimo de 7 días de salario más un día adicional por cada año que se encuentren laborando en la empresa, con un techo de 21 días.

Este monto se obtiene de dividir el Sueldo o Salario mensual entre los días promedio del mes (30 días) y luego multiplicarlo por los días que le corresponden por Bono Vacacional.

- **Utilidades:**

Según el **Artículo 182** de la Ley Orgánica del Trabajo, la empresa debe pagar a los trabajadores por concepto de Utilidades, desde 15 días a 4 meses. **Posada Azulada, C.A.** mediante contrato con los trabajadores, cancela 15 días de Sueldo o Salario Anual.

- **Prestaciones Sociales:**

Según la Ley de Prestaciones Sociales se le pagará al trabajador por este concepto, 5 días por cada mes hasta el primer año ($5 \times 12 = 60$), luego se le suman 2 días adicionales por cada año que se encuentre laborando en la empresa. Este concepto se lleva en la contabilidad de la empresa. Este monto se calcula en base al Sueldo o Salario Integral.

- **Salario Integral:**

Al salario anual se le agrega los conceptos establecidos en la Ley Orgánica del Trabajo. **Artículo 133.** *...comprende las comisiones, primas, gratificaciones, participación en los beneficios o utilidades, sobresueldos, bono vacacional, así como recargos por días feriados, horas extras o trabajo nocturno, alimentación y vivienda.*

- ✓ **Aportes Patronales:**

Son condiciones establecidas en varias leyes que le permiten beneficiar a los empleados en los años futuros, los patrones deben cumplir con estos requerimientos de forma mensual y se describen a continuación:

Cuadro N° 44. Aportes Patronales Fijos Mensuales: (Personal 50%).

Cargos	Cantidad de Empleados	Aportes Patronales Mensuales Bs. F.			
		Seguro Social	Paro Forzoso	Ley Vivienda y Hábitat	INCES
Administrador	1	325,00	65,00	78,72	65,00
Oficinista	1	130,00	26,00	31,49	26,00
Recepcionista	2	220,00	44,00	59,89	44,00
Supervisor de Operación	1	295,00	59,00	71,46	59,00
Chef	1	220,00	44,00	53,29	44,00
Ayudante de Cocina	1	120,00	24,00	29,07	24,00
Mesonero	2	190,00	38,00	46,02	38,00
Camarero	2	180,00	36,00	54,40	36,00
Obrero de Mantenimiento	2	160,00	32,00	43,56	32,00
TOTAL	13	1.840,00	368,00	467,89	368,00

Fuente: Propia (2009).

Cuadro N° 45. Aportes Patronales Fijos Mensuales: (Personal 100%).

Cargos	Cantidad de Empleados	Aportes Patronales Mensuales Bs. F.			
		Seguro Social	Paro Forzoso	Ley Vivienda y Hábitat	INCES
Administrador	1	325,00	65,00	78,72	65,00
Oficinista	2	260,00	52,00	62,98	52,00
Recepcionista	3	330,00	66,00	86,53	66,00
Supervisor de Operación	1	295,00	59,00	71,46	59,00
Chef	2	440,00	88,00	106,58	88,00
Ayudante de Cocina	4	480,00	96,00	116,27	96,00
Mesonero	4	380,00	76,00	92,04	76,00
Camarero	6	540,00	108,00	141,60	108,00
Obrero de Mantenimiento	3	240,00	48,00	62,93	48,00
TOTAL	26	3.290,00	658,00	819,11	658,00

Fuente: Propia (2009).

- **Seguro Social Obligatorio (S.S.O.):**

Según el **Artículo 192** del Reglamento del Seguro Social, la empresa estaría clasificada como de Riesgo Medio, y en el Artículo 109 del Reglamento del

Seguro Social establece que el patrono deberá aportar el 10 % de los sueldos y Salarios mensuales, cancelados al trabajador.

- **Seguro Paro Forzoso (S.P.F.):**

Según Reglamento del Paro forzoso, establece que el patrono deberá aportar el 2 % del salario o sueldo mensual.

- **Ley de Vivienda y Hábitat (L.V.H.):**

Según el Decreto nro. 6.072, con Rango, Valor y fuerza de Ley del Régimen Prestacional de vivienda y Hábitat (Gaceta Oficial Nro. 5.889 Extraordinaria de Fecha 31 de julio de 2008). A partir del 1ero. De agosto de 2008 los aportes monetarios de 3%, efectuados al Fondo de ahorro Obligatorio para la Vivienda por los empleados y sus empleadores serán realizados sobre la base del Salario integral. Es decir, los conceptos de remuneraciones salariales pagados tales como Sueldos y Salarios, Vacaciones, Bono Vacacional, Utilidades, entre otros, serán tomados en cuenta para la retención del 1% que corresponde al empleado y el 2% que corresponde al empleador, para luego ser depositados a su nombre en la Entidad Bancaria respectiva.

- **Instituto Nacional de Cooperación Educativa Socialista (INCES):**

De acuerdo a lo establecido en la Ley del INCES, el patrono deberá aportar el 2 % de los sueldos y salarios mensual.

En resumen, los pasivos laborales y los aportes patronales requeridos durante el proyecto se presentan a continuación:

Cuadro N° 46. Gastos de Nómina del Proyecto.

Gastos de Nómina del Proyecto Bs. F.											
Nivel de Ocupación	0%	20%	30%	40%	50%	60%	70%	70%	70%	70%	70%
Concepto / Año	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Nómina Administrativa	0,00	81.000,00	81.000,00	81.000,00	81.000,00	109.800,00	109.800,00	109.800,00	109.800,00	109.800,00	109.800,00
Nómina de Operaciones	0,00	130.200,00	130.200,00	130.200,00	130.200,00	285.000,00	285.000,00	285.000,00	285.000,00	285.000,00	285.000,00
Bono por Productividad	0,00	22.080,00	22.080,00	22.080,00	22.080,00	39.480,00	39.480,00	39.480,00	39.480,00	39.480,00	39.480,00
Bono Nocturno	0,00	16.200,00	16.200,00	16.200,00	16.200,00	13.320,00	13.320,00	13.320,00	13.320,00	13.320,00	13.320,00
Domingos y Feriados	0,00	11.040,00	11.040,00	11.040,00	11.040,00	19.740,00	19.740,00	19.740,00	19.740,00	19.740,00	19.740,00
Apartado Laborales	0,00	60.762,22	60.762,22	60.762,22	60.762,22	106.037,78	106.037,78	106.037,78	106.037,78	106.037,78	106.037,78
Aportes Patronales	0,00	36.584,27	36.584,27	36.584,27	36.584,27	65.101,33	65.101,33	65.101,33	65.101,33	65.101,33	65.101,33
Total Gastos de Personal Anuales Bs. F.	0,00	357.866,49	357.866,49	357.866,49	357.866,49	638.479,11	638.479,11	638.479,11	638.479,11	638.479,11	638.479,11

Fuente: Propia (2009).

V.3.1.6 Suministros:

Los suministros necesarios para el funcionamiento están estrechamente ligados con la naturaleza y características de los servicios ofrecidos.

Entre los principales suministros que hay que considerar para la prestación del servicio, de establecimiento de alojamiento son: artículos de higiene personal, artículos de limpieza, reposición de lencería, reposición de toallas de baño y el servicio de alimentación, compuesto por las diferentes categorías de alimentos y bebidas a ofrecer al cliente y a los empleados.

Se seleccionaron insumos de primera calidad, a fin de garantizar la satisfacción plena de las necesidades y expectativas de los clientes. Los insumos son de origen nacional y de fácil comercialización.

Cuadro N° 47. Lista de Suministros.

Lista de Suministros
Habitación
Jabón Tocador
Champú
Acondicionador
Papel Higiénico
Reposición de Lencería
Reposición Toallas de Baño
Artículos de Limpieza
Servicio de Alimentación
Bebidas No Alcohólicas
Bebidas Alcohólicas
Charcutería
Verduras
Hortalizas
Carnes
Pescados
Aves
Frutas
Víveres
Servilletas
Reposición de Mantel
Reposición de Platería
Reposición de Cristalería

Fuente: Propia (2009).

Para proceder a calcular los costos de suministros para las habitaciones y para los servicios de alimentación, se consideraron las condiciones establecidas en la Guía para Elaborar Estudios Económicos de Hoteles, Moteles, Posadas y Campamentos Turísticos y las cuales se indican a continuación:

- Para establecer los costos de suministros de las habitaciones se procede a tomar el 10% de los ingresos obtenidos por concepto de servicio de hospedaje.
- Para los servicios de alimentación se considera el 50% de los ingresos por servicio de alimentación vendidos en la posada. Este parámetro es descrito en la Guía para Elaborar Estudios Económicos de Hoteles, Moteles, Posadas y Campamentos Turísticos para cada una de las comidas que se ingieran en la posada, independientemente de que sea el desayuno, el almuerzo o la cena. Por lo tanto, para el proyecto descrito se procede a tomar este parámetro en la única comida ofrecida por la posada que es el desayuno.

Cuadro N° 48. Gastos de Suministros Por Año.

Suministros Anuales	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingresos Por Venta de Servicios	0%	20%	30%	40%	50%	60%	70%	70%	70%	70%	70%
Servicio de Habitación por Año	0,00	365.000,00	547.500,00	730.000,00	912.500,00	1.095.000,00	1.277.500,00	1.277.500,00	1.277.500,00	1.277.500,00	1.277.500,00
Servicio de Alimentación por Año	0,00	584.000,00	876.000,00	1.168.000,00	1.460.000,00	1.752.000,00	2.044.000,00	2.044.000,00	2.044.000,00	2.044.000,00	2.044.000,00
Ingresos por Servicios Bs. F.	0,00	949.000,00	1.423.500,00	1.898.000,00	2.372.500,00	2.847.000,00	3.321.500,00	3.321.500,00	3.321.500,00	3.321.500,00	3.321.500,00
Suministros											
Costo de Suministros de Habitaciones Anuales	0,00	36.500,00	54.750,00	73.000,00	91.250,00	109.500,00	127.750,00	127.750,00	127.750,00	127.750,00	127.750,00
Costos de Suministros por Servicio de Alimentación Anual	0,00	292.000,00	438.000,00	584.000,00	730.000,00	876.000,00	1.022.000,00	1.022.000,00	1.022.000,00	1.022.000,00	1.022.000,00
Costos por Suministros Anual Bs. F.	0,00	328.500,00	492.750,00	657.000,00	821.250,00	985.500,00	1.149.750,00	1.149.750,00	1.149.750,00	1.149.750,00	1.149.750,00

Suministros (3 Meses).	0,00	82.125,00	123.187,50	164.250,00	205.312,50	246.375,00	287.437,50	287.437,50	287.437,50	287.437,50	287.437,50
-------------------------------	-------------	------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------

Fuente: Propia (2009).

V.3.1.7 Gastos de Operación:

A continuación, se detallan todos los pagos que debe hacer la posada para desarrollar su operación de servicios mensuales y anuales, en relación al pago de gastos de operación y los gastos generales y de administración.

Adicionalmente, se procedió a categorizar los gastos como costos fijos y costos variables. El contraste entre ambos conceptos es que los variables dependen directamente de la cantidad de servicios realizados, y los fijos se deben costear independientemente del número de servicios vendidos, ya que su naturaleza es la de permanecer constantes.

Por ello se procedió a calcular los gastos de operación variables en base a la capacidad utilizada de la posada y los gastos generales y de administración, son montos constantes ya que la mayoría están preestablecidos en los distintos contratos con los proveedores.

Cuadro N° 49. Gastos de Operación y de Administración por Año.

Gastos de Operación	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Nivel de Ocupación	0%	20%	30%	40%	50%	60%	70%	70%	70%	70%	70%
Gastos de Operación Variables	0,00	22.800,00	34.200,00	45.600,00	57.000,00	68.400,00	79.800,00	79.800,00	79.800,00	79.800,00	79.800,00
Gastos Generales y de Administración	0,00	147.000,00	147.000,00	147.000,00	147.000,00	147.000,00	147.000,00	147.000,00	147.000,00	147.000,00	147.000,00
Gastos por Operación Anual Bs. F.	0,00	169.800,00	181.200,00	192.600,00	204.000,00	215.400,00	226.800,00	226.800,00	226.800,00	226.800,00	226.800,00

Fuente: Propia (2009).

Cuadro N° 50. Gastos de Operación Variables.

Gastos de Operación Variables			
Descripción	Categoría	Monto Bs. F. Mensual	Monto Bs. F. Anual
Electricidad y Aseo Urbano	Variable	2.000,00	24.000,00
Agua	Variable	3.000,00	36.000,00
Teléfono	Variable	1.500,00	18.000,00
Gas	Variable	500,00	6.000,00
Gastos de Mantenimiento	Variable	1.500,00	18.000,00
Otros Gastos	Variable	1.000,00	12.000,00
Total Gastos de Operación Variables Bs. F.		9.500,00	114.000,00

Fuente: Propia (2009).

Cuadro N° 51. Gastos Generales y Administración.

Gastos Generales y Administración			
Descripción	Categoría	Monto Bs. F. Mensual	Monto Bs. F. Anual
Artículos de Oficina	Fijo	500,00	6.000,00
Televisión Por Cable	Fijo	500,00	6.000,00
Internet	Fijo	250,00	3.000,00
Mantenimiento de Piscina y Jacuzzi	Fijo	2.000,00	24.000,00
Outsourcing Contable	Fijo	500,00	6.000,00
Outsourcing de Vigilancia	Fijo	1.200,00	14.400,00
Seguros	Fijo	5.500,00	66.000,00
Publicidad	Fijo	1.800,00	21.600,00
Total Gastos Generales y Administración Bs. F.		12.250,00	147.000,00

Fuente: Propia (2009).

V.3.1.8 Ingresos Por Ventas:

Como ingresos del proyecto se consideran los flujos de dinero que recibirá la nueva posada como resultado de la venta de sus servicios durante cada año. En el cuadro siguiente se presentan los ingresos estimados en el proyecto en términos constantes; los ingresos aumentan al incrementarse la capacidad utilizada.

Adicionalmente, hay que destacar que el cliente al alojarse en una habitación cancelará 350 bolívares fuertes diarios que incluye el derecho a desayuno. Es un paquete único y que tiene un monto de Bs. F. 350 por noche de habitación, con ocupación máxima de 4 personas (habitación cuádruple).

Cuadro N° 52. Ingresos Por Servicios Mensuales.

Ingresos Por Servicio	Monto Unitario Bs. F.	Monto Mensual Bs. F.
Servicio por Habitación		
Servicio Por Una Habitación	250,00	7.500,00
Servicio de Alimentación		
Servicio Por Alimentación	100,00	3.000,00
Ingreso Total Por Servicio Bs. F.	350,00	10.500,00

Fuente: Propia (2009).

El ingreso estimado depende de la capacidad instalada del proyecto, por lo cual al multiplicar el precio de venta de cada servicio por el nivel de ocupación por cada año; permite obtener los flujos de ingreso.

Cuadro N° 53. Ingresos Por Servicios Anuales.

Ingresos por Servicios	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Nivel de Ocupación	0%	20%	30%	40%	50%	60%	70%	70%	70%	70%	70%
Nro. De Habitaciones por Día	0	4	6	8	10	12	14	14	14	14	14
Nro. De Habitaciones por Año	0	1460	2190	2920	3650	4380	5110	5110	5110	5110	5110
Nro. De Servicio de Alimentación por Día	0	16	24	32	40	48	56	56	56	56	56
Nro. De Servicio de Alimentación por Año	0	5840	8760	11680	14600	17520	20440	20440	20440	20440	20440
Servicio Total Anual	0	7300	10950	14600	18250	21900	25550	25550	25550	25550	25550
Ingresos Por Venta de Servicios Bs. F.											
Servicio de Habitación por Día	0,00	1.000,00	1.500,00	2.000,00	2.500,00	3.000,00	3.500,00	3.500,00	3.500,00	3.500,00	3.500,00
Servicio de Habitación por Año	0,00	365.000,00	547.500,00	730.000,00	912.500,00	1.095.000,00	1.277.500,00	1.277.500,00	1.277.500,00	1.277.500,00	1.277.500,00
Servicio de Alimentación por Día	0,00	1.600,00	2.400,00	3.200,00	4.000,00	4.800,00	5.600,00	5.600,00	5.600,00	5.600,00	5.600,00
Servicio de Alimentación por Año	0,00	584.000,00	876.000,00	1.168.000,00	1.460.000,00	1.752.000,00	2.044.000,00	2.044.000,00	2.044.000,00	2.044.000,00	2.044.000,00
Ingresos por Servicios Anuales Bs. F.	0,00	949.000,00	1.423.500,00	1.898.000,00	2.372.500,00	2.847.000,00	3.321.500,00	3.321.500,00	3.321.500,00	3.321.500,00	3.321.500,00

Fuente: Propia (2009).

V.3.1.9 Estado de Resultados Proyectado:

Aquí se procede a proyectar los ingresos y los gastos que generará el proyecto en un lapso de vida de 10 años. Es simplemente recopilar los datos elaborados previamente, presentados en forma de estado financiero.

Para realizar este estado financiero, se procedió a aplicar estas condiciones:

- Aplicar el 1% sobre los ingresos brutos para obtener el cálculo de la contribución especial al Inatur.
- Se aplicará la Unidad Tributaria Vigente en el año 2009 Bs. F. 55.
- **Condiciones a Aplicar para el Cálculo de ISLR:**

Hasta 2.000 U.T. se aplica el 15% y un sustraendo de cero U.T.

De 2.001 U.T. hasta 3.000 U.T. se aplica el 22% y un sustraendo de 140 U.T.

De 3.001 U.T. en adelante se aplica el 34% y un sustraendo de 500 U.T.

Cuadro N° 54. Estado de Resultados Proyectado.

Estado de Ganancias y Pérdidas del 01/01 al 31/12 Bs. F.										
<u>Período</u>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingresos										
Ingresos por Servicios	949.000,00	1.423.500,00	1.898.000,00	2.372.500,00	2.847.000,00	3.321.500,00	3.321.500,00	3.321.500,00	3.321.500,00	3.321.500,00
Total Ingresos por Servicios	949.000,00	1.423.500,00	1.898.000,00	2.372.500,00	2.847.000,00	3.321.500,00	3.321.500,00	3.321.500,00	3.321.500,00	3.321.500,00
Gastos de Operación										
Nómina	357.866,49	357.866,49	357.866,49	357.866,49	638.479,11	638.479,11	638.479,11	638.479,11	638.479,11	638.479,11
Depreciación y Amortización	186.506,83	186.506,83	186.506,83	169.840,16	169.840,16	68.093,20	68.093,20	68.093,20	68.093,20	68.093,20
Suministros	328.500,00	492.750,00	657.000,00	821.250,00	985.500,00	1.149.750,00	1.149.750,00	1.149.750,00	1.149.750,00	1.149.750,00
Gastos Operativos	22.800,00	34.200,00	45.600,00	57.000,00	68.400,00	79.800,00	79.800,00	79.800,00	79.800,00	79.800,00
Gastos Generales y de Administración	147.000,00	147.000,00	147.000,00	147.000,00	147.000,00	147.000,00	147.000,00	147.000,00	147.000,00	147.000,00
Impuesto al Turismo (Inatur)	9.490,00	14.235,00	18.980,00	23.725,00	28.470,00	33.215,00	33.215,00	33.215,00	33.215,00	33.215,00
Total Gastos de Operación	1.052.163,32	1.232.558,32	1.412.953,32	1.576.681,65	2.037.689,27	2.116.337,31	2.116.337,31	2.116.337,31	2.116.337,31	2.116.337,31
Utilidad Neta en Operaciones	-103.163,32	190.941,68	485.046,68	795.818,35	809.310,73	1.205.162,69	1.205.162,69	1.205.162,69	1.205.162,69	1.205.162,69
Egresos Financieros										
Intereses Deuda Bancaria	-75.766,35	-49.674,49	-18.784,56	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Total Egresos por intereses	-75.766,35	-49.674,49	-18.784,56	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Utilidad antes de ISLR	-178.929,66	141.267,19	466.262,13	795.818,35	809.310,73	1.205.162,69	1.205.162,69	1.205.162,69	1.205.162,69	1.205.162,69
Impuesto Sobre la Renta	0,00	20.530,85	131.029,12	243.078,24	247.665,65	382.255,31	382.255,31	382.255,31	382.255,31	382.255,31
Utilidad Neta	-178.929,66	120.736,35	335.233,00	552.740,11	561.645,08	822.907,37	822.907,37	822.907,37	822.907,37	822.907,37

Fuente: Propia (2009).

V.3.2 Evaluación de Resultados:

V.3.2.1 Cálculo del Capital de Trabajo:

Se procedió a indicar en el cuadro N° 32. Inversión Total que se financiarían los tres primeros meses de operación, antes de recibir ingresos significativos, ya que deben comprarse insumos y suministros, pagar la nómina mensual y contar con cierta cantidad de efectivo para sufragar los gastos diarios de la posada. Razón por la cual, se decide realizar el aporte propio de los mismos, para que la empresa cuente con un capital para empezar a trabajar.

Cuadro N° 55. Cálculo del Capital de Trabajo.

Capital de Trabajo	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Nivel de Ocupación Utilizado	0%	20%	30%	40%	50%	60%	70%	70%	70%	70%	70%
Suministros	0,00	82.125,00	123.187,50	164.250,00	205.312,50	246.375,00	287.437,50	287.437,50	287.437,50	287.437,50	287.437,50
Sueldos	0,00	89.466,62	89.466,62	89.466,62	89.466,62	159.619,78	159.619,78	159.619,78	159.619,78	159.619,78	159.619,78
Gastos Operativos	0,00	5.700,00	8.550,00	11.400,00	14.250,00	17.100,00	19.950,00	19.950,00	19.950,00	19.950,00	19.950,00
Gastos Administración	0,00	36.750,00	36.750,00	36.750,00	36.750,00	36.750,00	36.750,00	36.750,00	36.750,00	36.750,00	36.750,00
Capital de Trabajo Anual Bs. F.	0,00	214.041,62	257.954,12	301.866,62	345.779,12	459.844,78	503.757,28	503.757,28	503.757,28	503.757,28	503.757,28
Capital de Trabajo Incremental Bs. F.	214.041,62	43.912,50	43.912,50	43.912,50	114.065,66	43.912,50	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Fuente: Propia (2009).

V.3.2.2 Flujo de Fondos:

En el cuadro siguiente, se presenta de manera resumida, el flujo de caja, el objetivo principal de toda evaluación de proyectos, es incorporar todas las cuentas que constituyan las entradas y las salidas de la empresa; de esta manera se procede a proyectar los flujos de caja que tendrá la posada durante su periodo de operaciones; si el flujo de fondos es positivo la inversión será favorable.

Se proyectaron los valores monetarios en términos constantes, tomando como año base al año cero hasta finalizar el proyecto; para así mantener una coherencia de los supuestos, en los cuales se basa la proyección, y esto sólo se logra utilizando una base uniforme de cálculo a todo lo largo del proyecto, eliminando la necesidad de la justificación de los componentes inflacionarios que encierran los precios corrientes.

Cuadro N° 56. Flujo de Fondos.

Flujo de Caja Libre Bs. F.											
Período	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingresos											
Ingresos por Servicios	0,00	949.000,00	1.423.500,00	1.898.000,00	2.372.500,00	2.847.000,00	3.321.500,00	3.321.500,00	3.321.500,00	3.321.500,00	3.321.500,00
Total Ingresos por Servicios	0,00	949.000,00	1.423.500,00	1.898.000,00	2.372.500,00	2.847.000,00	3.321.500,00	3.321.500,00	3.321.500,00	3.321.500,00	3.321.500,00
Gastos de Operación											
Nómina	0,00	357.866,49	357.866,49	357.866,49	357.866,49	638.479,11	638.479,11	638.479,11	638.479,11	638.479,11	638.479,11
Depreciación y Amortización	0,00	186.506,83	186.506,83	186.506,83	169.840,16	169.840,16	68.093,20	68.093,20	68.093,20	68.093,20	68.093,20
Suministros	0,00	328.500,00	492.750,00	657.000,00	821.250,00	985.500,00	1.149.750,00	1.149.750,00	1.149.750,00	1.149.750,00	1.149.750,00
Gastos Operativos	0,00	22.800,00	34.200,00	45.600,00	57.000,00	68.400,00	79.800,00	79.800,00	79.800,00	79.800,00	79.800,00
Gastos Generales y de Administración	0,00	147.000,00	147.000,00	147.000,00	147.000,00	147.000,00	147.000,00	147.000,00	147.000,00	147.000,00	147.000,00
Impuesto al Turismo (Inatur)	0,00	9.490,00	14.235,00	18.980,00	23.725,00	28.470,00	33.215,00	33.215,00	33.215,00	33.215,00	33.215,00
Total Gastos de Operación	0,00	1.052.163,32	1.232.558,32	1.412.953,32	1.576.681,65	2.037.689,27	2.116.337,31	2.116.337,31	2.116.337,31	2.116.337,31	2.116.337,31
Utilidad Bruta		-103.163,32	190.941,68	485.046,68	795.818,35	809.310,73	1.205.162,69	1.205.162,69	1.205.162,69	1.205.162,69	1.205.162,69
Impuesto Sobre la Renta	0,00	20.530,85	131.029,12	131.029,12	119.372,75	247.665,65	382.255,31	382.255,31	382.255,31	382.255,31	382.255,31
Utilidad Neta	0,00	-123.694,16	59.912,56	354.017,56	676.445,60	561.645,08	822.907,37	822.907,37	822.907,37	822.907,37	822.907,37
Depreciación y Amortización	0,00	186.506,83	186.506,83	186.506,83	169.840,16	169.840,16	68.093,20	68.093,20	68.093,20	68.093,20	68.093,20
Inversiones:											
Infraestructura	-820.932,00										
Aire Acondicionado y Calentadores	-24.320,00										
Mobiliario de Habitación	-169.532,00										
Equipos de Recepción	-15.002,00										
Equipos de Oficina	-8.477,00										
Equipos de Limpieza y Mtto.	-14.085,80										
Equipos de Cocina	-277.318,00										
Levantamiento Topográfico	-3.500,00										
Estudio de Suelos	-9.000,00										
Ingeniería Básica	-4.500,00										
Estudio de Factibilidad	-4.000,00										
Gastos Legales	-2.500,00										
Publicidad (Inicial)	-25.000,00										
Solicitud de Servicios Públicos	-1.500,00										
Capital de Trabajo:	-214.041,62	-43.912,50	-43.912,50	-43.912,50	-114.065,66	-43.912,50	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	-										
Flujo Neto de Caja Libre	1.593.708,42	18.900,17	202.506,89	496.611,89	732.220,10	687.572,74	891.000,57	891.000,57	891.000,57	891.000,57	891.000,57

Fuente: Propia (2009).

V.3.2.3 Punto de Equilibrio:

Para el cálculo del punto de equilibrio (P.E.), se tomaron en cuenta los costos fijos, variables y los ingresos por los servicios de la posada. La fórmula utilizada para hallar el punto de equilibrio es:

$$P.E. = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ingreso}}}$$

Este cálculo podrá expresarse el valor de bolívares de las ventas.

A continuación, se describen los costos fijos y variables de la posada y luego se procede al cálculo del punto de equilibrio.

Cuadro N° 57. Costos Totales.

Costos Totales	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Costos Variables:											
Gastos de Operación Variables	0,00	22.800,00	34.200,00	45.600,00	57.000,00	68.400,00	79.800,00	79.800,00	79.800,00	79.800,00	79.800,00
Suministros	0,00	36.500,00	54.750,00	73.000,00	91.250,00	109.500,00	127.750,00	127.750,00	127.750,00	127.750,00	127.750,00
Total Costos Variables	0,00	59.300,00	88.950,00	118.600,00	148.250,00	177.900,00	207.550,00	207.550,00	207.550,00	207.550,00	207.550,00
Costos Fijos:											
Nómina	0,00	190.957,51	190.957,51	190.957,51	190.957,51	263.438,22	263.438,22	263.438,22	263.438,22	263.438,22	263.438,22
Intereses del Crédito	0,00	75.766,35	49.674,49	18.784,56	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Gastos Generales y Administración	0,00	147.000,00	147.000,00	147.000,00	147.000,00	147.000,00	147.000,00	147.000,00	147.000,00	147.000,00	147.000,00
Depreciación y Amortización	0,00	131.043,23	131.043,23	131.043,23	114.376,56	114.376,56	68.093,20	68.093,20	68.093,20	68.093,20	68.093,20
Total Costos Fijos	0,00	544.767,08	518.675,23	487.785,30	452.334,07	524.814,78	478.531,42	478.531,42	478.531,42	478.531,42	478.531,42
Total Costos Bs. F.	0,00	604.067,08	607.625,23	606.385,30	600.584,07	702.714,78	686.081,42	686.081,42	686.081,42	686.081,42	686.081,42

Fuente: Propia (2009).

Cuadro N° 58. Punto de Equilibrio.

Punto de Equilibrio Bs. F.											
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingresos por Servicios de Habitación	0,00	365.000,00	547.500,00	730.000,00	912.500,00	1.095.000,00	1.277.500,00	1.277.500,00	1.277.500,00	1.277.500,00	1.277.500,00
Costos Fijos	0,00	544.767,08	518.675,23	487.785,30	452.334,07	524.814,78	478.531,42	478.531,42	478.531,42	478.531,42	478.531,42
Costos Variables	0,00	59.300,00	88.950,00	118.600,00	148.250,00	177.900,00	207.550,00	207.550,00	207.550,00	207.550,00	207.550,00
Punto de Equilibrio Bs. F.	0,00	650.441,56	619.288,38	582.406,39	540.078,30	626.618,89	571.357,44	571.357,44	571.357,44	571.357,44	571.357,44

Fuente: Propia (2009).

El resultado del punto de equilibrio muestra que para el primer año no se alcanza el mismo, al quedar un 78% por debajo del nivel de ingresos requeridos, no cubriéndose los costos fijos, similarmente sucede para el segundo año, ambos impactados por el costo de los intereses del préstamo; sin embargo a partir del tercer año los ingresos pasan a cubrir la totalidad de los costos fijos y variables de la posada; y a partir de ahí se logrará obtener beneficios para los inversionistas.

Podemos observar también que para el resto del proyecto se refleja la capacidad que tiene la posada de cubrir con los ingresos recibidos por servicios de habitación los costos fijos y variables de las habitaciones ocupadas y aún así tener un excedente para cubrir otras necesidades requeridas.

Aunque los primeros tres años son difíciles para los inversionistas, ya que el nivel de ocupación es menor al 40%, deben cancelar el préstamo bancario adquirido y lograr posicionar la empresa en el mercado, después del cuarto año se observan flujos favorables para los inversionistas.

V.3.2.4 Rentabilidad: Valor Presente Neto y Tasa Interna de Retorno.

Valor Presente Neto:

Para valuar el rendimiento de un proyecto de inversión, a través del Valor Actual Neto, es necesario la determinación del flujo de fondos y una tasa de descuento que exprese las expectativas de rentabilidad del inversionista. Como es sabido, todo inversionista espera que el rendimiento de sus activos le admita recuperar la inversión inicial y además obtener una ganancia adicional por haber realizado la misma. Ahora bien, para calcular el valor actual neto se presenta la siguiente fórmula:

$$VAN = \sum \frac{\text{Flujo de Fondos}_n}{(1 + \text{tasa de descuento})^n} - I_0$$

Después de haber calculado el Flujo de Fondos del proyecto que se encuentra en el título V.3.2.2 Flujo de Fondos, se estima la tasa de descuento, tomando en cuenta los siguientes elementos:

- ✓ El costo de oportunidad indicado por los inversionista y definido en una tasa en términos constantes del 17%
- ✓ Cuanto será el interés generado por el aporte crediticio a una tasa nominal del 17%, según el plan de financiamiento con una Institución Financiera, establecido para los créditos otorgados al sector turismo.
- ✓ Se deberá ajustar la tasa a una prima de riesgo acordada con los inversionistas para hacer equivalente su costo de oportunidad con el riesgo del proyecto.

Tomando en cuenta todas estas consideraciones se procede a calcular la tasa de descuento.

Cuadro N° 59. Cálculo de la Tasa de Descuento.

Descripción	Monto Bs. F.	Tasa	Total
Aporte Crediticio	508.734,80	17,00%	86.484,92
Aporte Propio	1.038.437,95	17,00%	176.534,45
Total	1.547.172,75		263.019,37
Tasa Calculada			17,00%
Tasa Por Riesgo			5,88%
Tasa de Descuento			22,88%

Fuente: Propia (2009).

Luego de haber obtenido el Flujo de Fondos del proyecto y la tasa de descuento se procede a calcular el Valor Actual Neto, conocido también con el nombre de VPN; al aplicar la fórmula de Excel, se obtiene el siguiente resultado:

Cuadro N° 60. Valor Presente Neto del Proyecto.

VPN del Proyecto Bs. F.	283.677,84
--------------------------------	-------------------

Fuente: Propia (2009).

Una vez calculada el valor presente neto, la misma permite expresar que en diez años del proyecto, se recupera la inversión y se tiene un excedente de Bs. F. 283.677,84, por lo que el proyecto es factible. Aunque se observa un VPN favorable para la puesta en marcha de la posada en Tucacas, Estado Falcón

Tasa Interna de Retorno:

La tasa interna de retorno (TIR) que hace el valor presente cero indica el nivel de rentabilidad mínimo del proyecto y la condición de factibilidad se demuestra al ser mayor que la tasa de descuento utilizada para descontar los flujos de caja del proyecto.

La TIR será calculada, en este proyecto, mediante la implementación de las fórmulas financieras de Excel.

Cuadro N° 61. Tasa Interna de Retorno del Proyecto.

TIR del Proyecto	26,63%
-------------------------	---------------

Fuente: Propia (2009).

De acuerdo, al cálculo anterior, se obtuvo una TIR del 26,63% es mayor que la tasa exigida del 22,88%, entonces el proyecto se acepta y se considera viable o realizable.

La cercanía de la TIR a la tasa de descuento, advierte a los inversionistas que el proyecto tiene aspectos de riesgo que hay que considerar, ya que puede ser susceptible ante la variación de algunas de las premisas, a no ser rentable.

También, se procedió a calcular la tasa interna de retorno del inversionista para verificar la capacidad de pago de estos con la estructura de financiamiento propuesta y apalancamiento de los recursos propios.

Cuadro N° 62. Tasa Interna de Retorno del Inversionista.

TIR del Inversionista	28,44%
------------------------------	---------------

Fuente: Propia (2009).

Con los datos anteriores, se confirma que es viable el apalancamiento del proyecto. Debido a que la TIR del Inversionista 28,44% es mayor a la TIR del Proyecto 26,63%. Pero hay que considerar, que aunque el apalancamiento puede aumentar la tasa interna de retorno, también incrementa el riesgo de la inversión.

V.3.2.5. Período de Recuperación de la Inversión.

Cuando se habla de recuperación de la inversión, se refiere a cuánto tarda en recuperarse la inversión inicial. Para conocer el período de recuperación de la inversión, basta con observar los flujos netos de caja acumulados durante los años de vida útil del proyecto, y calcular en qué momento se recupera la inversión. En el cuadro siguiente se muestra el cálculo del tiempo de recuperación:

Cuadro N° 63. Período de Recuperación de la Inversión.

Período de Recuperación											
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Flujo Neto de Caja Libre	1.593.708,42	18.900,17	202.506,89	496.611,89	732.220,10	687.572,74	891.000,57	891.000,57	891.000,57	891.000,57	891.000,57
Flujo Neto Acumulado de Caja Libre	1.593.708,42	1.574.808,26	1.372.301,37	875.689,48	143.469,38	544.103,36	1.435.103,94	2.326.104,51	3.217.105,09	4.108.105,66	4.999.106,24
Período de Recuperación en Días	1.459	365	365	365	365	-1	0	0	0	0	0

Fuente: Propia (2009).

Como ya es conocido, el capital invertido en el proyecto corresponde a Bs. F. 1.593.708,42, y observando el cuadro anterior se puede detallar que dicha inversión se recupera en el quinto año del proyecto

V.3.2.6 Análisis de Sensibilidad:

Es de gran relevancia la construcción de escenarios y parámetros distintos del original, para determinar factores de riesgo que puedan afectar la rentabilidad del negocio, ya que dichos análisis se basan en la creación de escenarios pesimistas.

Por ello, se ha considerado estudiar tres variables importantes, entre ellas tenemos el precio del servicio, los suministros y la nómina; las dos últimas variables fueron consideradas por la relevancia del monto en el cual incurren en el proyecto y también porque estos conceptos variaran de acuerdo al nivel de ocupación de la posada.

A continuación, se presentan los resultados obtenidos para las tres variables:

Cuadro N° 64. Análisis de Sensibilidad de la Variable Precio del Servicio.

Variación	VPN	Var VPN
0,00%	283.677,84	0,00%
-1,00%	219.408,54	-22,66%
-2,00%	155.139,24	-45,31%
-3,00%	90.869,95	-67,97%
-4,00%	26.600,65	-90,62%
-5,00%	-37.668,65	-113,28%
-6,00%	-101.937,95	-135,93%
-7,00%	-166.207,24	-158,59%
-8,00%	-230.476,54	-181,25%
-9,00%	-294.745,84	-203,90%
-10,00%	-359.015,13	-226,56%
-11,00%	-423.284,43	-249,21%
-12,00%	-487.553,73	-271,87%

Fuente: Propia (2009).

Se aprecia que el proyecto es altamente sensible a las variaciones en el precio del servicio, ya que ante una disminución del 5% del precio de venta el valor presente neto (VPN), registra valores negativos.

Cuadro N° 65. Análisis de Sensibilidad de la Variable Suministros

Variación	VPN	Var VPN
0,00%	283.677,84	0,00%
1,00%	261.206,05	-7,92%
2,00%	238.734,27	-15,84%
3,00%	216.262,49	-23,76%
4,00%	193.790,71	-31,69%
5,00%	171.318,93	-39,61%
6,00%	148.847,14	-47,53%
7,00%	126.375,36	-55,45%
8,00%	103.903,58	-63,37%
9,00%	81.431,80	-71,29%
10,00%	58.960,01	-79,22%
11,00%	36.488,23	-87,14%
12,00%	14.016,45	-95,06%

Fuente: Propia (2009).

Se puede decir, que el proyecto presenta alta sensibilidad ante las variaciones en los costos de suministros de habitación y de alimentación, ya que ante un aumento del 12% el valor presente neto (VPN) registra un monto de Bs. F. 14.016,45; que todavía sigue siendo un VPN positivo pero poco atractivo para el inversionista, indicándole que recupera su inversión y obtiene un excedente no satisfactorio a sus requerimientos.

Cuadro N° 66. Análisis de Sensibilidad de la Variable Nómina.

Variación	VPN	Var VPN
0,00%	283.677,84	0,00%
1,00%	269.402,03	-5,03%
2,00%	255.126,23	-10,06%
3,00%	240.850,43	-15,10%
4,00%	226.574,63	-20,13%
5,00%	212.298,83	-25,16%
6,00%	198.023,03	-30,19%
7,00%	183.747,23	-35,23%
8,00%	169.471,43	-40,26%
9,00%	155.195,62	-45,29%
10,00%	140.919,82	-50,32%
11,00%	126.644,02	-55,36%
12,00%	112.368,22	-60,39%

Fuente: Propia (2009).

Ahora bien, el valor presente neto (VPN) presenta una menor sensibilidad que la observada en la variable de suministros, ya que el aumento en un 12% en sueldos administrativos y operacionales, ubica al VPN en Bs. F. 112.368,22; el cual sigue siendo un atractivo interesante para los inversionistas.

Sin embargo, al observar que el proyecto es factible pero a la vez riesgoso, debido a que tiene una TIR cercana a la tasa de descuento seleccionada; se procedió a establecer dos posibles escenarios con una de las variables más sensibles del proyecto; la cual es la Capacidad Utilizada por la Posada, se realizaron los cálculos pertinentes y se obtuvieron los siguientes resultados:

Escenario Pesimista:

La condición es que la Capacidad Utilizada de la Posada a partir del 5to. Año en adelante, se mantendrán en 50%.

Cuadro N° 67. Resultados del Escenario Pesimista.

VPN del Proyecto	- 140.075,90
TIR del Proyecto	20,65%
TIR del Inversionista	21,94%

Fuente: Propia (2009).

El resultado obtenido indica que ante el mantenimiento de un nivel de ocupación de 50% durante toda la proyección de 10 años, el VPN es negativo, por lo cual el proyecto no es factible. Adicionalmente, se puede confirmar a través de la TIR del Proyecto y del Inversionista, ambas están por debajo de la Tasa de Descuento Seleccionada que es del 22,88%. Por lo cual, el proyecto no es factible para los inversionistas.

Escenario Optimista:

La condición es que la Capacidad Utilizada de la Posada a partir del 5to. Año en adelante, se mantendrán en 90%.

Cuadro N° 68. Resultados del Escenario Optimista.

VPN del Proyecto	838.816,15
TIR del Proyecto	32,40%
TIR del Inversionista	34,75%

Fuente: Propia (2009).

El resultado obtenido indica un VPN positivo y favorable, por lo cual el proyecto es aceptado. Adicionalmente, se puede observar que la TIR del Proyecto y del Inversionista, ambas están por encima de la Tasa de Descuento Seleccionada que es del 22,88%. Por lo cual, el proyecto es factible y beneficioso para los inversionistas.

Al observar ambos escenarios, se puede determinar que la variable Capacidad Utilizada de la Posada es muy susceptible a cualquier tipo de variación política, económica, cultural, entre otros; y que ello puede causar alteraciones en las estimaciones realizadas para este proyecto. Lo que quiere decir, que los inversionistas al asumir este proyecto, están aceptando el riesgo que esta variable puede generar en el futuro de la posada.

Capítulo VI. Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones:

La instalación de una posada en Tucacas, Estado Falcón, es factible debido a que:

- ✓ Una vez evaluada las estadísticas e informaciones recopiladas de las distintas instituciones, el estudio de mercado permite concluir que existe un mercado potencial que estaría dispuesto a utilizar los servicios de la posada, motivado a que las organizaciones homólogas ubicadas en el perímetro urbano de Tucacas, no poseen la capacidad de satisfacer la demanda existente, permitiendo una coyuntura favorable para incursionar en este mercado, basándose en una política de excelente atención personalizada, publicidad asertiva y control de calidad que contribuyen al posicionamiento en el corto plazo.
- ✓ El estudio del mercado permitió demostrar que existe una demanda potencial que aunque no se evidencia dentro de las estadísticas emitidas por los distintos entes consultados, en la práctica existe una gran demanda de turistas nacionales que requieren del servicio de hospedaje, alimentación y recreación, por cuanto efectivamente existe una demanda insatisfecha en materia de servicio de posadas en Tucacas.
- ✓ En cuanto al estudio técnico, se puede aseverar que todos los aspectos esbozados en el mismo le otorgan viabilidad al proyecto, pues se cuenta con las condiciones para cumplir con todos los requerimientos técnicos y legales para su ejecución.
- ✓ La inversión inicial que se requiere para llevar a cabo este proyecto es de Bs. F. 1.593.708,42. La misma servirá para la adquisición de los activos fijos y diferidos, acondicionamiento y construcción del establecimiento, así como también para cubrir las necesidades de los tres primeros meses de capital de trabajo.

- ✓ La evaluación económica y financiera confirma la factibilidad del proyecto. El VPN, genera excedentes al final del proyecto por Bs. 283.677,84 con una tasa interna de retorno es del 26,63%, y un período de recuperación aproximado al quinto año de funcionamiento.
- ✓ El proyecto presenta un perfil de riesgo que debe administrarse, dada la susceptibilidad a las variaciones en el porcentaje de ocupación y niveles de precios.

Recomendaciones:

Después de conocer los resultados arrojados por este estudio y realizar las conclusiones pertinentes, se recomienda:

- ✓ Llevar a cabo la instalación y puesta en marcha del proyecto, debido al potencial de demanda producto de la necesidad insatisfecha con la cantidad y servicio que actualmente se presta en la zona.
- ✓ Mantener los porcentajes de ocupación mayor al 50% y lo más estable posible generando planes de acción, con promoción de los servicios prestados por la posada y manteniendo una excelente calidad de servicio que garantice dinamismo en la respuesta a los visitantes y agilidad en el desarrollo de las actividades propias del servicio. Así como también, mantener un estricto control de calidad en todos los procesos para fomentar la satisfacción integral del cliente y su lealtad a la posada.
- ✓ Se recomienda estudiar fraccionar la inversión total en varias etapas, a fin de disminuir los altos desembolsos a consecuencia del pago del préstamo bancario recibido, aumentando de esta manera la rentabilidad y los flujo de caja en cada periodo y disminuyendo de esta manera el forzado crecimiento del proyecto de los tres primeros años del proyecto.

Bibliografía

- ✓ Alcántara, M. y Longa, O. (2003). La Competitividad de la Industria Turística Venezolana Bajo Una Perspectiva Internacional. Universidad Simón Bolívar, Núcleo del Litoral.
- ✓ Álvarez, Loly. (2006). Estudio de Viabilidad Económica para la Creación de una Posada Turística VIP en Cubiro, Estado Lara. Trabajo de Grado para optar al Título de TSU En Mercadotecnia. Colegio Universitario Fermín Toro.
- ✓ Arvelo Guerrero, Ángel Eduardo. (2001). Estudio de Factibilidad Económica para la Construcción del Hotel Monte Ávila Caracas. Trabajo de Grado para optar al Título de Especialista En Economía Empresarial. Universidad Católica Andrés Bello.
- ✓ Ary, D. Jacobs and Razaviech, A. (1.993). Introducción a la Investigación Pedagógica (J.M. Salazar, Traducción). México. McGraw Hill.
- ✓ Baca, J. (1995). Evaluación de Proyectos. 3era. Edición. México. McGraw Hill Interamericana, S.A.
- ✓ Balestrini, M. (2002). Como se Elabora el Proyecto de Investigación. Consultores Asoc. OBL. Caracas, Venezuela.
- ✓ Blanco, A. (2004). Formulación y Evaluación de Proyecto. Caracas. Ediciones Torán, C.A.
- ✓ Brito Ahide, Duque. (2005). Turismo y Competitividad en Venezuela: Una Aproximación a la Situación Actual Venezolana.

- ✓ Camacho, Vannesa (2005), Estudio de viabilidad para la Instalación de un Autolavado en la Ciudad de Barquisimeto, Estado Lara. Trabajo de Grado para optar al Título de Especialista En Gerencia Empresarial. Universidad Centro Occidental Lisandro Alvarado. Estado Lara, Venezuela.
- ✓ Cámara de Turismo. (19 de enero de 2009). Reservación Hotelera se Ubica en 70%.
- ✓ Chacón, T. y González, A. (2006). Desarrollo Endógeno y Turismo: Una Apuesta por la Calidad de Vida. Municipio Monseñor Iturriza. Estado Falcón.
- ✓ Consejo Nacional de Promoción de Inversiones. (CONAPRI). (2006). Resumen Ejecutivo: Negocio en Turismo.
- ✓ Consejo Nacional de Promoción de Inversiones. (CONAPRI). (2007). Resumen Ejecutivo: Turismo.
- ✓ Constitución de la República Bolivariana de Venezuela. (1999) Gaceta Oficial N° 36.860 de fecha 30 de diciembre de 1999. Caracas, Venezuela.
- ✓ Corporación de Turismo del Estado Falcón. (2007). Dossier para el Inversionista Turístico del Estado Falcón. Coro, Estado Falcón. Venezuela.
- ✓ Corporación para la Zona Libre para el Fomento de la Inversión Turística en la Península de Paraguaná. (CORPOTULIPA). (Enero 2007). Estadísticas Actualizadas.
- ✓ Díaz Ruíz, Manuel Esteban. (2008). Estudio de Factibilidad para la Construcción y Puesta en Marcha de una Posada Turística. Trabajo de

Grado para optar al Título de Especialista En Administración de Empresas. Mención Finanzas. Universidad Católica Andrés Bello.

- ✓ FONCREI. (Octubre 2005). Guía para Elaborar Estudios Económicos de Hoteles, Moteles, Posadas y Campamentos Turísticos.
- ✓ Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión. Estudio Económico-Financiero. (Marzo 2008).
- ✓ Fundación Esteban Tobar. (2008). Abriendo Opciones para un Turismo Exitoso en el Estado Lara.
- ✓ Gallardo, J. (1999) Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión. Un enfoque de Sistemas. México: McGraw-Hill Interamericana, S.A.
- ✓ Ginebra, J. y Arana de la Garza, R. (1994). Dirección por Servicio: La Otra Calidad. McGraw Hill Interamericana, S.A.
- ✓ Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2003). Metodología de la Investigación. Tercera Edición. México: McGraw-Hill Interamericana, S.A.
- ✓ Hernández Sampieri y Otros (1998). Metodología de la Investigación. México. McGraw Hill Interamericana, S.A.
- ✓ Horovitz y Jurgens. (1994). La Satisfacción Total del Cliente. McGraw Hill Interamericana, S.A.
- ✓ [Http://abn.info.ve](http://abn.info.ve)
- ✓ [Http://es.wikipedia.org.ve](http://es.wikipedia.org.ve)

- ✓ [Http://definicion.de/inversion/](http://definicion.de/inversion/)
- ✓ [Http://www.abcinternacional.net](http://www.abcinternacional.net)
- ✓ [Http://www.aeroviaje.com](http://www.aeroviaje.com)
- ✓ [Http://www.bcv.org.ve](http://www.bcv.org.ve)
- ✓ [Http://www.conapri.org.ve](http://www.conapri.org.ve)
- ✓ [Http://www.degerencia.com/actualidad](http://www.degerencia.com/actualidad)
- ✓ [Http://www.dinero.com.ve](http://www.dinero.com.ve)
- ✓ [Http://www.fenahove.org.ve](http://www.fenahove.org.ve)
- ✓ [Http://www.gestiopolis.com](http://www.gestiopolis.com)
- ✓ [Http://www.hoteles.com.ve.](http://www.hoteles.com.ve)
- ✓ [Http://www.hoteles/veneanuncios.com](http://www.hoteles/veneanuncios.com)
- ✓ [Http://www.ine.gob.ve](http://www.ine.gob.ve)
- ✓ [Http://www.mintur.gob.ve.](http://www.mintur.gob.ve)
- ✓ [Http://www.mv.gov.ve](http://www.mv.gov.ve)
- ✓ [Http://www.notitarde.com](http://www.notitarde.com)
- ✓ [Http://www.soitu.es.](http://www.soitu.es)

- ✓ [Http: //www.turismodeplaya.com](http://www.turismodeplaya.com).
- ✓ [Http://www.turismoporvenezuela.com](http://www.turismoporvenezuela.com)
- ✓ [Http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/barometer/UNWTO_Barom08_1_sp.pdf](http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/barometer/UNWTO_Barom08_1_sp.pdf)
- ✓ [Http: //www.valentinaquintero.com.ve](http://www.valentinaquintero.com.ve).
- ✓ [Http://www.venezuelatuya.com](http://www.venezuelatuya.com)
- ✓ Hurtado, B. (1998). Metodología de la Investigación, Holística. Caracas, Venezuela. Editorial Fundación S Y Pla.
- ✓ Ideas. (Abril, 2007). Manual de Preparación de un Plan de Negocios.
- ✓ Inviafa. (Junio, 2006). Estadísticas.
- ✓ Kotler, P. (1996). Mercadotecnia. Cuarta Edición. México: McGraw-Hill Interamericana, S.A.
- ✓ La Costa. (04 de Enero de 2009). En la Costa Oriental de Falcón se Incrementó en 6% la Entrada de Turistas en Diciembre Respecto a 2007. Valencia, Estado Carabobo.
- ✓ Ley Orgánica de Turismo. (26 de Noviembre 2001). Decreto N° 1534, Gaceta Oficial N° 37332, Caracas.
- ✓ Ley del Instituto Nacional de Capacitación y Educación Socialista. (INCES). (23 de junio de 2008). Publicado en Gaceta Oficial N° 38.958.

- ✓ Ley del Régimen Prestacional de Vivienda y Hábitat. (31 de julio de 2008). Decreto N° 6.072, con Rango, Valor y Fuerza de Ley, publicado en la Gaceta Oficial N° 5.889.
- ✓ Ley Orgánica del Sistema de Seguridad Social. (30 de diciembre de 2002). Publicado en Gaceta Oficial N° 37.600.
- ✓ Ley Orgánica del Trabajo (19 de junio de 1997). Publicado en Gaceta Oficial N° 5.152.
- ✓ Méndez, C. (2001). Método, Diseño y Desarrollo del Proceso de Investigación. Colombia. McGraw Hill Interamericana, S.A.
- ✓ Ministerio del Poder Popular Para El Turismo. (MINTUR). Tabulador de Servicios para las Categorías de los Establecimientos de Alojamiento Turístico. Tipo Estancia de Turismo. Resolución N° 01. Caracas, 19 de Enero de 1999.
- ✓ Ministerio del Poder Popular Para El Turismo. (MINTUR). Normas de Posadas.
- ✓ Montas Ramírez, Francisco Augusto. Historia de la Hotelería. (2006).
- ✓ Organización Mundial del Turismo (OMT). Estadísticas Anuales.
- ✓ Porter, M. (1998): La Ventaja Competitiva de las Naciones, con una Nueva Introducción. The Free Press. New York.
- ✓ Potef. (2002). Plan de Ordenamiento Urbano del Estado Falcón. Corporación Falconiana de Turismo. Corfaltur- 2002

- ✓ Rebolledo Castro, Henry Jesús. (2005). Estudio de Factibilidad para la Construcción y Funcionamiento de una Posada Turística en Ciudad Bolívar. Trabajo de grado para optar al título de Especialista en Gerencia de Proyectos. Universidad Católica Andrés Bello.
- ✓ Reglamento Parcial de la Ley Orgánica de Turismo sobre Establecimiento de Alojamiento Turístico. Decreto N° 3.094 y publicado en Gaceta Oficial N° 36.607 de fecha 21 de diciembre de 1998.
- ✓ Revista Producto (27 de agosto de 2007). Hoteles a Máxima Capacidad en Venezuela.
- ✓ Revista Producto (27 de febrero de 2008). Se Busca Habitación Doble.
- ✓ Revista Ciencias Sociales. (Septiembre, 2006). Consideraciones Estratégicas de Mercadeo para la Pequeña y Mediana Empresa del Sector de alojamiento Turístico de la Península de Paraguaná. Maracaibo. Estado Zulia.
- ✓ Reyes, Gladys. (Junio, 2007). Diagnóstico Sobre el Producto Posadas Turísticas en la Península de Paraguaná, Estado Falcón. Venezuela.
- ✓ Salir de Casa. Falcón: Tierra de Contrastes. Por Lorena Pineda.
- ✓ Sapag Chain N., (2000). Criterios de Evaluación de Proyectos. Madrid, España. McGraw Hill Interamericana, S.A.
- ✓ Sapag Chain N. Y Sapag Chain R. (1995). Preparación y Evaluación de Proyectos. 3era. Edición. Santa Fe de Bogotá, Colombia. McGraw Hill Interamericana, S.A.

- ✓ Sarmiento, F. (2002). Estudio de factibilidad para la instalación de la posada turística Doña Carmen en Chichiriviche, Municipio Iturriza del Estado Falcón. Trabajo de grado para optar al título de Licenciado en Administración, mención Gerencia. Universidad Fermín Toro. Cabudare.
- ✓ Sengling, D. (1990). Claves para la Formación en la Empresa. CEAC. Barcelona, España.
- ✓ Tamayo y Tamayo, M. (1997). El Proceso de la Investigación Científica. 3era. Edición. México, D.F. Editorial Limusa, S.A.
- ✓ Vélez, Ignacio. Decisiones de Inversión. Enfocado a la Valoración de Empresas.

Glosario

- **Activo:** Elementos o artículos pertenecientes a una sociedad, que tienen un valor comercial o de cambio; suelen dividirse en activo circulante y activo fijo. (Tomado del Manual de Preparación de un Plan de Negocio, Abril 2007).
- **Actividad Turística:** Comprende aquellos actos que realizan las personas para que puedan acontecer hechos de carácter Turístico-Recreacional. Es la suma de todas aquellas empresas que invierten valiosos recursos para producir bienes y servicios en beneficio de las comunidades anfitrionas. (Tomado de la página web: <http://www.mintur.gob.ve>).
- **Atractivos Turísticos:** Valores propios existentes, que motivan la concurrencia de una población foránea susceptible a ser dispuesto y/o acondicionadas específicamente para su adquisición y/o usufructo recreacional directo. (Tomado de la página web: <http://www.mintur.gob.ve>).
- **Análisis de la Sensibilidad:** Es el procedimiento mediante el cual se puede determinar cuánto se afecta (qué tan sensible) la Tasa Interna de Retorno antes de cambios en determinadas variables del proyecto. (Sapag y Sapag, 1995).
- **Balance:** Declaración financiera de las cuentas, que muestra el activo y el pasivo de una empresa en un día determinado. (Tomado del Manual de Preparación de un Plan de Negocio, Abril 2007).
- **Beneficio:** Total de todos los ingresos menos todos los gastos. (Tomado del Manual de Preparación de un Plan de Negocio, Abril 2007).

- **Cantidad de Habitaciones:** Total de habitaciones con que cuenta un establecimiento de alojamiento turístico. (Tomado de la página web: <http://www.mintur.gob.ve>).
- **Capacidad de Ocupación:** El número de habitaciones indicadas en el proyecto multiplicado por 365 días (año). Nota los ingresos y egreso por concepto de alojamiento se estimaran de acuerdo al grado de utilización de la capacidad anual. (Guía para Elaborar Estudios Económicos de Hoteles, Moteles, Posadas y Campamentos Turísticos. FONCREI. Octubre 2005).
- **Capital:** Activos netos de una empresa; sociedad o figura semejante incluyendo la inversión original y todas las ganancias y beneficios sobre la misma. (Baca, 1995).
- **Capital de Trabajo:** es el recurso económico destinado al funcionamiento inicial y permanente del negocio, que cubre el desfase natural entre el flujo de ingresos y egresos. Entre los activos circulantes y los pasivos circulantes. (Tomado de la página web: http://es.wikipedia.org/wiki/Capital_de_trabajo).
- **Categoría:** Es un número de la escala del 1 a 5 estrellas con la finalidad de medir la calidad y cantidad de servicios que prestan los establecimientos de alojamiento turístico a los huéspedes. (Tomado de la página web: <http://www.mintur.gob.ve>).
- **Competencia:** Situación en la que un gran número de empresas abastece a un gran número de consumidores y en la que ninguna empresa puede demandar u ofertar una cantidad suficientemente grande para alterar el precio del mercado. (Sapag, 1995).
- **Costo de Oportunidad:** designa el coste de la inversión de los recursos disponibles, en una oportunidad económica, a costa de las inversiones

alternativas disponibles, o también el valor de la mejor opción no realizada. El término fue acuñado por Friedrich von Wieser en su *Theorie der gesellschaftlichen Wirtschaft* (Teoría de la Economía Social -1914-).

Tomado de la página web:

http://es.wikipedia.org/wiki/Costo_de_oportunidad).

- **Costo Variable:** es aquel que se modifica de acuerdo a variaciones del volumen de producción (o nivel de actividad), se trate tanto de bienes como de servicios. Es decir, si el nivel de actividad decrece, estos costos decrecen, mientras que si el nivel de actividad aumenta, también lo hace esta clase de costos.

(Tomado de la página web: http://es.wikipedia.org/wiki/Costo_variable).

- **Costo Fijo:** son aquellos costos que no son sensibles a pequeños cambios en los niveles de actividad, sino que permanecen invariables ante esos cambios.

(Tomado de la página web: http://es.wikipedia.org/wiki/Costo_fijo).

- **Demanda Turística:** En términos generales es el conjunto de bienes y servicios que los turistas están dispuestos a adquirir en un determinado destino. Ahora bien, de acuerdo con los principios y normas del Sistema de Cuentas Nacionales (SCN), se entiende como un agregado constituido por la suma del consumo turístico, el consumo colectivo turístico y la formación bruta de capital fijo. En el enfoque de la demanda, el turismo estaría determinado por la cantidad y las características de los bienes y servicios consumidos por los visitantes. (Tomado de la página web: <http://www.mintur.gob.ve>).

- **Depreciación:** Reducción del valor contable o del valor de mercado de un activo; por ejemplo, depreciación anual del hardware informático. (Tomado del Manual de Preparación de un Plan de Negocio, Abril 2007).

- **Establecimiento de Alojamiento:** Se considera establecimiento de alojamiento turístico, aquel que presta al público el servicio de hospedaje en forma temporal, con áreas e instalaciones comunes, que consta de una edificación o conjunto de edificaciones construidas o acondicionadas para tal fin, y operadas en forma conjunta, ocupando la totalidad o parte de dichas edificaciones. (Tomado de la página web: <http://www.mintur.gob.ve>).

- **Estadísticas de Turismo:** Es una herramienta que se utiliza para el estudio de los fenómenos relacionados con el sector turismo, mediante un conjunto de procedimientos de recolección, procesamiento, clasificación, análisis y difusión de información, para conocer el comportamiento de la actividad turística, describiéndolo cuantitativamente para la toma de decisiones en materia de políticas turísticas. (Tomado de la página web: <http://www.mintur.gob.ve>).

- **Estudio de Factibilidad:** es el análisis comprensivo de los resultados financieros, económicos y sociales de una inversión (dada una opción tecnológica -estudio de pre-factibilidad). En la fase de pre-inversión la eventual etapa subsiguiente es el diseño final del proyecto (preparación del documento de proyecto), tomando en cuenta los insumos de un proceso productivo, que tradicionalmente son: tierra, trabajo y capital (que generan ingreso: renta, salario y ganancia). (Tomado de la página web: http://es.wikipedia.org/wiki/Estudio_de_factibilidad).

- **Estudio de Mercado:** se lleva a cabo dentro de un proyecto de iniciativa empresarial con el fin de hacerse una idea sobre la viabilidad comercial de una actividad económica. El estudio de mercado se apoya en 3 grandes pilares: Análisis del entorno general, análisis del consumidor y análisis de la competencia. (Tomado de la página web: http://es.wikipedia.org/wiki/Estudio_de_mercado).

- **Flujo de Efectivo:** Liquidez neta en las cuentas de caja de una empresa durante un período determinado; tiene en cuenta todo el efectivo en caja en operaciones, inversiones y financiamiento. (Tomado del Manual de Preparación de un Plan de Negocio, Abril 2007).
- **Inflación:** es el aumento sostenido y generalizado del nivel de precios de bienes y servicios, medido frente a un poder adquisitivo estable. Se define también como la caída en el valor de mercado o del poder adquisitivo de una moneda en una economía en particular, lo que se diferencia de la devaluación, dado que esta última se refiere a la caída en el valor de la moneda de un país en relación con otra moneda cotizada en los mercados internacionales, como el dólar estadounidense, el euro o el yen. (Tomado de la página web: <http://es.wikipedia.org/wiki/Inflacion>).
- **Inversión:** es la aplicación de bienes a la producción de una ganancia futura en lugar de a su consumo inmediato. (Tomado de la página web: <http://es.wikipedia.org/wiki/Inversion>).
- **Macrolocalización:** Se refiere a los factores cualitativos de la ubicación como el clima, latitud de la comunidad, entre otros. (Baca, 1995).
- **Mano de Obra Directa:** Es la mano, generalmente especializada que directamente interviene en la transformación de la materia o materiales directos y puede ser controlada de una manera efectiva. (Sapag, 1995).
- **Número de Plazas Camas:** Total de Camas con que cuenta un establecimiento de alojamiento turístico. (Tomado de la página web: <http://www.mintur.gob.ve>).
- **Pasivo:** Descripción de las fuentes del capital social de una empresa y de las correspondientes obligaciones de pago/amortización de dicho capital. (Tomado del Manual de Preparación de un Plan de Negocio, Abril 2007).

- **Posada Turística:** Es aquel establecimiento de pequeña escala localizado en centros poblados, áreas rurales, playas y carreteras en rutas o circuitos turísticos, administrado por una familia o por pequeños empresarios, destinado a satisfacer la demanda de los servicios de alojamiento y alimentación, el cual será autóctono de la zona donde esté ubicado. (Guía para Elaborar Estudios Económicos de Hoteles, Moteles, Posadas y Campamentos Turísticos. FONCREI. Octubre 2005).
- **Cantidad de Habitaciones:** Total de habitaciones con que cuenta un establecimiento de alojamiento turístico. (Tomado de la página web: <http://www.mintur.gob.ve>).
- **Capacidad de Ocupación:** El número de habitaciones indicadas en el proyecto multiplicado por 365 días (año). Nota los ingresos y egreso por concepto de alojamiento se estimaran de acuerdo al grado de utilización de la capacidad anual. (Guía para Elaborar Estudios Económicos de Hoteles, Moteles, Posadas y Campamentos Turísticos. FONCREI. Octubre 2005).
- **Producto Interno Bruto:** es el valor monetario total de la producción corriente de bienes y servicios de un país durante un período (normalmente es un trimestre o un año). El PIB es una magnitud de flujo, pues contabiliza sólo los bienes y servicios producidos durante la etapa de estudio. Además el PIB no contabiliza los bienes o servicios que son fruto del trabajo informal. Tomado de la página web: http://es.wikipedia.org/wiki/Producto_interno_bruto).
- **Punto de Equilibrio:** Nivel de producción en el que son exactamente iguales los ingresos por ventas a la suma de los costos fijos y los variables. (Sapag, 1995).
- **Registro Turístico Nacional (RTN):** Consiste en un sistema que permite al Estado venezolano contar con una base de datos de todos los prestadores

de servicios turísticos que efectúen operaciones en la República. Para prestar servicios turísticos de manera legal, los prestadores de servicios deben inscribirse en el mismo. (Tomado de la página web: <http://www.mintur.gob.ve>).

- **Rentabilidad:** Se define como el porcentaje de utilidad o beneficio que rinde una cosa, durante un periodo de tiempo determinado. Es la relación existente entre un capital (o suma) invertido y los rendimientos netos obtenidos de la inversión, expresada dicha relación en porcentajes (%). (Guía para Elaborar Estudios Económicos de Hoteles, Moteles, Posadas y Campamentos Turísticos. FONCREI. Octubre 2005).
- **Tasa de Interés:** es el porcentaje al que está invertido un capital en una unidad de tiempo, determinando lo que se refiere como "el precio del dinero en el mercado financiero". Tomado de la página web: http://es.wikipedia.org/wiki/Tasa_de_inter%C3%A9s).
- **Tasa Interna de Retorno (TIR):** Cantidad ganada en proporción directa al capital invertido. Es la tasa de descuento que hace que el valor presente neto sea igual a cero. (Baca, 1995).
- **Turismo:** Se define turismo como cualquier tipo de viaje de una persona fuera de su lugar de residencia fija por más de 24 horas, generalmente con fines de recreación o disfrute. Por lo que se podría decir que el turismo, es aquella actividad que implica desplazamiento momentáneo con realización de gasto de renta, cuyo objetivo principal es conseguir satisfacción con los bienes y servicios que se ofrecen a través de una actividad productiva, generada mediante una inversión previa. (Tomado de la página web: <http://www.mintur.gob.ve>).

- **Turismo Interno:** el cual se entiende como los desplazamientos que efectúan los residentes dentro de su país, fuera de su lugar normal de domicilio. (Tomado de la página web: <http://www.mintur.gob.ve>).
- **Turismo Emisivo:** está contemplado por los por los residentes nacionales que viajan fueran del país. (Tomado de la página web: <http://www.mintur.gob.ve>).
- **Turismo Receptivo:** comprende a los visitantes de países foráneos y que entran al territorio de un país receptor. (Tomado de la página web: <http://www.mintur.gob.ve>).
- **Turista:** Es un visitante que permanece en un medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar visitado por lo menos una noche. (Tomado de la página web: <http://www.mintur.gob.ve>).
- **Valor Presente:** valor de una corriente futura de efectivo descontada a la tasa de interés de mercado apropiada.
- **Valor Presente Neto (VPN):** corresponde a la actualización de los flujos de beneficios y costos-beneficios netos-del Proyecto, calculados a precios sociales, durante el horizonte de evaluación del proyecto y utilizando la tasa de descuento o tasa de desafío. El proyecto se considera rentable si su VPN es mayor que cero. (Guía para Elaborar Estudios Económicos de Hoteles, Moteles, Posadas y Campamentos Turísticos. FONCREI. Octubre 2005).
- **Visitante:** La Conferencia de la Organización de las Naciones Unidas sobre Viajes Internacionales y Turismo, definió al visitante como “cualquier persona que se traslada a un país distinto de aquel en el que tiene su residencia habitual, por cualquier razón distinta de la de ejercer una profesión remunerada en ese mismo país”. A los efectos estadísticos,

se define “toda persona que se desplaza a un lugar distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a doce meses, y cuya finalidad principal del viaje no es la de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado”, entendiéndose como entorno habitual la combinación de los criterios distancia mínima viajada, duración mínima de ausencia del lugar de residencia y los cambios mínimos entre localidades o territorios administrativos esta definición es la adoptada para la CST. (Tomado de la página web: <http://www.mintur.gob.ve>)

ANEXOS

Anexo 1



NORMAS DE POSADAS

1.- ANTECEDENTES

La historia de las Posadas es muy antigua y universal; es posible que sea el origen de los actuales Hoteles. Por los viejos caminos de España, Inglaterra y Francia, en la época de "Capa y Espada" los carruajes y los jinetes encontraban en las POSADAS, MESONES Y HOSTERIAS refugio seguro y alimentos.

El Programa de Posadas fue oficializado por la CORPORACION DE TURISMO DE VENEZUELA con la remodelación integral del Barrio El Cerrito en Sanare, Estado Lara, entre 1977 y 1980*.

Entre sus objetivos, este programa buscaba el rescate de la Arquitectura popular, la revitalización de los valores culturales, la capacitación en diferentes artes y oficios de la mano de obra ociosa, la consolidación de la comunidad en su lugar de origen y la creación de un sistema de alojamiento cuyos beneficios económicos representará ingresos adicionales para las familias.

* Programa Piloto para América Latina
XIII Congreso Interamericano de Turismo, Caracas 1977.

2.- OBJETIVOS

- 2.1.- Servir como guía a grupos familiares y pequeños empresarios en la tarea de equipar al país con instalaciones receptoras y de apoyo al turista en poblados, áreas rurales, playas, en rutas y circuitos turísticos.
- 2.2.- Rescatar y revitalizar el patrimonio cultural de las comunidades.
- 2.3.- Preservar elementos importantes de la Arquitectura de cada región.
- 2.4.- Establecer los criterios y exigencias mínimas a cumplir, para este tipo de establecimiento.

3.- DEFINICION

Se entiende por POSADA TURISTICA una instalación *receptiva* de pequeña escala administrada por una *familia* o por *pequeños empresarios* destinada a satisfacer la demanda de los servicios de alojamiento y alimentación de los usuarios en forma temporal.

4.- TIPOLOGIA DE LA POSADAS TURISTICAS

Las POSADAS pueden funcionar en viejas casas de Arquitectura popular habilitadas para su nueva función o nuevas construcciones.

4.1.- Posadas Turísticas ubicadas en viejas casas de arquitectura popular o en nuevas construcciones:

Con el objeto de preservar y revitalizar el patrimonio arquitectónico venezolano, el Ministerio de Turismo prestará especial atención, tratamiento y asistencia técnica, a los proyectos de Posadas en este tipo de construcciones.

Estos proyectos buscarán, fundamentalmente, la estabilidad, consolidación y puesta en valor de la arquitectura vernácula, respetando su estilo original y sus características mediante una cuidadosa habilitación para su nueva función. Las modificaciones, adiciones o ampliaciones que tuvieren que realizarse seguirán las líneas originales del inmueble.

Especial cuidado deberá prestarse a la restauración de puertas y ventanas originales, las cuales servirán de modelos para la fabricación de las nuevas. El piso de arcilla rústica o de piedra, las paredes de bahareque y los techos con cana teja de barro serán parte de sus características, y por tratarse en muchos casos de construcciones antiguas, la reglamentación, en cuanto a dimensionamiento de los diferentes ambientes tales como: comedor, habitaciones, baños, etc., se hace difícil, sin embargo, el proyecto de remodelación y habilitación, deberán adaptarse a la normativa respectiva, a fin de lograr una distribución lógica y el confort que el huésped necesita.

4.2.- Posadas Turísticas en nuevas construcciones

Del estilo de la nueva construcción, de su adaptación al medio, de la calidad de los materiales, de los acabados, de la comodidad y belleza de sus instalaciones depende, en un gran porcentaje, el éxito de estas POSADAS.

4.3.- Clasificación de las Posadas Turísticas:

Las Posadas pueden ser clasificadas atendiendo a diferentes ángulos, tales como:

4.3.1.- A su localización:

- Urbanas
- Sub-urbanas
- Rurales

4.3.2.- Al contexto en el cual se ubican:

- Playa
- Selva
- Montaña
- Llanos

4.3.3.- A los servicios que prestan:

- Una (1) Estrella
- Dos (2) Estrellas
- Tres (3) Estrellas

Sin embargo, para fines prácticos esta reglamentación se referirá a Posadas Turísticas en general.

5.- CRITERIOS DE DISEÑO

Consideraciones generales: Por cuanto desde hace más de una década, Venezuela se ha transformado en receptor de turistas en vez de exportador de turistas y debido al casi inexplorado potencial que en ese campo nuestro país está en capacidad de ofrecer y el cual cuenta con una demanda creciente, estamos desarrollando áreas de turismo antes no ofrecidas como: turismo de aventura, ecológico, agro-turismo, etc.

De la misma manera se ha desarrollado progresivamente un mayor interés por parte de los nacionales en hacer turismo interno, todo lo cual genera una actividad que no sólo es interesante desde el punto de vista económico por su efecto multiplicador, sino también por sus efectos ambientales y socioculturales.

En respuesta a tal demanda se ha producido una oferta de edificaciones de carácter turístico cada vez mayor, es por ello que este organismo se ha abocado a la elaboración de una normativa que rija la actividad de las Posadas Turísticas, a fin de evitar los impactos negativos de estas construcciones, en las poblaciones y en las culturas locales, exigiendo además que se adapten tanto al carácter de la zona como a su contexto ambiental.

5.1.- Condiciones de desarrollo:

- El proyecto deberá ajustarse a las variables establecidas para el terreno y de ser el caso supeditarse a las afectaciones correspondientes.
- El número máximo de unidades de alojamiento será igual a veinte (20) y la altura máxima no será mayor de dos plantas (planta baja y primer piso).
- No se permitirá la utilización de una vivienda de interés social, cualquiera sea su tipo, ya que estos inmuebles están destinados a cubrir necesidades específicas, como lo es el déficit habitacional del país.

5.2.- Condiciones de desarrollo de la parcela:

- En construcciones nuevas será necesaria la aprobación de uso turístico y condiciones de desarrollo (variables urbanas), los cuales serán emitidos por los organismos competentes según la localización del terreno.
- Estas edificaciones serán proyectadas tomando en consideración estilos, contexto, materiales (preferiblemente del lugar), función, modalidad y condiciones de desarrollo de la parcela, de tal forma que el resultado redunde tanto en beneficios para el promotor como para la comunidad en donde van a ser implantados. Asimismo deberán diseñarse adaptándose a las condiciones arquitectónicas y climatológicas de su entorno.
- Aprobación de uso turístico y asignación de las condiciones de desarrollo, será competencia de los Organismos Centrales y Municipales.
- En edificaciones ya construidas, el Ministerio de Turismo dará preferencia:
 - A aquellos inmuebles que posean un valor patrimonial, entendiéndose esto como, aquellas viviendas o sectores de una ciudad que se encuentren amparados por una ordenanza especial.
 - A las viviendas que posean un valor arquitectónico, siempre y cuando se respeten y mantengan las directrices, conceptos, temática y morfología de la propuesta arquitectónica original.

5.3.- Aprobación de Posadas: (remodelación de las ya existentes o nuevas construcciones)

Será competencia del MINISTERIO DE TURISMO, la permisología de las Posadas en todo el territorio nacional, así como la legalización de aquellas que funcionen sin la inscripción en el Registro Turístico Nacional (R.T.N.).

6.- CARACTERISTICAS FISICAS

Toda Posada Turística deberá contar con las siguientes dotaciones:

6.1.- Estacionamiento

Opcional.

6.2.- Accesos

La entrada principal deberá ser de fácil acceso; otro tipo de entradas serán exigidas de acuerdo a su categoría.

6.3.- Zona de Recepción

La zona de recepción está integrada por el estar y la recepción propiamente dicha, ubicada a nivel de la entrada principal y será el núcleo de enlace o de distribución a las diferentes áreas del establecimiento.

6.4.- Zonas de Servicios Públicos

La superficie de esta zona deberá ser calculada proporcionalmente al número de unidades de habitaciones de que disponga el establecimiento y la categoría deseada. El espacio destinado a comedor, debe ser de fácil acceso al público y estar comunicado directamente con la cocina.

6.5.- Servicios Generales

Los servicios generales comprenden: la entrada de servicio, vestuarios/sanitarios para personal, cocina, mantenimiento y otros servicios auxiliares cuya área dependerá de la categoría y la capacidad del establecimiento.

6.6.- Administración

Esta zona estará constituida por una oficina la cual funcionalmente debe estar relacionada con las zonas de recepción y de servicios.

6.7.- Zona Habitacional

Comprenderá las unidades habitacionales con sus servicios sanitarios (privados, comunes o colectivos) y las áreas de circulación; estarán conformadas según las exigencias de la categoría.

6.8.- Capacidad de Alojamiento

La capacidad de alojamiento estará dada según la dimensión de las habitaciones de acuerdo a su categoría, y su ocupación máxima es de 6 personas.

6.9.- Unidades Habitacionales

El área de la habitación dependerá del tipo y categoría del establecimiento y deberá estar diseñada de tal manera que permita la colocación cómoda del mobiliario y equipos exigidos en esta norma.

Todos los ambientes utilizados como habitación deberán tener ventilación hacia el exterior a través de patios, pasillos (nunca cerrados) o ventilación zenital.

Las unidades habitacionales de los huéspedes se identificarán mediante números, la primera cifra identificará el piso, sector o zona y las restantes, el número de la unidad habitacional la cual deberá ser reseñada en los planos de arquitectura, con el objeto de calcular fácilmente el número total de habitaciones de la posada.

A nivel de los pasillos de circulación no deben existir obstrucciones de ninguna naturaleza (por razones de seguridad).

La superficie de los sanitarios ubicados dentro o fuera de las habitaciones, será calculada según la categoría del establecimiento.

6.10.- Servicios Complementarios

Las Posadas Turísticas podrán ofrecer servicios complementarios, que se consideren afines y compatibles con los otros servicios que preste de acuerdo a su categoría.

7.- CATEGORIZACION DE LAS POSADAS TURISTICAS

Con el objeto de optar a una determinada categoría, la posada deberá cumplir a nivel de proyecto con los requisitos exigidos y los índices arquitectónicos establecidos en los cuadros anexos:

7.1.- Posada Turística Tres Estrellas (*)**

7.1.1.- Arquitectónicos

7.1.1.1.- Zona de Recepción, comprenderá:

- Entrada principal
- Vestíbulo y Estar Principal (Lobby), conformado por:
 - Un salón con sofá, sillas, mesas y TV.
 - Teléfono público
 - Sanitarios públicos
- La Recepción - Registro - Caja, conformado por:
 - Mostrador para recepción, registro y caja.

7.1.1.2.- Dependencias de Servicios Públicos, comprenderá:

- Comedor principal
- Sanitarios públicos (damas y caballeros)
- Oficinas de administración, comprenderá:
 - Oficina del administrador

7.1.1.2.- Dependencias de Servicios Generales, comprenderá:

- Entrada de servicio (peatonal)
- Vestuarios/sanitarios de empleados (damas y caballeros)
- Zona de depósitos y almacenes varios
- Depósito de basura hermético
- Depósito de limpieza
- Dependencia de cocina
 - Areas de preparación, cocción, almacenamiento y entrega de alimentos.
 - La capacidad de la cocina estará en función del número de habitaciones.
 - La zona de depósitos y almacenes varios, se ubicarán próximos a la cocina.
- Zona de mantenimiento, conformada por:
 - Depósito general
 - Taller general de mantenimiento

7.1.1.3.- Zona Habitacional, comprenderá:

- Las unidades habitacionales:
 - Habitaciones sencillas
 - Habitaciones dobles
 - Habitaciones comunes o colectivas
 - Baños privados o comunes
- Cada habitación deberá contar con:
- Armario empotrado
 - Piso con acabados de pared a pared
 - Ventanas dotadas de protección que permitan cortar el paso de la luz externa

- Mobiliario:

Cada habitación deberá contar como mínimo con:

- Camas (individuales, matrimoniales, literas o camas/gavetas), según el caso
- Mesa de noche
- Peinadora con silla
- Almohadas
- Sábanas, cubrecamas
- Vasos y jarra de agua

- Los baños podrán ser:

- *Privados*, con la siguiente dotación:

- Excusado (W.C.)
- Ducha
- Lavamanos
- Ducha manual
- Toallas
- Papel sanitario
- Jabón de tocador

- *Colectivos o comunes* para damas y caballeros, con la siguiente dotación:

- Excusado (W.C.)
- Ducha
- Lavamanos
- Urinario
- Toallas
- Papel sanitario
- Jabón de tocador

- Los baños deberán tener la totalidad de sus paredes y pisos recubiertos con baldosas de cerámica.

7.1.1.4.- Servicios Complementarios, comprenderán:

- Sala de usos múltiples, dotado de mobiliario necesario dependiendo del uso a la que vaya a ser destinada (juegos, TV, etc.)

- Lavandería, deberá contar:

- Zona de lavadoras
- Zona de secadoras
- Zona de planchado
- Depósito de ropa limpia y sucia

Si el servicio es contratado, deberá disponer de un área para los depósitos de ropa limpia y sucia.

- Local comercial, destinado a la venta de artesanía típica de la región.

7.1.2.- De la Prestación de los Servicios

- Recepción atendida permanentemente (24 horas del día).
- Comedor ofreciendo tres (3) turnos de comida diario, durante tres (3) horas consecutivas cada uno.
- Proveer de agua fría potable diariamente a las habitaciones.
- El cambio de lencería y toallas en las habitaciones, deberá hacerse diariamente y cuando se produzca cambio de huésped.
- Servicio de agua fría y caliente en los baños de las habitaciones durante las 24 horas del día.
- Servicios de primeros auxilios.

7.2.- Posada Turística Dos Estrellas ()**

7.2.1.- Arquitectónicos

7.2.1.1.- Zona de Recepción, comprenderá:

- Entrada principal
- Vestíbulo y Estar Principal (Lobby), conformado por:
 - Un salón con sofá, sillas, mesas y TV.
 - Teléfono público
 - Sanitarios públicos
- La Recepción - Registro - Caja, conformado por:
 - Mostrador para recepción, registro y caja.
- Oficinas de administración, comprenderá:
 - Oficina del administrador

7.2.1.2.- Dependencias de Servicios Públicos, comprenderá:

- Comedor
- Sanitarios públicos (damas y caballeros)

7.2.1.2.- Dependencias de Servicios Generales, comprenderá:

- Vestuarios/sanitarios de empleados (damas y caballeros)
- Zona de depósitos y almacenes varios
- Depósito de basura hermético
- Depósito de limpieza
- La cocina, estará provista de:
 - Areas de preparación, cocción, almacenamiento y entrega de alimentos.
 - La capacidad de la cocina estará en función del número de habitaciones.
 - La zona de depósitos y almacenes varios, se ubicarán próximos a la cocina.
- Zona de mantenimiento, conformada por:
 - Depósito general

7.2.1.3.- Zona Habitacional, comprenderá:

- Las unidades habitacionales:
 - Habitaciones sencillas
 - Habitaciones dobles
 - Habitaciones comunes o colectivas
 - Baños privados o comunes
- Cada habitación deberá contar con:
- Armario empotrado
 - Piso con acabados de pared a pared
 - Ventanas dotadas de protección que permitan cortar el paso de la luz externa
- Mobiliario:
- Cada habitación deberá contar como mínimo con:
- Camas (individuales, matrimoniales, literas o camas/gavetas), según el caso
 - Mesa de noche
 - Peinadora con silla
 - Almohadas
 - Sábanas, cubrecamas
 - Vasos y jarra de agua
- Los baños podrán ser:
 - *Privados*, con la siguiente dotación:

- Excusado (W.C.)
- Ducha
- Lavamanos
- Ducha manual
- Toallas
- Papel sanitario
- Jabón de tocador
- *Colectivos o comunes* para damas y caballeros, con la siguiente dotación:
 - Excusado (W.C.)
 - Ducha
 - Lavamanos
 - Urinario
 - Toallas
 - Papel sanitario
 - Jabón de tocador
- Los baños deberán tener la totalidad de sus paredes y pisos recubiertos con baldosas de cerámica.

7.2.1.4.- Servicios Complementarios, comprenderán:

- Sala de usos múltiples, dotado de mobiliario necesario dependiendo del uso a la que vaya a ser destinada (juegos, TV, etc.)
- Lavandería, deberá contar:
 - Zona de lavadoras
 - Zona de secadoras
 - Zona de planchado
 - Depósito de ropa limpia y sucia
- Si el servicio es contratado, deberá disponer de un área para los depósitos de ropa limpia y sucia.

7.2.2.- De la Prestación de los Servicios

- Recepción atendida permanentemente (24 horas del día).
- Comedor ofreciendo tres (3) turnos de comida diario, durante tres (3) horas consecutivas cada uno.
- Proveer de agua fría potable diariamente a las habitaciones.
- El cambio de lencería y toallas en las habitaciones, deberá hacerse diariamente y cuando se produzca cambio de huésped.

- Servicio de agua fría y caliente en los baños de las habitaciones durante las 24 horas del día.
- Servicios de primeros auxilios.

7.3.- Posada Turística Una Estrella (*)

7.3.1.- Arquitectónicos

7.3.1.1.- Zona de Recepción, comprenderá:

- Entrada principal
- Vestíbulo y Estar Principal (Lobby), conformado por:
 - Un salón con sofá, sillas, mesas y TV.
 - Teléfono público
 - Sanitarios públicos
- La Recepción - Registro - Caja, conformado por:
 - Mostrador para recepción, registro y caja.
 - Oficinas de administración, comprenderá:
 - Oficina del administrador

7.3.1.2.- Dependencias de Servicios Públicos, comprenderá:

- Comedor
- Sanitarios públicos (damas y caballeros)

7.3.1.2.- Dependencias de Servicios Generales, comprenderá:

- Vestuarios/sanitarios de empleados (damas y caballeros)
- Zona de depósitos y almacenes varios
- Depósito de basura hermético
- Depósito de limpieza
- La cocina, estará provista de:
 - Areas de preparación, cocción, almacenamiento y entrega de alimentos.
 - La capacidad de la cocina estará en función del número de habitaciones.
- Zona de mantenimiento, conformada por:

- Depósito general

7.3.1.3.- Zona Habitacional, comprenderá:

- Las unidades habitacionales:

- Habitaciones sencillas
- Habitaciones dobles
- Habitaciones comunes o colectivas
- Baños privados o comunes

Cada habitación deberá contar con:

- Armario empotrado
- Piso con acabados de pared a pared
- Ventanas dotadas de protección que permitan cortar el paso de la luz externa

- Mobiliario:

Cada habitación deberá contar como mínimo con:

- Camas (individuales, matrimoniales, literas o camas/gavetas), según el caso
- Mesa de noche
- Peinadora con silla
- Almohadas
- Sábanas, cubrecamas
- Vasos y jarra de agua

- Los baños podrán ser:

- *Privados*, con la siguiente dotación:

- Excusado (W.C.)
- Ducha
- Lavamanos
- Ducha manual
- Toallas
- Papel sanitario
- Jabón de tocador

- *Colectivos o comunes* para damas y caballeros, con la siguiente dotación:

- Excusado (W.C.)
- Ducha
- Lavamanos
- Urinario
- Toallas
- Papel sanitario
- Jabón de tocador

- Los baños deberán tener la totalidad de sus paredes y pisos recubiertos con baldosas de cerámica.

7.3.2.- De la Prestación de los Servicios

- Recepción atendida permanentemente (24 horas del día).
- Comedor ofreciendo tres (3) turnos de comida diario, durante tres (3) horas consecutivas cada uno.
- Proveer de agua fría potable diariamente a las habitaciones.
- El cambio de lencería y toallas en las habitaciones, deberá hacerse diariamente y cuando se produzca cambio de huésped.
- Servicio de agua fría y caliente en los baños de las habitaciones durante las 24 horas del día.
- Servicios de primeros auxilios.

8.- OPERATIVIDAD DE LAS POSADAS TURÍSTICAS

- Para poder operar una Posada Turística, deberá estar inscrito en el Registro Turístico Nacional. Los requisitos que regirán para la operatividad e inscripción en el Registro Turístico Nacional, serán establecidos por el Directorio de la CORPORACION DE TURISMO DE VENEZUELA.
- Sólo pueden administrar y explotar Posadas Turísticas como propietarios o administradores quienes sean venezolanos, o aquellos extranjeros debidamente autorizados por el Ministro de Relaciones Interiores de acuerdo con las disposiciones legales vigentes en la materia.
- Todas las Posadas Turísticas deben tener personal de servicio y custodia suficiente, de acuerdo a su capacidad e instalaciones, para garantizar a los usuarios la comodidad deseada, así como la seguridad de las personas y sus bienes.
- Las actuales Posadas Turísticas que no reúnan los requisitos establecidos en la presente Norma, deberán adaptar sus instalaciones y condiciones de

funcionamiento a las mismas en un plazo no mayor de un (1) año contado a partir de la puesta en vigencia de la presente Resolución.

- Para una mayor comprensión, se anexan cuadros explicativos de índices y requisitos arquitectónicos que se exigen para la categorización de las posadas.

1	CLASE CATEGORIA	INDICES REQUISITOS ARQUITECTONICOS	POSADAS TURISTICAS					
			***		**		*	
2								
1	ESTACIONAMIENTO							
1.1	PUBLICO							OPCIONAL, SE ESTIMAN DE 25 A 30 m² POR VEHICULO, INCLUYENDO CIRCULACION
2	RECEPCION							
2.1	ENTRADA PRINCIPAL	X		X		X		NIVEL ACCESO
2.2	VESTIBULO Y ESTAR PRINCIPAL	X	16.00	X	14.00	X	12.00	AREA MINIMA (m²)
2.3	TELEFONOS PUBLICOS	X	1 Tif.	X	1 Tif.	X	1 Tif.	
2.4	SANITARIOS PUBLICOS	X	S.N.S.	X	S.N.S.	X	S.N.S.	COVENIN N° 1320-78, 1466-79, 1666-80 DAMAS/CABALLEROS
2.5	RECEPCION-REGISTRO-CAJA	X	3.00	X	2.25	X	1.80	
3	DEPENDENCIA SERVICIOS PUBLICOS							
3.1	COMEDOR	X	1.60	X	1.40	X	1.80	NUMERO DE HABITACIONES POR INDICE IGUAL AREA, AREA MINIMA 1.20 m² x COMENSAL
3.2	SANITARIOS PUBLICOS	X	S.N.S.	X	S.N.S.	X	S.N.S.	COVENIN N° 1320-78, 1466-79, 1666-80 DAMAS/CABALLEROS
4	OFICINAS DE ADMINISTRACION							
4.1	OFICINA DEL ADMINISTRADOR	X	9.00	X	6.00			AREA MINIMA
5	DEPENDENCIA SERVICIOS GENERALES							
5.1	ENTRADA DE SERVICIO PEATONAL	X						NIVEL ACCESO
5.2	VESTUARIOS/SANITARIOS EMPLEADOS		S.N.S.		S.N.S.		S.N.S.	COVENIN N° 1320-78, 1466-79, 1666-80 DAMAS/CABALLEROS
5.3	DESPENSA GENERAL DE ALIMENTOS	X		X		X		
5.3.1	DESPENSA SEGUN N° DE HABITACIONES	X	0.20	X	0.20	X	0.20	N° DE HABITACIONES POR INDICE IGUAL AREA
5.3.2	DESPENSA SEGUN AREA DE LA COCINA	X	2 / 5	X	2 / 5	X	2 / 5	DEL AREA DE LA COCINA
5.4	CONGELADORES Y REFRIGERADORES	X		X		X		
5.4.1	CAVAS SEGUN N° DE HABITACIONES	X	0.20	X	0.20	X	0.20	N° DE HABITACIONES POR INDICE IGUAL AREA
5.4.2	CAVAS SEGUN AREA DE LA COCINA	X	2 / 5	X	2 / 5	X	2 / 5	DEL AREA DE LA COCINA
5.5	DEPOSITO LAVANDERIA	X		X		X		
5.5.1	DEPOSITO ROPA LIMPIA	X	0.12	X	0.10	X	0.10	N° DE HABITACIONES POR INDICE IGUAL AREA
5.5.2	DEPOSITO ROPA SUCIA	X	0.12	X	0.10	X	0.10	N° DE HABITACIONES POR INDICE IGUAL AREA
5.6	DEPOSITO BASURA HERMETICA	X	0.12	X	0.10	X	0.10	N° DE HABITACIONES POR INDICE IGUAL AREA
5.7	DEPOSITO DE LIMPIEZA	X	0.10	X	0.10	X	0.10	N° DE HABITACIONES POR INDICE IGUAL AREA
6	COCINA	X		X		X		
6.1	COCINA SEGUN N° DE HABITACIONES	X	0.50	X	0.45	X	0.40	N° DE HABITACIONES POR INDICE IGUAL AREA
6.2	COCINA SEGUN AREA A SERVIR	X	1 / 3	X	1 / 3	X	1 / 3	DEL AREA A SERVIR

1 2	CLASE CATEGORIA	INDICES REQUISITOS ARQUITECTONICOS	POSADAS TURISTICAS					
			***	**		*		OBSERVACIONES
7	MANTENIMIENTO	X						
7.1	DEPOSITO GENERAL	X	0.20	X	0.15			N° DE HABITACIONES POR INDICE IGUAL AREA
7.2	TALLER GENERAL DE MANTENIMIENTO	X	0.25					N° DE HABITACIONES POR INDICE IGUAL AREA
8	ZONA HABITACIONAL							
8.1	HABITACIONES	X		X		X		
8.1.1	HABITACIONES SENCILLAS	X	9.00	X	8.00	X	7.00	(m²)A ESTA AREA SE LE INCREMENTARA EL AREA DEL BAÑO
8.1.2	HABITACIONES DOBLES	X	12.00	X	10.00	X	9.00	(m²)A ESTA AREA SE LE INCREMENTARA EL AREA DEL BAÑO
8.1.3	HABITAC. COMUNES O COLECTIVAS	X	5.00	X	4.50	X	4.50	(m² /cama) POR CADA CAMA INDIVIDUAL O LITERA MAXIMO 6 PLAZAS POR HABITACION
8.2	BAÑOS (*)	X	2.50	X	2.50	X	2.50	(m²) COVENIN N° 1320-78, 1466-79, 1666-80
8.3	CAMAS							
8.3.1	CAMAS INDIVIDUALES	X		X		X		0.90 m x 1.90 m
8.3.2	CAMAS MATRIMONIALES	X		X		X		1.40 m x 1.90 m
8.3.3	LITERAS	X		X		X		0.90 m x 1.90 m (DOS PLAZAS)
8.4	ALTURA DE HABITACIONES	X		X		X		MINIMO 2.40 m LIBRES
8.5	ARMARIO EMPOTRADO (CLOSET)	X		X		X		1.00 m x 0.70 m
8.6	ANCHO PASILLO HABITACION	X		X		X		NORMA COVENIN N° 810-74, 1.20 MINIMO
8.7	ANCHO PUERTAS	X		X		X		0.80 m LIBRES, NORMA COVENIN 810-74
9	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS							
9.1	SALON USOS MULTIPLES	X	1.60					N° DE HABITACIONES POR INDICE IGUAL AREA
9.2	LAVANDERIA	X		X				OPCIONAL
9.2.1	ZONA DE LAVADORAS	X	0.75	X	0.60			SERVICIO OPCIONAL N° DE HABITACION POR INDICE IGUAL AREA
9.2.2	ZONA DE SECADORAS	X		X				INCLUIDA DENTRO DEL AREA DE LA LAVANDERIA
9.2.3	ZONA DE PLANCHADO	X		X				INCLUIDA DENTRO DEL AREA DE LA LAVANDERIA
9.2.4	LOCAL COMERCIAL	X						VENTA DE ARTESANIA
(*) PARA LAS HABITACIONES COLECTIVAS EL AREA MINIMA DEL BAÑO SERA DE 4.00 m²								

Agradecimientos

Para empezar debo una gratitud inmensa a mi familia, por todo el apoyo que me han brindando en cada proyecto que he querido realizar; Siempre han estado a mi lado guiándome y ayudándome a alcanzar mis metas.

También, agradezco a todas las personas que hicieron posible la realización de éste trabajo, que me brindaron la información necesaria y me dieron ánimo cuando me quería rendir.

Especialmente, quiero agradecer al Prof. Guillermo Muñoz, quien acepto asesorarme, me ayudo a organizar la idea del trabajo a través de sus conocimientos, dándome las indicaciones y el enfoque requerido para plasmarlo en papel mediante todas sus correcciones y sugerencias. Gracias por toda su dedicación y su tiempo.

Y por último, quiero agradecer a Dios y a la Virgen María, por brindarme la maravillosa oportunidad de estudiar en esta Universidad, a ellos siempre he encomendado mis estudios y sé que me han guiado en todas las decisiones que he tomado.

Gracias por todas las enseñanzas que he recibido de la vida, con las cuales he aprendido a ser más consciente y a compartir más con todas las personas que aprecio.