



**UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO
VICERRECTORADO ACADÉMICO
DIRECCIÓN GENERAL DE LOS ESTUDIOS DE POSTGRADO
ÁREA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y DE GESTIÓN
POSTGRADO EN GERENCIA DE PROYECTOS**

TRABAJO ESPECIAL DE GRADO

Estudio de Factibilidad para el Desarrollo de un Modelo de Parque Temático,
en la Región de Río Chico, Estado Miranda.

**Presentado por
Ojeda Peña, Carlos Antonio
para optar al título de
Especialista en Gerencia de Proyectos**

**Asesor
Ing. Pérez, Salvador**

Caracas, julio 2.009

Agradezco a Dios por darme la fortaleza para superar los obstáculos y salir adelante con este trabajo de grado, a Gladis Montilla por motivarme y postularme a cursar estudios de Post-grado, a mis padres y a mi tutor Salvador Pérez por su paciencia, dedicación y apoyo incondicional.

Dedicada a mis padres, hija y hermanos.

INDICE DE CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCION	1
CAPITULO 1: PLANTEAMIENTO DEL PROYECTO	5
1.1 CONTEXTUALIZACION DEL PROBLEMA	5
1.2 DEFINICION DEL PROBLEMA	15
1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	17
1.3.1 Objetivo General	17
1.3.2 Objetivos Específicos	17
1.4 JUSTIFICACION DE LA INVESTIGACION	18
CAPITULO 2: MARCO TEORICO	23
2.1 ANTECEDENTES	23
2.2 LOS PARQUES TEMATICOS COMO ALTERNATIVA PARA EL DESARROLLO SUSTENTABLE	29
2.3 EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	31
2.4 EL MERCADEO DE LOS SERVICIOS (ESTRATEGIAS Y TACTICAS)	35
2.4.1 El sector servicios	36
2.4.2 Políticas del mercadeo de servicios	38
2.4.3 Consideraciones sobre el sector servicios de turismo	39
2.4.4 El servicio como producto	42
2.4.5 Precios de los servicios	42
2.4.6 Promoción y servicios	43
2.5 LOS PARQUES TEMATICOS	44
2.5.1 El concepto de parque temático	44
2.5.2 Características de los parques temáticos	46
2.5.3 Clasificación de los parques temáticos	47
2.5.4 La problemática de la accesibilidad de los parques temáticos	47
2.6 GLOSARIO DE TERMINOS	48
CAPITULO 3: MARCO REFERENCIAL	54

3.1 HISTORIA DE LOS PARQUES TEMATICOS	54
3.1.1 Evolución de los parques temáticos en el mundo	55
3.1.2 Evolución de los parques temáticos en Venezuela	62
3.2 ASPECTOS RELEVANTES DEL ESTADO MIRANDA	64
3.2.1 Estado Miranda	64
3.2.2 Gastronomía	68
3.2.3 Artesanía	68
3.2.4 Tradiciones y costumbres del Estado Miranda	69
3.2.4.1 Los Palmeros de Chacao	69
3.2.4.2 Adoración a la Virgen de Betania	70
3.2.4.3 Cruz de Mayo	71
3.2.4.4 Diablos de Yare	72
3.2.4.5 Tambores de San Juan	73
3.2.4.6 Tipos de Tambor	74
3.2.5 Indios Teques y Guacaipuro	77
3.2.6 Patrimonios Naturales del Estado Miranda	79
3.2.6.1 Acuario Agustín Codazzi	79
3.2.6.2 Birongo	79
3.2.6.3 El Pueblo de El Jarillo	79
3.2.6.4 Higuerote	79
3.2.6.5 Monumento Natural Cueva Alfredo Jahn	79
3.2.6.6 Monumento Natural Pico Codazzi	79
3.2.6.7 Parque Cuevas del Indio	80
3.2.6.8 Parque El Ávila	80
3.2.6.9 Parque Nacional Guatopo	81
3.2.6.10 Parque Nacional Laguna de Tacarigua	83
3.2.6.11 Parque Nacional Macario	83
3.2.6.12 Playa de Chirimena	84
3.2.6.13 Playas de Barlovento	84
3.2.6.14 Playas de Buche y Los Totumos	85
3.2.6.15 Puerto Francés	85

3.2.6.16 Quinta San José	85
3.2.7 Francisco de Miranda	85
3.2.8 Evolución de la Bandera de Venezuela	88
3.3 REFERENCIAS DE PARQUES TEMATICOS EN VENEZUELA	89
3.3.1 Los Aleros	89
3.3.2 La Venezuela de antier	90
3.3.3 La montaña de los sueños	91
3.4 MARCO LEGAL	91
3.4.1 Constitución de la República Bolivariana de Venezuela	92
3.4.2 Ley Orgánica del Turismo	93
3.4.2.1 Incentivos para la promoción de la Actividad Turística en Venezuela	93
3.4.2.2 Deberes generales en materia turística	95
3.4.3 Decreto Nro. 455	98
3.4.4 Decreto Nro. 2.454	98
3.4.5 Ley Orgánica del Ambiente	98
3.4.5.1 Términos básicos utilizados en la gestión del ambiente, definidos en la Ley Orgánica del Ambiente.	98
3.4.6 Ley Orgánica del Trabajo	102
3.4.7 Decreto con Fuerza de Ley Especial de Asociaciones Cooperativas	103
3.4.8 Ley de Fomento y Protección al Desarrollo Artesanal	104
3.4.9 Ley de Creación del Fondo para el Desarrollo Endógeno (FONENDOGENO)	105
3.5 BANCO DE DESARROLLO ECONOMICO Y SOCIAL DE VENEZUELA (BANDES)	106
3.5.1 Condiciones del Bandes para otorgar financiamiento	106
3.5.1.1 Tasas de interés sobre créditos directos BANDES	106
3.5.1.2 Partidas financiables dentro del plan de inversiones, plazo, periodo de gracia y diferimiento de intereses.	107
3.5.1.3 Relación garantía / préstamo	107
3.5.1.4 Otras condiciones para el financiamiento	108

3.5.1.5 Cláusulas sociales	109
3.5.1.6 Recaudos que deben acompañar al documento de proyecto Personas Naturales	109
3.5.1.7 Recaudos que deben acompañar al documento de proyecto Personas Jurídicas	110
3.5.1.8 Garantías	111
3.5.1.9 Forma de prestación de los recaudos	113
CAPITULO 4: MARCO METODOLÓGICO	117
4.1 DISEÑO Y TIPO DE INVESTIGACIÓN	117
4.2 DEFINICION CONCEPTUAL	117
4.3 OPERACIONALIZACION DE LAS VARIABLES	120
4.4 ESTUDIO DE MERCADO	122
4.4.1 Unidad de análisis, población y muestra	122
4.4.1.1 Unidades de análisis	122
4.4.1.2 Población	123
4.4.1.3 Muestra	124
4.4.2 Recolección, procesamiento y análisis de los datos	130
CAPITULO 5: DESARROLLO DEL PROYECTO	132
5.1 RESULTADO Y ANALISIS DE LA ENCUESTA APLICADA	132
5.2 ANALISIS DE LAS 4 P: PRODUCTO, PRECIOS, PROMOCION Y PLAZA BASADO EN EL ESTUDIO DE MERCADO (4P)	147
5.2.1 Diseño conceptual del Parque Temático Miranda Tierra Mágica	148
5.2.2 Análisis de precios	163
5.2.3 Análisis de la Plaza	166
5.2.4 Análisis de segmentación de mercado	168
5.2.5 Competidores y cuantificación de la oferta	169
5.2.6 Demanda	170
5.3 ESTUDIO TÉCNICO	171
5.3.1 Localización del proyecto	171
5.3.2 Infraestructura de Servicios	172
5.3.3 Tecnología a utilizarse	173

5.3.4 Proceso de operación – prestación de servicio (Recorrido del parque)	173
5.3.5 Control de Calidad	176
5.3.6 Volumen de Ocupación	179
5.3.6.1 Propuesta Organizativa	179
5.4 ESTUDIO ECONOMICO FINANCIERO	184
5.4.1 Análisis de los Cuadros para la Evaluación Financiera del Proyecto	184
5.4.1.1 Evaluación Económica Financiera	184
5.4.1.2 Evaluación de Resultados	263
5.4.2 Análisis de Sensibilidad	275
5.4.2.1 Desarrollo Fase 1	276
5.4.2.2 Desarrollo Fase 2	281
5.4.2.3 Desarrollo Fase 3	284
CAPITULO 6: EVALUACIÓN DE RESULTADOS	286
CAPITULO 7: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	292
7.1 CONCLUSIONES	292
7.1.1 Marco Institucional	292
7.1.2 Estudio de Mercado	293
7.1.3 Estudio Técnico	295
7.1.4 Estudio Económico – Financiero	296
7.1.5 Análisis de Sensibilidad	296
7.1 RECOMENDACIONES	298
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	300
ANEXOS	307

INDICE DE TABLAS

TABLA	Pág.
1: Clases de Acciones Estratégicas y Tácticas.	40
2: División Político-Territorial del Estado Miranda.	67
3: Tasa de Interés sobre Créditos Directos BANDES.	106
4: Partidas Financiables Dentro del Plan de Inversiones, Plazo, Período de Gracia y Diferimiento de Intereses.	107
5: Relación Garantía / Préstamo.	108
6: Operacionalización de las Variables.	120
7: Operacionalización de las Variables (Continuación).	121
8: Turismo Interno, Total Movilización Interna, 2.005 – 2.007.	123
9: Turismo Interno, Total Movilización Interna Estado Miranda 2005 – 2007.	124
10: Turismo Interno Semana Santa 2.008 (Características Sociodemográficas).	125
11: Estratificación de la Población. Turismo Interno Estado Miranda, (Promedios años 2.005 - 2.007).	126
12: Estratificación de la muestra.	130
13: Tarifas por Concepto de Servicios de Hospedaje en el Municipio Páez, Parroquia Río Chico del Estado Miranda.	164
14: Servicios de Hospedaje en Parques Temáticos.	165
15: Tarifas Parques Temáticos.	166
16: Matriz de Debilidades, Fortalezas y Amenazas de la Plaza (Región de Río Chico del Estado Miranda).	167
17: Elementos de Infraestructuras y Estructuras Por Sectores del Parque.	188

18:	Porcentaje de Incremento salarial anual 1.997 – 2.009.	224
19:	Detalle Nómina Parque Temático Miranda Tierra Mágica.	227
20:	Detalle Nómina Parque Temático Miranda Tierra Mágica (Continuación).	226
21:	Detalle Nómina Parque Temático Miranda Tierra Mágica (Continuación).	227
22:	Detalle Nómina Parque Temático Miranda Tierra Mágica (Continuación).	228
23:	Detalle Nómina Parque Temático Miranda Tierra Mágica (Continuación).	229
24:	Estimación y Proyección Materia Prima Necesaria Para la Producción de Servicios.	245
25:	Proyección Consumo de Agua.	258
26:	Resumen de Parámetros.	288

INDICE DE FIGURAS

FIGURA	Pág.
1: Playa Copey viernes 24 de agosto del 2007, 5:30 p.m.	9
2: Kioscos de Playa Copey viernes 24 de agosto del 2007, 5:33 p.m.	9
3: Vista Aérea del Terreno.	12
4: Árbol del Problema.	15
5: Tambores Venezolanos e Instrumentos de Golpe, Punteo o Frotación.	76
6: Instrumentos de Cuerda y de Viento.	77
7: Castillo Nuevo de Manzanares el Real.	149
8: Indumentaria española siglo XIX.	149
9: Moda Europea siglo XIX.	149
10: Castillo Español, pasillos Hacia Recámaras.	150
11: Miranda en la Carraca.	151
12: Réplica de Monedas Españolas.	151
13: Venecia del Siglo XIX.	152
14: Venecia.	152
15: Cueva Alfredo Jhan.	153
16: Escalada, Cueva del Indio, Edo Miranda.	154
17: Montaña Rusa, Parque Costa Argentina.	154
18: Cuevas Subterráneas.	155
19: Paseo dentro de la cueva.	155

20:	Piscinas Exóticas.	156
21:	Escultura María Lionza.	157
22:	Escultura Indio Chacao.	157
23:	Diablos Danzantes de Yare.	158
24:	Zoológico de Contacto.	159
25:	Santuario Virgen de Betania.	159
26:	Productos hechos con Cacao Venezolano.	160
27:	Masajes con Chocolate.	160
28:	Tambores de San Juan.	161
29:	Arco del Triunfo.	161
30:	Restaurante Discoteca Santísima Trinidad.	162
31:	Restaurante Discoteca Santísima Trinidad.	162
32:	Restaurante Discoteca Santísima Trinidad.	162
33:	Restaurante Discoteca Santísima Trinidad.	162
34:	Churuatas orilla de playa.	163
35:	Infraestructuras existentes terreno en estado de abandono, sector Playa Copey Río Chico – Estado Miranda.	171
36:	Croquis de ubicación terreno e infraestructuras.	172
37:	Flujograma de Recorrido del Parque Miranda Tierra Mágica (1).	174
38:	Flujograma de Recorrido del Parque Miranda Tierra Mágica (2).	175
39:	Estructura Organizativa Parque Temático “Miranda Tierra Mágica”.	180

INDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO		Pág.
1:	Actividades Económicas que Componen el Producto Interno Bruto de Venezuela Según Estimaciones Hechas por el Banco Central de Venezuela, 1er Semestre año 2.007.	5
2:	Distribución de la Pobreza en Venezuela 2do. Sem. 2007.	18
3:	Distribución de la Fuerza de Empleo por Actividad Económica (1er. Semestre 2.007, Población de 15 años y más ocupada).	19
4:	Parques Temáticos Más Conocidos Entre la Población Entrevistada.	133
5:	Parques Temáticos Preferidos Entre la Población Entrevistada.	134
6:	Razones para visitar un parque temático.	135
7:	Costumbres o tradiciones del estado Miranda, de mayor importancia.	136
8:	Información cultural e histórica de mayor interés.	137
9:	Atracciones ofrecidas en los parques temáticos del país de mayor preferencia.	138
10:	Suficiencia de los sub-servicios ofrecidos en los parques temáticos.	139
11:	Calidad de los servicios ofrecidos en los parques temáticos del país.	140
12:	Opinión en cuanto a la necesidad de una mayor promoción y fortalecimiento del acervo cultural e histórico del Edo Miranda.	141
13:	Consideración en cuanto a la creación de un parque temático cuya línea argumental esté enfocada a promover y fortalecer los valores culturales e históricos de la región mirandina.	142
14:	Nivel de Importancia de los distintos servicios prestados en algunos parques temáticos del país.	143

15:	Opinión en cuanto a la promoción de los Parques Temáticos del País.	144
16:	Opinión en cuanto al desarrollo turístico en la Región de Río Chico del Estado Miranda.	145
17:	Opinión en cuanto a la preferencia por algunas líneas argumentales para la creación de un modelo de parque temático.	146
18:	Otras líneas argumentales de preferencia entre la población entrevistada.	147

INDICE DE CUADROS

CUADRO	Pág.
1:	Capacidad Instalada y Utilizada 186
2 A.1 al 2.A.8	Elementos de Infraestructura y Estructura 189
2 B:	Maquinarias Equipos, Semovientes y especies Marinas para la Operación del Parque. 198
2 C:	Cuadro Estudios y Proyectos 200
3:	Inversión Total 203
4.1 al 4.2:	Depreciación y Amortización 206
5.1 al 5.12:	Financiamiento de Terceros 211
6.1 al 6.14:	Nómina 230
7:	Materia Prima 252
8.1 al 8.4:	Ingresos 254
9.1:	Gastos de Fabricación 259
10:	Estado de Resultados 262
11:	Valor Agregado 264
12.1 al 12.2:	Punto de Equilibrio 267
13:	Capital de Trabajo 270
14:	Flujo de Fondos 272
15:	Rentabilidad de la Inversión 274
16 A	Análisis de Sensibilidad Fase 1 280
16 B	Análisis de Sensibilidad Fase 2 283
16 C	Análisis de Sensibilidad Fase 3 285



UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO
VICERRECTORADO ACADÉMICO
DIRECCIÓN GENERAL DE LOS ESTUDIOS DE POSTGRADO
ÁREA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y DE GESTIÓN
POSTGRADO EN GERENCIA DE PROYECTOS

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA EL DESARROLLO DE UN MODELO DE
PARQUE TEMÁTICO, EN LA REGIÓN DE RÍO CHICO, ESTADO MIRANDA”

Autor: Ojeda P., Carlos A.
Asesor: Pérez Salvador
Año: 2.009.

RESUMEN

A través de la realización del presente estudio, se evaluó la factibilidad para el desarrollo de un modelo de parque temático, en la región de Río Chico del Estado Miranda, como una posible solución ante distintas necesidades de índole, social, cultural, económica y turística presentadas en esa región del país, la cual se ubicó en el segundo semestre del año 2.007 en el tercer estado con mayor pobreza a nivel nacional, según datos recolectados por el Instituto Nacional de Estadística (2.007), y plantear una alternativa para darle utilidad a un terreno accesible, cuyas infraestructuras se encuentran en estado de abandono y que en la actualidad está sub-utilizado. Para el desarrollo del presente trabajo de investigación fue necesario definir mediante investigación de mercado, los aspectos de mayor relevancia a ser considerados para el diseño conceptual, así como, la evaluación correspondiente a los requerimientos técnicos, económicos y financieros, necesarios, para determinar su factibilidad. A nivel técnico se evaluaron y cuantificaron los equipos, materiales, y obras necesarias para la elaboración del diseño del Parque Temático “Miranda Tierra Mágica”, se analizó la tecnología a ser utilizada y el proceso de construcción, se establecieron la capacidad instalada y la utilizada así como los lineamientos del control de calidad. La estimación del control de la rentabilidad se logró mediante la obtención y análisis de los indicadores económicos financieros analizados en la fase de evaluación financiera del proyecto, empleando la metodología propuesta por Blanco (2.006), adecuada para una investigación no experimental y de tipo evaluativa. El monto total de la inversión a realizarse es de Bs.F. 151.986.783,00 de los cuales el 66,14% Bs.F 100.527.035,00 está previsto para ser obtenido por financiamiento bancario, y el 33,86% Bs.F 51.459.748,00 por aportes propios; el Capital de Trabajo se ubicó en Bs.F 2.960.922,00, el punto de equilibrio promedio de los trece años de la proyección del estudio económico financiero es del 13% del 100% sobre cualquier variable. La tasa interna de retorno de la inversión propia es de 100,89% y la de la inversión total se ubica en un 63,68%. La tasa de costo de capital se fijó en 9%.

Palabras Claves: Estudio Económico Financiero, Estudio de Factibilidad, Punto de Equilibrio, Tasa Interna de Retorno, Capital de Trabajo.

INTRODUCCION

El turismo es una actividad que puede contribuir con el desarrollo económico, social y cultural en regiones cuya características geográficas, climatológicas, culturales, e históricas, entre otras, puedan despertar el interés de diferentes grupos poblacionales.

Venezuela tiene un gran potencial para el desarrollo de proyectos turísticos, en virtud de la diversidad de climas y paisajes que posee. Una de las regiones del país con variadas atracciones naturales es el estado Miranda; aparte de sus características geográficas, poseedoras de ríos, playas, lagunas, montañas, y zonas climatológicas variadas, ese estado venezolano es poseedor de un patrimonio cultural de interés mundial. Sin embargo, el estado Miranda se ubicó en el segundo semestre del año 2.007 como el tercer estado con mayor pobreza a nivel nacional, según datos recolectados por el Instituto Nacional de Estadística (2.007).

Río Chico, población del estado Miranda , posee grandes extensiones de playas a mar abierto aptas para el disfrute, y una vegetación exótica que sirve de hábitat a diversas especies de aves que se refugian en sus manglares ubicados al margen de la Laguna de Tacarigua. En este lugar, existe un terreno de aproximadamente cuatro hectáreas, cercano a Playa Copey, cuyas infraestructuras se encuentran en estado de abandono, y el mismo pudiera ser aprovechado para el desarrollo de un proyecto turístico.

El trabajo de investigación que se presenta a continuación surge como una iniciativa para:

- Proponer una alternativa de inversión que contribuya a incentivar el turismo en la región de Río Chico del estado

Miranda, el desarrollo endógeno y, donde sea posible, promover los valores regionalistas de esa región.

- Producir conocimiento relacionado con los aspectos relevantes a ser considerados en la formulación del diseño conceptual de parque temático y su respectiva línea argumental, mediante estudio de mercado.
- Recopilar información relacionada con el acervo cultural e histórico del estado Miranda, mediante investigación documental.
- Diseñar un modelo conceptual de parque temático, donde se propongan las distintas atracciones y servicios a ser ofrecidos, conforme a una línea argumental, previamente determinada mediante estudio de mercado, siendo posible promover el acervo cultural e histórico del estado Miranda.
- Conocer la información técnica requerida, para el desarrollo del modelo conceptual de parque temático.
- Obtener información relacionada con aspectos económicos – financieros asociados al proyecto.

Para realizar el Estudio de Factibilidad para el desarrollo de un modelo de Parque Temático en la Región de Río Chico del estado Miranda, se realizarán tres estudios:

- Estudio de Mercado: En donde se definirá la situación actual del mercado con respecto a la existencia de Parques Temáticos en el estado Miranda y a nivel

nacional, siendo necesario el análisis de la oferta del servicio turístico, precio, segmentación del mercado, oferta, demanda, promoción y comercialización. Asimismo, mediante la aplicación de encuestas, se definirán aspectos relevantes para el diseño de un modelo conceptual de parque temático, conforme a las expectativas y preferencias de clientes potenciales.

- Estudio Técnico: Para determinar la infraestructura necesaria, la modalidad de prestación del servicio, y la tecnología a ser empleada, entre otros aspectos.
- Estudio Económico Financiero: Con el objeto de conocer los costos de inversión, el capital de trabajo, los flujos de fondos, el valor presente neto, y la rentabilidad de la inversión. Además se realizará un análisis de sensibilidad para conocer el impacto de los parámetros seleccionados, sobre la rentabilidad.

El cuerpo del trabajo se desarrollará bajo el siguiente esquema:

- Capítulo 1: Planteamiento del Problema, en este capítulo se expondrá la conceptualización del problema, definición del mismo, objetivos y justificación.
- Capítulo 2: Marco Teórico, se mostrarán aspectos relacionados con los antecedentes, se definirán algunos términos relacionados con la investigación y, por último, se desarrollarán los conceptos básicos utilizados en la evaluación económica de proyectos de inversión de capital.

- Capítulo 3: Marco Referencial, compuesto de información relacionada con la historia de los Parques Temáticos, aspectos relevantes del estado Miranda, referencia de Parques Temáticos en Venezuela, marco legal, así como, información relacionada con el Banco de Desarrollo Económico y Social de Venezuela (BANDES).
- Capítulo 4: Marco Metodológico, correspondiente al diseño y tipo de investigación, definición conceptual, operacionalización de las variables, y el estudio de mercado.
- Capítulo 5: Desarrollo del Proyecto, en este apartado se mostrará el resultado y análisis de la encuesta aplicada, el análisis de las 4P (producto, precio, promoción y plaza) basado en el estudio de mercado, el estudio técnico, y el estudio económico – financiero.
- Capítulo 6: Evaluación de Resultados, en donde se explicarán los resultados obtenidos.
- Capítulo 7: Conclusiones y Recomendaciones.

CAPITULO 1

PLANTEAMIENTO DEL PROYECTO

1.1 CONTEXTUALIZACION DEL PROBLEMA:

Las características geográficas de Venezuela hacen que este país posea un gran potencial turístico, dada la diversidad de climas y paisajes, sin embargo, esta actividad económica aún está en desarrollo, en comparación con otras actividades que componen el producto interno bruto de la nación, según estimaciones hechas por el Banco Central de Venezuela (2.007), en el primer semestre de ese año, las actividades correspondientes a la agricultura privada, restaurantes y hoteles privados así como, actividades públicas diversas, alcanzan apenas el 0,24% del producto interno bruto de la nación, mientras que la actividad petrolera representa un 13,47%, el comercio y servicios de reparación un 10,74%, servicios inmobiliarios, empresariales y de alquiler el 10,09% , productos y servicios del gobierno en general 10,43%, y el resto del producto interno bruto está representado por: minería 0,59%, manufactura 16,60%, electricidad y agua 2,25%, construcción 6,76%, transporte y almacenamiento 3,56%, comunicaciones 4,55%, instituciones financieras y seguros 4,76%, servicios privados no lucrativos 4,98%, impuesto netos sobre productos 10,98%

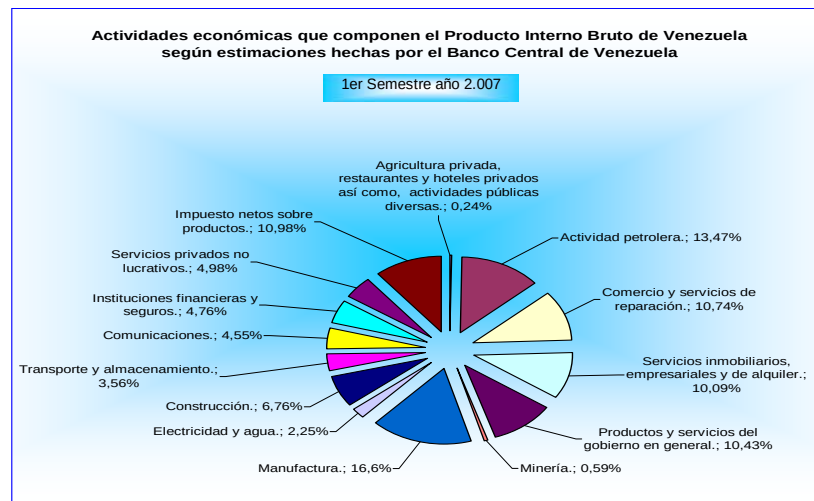


Gráfico 1. Actividades Económicas que Componen el Producto Interno Bruto de Venezuela Según Estimaciones Hechas por el Banco Central de Venezuela, 1er Semestre año 2.007, Fuente: Autor, 2.009.

El desarrollo de proyectos turísticos emerge como una posible alternativa para encaminar el desarrollo económico, social, y cultural de la nación, y más aún, en poblaciones cuya geografía posee las características para su explotación, correspondiéndose, con el proyecto de desarrollo social sostenible que adelanta el gobierno nacional, y para el cual ha procurado la creación de leyes específicas para incentivar y promover la participación de la ciudadanía en su propio desarrollo, lo cual redundará en grandes beneficios para el resto de la población venezolana.

El Estado Miranda tiene una geografía bien particular, con variadas atracciones naturales tales como: Birongo; Pueblo del Jarillo; Monumento Natural Cueva Alfredo Jhan; Monumento Natural Pico Codazzi; Parque Cuevas del Indio; Parque El Ávila; Parque Nacional Guatopo; y el Parque Nacional Laguna de Tacarigua, entre otras, así como zonas climatológicas, poseedoras de un patrimonio cultural de interés mundial, como es el caso de las fiestas tradicionales de los Diablos Danzantes de Yare, de los Tambores de San Juan, y zonas coloniales de importancia histórica, entre otras bondades propias de esa región, que podrían ser aprovechadas para impulsar proyectos turísticos.

La población de Río Chico, ubicada en el Estado Miranda, posee grandes extensiones de playas a mar abierto, aptas para su disfrute, donde además, se pueden cosechar ricas especies marinas, (ostras, mejillones, pescados, etc), así mismo, ofrece una vegetación exótica, que sirve de hábitat a diversas especies de aves que se refugian en sus manglares, ubicados al margen de la laguna de Tacarigua, la cuales ofrecen, al caer la tarde, un vistoso espectáculo natural.

Según información suministrada por el Instituto Nacional de Estadística (2.006), el estudio del Turismo Interno (actividad turística realizada por los residentes del país que viajan como visitantes sólo dentro del territorio

nacional), realizado mediante convenio interinstitucional INE-MINTUR, en el último trimestre del 2006, arrojó como resultado que las cinco entidades de mayor afluencia de temporadistas en ese periodo fueron: El Distrito Capital en un 10,7%, Falcón con un 9,4%, Zulia 8,8%, Carabobo 7,5%, y Anzoátegui con un 7%. Para el tercer trimestre del año 2,007, los resultados fueron los siguientes: El Distrito Capital 13%, Falcón con un 9%, Zulia 6.7%, Miranda 7,8%, Zulia 6,7% y Vargas con un 6.4%. Puede observarse que Miranda se ubicó en el tercer trimestre del año 2007, en la tercera entidad con mayor concurrencia de temporadistas internos a nivel nacional, y al comparar los resultados con el tercer trimestre del año 2.006, el estado Miranda no se ubicaba ni siquiera dentro de las primeras cinco entidades.

Sin embargo, aún cuando la afluencia de temporadistas internos en el estado Miranda se ha incrementado a partir del tercer trimestre del año 2.007, aún pueden observarse situaciones que pudieran afectar negativamente el atractivo turístico específicamente hacia la zona de Río Chico, por la cantidad de servicios que se ofrecen al turista y la calidad de los mismos, pudiendo mencionarse, entre otras situaciones desfavorables, las siguientes:

Los principales centros de asistencia médica en Río Chico son, el Hospital Ernesto Regener, y el Centro Clínico de Río Chico, según denuncia aparecida en página de Internet, (Diario La Voz, Dime por qué, Septiembre 12, 2007). “...en el hospital de Río Chico no hay cómo hacerle una radiografía a algún accidentado que llegue, (...). Allá falta agua, los implementos de curación escasean (...)”.

Una situación como la planteada anteriormente podría afectar negativamente el interés del turista por visitar la región de Río Chico, sin embargo, más que asegurar o confirmar la denuncia anterior, se podría evidenciar que debido a que los productos intangibles se producen en el

lugar y en el mismo instante en que se presta el mismo, una circunstancia dada en un momento muy particular, seguramente afecte de manera negativa el resultado final del servicio que se presta.

Aunque el estado venezolano ha tomado las previsiones para brindar mejor asistencia médica, con la implantación de centros ambulatorios en algunos caseríos de Río Chico, ante el incremento de visitantes en temporadas vacacionales, se corre el riesgo de que los insumos escaseen y ello iría en detrimento de la calidad del servicio que se presta.

Otra información relacionada con los servicios que se presta en Río Chico, es la relacionada con la limpieza de las playas y la conservación del medio ambiente: Según la página web www.Cruiserheads.com:

“(…) En lo referente al cuidado de las playas; que lejos de ser un espacio sólo de recreación, se constituyen como un ecosistema variado, en el cual las grandes cantidades de desperdicios que dejan los visitantes, afectan no sólo su belleza estética, sino también, toda la fauna y flora que habitan en ellas.(…), Es importante resaltar, que, aunque los desperdicios sean arrojados en bolsas de basura, éstas, no salen de las playas solas. (…) las playas acaban su jornada de recreación, no sólo con bolsas, sino también con las acostumbradas latas, botellas y chapas de bebidas alcohólicas y más grave aún, con pañales y desechos sólidos. (…) Uno de nuestros lectores, el señor Enrique Rodríguez, nos hizo llegar las fotos de las playas mirandinas, (…) las cuales cada fin de semana, quedan tapiadas por cerros de desperdicios (…)"rustiqueros" dejen zanjas en la arena que luego, difícilmente son sorteadas por otros vehículos, así como también, la cantidad de caminos "nuevos" y trillas diferentes a las principales que personas inescrupulosas han comenzado a hacer (…)" (Cruiserheads.com (2.007): *Asoleando la basura*, Venezuela [web en línea], Disponible desde internet en: http://www.cruiserheads.com/site/actualidad/conservacion/asoleando_la_basura.htm>, [Con acceso Enero 16, 2.009]).

Lo anteriormente expuesto pudo evidenciarse al hacer un recorrido a Playa Copey, ubicada en Río Chico, durante día viernes 30 de enero del

2.009, donde pudo apreciarse la cantidad de basura ubicada a orillas de la playa y el estado de los kioscos confeccionados en metal.



Figura 1. Playa Copey viernes 30 de enero del 2.009, 5:30 p.m,
Fuente: Autor 2.009



Figura 2. Kioscos de Playa Copey viernes 30 de enero del 2.009, 5:33 p.m,
Fuente: Autor 2.009

En la gráfica anterior se observa el deterioro de los kioscos, donde se venden comidas y bebidas a los visitantes de Playa Copey en Río Chico.

Las noticias relacionadas con los hechos delictivos en el Estado Miranda, reflejan la necesidad de reforzar las medidas de seguridad y protección integral en esa región, según información aparecida en El Universal digital:

“... La ola de crímenes dentro de unidades colectivas ha ganado terreno (...), La zozobra y el desespero de los pasajeros por salvar sus vidas han sido escenario reiterativo en la zona. (...), Cuatro personas han perdido la vida en septiembre y octubre, luego de que pistoleros abordaran las unidades y sacaran a relucir armas de fuego para arremeter contra sus víctimas. (...) pasajeros de un colectivo que iba hacia Higuerote (...) presenciaron el asesinato (...), el asesino viajaba en la unidad y esperó el momento preciso para atacar a su víctima. (...) Pasajeros hacen un llamado de atención a las fuerzas policiales, ya que consideran que abordar unidades colectivas es un riesgo latente. (...)”. (El Universal.com, *La delincuencia aborda las busetas para cobrar víctimas*, Febrero 18, 2.009).

El servicio de banca electrónica, es prestado por el Banco de Venezuela, Banesco, Banfoandes, Corp Banca, y Mercantil, y los respectivos cajeros automáticos se encuentra ubicados en el propio pueblo de Río Chico, y se requiere de vehículo particular o de la utilización de transporte público para trasladarse desde la mayoría de los centros de recreación de la zona, para la utilización de este servicio.

Las situaciones planteadas anteriormente generan a los visitantes de las distintas zonas del estado miranda, una serie de incomodidades y riesgos difíciles de asumir, siendo importante considerar los mismos a la hora de promover el turismo en la región, ya que los servicios que se ofrecen al turista deben aportar el confort y la seguridad necesaria.

En un intento por incrementar el nivel de afluencia de temporadistas en Río Chico, y lograr un beneficio económico derivado de la oportunidad, distintas organizaciones, tanto gubernamentales como privadas, entre ellas,

la alcaldía del Municipio Páez, Fundación Ateneo de Río Chico, Fonpromitur y Corpomitur, han planificado atrayentes eventos playeros en temporadas vacacionales, y aunque tomen provisiones para atender a los visitantes, aún existen infraestructuras como las apreciadas en la gráfica 2, las cuales ofrecen al turista un servicio limitado, además de contrastar con la belleza que ofrece el paisaje natural.

Aún cuando el disfrute de sus playas y el de la Laguna de Tacarigua, sean los mayores atractivos turísticos de Río Chico, existen otras bondades susceptibles de ser aprovechadas en el desarrollo de actividades y proyectos de interés turístico, como por ejemplo: su cultura, costumbres, e historia. Así mismo, los recursos naturales existentes en Río Chico, podrían ser utilizados para el desarrollo de actividades deportivas, y expediciones guiadas, de carácter educativo.

Río Chico posee un gran potencial para el desarrollo de actividades turísticas, donde sean aprovechados no solo las bondades propias de su geografía, sino también, el acervo histórico y cultural de la región, sin embargo, estas actividades en la mayoría de los casos, están destinadas al servicio hotelero tradicional, restaurantes y posadas, dispersos en infraestructuras que en oportunidades contrastan con la belleza del paisaje, y donde el servicio prestado al turista es limitado, como es el caso de los puestos de ventas ubicados en la playa Caño Copey, otro ejemplo lo destaca la ausencia de puntos de ventas, cajeros automáticos, servicio de enfermería, teléfonos públicos, así como, otros servicios que brinden el confort esperado al turista, en algunos hoteles de la zona, pudiendo mencionar entre otros : Hotel Playa Colada, Club Villa del Río, Villa Casep, e Ipasmar, los cuales no cuentan con servicio de telecajeros, y donde las actividades turísticas se ven limitadas al disfrute de las piscinas, playas, y no son considerados otros aspectos como por ejemplo el acervo histórico y cultural de la región.

En la zona de Río Chico no existe un recinto donde converjan, servicios e infraestructuras para la recreación, y el entretenimiento, concebidos para la educación informal y la promoción del acervo cultural e histórico de esa región, mediante el aprovechamiento de las bondades propias de su geografía, de sus costumbres y tradiciones, y donde se ofrezca un mayor confort a sus visitantes, en pocas palabras en Río Chico no existe un parque temático, cuya diseño conceptual esté inspirado en la promoción del acervo cultural e histórico de esa región, aún cuando esta situación podría considerarse como una oportunidad para desarrollar una economía social sostenible, de la cual se deriven nuevas oportunidades de empleo.

Por otra parte, en Río Chico existe una infraestructura en estado de abandono, con una extensión de terreno que alcanza la cantidad de cuatro hectáreas aproximadamente, la misma tiene acceso directo a la playa Los Canales, y es de fácil acceso vial, allí funcionaba anteriormente un club turístico, dedicado al servicio de hotelería, y existe la posibilidad de optimizar el espacio e invertir en un negocio rentable.



*Figura 3. Vista Aérea del Terreno, Fuente: www.googleearth.com (2.007),,
(Con acceso el 24 de enero de 2.009)*

Ante la existencia del terreno antes mencionado y la carencia de un lugar de interés turístico con las características descritas anteriormente, se pretende desarrollar un modelo de parque temático en la región de Río Chico.

Los parques temáticos se han popularizado en el mundo, porque atraen a una gran población. Como *Parque Temático* se conoce a: "... un recinto con un conjunto de atracciones e instalaciones de ocio y entretenimiento, normalmente organizadas en torno a una línea argumental que les sirve de inspiración " (Wikipedia, *Los parques temáticos*, 2.009).

Los parques temáticos, aparte de aprovechar las características internas o propias de cada región, pueden contribuir a crear conciencia acerca de temas que antes fueron preocupación mundial como la ecología, o temas vistos como restringidos a una clase intelectual como la tecnología, la antropología y la geología, entre otros. Un parque temático es algo mucho más complejo que un parque de atracciones o una feria, esto también implica que vaya ligado a un proyecto empresarial más sólido y con importantes inversiones económicas.

En Venezuela, los parques temáticos existentes gozan de gran popularidad, y algunas zonas del país, presentan un incremento en cuanto a la afluencia de turistas, quienes atraídos por estos parques, han convertido a los mismos en punto de referencia para todo aquel que visite esas regiones, trayendo como consecuencia la generación de empleos, y por ende, un desarrollo económico sostenible, solo las empresas: Los Aleros, La Venezuela de Antier, La Montaña de los Sueños, Alexis Montilla Films, Restaurante Los Tejados de Chachopo, y Restaurante El Caney ubicados en Mérida generan un Promedio anual de 300 mil visitantes a los parques, 500 empleos directos, y 2000 empleos indirectos. De Producto on line: Romper Paradigmas,

Gerenciar los recuerdos, (2.007, Agosto). [Recuperado en Marzo 24, 2.009, de la World Wide Web: <http://www.producto.com.ve/191/notas/montilla.html>].

Entre otros parques temáticos existentes en el país también se pueden mencionar, *Parque de la Exótica Flora Tropical* (Yaracuy), *Parque El Agua* (Nueva Esparta), *Parque El Reino de Musipán* (Nueva Esparta), *Parque Los Picapiedras* (Miranda), *Parque Laberinto Tropical* (Nueva Esparta) y *Parque Ávila Mágica* (Caracas).

Cuando se comercializan servicios debe tenerse presente que estos tienen características particulares que los hacen diferentes de los productos tangibles y una de las principales características es justamente su intangibilidad, por lo cual, deben mercadearse de manera distinta a los productos tangibles.

Los productos tangibles se elaboran previamente con el objeto de satisfacer las necesidades del cliente, en cambio, los productos intangibles, como es el caso del servicio, se elaboran de manera constante “*con el cliente allí, de manera activa*”, y esto hace que sea muy complejo asegurar la calidad del mismo, pues, el mismo servicio puede variar dependiendo de quién lo proporcione.

Antes de desarrollar un proyecto para la construcción de la infraestructura de un parque temático, se hace necesario desarrollar una propuesta conceptual, con una línea argumental definida, y una estructura organizacional acorde para la ejecución de un plan de gestión orientada al servicio. Resumiendo lo expuesto anteriormente, se requiere en principio, tener definido el diseño conceptual del parque temático, el cual servirá de base para el desarrollo del proyecto de infraestructura y de los estudios de factibilidad, económico y financiero, correspondientes.

De lo anteriormente expuesto, surge como interrogante del presente trabajo de investigación:

¿Cuál será la factibilidad para el desarrollo de un modelo de parque Temático en la zona de Río Chico, cuyo diseño conceptual esté destinado a fomentar el acervo cultural e histórico del estado Miranda?.

1.2 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA:

A continuación se presenta la definición del problema, objeto del presente trabajo de investigación, las causas que originan el mismo y los aspectos que se pretenden alcanzar, todo esto representado de manera esquematizada en árbol del problema:

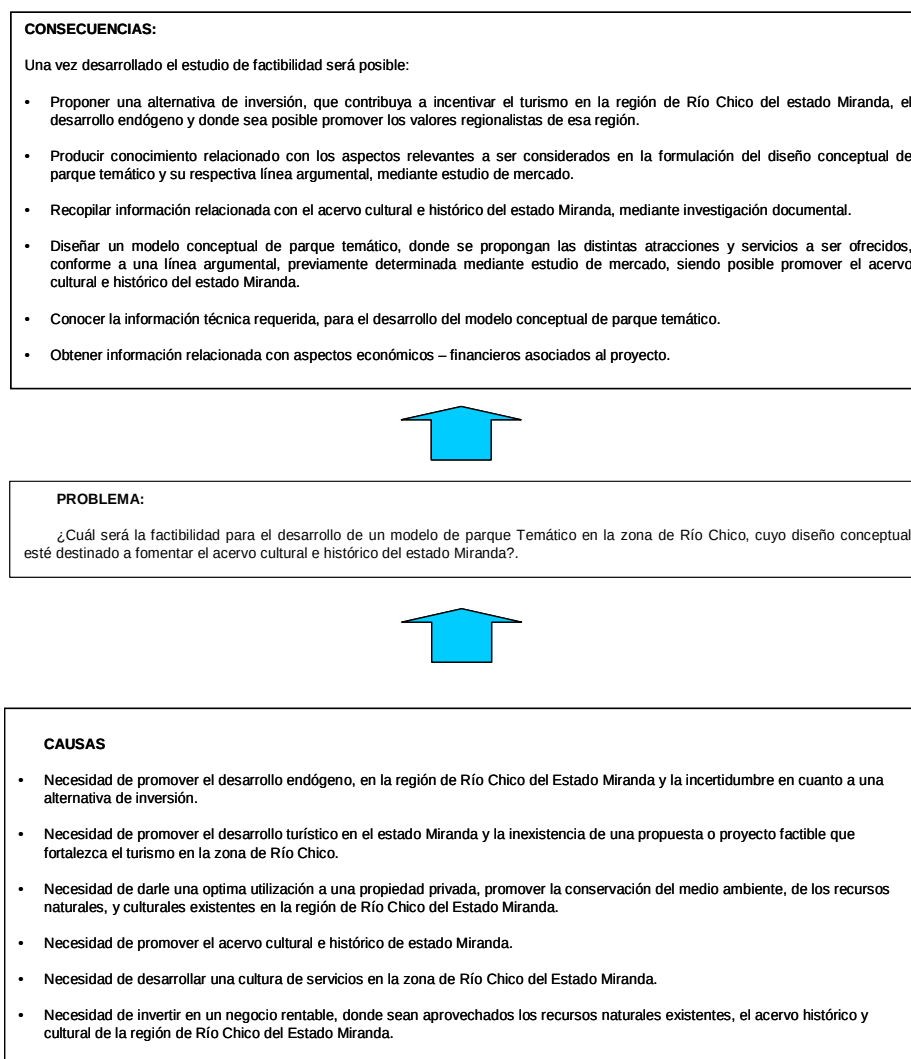
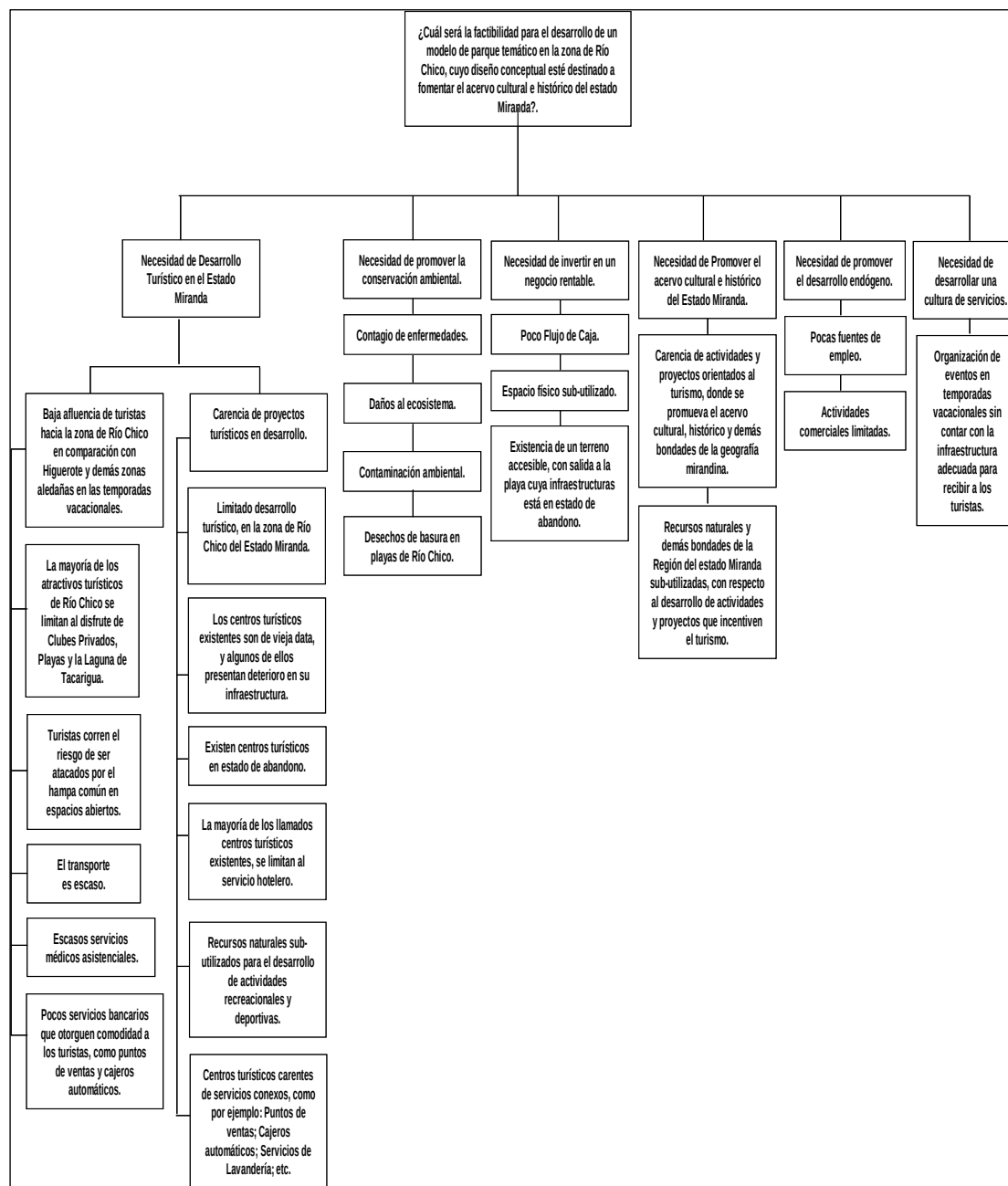


Figura 4. Árbol del Problema, Fuente: Autor, 2.009

En apéndice A se presentan las causas del problema en forma detallada:



1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN:

1.3.1 Objetivo General:

Realizar el estudio de factibilidad para el desarrollo de un modelo de parque temático, en la zona de Río Chico, cuyo diseño conceptual esté destinado a fomentar el acervo cultural e histórico del estado Miranda.

1.3.2 Objetivos Específicos.

Los objetivos específicos que se deben alcanzar para poder cumplir con el objetivo general son los siguientes:

1.3.2.1 Elaborar el estudio de mercado, para detectar los aspectos relevantes a considerar en la formulación del diseño conceptual de parque temático y su respectiva línea argumental.

1.3.2.2 Realizar una investigación documental acerca del acervo cultural e histórico del estado Miranda.

1.3.2.3 Elaborar un modelo conceptual de parque temático, donde se propongan las distintas atracciones y servicios a ser ofrecidos, conforme a la línea argumental, determinada previamente mediante estudio de mercado, siendo posible promover el acervo cultural e histórico del estado Miranda.

1.3.2.4 Desarrollar el estudio técnico.

1.3.2.5 Realizar el estudio económico – financiero asociado al proyecto.

1.4 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN:

Con el presente trabajo de investigación se pretende definir los aspectos de mayor relevancia, a ser considerados para el diseño conceptual de un modelo de parque temático adaptado a la zona de Río Chico, ubicada en el estado Miranda, así como, los correspondientes requerimientos técnicos, económicos y financieros, necesarios para determinar su factibilidad como una posible solución ante distintas necesidades de índole, social, cultural, económico y turístico presentada en esa región del país.

Según el Instituto Nacional de estadística (2.007), durante el segundo semestre del año 2.007 el estado Miranda estaba ubicado en el tercer estado con mayor pobreza a nivel nacional.

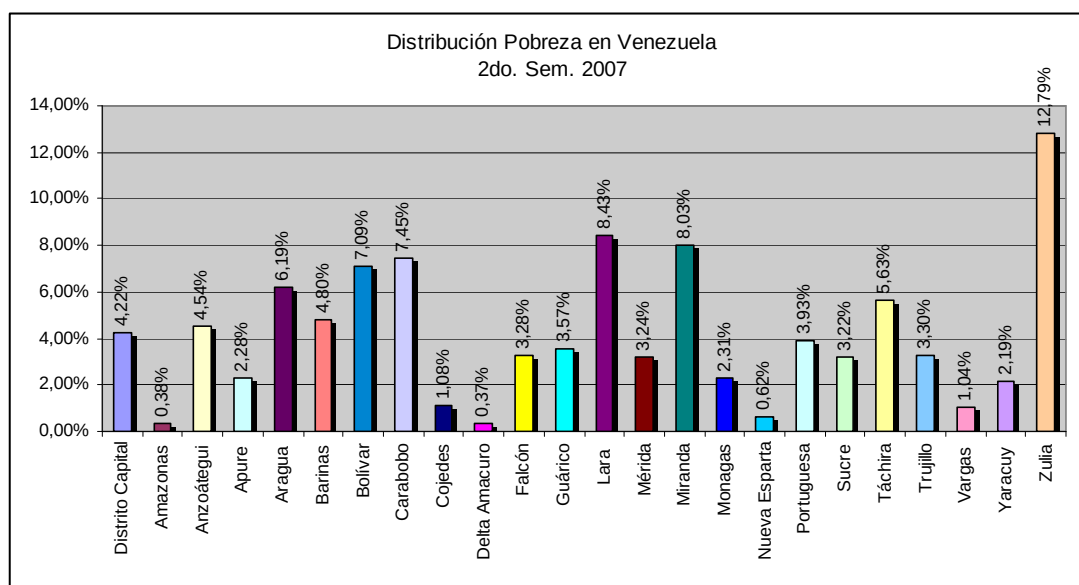


Gráfico 2. Distribución de la Pobreza en Venezuela 2do. Sem. 2007, Fuente: Autor, 2.009, Elaborado con datos tomados de la página web: http://www.ine.gov.ve/pobreza/hogares_pobres.asp?Ssmes=2&speriodo=2007, (Con acceso el 14 de febrero 2.009).

La Fundación Escuela de Gerencia Social (2.007), muestra mediante datos estadísticos que la fuerza de trabajo del Estado Miranda, compuesta por personas de 15 años y más, y distribuida por actividades económicas,

que la misma está concentrada en primer lugar con un 33,26%, en servicios comunales, sociales y personales, seguida del comercio, restaurantes y hoteles con un 20,05%, y en tercer lugar se ubicó la industria manufacturera con un 15,77%.

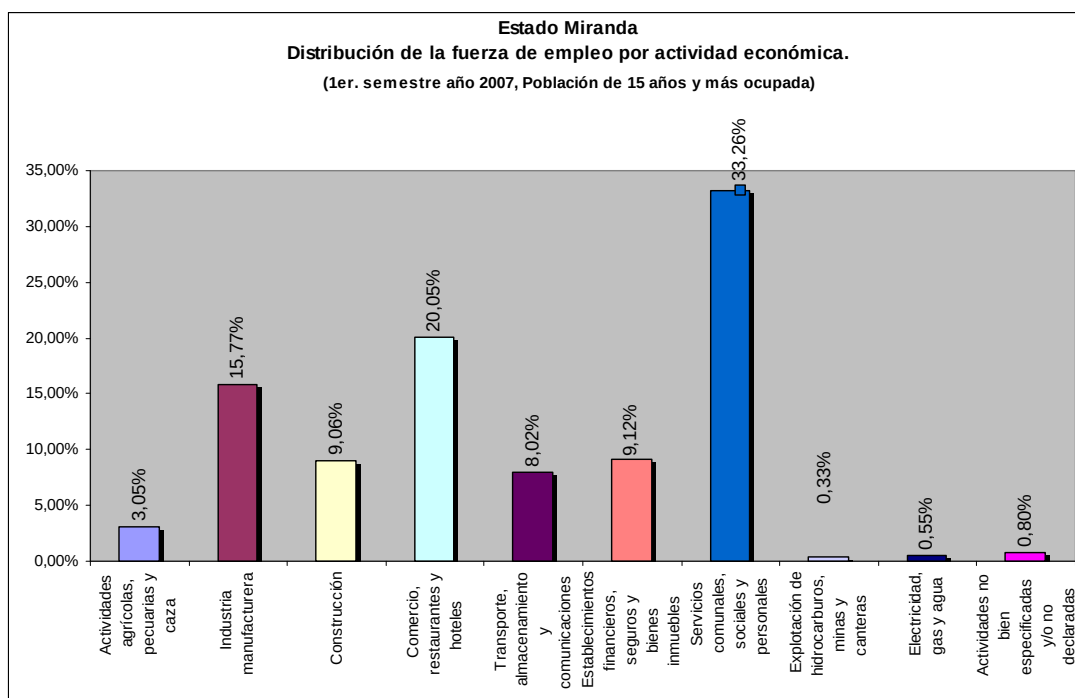


Gráfico 3. Distribución de la Fuerza de Empleo por Actividad Económica (1er. Semestre 2.007, Población de 15 años y más ocupada), Fuente: Autor, 2.009. Elaborado con datos tomados de la página web:

http://www.gerenciasocial.org.ve/bases_datos/gerenciasocial/cuadros/Empleo/empleohtm/Entidadfederal.htm, (Con acceso el 14 de febrero 2009).

Dentro de los aspectos que justifican la elaboración del presente estudio, se pueden mencionar:

- Proponer una alternativa de negocio generadora de nuevos empleos, (aproximadamente 200 empleos directos y 250 empleos indirectos), al igual que una opción válida para fomentar el desarrollo endógeno en la zona de Río Chico del estado Miranda.

- Ofrecer una opción para promover el acervo cultural e histórico del estado Miranda, mediante el desarrollo de actividades e infraestructuras, donde sea posible entretener y educar de manera informal.
- Plantear una alternativa para darle utilidad a un terreno accesible, cuyas infraestructuras se encuentran en estado de abandono y que en la actualidad está sub-utilizado.
- Mediante el desarrollo de un modelo de parque temático es posible desarrollar actividades destinadas a promover la conservación ambiental, aprovechar los recursos naturales para el desarrollo de actividades de índole recreacional, y crear infraestructuras adecuadas para la atención al turista.
- Un modelo de Parque Temático diseñado conforme a las necesidades, preferencias y expectativas del cliente, donde se ofrezca comodidad, calidad en los servicios, seguridad, y distintos atractivos de entretenimiento y ocio, donde se eduque informalmente, de una manera amena, podría ser de gran atractivo turístico, y en consecuencia, podría fomentar el desarrollo de esa actividad económica en la zona de Río Chico del estado Miranda.
- Desde las perspectivas teóricas en cuanto a la significación de desarrollar un modelo de parque temático susceptible de ser implantado en la región de Río Chico del estado Miranda, se interpreta que el presente estudio tiene una relevancia social, por cuanto está direccionado a favorecer no solamente a la empresa inversionista del proyecto, sino a un contingente de turistas que utilizarán los distintos servicios, y a organizaciones

comunitarias quienes podrán tener otra alternativa para involucrarse y desarrollar proyectos sostenibles, y abrir un espacio para la cultura de prestación de servicios.

- Es importante destacar que desde la perspectiva metodológica, esta investigación propone una solución a una problemática existente en la región de Río Chico del estado Miranda, se contempla como un proyecto evaluativo apoyado en un estudio de campo, que permitió en correspondencia con un diagnóstico de necesidades, dada que la información se recolectó de manera directa.

En síntesis, mediante éste Trabajo Especial de Grado se desarrollará una investigación enmarcada en un proyecto factible, considerando que sus alcances se orientaron al diseño de un modelo conceptual de Parque Temático, cuya línea argumental, infraestructuras y demás atracciones, permitieran la promoción del acervo cultural e histórico de esa región, educando de manera entretenida e informal, siendo éste además, una opción para fomentar el turismo, y el desarrollo endógeno de sus habitantes

Según el manual de la (UPEL, 2.007) el Proyecto Factible:

“... consiste en la investigación, elaboración y desarrollo de una propuesta de un modelo operativo viable para solucionar problemas, requerimientos o necesidades de organizaciones o grupos sociales; puede referirse a la formulación de políticas, programas, tecnologías, métodos o procesos. El Proyecto debe tener apoyo en una investigación de tipo documental, de campo o un diseño que incluya ambas modalidades”. (p.21).

Finalmente, el modelo de parque temático que se propone a través de este estudio, tiene un beneficio de extrema importancia que se revierte en un negocio de inversiones de infraestructuras de carácter turístico, que pudiera

despertar el interés tanto de inversionistas nacionales como internacionales, además del gobierno nacional, al tener un espacio oportuno para promover el acervo cultural e histórico del estado Miranda.

CAPITULO 2

MARCO TEÓRICO

A objeto de tener una idea general de los aspectos más importantes a ser considerados en la creación de un modelo de parque temático, y alcanzar los objetivos propuestos en la presente investigación, fue necesario indagar acerca de distintos aspectos relacionados con los antecedentes, y las bases teóricas que sustentan la presente investigación.

De acuerdo a lo planteado por (Balestrini, 2.006), el marco teórico de una investigación:

“... es el resultado de la selección de aquellos aspectos más relacionados del cuerpo teórico epistemológico que se asume, referidos al tema específico elegido para su estudio. De allí pues, que su racionalidad, estructura lógica y consistencia interna, va a permitir el análisis de los hechos conocidos “. (p.91) .

A continuación se expondrán los antecedentes y los aspectos epistemológicos que constituirán el cuerpo teórico de la presente investigación.

2.1 ANTECEDENTES:

2.1.1 Estudio de Factibilidad para la construcción y funcionamiento de una posada turística en Ciudad Bolívar, Estado Bolívar, presentado por el Arquitecto Henry Jesús Rebolledo Castro como requisito para optar al título de Especialista en Gerencia de Proyectos U.C.A.B, diciembre 2.005.

En este trabajo se evaluó la factibilidad para la construcción y funcionamiento de un proyecto de posada turística, en una parcela ubicada

en la Urbanización Negro Primero de Ciudad Bolívar, propiedad de una persona natural.

Previo al estudio de factibilidad, se determinaron los elementos técnicos y las normativas legales que rigen la construcción y funcionamiento de una posada turística e Ciudad Bolívar, y se analizaron los elementos requeridos para elaborar un estudio de factibilidad de un proyecto según los lineamientos de la Gerencia de Proyectos, la guía de evaluación y formulación de proyectos, y las instituciones que rigen la actividad turística del Estado Bolívar.

Posteriormente se elaboró el Estudio de Factibilidad, cuyas partes principales consistieron en: un Estudio de Mercado, donde se estipuló la Oferta, la Demanda, y el Mercado Potencial, entre otros puntos, el Estudio Técnico, donde se establecieron aspectos como la Capacidad Instalada, el Volumen de Ocupación, el Cronograma de Inversión y el Estudio Económico Financiero donde se determinaron datos como el monto de la inversión, el capital de trabajo, el flujo de fondos, la rentabilidad, las condiciones de riesgo para este proyecto, así como también se analizaron las variables pertinentes e involucradas en la consecución de los objetivos planteados.

Con los resultados obtenidos se determinó que el proyecto no es viable financieramente en los términos planteados inicialmente para el estudio, tanto la rentabilidad del promotor como la rentabilidad del negocio no fueron satisfactorias. La tasa interna de retorno de ambos demostró que el proyecto no era capaz de recuperar el valor real del capital invertido, lo que lo convierte en financieramente débil, por lo que se recomendó rechazar el proyecto, y reformular el mismo.

El proyecto de posada turística, Los Tamarindos C.A., brindaría servicios de hospedaje, restaurante y servicios complementarios como

lavandería, estacionamiento con seguridad, áreas de esparcimiento al aire libre conformado por dos piscinas para niños y adultos así como una churuata para reuniones informales y su target estaba dirigido básicamente al turista nacional e internacional con destino final La Gran Sabana.

El espacio total de construcción de la posada tiene como área 2.000 m², la inversión y los intereses del préstamo eran considerablemente altos en comparación con los ingresos obtenidos, razón por la cual financieramente hablando no se recomienda el negocio, a pesar de todas bondades sociales que dicho proyecto pudiese aportar en cuanto a la generación de empleos, aportes a la economía, e infraestructuras turísticas en la región.

Como otro aspecto a considerar, se recomendó fraccionar la inversión total en varias etapas, a fin de disminuir los altos desembolsos a consecuencia de los intereses crediticios, aumentando así la rentabilidad y los flujos de caja.

Reinvertir las utilidades en el crecimiento por etapas de la infraestructura a fin de reducir el monto de capital aportado por terceros y por ende los intereses generados.

2.1.2 Estudio de factibilidad para la construcción y puesta en marcha de una posada turística, presentada por Díaz Ruiz Manuel Esteban como requisito para optar al título de Especialista en Administración de Empresas, U.C.A.B, julio 2.008.

Este estudio de factibilidad se realizó con el objeto de evaluar la construcción y puesta en marcha de una posada turística en el Municipio Autónomo Caroní del Estado Bolívar, considerando de vital importancia el desarrollo de la infraestructura turística para el desarrollo integral de la región

en conjunto con las líneas estratégicas del Gobierno Nacional, estatal y Municipal, asegurando que este desarrollo representa un alto potencial para el desarrollo y productividad alternativa y sustentable.

Como resultado del estudio se obtuvo una Tasa Interna de Retorno, con financiamiento de del 22,87%, un Valor Actual Neto con financiamiento de 404.304.305,49 Bolívares, periodo de recuperación del capital con financiamiento de seis años.

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

Entre las razones que invitan a realizar esta inversión en la zona, destacan:

- Alto potencial turístico, vinculado al turismo industrial, agrícola, deportivo y ecológico.
- Gran polo de atracción comercial e industrial y centro de desarrollo económico, donde se procesan y exportan minerales (hierro y aluminio).
- Posee red vial y una ubicación geográfica estratégica, adecuada en infraestructura educativa, y posee la mayoría de las entidades financieras existentes en el país.

2.1.3 Estudio de Factibilidad Económica, para la construcción y financiamiento del Hotel Monte Ávila, Caracas, presentada por el

Licenciado Ángel Eduardo Arvelo Guerrero para optar al título de Especialista en Economía Empresarial, U.C.A.B, octubre 2.001.

El desarrollo de este proyecto tuvo como finalidad cubrir parte del déficit de alojamiento, y ofrecer a la población flotante nacional y extranjera un servicio cónsono con las exigencias de calidad y confort de un mercado intermedio.

Mediante este estudio se determinó la necesidad que tiene el turista nacional y extranjero de conseguir un alojamiento acorde con sus expectativas en la Gran Caracas, y dicho proyecto se desarrollaría al noreste de la ciudad de Caracas, en un espacio que cuenta con acceso directo desde la autopista, por la vía que accede a la sede de la Universidad Santa María, por la prolongación de la Av. Rómulo Gallegos o Carretera Nacional Petare Guarenas.

El lote de terreno donde se construiría el Hotel Monte Avila Caracas contaba con viabilidad de acceso y salida, con conexión inmediata hacia la autopista dirección Caracas u Oriente. Adicionalmente, la zona contaba con los servicios de electricidad, gas, aguas blancas, aguas servidas y teléfono.

La parcela sería dotada de todos los servicios y de la infraestructura requerida para el normal funcionamiento de un hotel de esta categoría. Adicionalmente se previó la construcción de una pantalla atirantada de concreto, para contener el talud sobre el lindero occidental, un muro ornamental de piedras sobre el lindero norte, en vía principal, la instalación de una planta eléctrica de emergencia y una planta de tratamiento de aguas servidas.

El costo total de construcción se estimó en Bs.F 2.994.567,00.

Costos Capitalizables: Expresados en Bolívares Fuertes:

Elaboración de Estudios y Proyectos.	Bs.F	60.000,00
Organización y Promoción.....	Bs.F	50.000,00
Capital de Trabajo.....	Bs.F	25.000,00
Costos Financieros.....	Bs.F	736.496,00
Imprevistos.....	Bs.F	290.000,00

Plan de inversiones se estimó en Bs.F 5.893.563,00.

Financiamiento de la inversión:

Capital Propio.....	Bs.F	3.215.396,00
Financiamiento de Terceros.....	Bs.F	2.678.167,00
Total.....	Bs.F	5.893.563,00

La Tasa Interna de Retorno de la inversión fue del 20,15% neto después de la inversión.

El Valor Presente Neto obtenido fue de Bs. 132.247.983,00, calculado con un costo de oportunidad del capital del 19,46%.

Rentabilidad:	Año 1	Año 2
a) Margen Bruto de Operaciones. (M.B.O).	39,32%	39,32%
b) Rendimiento Sobre la Inversión.	9,01%	18,03%
c) Rendimiento Sobre el Capital.	16,52%	33,04%

El Retorno de la Inversión: El plazo de recuperación de la inversión es de 6 años. Este proyecto generaría más de 120 empleos directos y quizás entre 3 y 5 veces dicha cantidad en empleos indirectos.

2.2 LOS PARQUES TEMÁTICOS COMO ALTERNATIVA PARA EL DESARROLLO SUSTENTABLE:

Con el crecimiento poblacional también se incrementa la demanda de productos y servicios en una región determinada, y se hace imperante la satisfacción de la misma para cubrir sus necesidades básicas y mantener una calidad de vida optima. Estas necesidades pueden satisfacerse con los recursos locales o regionales, que activan la economía y crean empleos, lo que reduce los impactos ambientales y sienta una comunidad próspera.

Según Zamorano (2.002):

“Sustentabilidad significa pensar en términos de todos los sistemas con todas sus implicaciones, relaciones y consecuencias. Estas formas de pensamientos erradican conductas tales como 'el hombre contra la naturaleza' o 'el empleo contra el medio', que se sustituyen por pensamientos y valores más reales, y cambian actitudes pasivas por otras críticas y participativas. La implantación de los cambios implica remover barreras; además crear esquemas y procesos que benefician a todos (p18).

Una región que no prevea su crecimiento poblacional podría estar destinada a sufrir un atraso en la calidad de vida de sus habitantes, y se hace necesaria la generación de empleos y el desarrollo de proyectos que activen su economía, aprovechando de manera optima los recursos propios de cada región.

Según Zamorano (2.002),

“El desarrollo humano sustentable significa asegurar la calidad de vida manteniendo la capacidad de carga que soporta los ecosistemas. La sustentabilidad no es una señal de

crecimiento aunque sí es un indicador de los recursos. Desarrollo es la capacidad de convertir esos mismos recursos en bienes y servicios para satisfacer las necesidades humanas sin la degradación del medio que mantiene a los ecosistemas” (p.21).

Muchas regiones siguen basándose en formas convencionales de desarrollo económico, transporte, viviendas, aumento de habitantes, y aumento de un supuesto nivel de vida; pero en realidad lo que crean con ello son conflictos como los congestionamientos, contaminación del aire y agua, saturación de espacios, agotamientos de recursos y demás problemas ambientales y sociales que se derivan de estas prácticas.

Para lograr un desarrollo humano sustentable es importante el manejo efectivo de los recursos naturales, sociales y financieros, hacer una adecuada planificación de espacios que brinden mejores opciones de traslado y acceso, proteger y elevar la calidad de vida de la comunidad, desarrollar ecosistemas naturales, y crear empresas que promuevan bienes y servicios que protejan y/o restauren el ambiente.

Mediante el desarrollo de un parque temático donde se promuevan los valores regionalistas, históricos, y culturales en la zona de Río Chico del estado Miranda, además de fomentar el turismo, y el desarrollo económico de esa región venezolana, se pretende fomentar un desarrollo humano sustentable, ya que se procura hacer un manejo efectivo de los recursos naturales, sociales y financieros, proteger y restaurar el medio ambiente, hacer una adecuada planificación de espacios que brinden mejores opciones de traslado y acceso, elevar la calidad de vida de la comunidad, y desarrollar ecosistemas naturales.

Zamorano (2.002), plantea como criterios técnicos y sociales que caracterizan y permiten la evaluación de servicios turísticos sustentables:

- Entorno físico-biológico, que evalúa la interacción entre la empresa y el medio natural circundante.
- Planta de servicio, que evalúa las políticas gerenciales y los sistemas de operación internos de la empresa en el nivel de planta física y servicios.
- Relación cliente-servidor, que evalúa la interacción entre la empresa y el cliente, midiendo qué tanto ésta lo invita a participar activamente en la implantación de sus políticas de sustentabilidad.
- Iniciativas de conservación enmarcadas en los objetivos del plan de manejo de las áreas naturales protegidas.
- Conciencia ambiental en las localidades turísticas.
- Desarrollo de iniciativas concretas de turismo ecológico.
- Reducción de contaminantes o restauración de ecosistemas.
- Entorno socioeconómico, que evalúa la interacción entre la empresa y las poblaciones locales y comunidades en general...

2.3 EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD:

Para tener un panorama claro de los beneficios económicos que puedan derivarse de cualquier negocio, tanto en la producción de bienes o en la producción de servicios, como es el caso del desarrollo de un modelo de parque temático, es importante poner en práctica ciertos conocimientos específicos del área de la economía, ya que ésta ciencia estudia distintas alternativas para que el ser humano obtenga un mayor beneficio o utilidad de los bienes o servicios que produce, el problema que estudia la economía, está dirigido a buscar alternativas eficientes para producir bienes y servicios requeridos por la sociedad en general para satisfacer las necesidades humanas. La evaluación de un proyecto está directamente relacionado con los conceptos de múltiples necesidades qué satisfacer, recursos escasos, y

la eficiencia de su manejo, ya que los mismos enmarcan el problema a resolver por la ciencia económica.

Según Blanco (2.006):

“El término **recursos escasos** es relativo pues no se refiere a si son muchos o pocos en valor absoluto los recursos disponibles sino a que nunca son suficientes. Esto es así pues el hombre al nacer trae consigo instintos de vida, ansías de posesión y anhelos de superación que le van a generar necesidades de índole natural...”. (p.25).

Las necesidades de índole natural siempre estarán presentes, como es el caso de la alimentación y el vestido, por ello los seres humanos destinan gran parte de su presupuesto para satisfacer las mismas, pero además, existen otras necesidades artificiales generadas por la sociedad en la que vive cada individuo, la cual guarda relación con su desarrollo individual.

Como los recursos con que cuenta una persona no son ilimitados se hace necesario manejarlos adecuadamente siendo importante analizar las mejores alternativas de inversión, y en consecuencia se hace necesaria hacer la evaluación económica de cada proyecto, para determinar su factibilidad.

Cada proyecto tiene características muy particulares, que lo distinguen, inclusive, de proyectos aparentemente iguales, los bienes o servicios que se derivan de cada proyecto, pueden ser percibidos de distintas maneras, y dependiendo de los objetivos de mercado de cada beneficiario, su utilidad será evaluada de distintas maneras.

Blanco (2.006), define utilidad como:

“...es la actitud que tienen los bienes para satisfacer las necesidades humanas; o, dicho de otra forma, es la relación que media entre las necesidades humanas y los bienes. La utilidad puede clasificarse en real, espacial y temporal. La utilidad real está fundamentada en las cualidades reales o aparentes del objeto. (...)La utilidad espacial es la referida al lugar o espacio en que se encuentra el bien. (...) La utilidad temporal, es la que depende de la circunstancia tiempo en que el sujeto pueda servirse del bien...” (p.27).

En la práctica, existen dos motivos que diferencian el tratamiento e importancia otorgada a los proyectos de manufactura de bienes frente a los de prestación de servicios, según Blanco (2.006) estas son:

- 1) desde el punto de vista didáctico, es más fácilmente comprensible la utilización de ejemplos de corte industrial, o manufacturero, que los de una empresa de servicios, y
- 2) se piensa equivocadamente que la inversión en una empresa de servicios no requiere de una evaluación previa pues, en muchos casos, el monto de la inversión en activos fijos es bastante insignificante y, en caso de que no resulte viable en la práctica, es fácil dismantelarla sin mayor perjuicio para el promotor. Como puede apreciarse, nada más alejado de una concepción empresarial seria y responsable. Añádase a esa segunda razón que existen empresas de prestación de servicios con altos niveles de inversión en activos fijos, como son, entre otras, todas aquellas empresas dedicadas al transporte aéreo, marítimo o terrestre (p.164).

El modelo de parque temático que se pretende diseñar mediante el presente estudio, representaría una empresa de producción de servicios, y en su alcance se considera la construcción de infraestructuras que ameritan una inversión de dinero considerable, por lo que es importante la elaboración de un estudio de factibilidad, pues en el caso de que no resultase viable en la práctica, le acarrearía al promotor grandes perjuicios.

La evaluación de factibilidad de un proyecto, está compuesta por tres grandes estudios, siendo los mismos, el estudio de mercado, el estudio técnico, y el estudio económico financiero.

Previo elaboración del estudio de mercado es necesario determinar la población a ser analizada así como los sectores sociales implicados en la investigación lo que va a ser posible detectar científicamente una muestra representativa del universo estudiado, está contemplado dentro del estudio de mercado el uso de encuestas, que luego serán tabuladas e interpretadas.

Según Blanco (2.006):

El estudio de mercado persigue verificar la posibilidad real de penetración del producto en un mercado determinado para poder medir el riesgo de su colocación y sus posibilidades de éxito. Debe abarcar, por lo menos, los seis aspectos principales aquí mencionados:

- Descripción del producto, características y usos
- Demanda del producto
- Oferta del producto
- Mercado potencial
- Formación del precio
- Canales de comercialización (p.228).

El estudio técnico es más sencillo de realizar, ya que se hace más fácil la recopilación de los datos que en oportunidades los suministra el suplidor de la maquinaria, de los equipos y de las tecnologías, así como el propio promotor del proyecto, el resto de la información se deduce del intercambio de información con el estudio de mercado. El estudio técnico requiere de una mayor precisión ya que todas sus partes involucran costos de inversión y/o de operación.

Según Blanco (2.006):

El estudio técnico persigue determinar las capacidades instalada y utilizada de la empresa, así como, la de todos los

costos de inversión y/o de operación involucrados en el proceso de producción, y para lograrlo debe cubrir, por lo menos, los nueve aspectos siguientes:

- Cronograma de la proyección
- Localización del Proyecto
- Infraestructuras de servicios
- Tecnología utilizada
- Proceso de producción
- Desechos y pérdidas del proceso
- Control de calidad
- Volumen de ocupación
- Capacidad instalada y utilizada (p.245)

Para realizar el estudio económico-financiero se requiere la información arrojada en los estudios de mercadeo y técnico, según Blanco (2.006):

“...la evaluación económico - financiera cuyo el objetivo general es ordenar y sistematizar la información derivada de las etapas anteriores y elaborar los cuadros que servirán de base para la evaluación de resultados. Para lograrlo es necesario analizar en detalle los puntos siguientes:

Elementos de Infraestructura y Estructura, Maquinaria y Equipo de Producción, Estudios y Proyectos, Inversión Total, Depreciación y Amortización, Financiamiento de Terceros, Nómina, Materias Primas, Ingresos, Gastos de Fabricación, Estados de Resultados (p.273).

Con este estudio se completaría el estudio de factibilidad del modelo de parque temático.

2.4 EL MERCADEO DE LOS SERVICIOS (ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS):

Los parques temáticos ofrecen una serie de servicios para la satisfacción de un determinado grupo de personas. La manera particular en como son ofrecidos los servicios, las estrategias y las tácticas implementadas

para el mercadeo de los mismos, pueden asegurar o no el éxito y la permanencia en el tiempo de esas atracciones turísticas, por tal motivo, se hace necesario tener claro cuáles son las particularidades y el tratamiento dado a este tipo de producto intangible (Parque temático visto como un servicio global), a continuación se presentan aspectos relacionados con el sector servicio.

2.4.1 El sector servicios: De las distintas acepciones de la palabra servicio, se puede señalar:

- "...Utilidad de algo para un fin o para el desempeño de una tarea o función.
- Beneficio o favor que se hacen a otra persona.
- Reparto o suministro de algo.
- Organización y personal destinados a satisfacer las necesidades de una entidad o de los ciudadanos.
- En economía, prestación que satisface necesidades que no consisten en la producción de bienes materiales.
- Expresión de cortesía que se usa como ofrecimiento para algo...". (**"Diccionario Clave", 2006**).

Es importante destacar las principales características de los servicios, ya que al entender su complejidad y sus diferencias con respecto a los productos tangibles, es posible facilitar la creación de estrategias y tácticas del mercadeo de servicios que contribuyan efectivamente al logro de los objetivos de éxito, cuya expectativa es justamente la plena satisfacción de los clientes finales.

Un parque temático está conformado por la sumatoria de una serie de sub-servicios destinados a satisfacer las expectativas de cada uno de sus clientes, y el estado de satisfacción de estos está ligado al logro de los objetivos de éxito de ese proyecto. Por tal motivo, es importante determinar cuáles son esas expectativas y mantener activas las estrategias y tácticas del mercadeo de servicios correspondientes a cada sub-servicio.

Se pueden visualizar entre algunos sub-servicios que se ofrecen en los parques temáticos: el servicio de alojamiento, de restaurante, de atracciones recreacionales, servicio bancario, servicio de transporte, servicios médicos asistenciales, y el servicio de telecomunicaciones, todos estos sub-servicios diseñados bajo una línea argumental.

Según Cobra (2.000) las principales características del sector servicios son:

1. Intangibilidad, (...) el gran desafío del hombre de marketing es volver tangibles esos aspectos tangibles de un servicio, al destacar los beneficios con claridad. (...)
2. Relación con los clientes. Muchos servicios no pueden producirse sin la presencia y cooperación del cliente, ya que no es posible almacenarlos y se producen en el mismo momento en que se consumen. (...)
3. Perecederos. Cuando un servicio exige la presencia del cliente, recibir y consumirlo, la empresa de servicios debe estar atenta al tiempo del cliente porque los servicios son perecederos; en otras palabras no se pueden almacenar para consumirlos después.
4. Inseparabilidad. El servicio depende del desempeño, especialmente de los empleados quienes son la parte esencial del mismo. Por consiguiente, el sector servicios se caracteriza casi siempre por la mano de obra intensiva. (pp. 28-29)

Estas características particulares marcan una diferencia significativa entre este tipo de productos y los productos tangibles, lo cual amerita la formulación de estrategias y tácticas específicas al mercadeo de servicios.

Con el objeto de satisfacer las necesidades básicas de la población, en cuanto a distintos servicios, y debido a la complejidad y altos costos de producción, el estado venezolano es un proveedor importante de distintos servicios, y la satisfacción de la población en cuanto a los servicios recibidos, está ligado al éxito de la gestión del gobierno.

Muchos de estos servicios se ofrecen sin ánimo de lucro, pero otros pueden funcionar comercialmente, como es el caso de los llamados Parques Temáticos, los cuales podrían ser de interés tanto al gobierno venezolano como a la empresa privada.

2.4.2 Políticas del mercadeo de servicios:

Las políticas del Mercadeo de Servicios deben estar orientadas hacia el modo cómo una organización equipara o alinea sus propios recursos humanos, financieros y físicos con los deseos de los clientes, y estas políticas son el producto de procesos gerenciales destinados a identificar, pronosticar y satisfacer rentablemente los deseos de los clientes.

Según Cowell, D. (1.991):

El mercadeo de servicios es ante todo una actitud mental, pero también puede ser una forma de organizar la empresa, y con ello:

- Identificar los clientes, necesidades y deseos de los diferentes grupos de mercados y segmentos que existan.
- Crear, producir y entregar productos y servicios que satisfagan esas necesidades y deseos identificados y que son compatibles con la visión que tienen las organizaciones de las áreas de necesidades que han decidido atender y satisfacer.
- Fijar los precios de los productos y servicios cuando se cobran.
- Mantener una comunicación con el mercado respecto de los productos y servicios que se encuentran disponibles y asegurar que los mismos sean entregados acorde a las necesidades de los clientes.

Asegurar la integración de todas las actividades que afectan al cliente y vigilar el éxito o fracaso de la organización para continuar sirviendo a las necesidades de los clientes, así como enfrentar los cambios y desafíos provenientes de los competidores y el medio ambiente en el cual se opera. (p. 83).

De lo anteriormente expuesto, se puede entender que para el diseño de un modelo de parque temático, se hace necesario determinar cuáles serían los clientes potenciales, identificar a cada uno de los *stakeholders* y conocer sus expectativas en cuanto a los resultados del proyecto y los posibles efectos del mismo. Asimismo, es importante conocer las expectativas de los clientes finales, sus necesidades, e identificar los sub-servicios requeridos.

2.4.3 Consideraciones sobre el sector de servicios de turismo:

El producto turístico es una combinación de acción y emoción en el que los aspectos tangibles e intangibles se superponen en una mezcla entre lo real y lo imaginario, (...). Es preciso valorizar los clientes y ofrecerles servicios orientados a sus necesidades explícitas y a sus deseos ocultos, para materializar, si es posible, innumerables fantasías, para lograrlo es necesario desarrollar una investigación del mercado. (...) La estructura organizacional de las empresas de servicios de turismo debe estar orientada a lograr ventajas competitivas en todos los mercados, y a revaluarse permanentemente para descubrir cómo crear una cadena de valores con un sistema exclusivo de actividades que representen diferencia frente a la competencia. (...) Las necesidades de los clientes (...) son dinámicas y, en consecuencia, varían de acuerdo con el momento, o incluso con el estado de ánimo de quién atiende y de quien es atendido (pp. 195-196). Cobra (2.000)

Lo anteriormente expuesto supone la posibilidad de que las consideraciones de mayor para una empresa en cuanto al el servicio ofrecido no se corresponde con los beneficios esperados por quien recibe dicho servicio, de allí la importancia de indagar acerca de las expectativas del cliente, mediante investigaciones de opinión constantes.

Cobra (2.000), propone una serie de acciones estratégicas y tácticas del mercadeo de los servicios destinadas específicamente al sector turismo.

Tabla 1.- Clases de Acciones Estratégicas y Tácticas

Sector de actividad: turismo, entretenimiento, compañías aéreas, aeropuertos, hoteles, etc.	Acciones estratégicas	Resultados esperados
1. Valorar aspectos tangibles e intangibles.	Hacer énfasis en los aspectos intangibles del servicio tratando de destacarlo frente a la competencia	Cliente interesado
2. Ofrecer servicios siempre renovados	Creatividad y osadía	Cliente cautivado
3. Crear programas de fidelidad de clientes	Presentar programa de fidelidad de fácil comprensión	Cliente fiel
4. Invertir en tecnología de servicios	Invertir en tecnología dura basada en equipos y tecnología blanda basada en los sistemas	Diferenciación tecnológica para obtener ventajas competitivas
5. Crear valor para los servicios ofrecidos	Ofrecer beneficios de valor a partir de la investigación de mercado	Crear vínculos con los clientes
6. Invertir en la marca del servicio	Invertir en la publicidad de la marca	Lograr que la marca sea recordada
7. Preparar una distribución competente	Procurar estar más cerca del consumo, sea vía Internet o por los canales de distribución	Facilitar la compra del servicio
8. Invertir en una fuerza de ventas eficaz	Formar un equipo competente para negociar	Atender las expectativas del cliente a través de una venta honesta
9. Gerenciar las expectativas de los clientes	Establecer vínculos con los clientes	Cliente fiel
10. Invertir en programas de calidad	Entrenar a las personas en atención de calidad	Servicios valorizados por la calidad

Fuente: Tomado de Marketing de Servicios, Estrategias Para Turismo, Finanzas, Salud y Comunicación (Pp. 199-200) por M. Cobra, 2.000, Bogotá: Mc Graw Hill.

Entre los sistemas de Marketing en Ob. Cit, se reconocen “Las Cuatro P: [De Jeronome Mc Carthy], Producto, Punto de Venta, Promoción y Precio. (...) Las Cuatro C: [De Robert Lautenborn] Cliente, Comodidad, Comunicación y Costo. (...) Las Cuatro A: [De Raimar Richers] Análisis, Adaptación, Activación y Apreciación (...).” (Pp. 201-204).

En el sector de negocios turísticos aparte de tener un buen producto como primer paso para atender las expectativas del consumidor, es importante contar con puntos de ventas para llevar los mismos hasta el consumidor final, siendo factible la utilización de agencias de viajes, Internet, y representantes de ventas entre otras opciones.

En la promoción de ventas es necesario divulgar y promover el servicio que se quiere vender, esto implica la realización de publicidad, para informar y persuadir al comprador, promocionar ventas para forzar la decisión de compra y efectuar la comercialización. El Precio es un factor clave en la decisión de compra, este debe ser usado por el vendedor como arma para valorar el servicio y estimular la compra.

Más importante que tener un producto o servicio que ofrecer, se debe considerar a quién se espera satisfacer con el mismo, o quiénes son nuestros clientes principales, la definición de los clientes, y el conocimiento de las características propias de estos, hace posible establecer programas o estrategias destinadas a satisfacerlos.

Sin embargo, mantener un cliente totalmente satisfecho es tarea difícil, y es conveniente mantener en todo momento un tratamiento cortés, y una comunicación objetiva, mostrando con claridad los principales puntos de la oferta. La utilización del servicio ofrecido, o el costo para el cliente, no debe estar por encima de sus posibilidades y expectativas.

Para desarrollar una estrategia de marketing, es necesario hacer una evaluación o análisis del mercado, de ésta manera se podrá conocer las expectativas del cliente y será factible desarrollar un servicio a su medida, en otras palabras, adaptar el servicio según las necesidades del usuario, la activación se obtiene mediante la distribución y el despliegue logístico para

llevar el servicio hasta el cliente y la apreciación o evaluación consiste en confrontar los costos en que se ha incurrido con los resultados esperados.

2.4.4 El servicio como producto:

Según Cowell (1991) “...Un aspecto fundamental en la definición de un servicio, es la vinculación que debe establecerse entre el servicio para los consumidores y usuarios y el producto de servicio de los proveedores o realizadores...” (p.450).

De lo anteriormente expuesto se puede entender que el modelo de parque temático ideal, visto como un producto que engloba una serie de sub-servicios, debe contemplar un vinculo entre las expectativas de los clientes y lo que entiende el personal involucrado en el proceso constante de producción de cada sub-servicio.

2.4.5 Precios de los servicios:

Según Kotler (1989), existen factores importantes para la decisión de fijar precios; entre ellos deben considerarse:

- 1) La posición planificada del mercado para el servicio.
- 2) La etapa del ciclo de vida del servicio.
- 3) La elasticidad de la demanda.
- 4) La situación competitiva.
- 5) El rol estratégico del precio.

Igualmente existen otros factores para la fijación de precios, tales como:

1. Orientados a la utilidad.
 - Maximización de la utilidad

- Margen meta
 - Recuperación neta sobre la inversión
2. Orientados al volumen.
 - Maximización de las ventas
 - Maximización de la porción de mercado
 3. Orientados a la imagen.
 - (a) Imagen de calidad
 - (b) Imagen del valor
 4. Estabilización.

Los precios basados en costos, en donde deben considerarse los precios orientados a la obtención de utilidades y aquellos fijados o controlados por el gobierno.

Según Schoell (1.991), existen factores como los precios orientados al mercado, en donde se fijan patrones de competitividad y de percepción y orientación al cliente. Algunas tácticas utilizadas en la fijación de precios, tanto de tangibles como intangibles, pueden incluir:

- Precios diferenciales o flexibles.
- Precios discretos.
- Precios de descuento.
- Precios de distracción.
- Precios de garantía.
- Precios de mantenimiento de precios altos.
- Precios de artículos de propaganda.
- Precios de compensación.
- Alineación de precios.

2.4.6 Promoción y Servicios:

La promoción es la forma que domina o utiliza el vendedor para influir en la adquisición de sus servicios como productos por parte de los consumidores. Se puede promocionar a través de publicidad, venta personal, propaganda y promoción de ventas.

Según Cowell (1.991):

Se pueden desarrollar estrategias para atraer nuevos clientes o retener a los ya existentes, tales como:

- a) Adquisición de nuevos clientes.
 - 1. De los competidores
 - 2. De los no usuarios
- b) Retención de los clientes existentes.
 - Todos los clientes
 - Clientes selectos
- c) Incremento del volumen a los clientes existentes.
- d) Incremento del volumen de los productos complementarios.
- e) Desplazamiento de clientes hacia los productos sustitutos.

2.5 LOS PARQUES TEMATICOS.

2.5.1 El concepto de parque temático:

El Diccionario de la Real Academia Española de la Lengua define a la palabra parque en su primera acepción como "...terreno o sito cerrado y con plantas, para caza o recreo, generalmente inmediato a un palacio o a una población...", por tanto en esta definición encontramos las claves del concepto parque. Primero es un recinto cerrado con linderos establecidos y cuantificables, en segundo lugar ese recinto tiene plantas, áreas verdes que

incluyen o no animales y vida silvestre en cautiverio, y por último su finalidad es la recreación, bien sea con fines educativos o de esparcimiento.

Por otra parte, el “apellido” *temático* que acompaña al concepto de parque remite a una motivación o tema que hace homogéneo todo el conjunto del parque. Una temática que tiene doble componente, por un lado presenta un carácter emocional ya que se pretende que los visitantes, además de divertirse, se relajen y se sientan en otro espacio. Pero también presenta un contenido económico por cuanto se intenta con ella que el visitante aumente su gasto en el parque.

Otro sentido que adopta la palabra temático es el de la especialización. El parque temático es un lugar especializado en la satisfacción de una demanda de ocio y diversión, sobre la base de conseguir el aislamiento del visitante del entorno cotidiano haciéndole vivir durante unas horas un mundo mágico hecho realidad a través de todos los sentidos. Se trata en definitiva de conseguir que el visitante experimente la vivencia de un mundo irreal hecho realidad.

Y es un entorno en el que, una vez conseguido el clima de inmersión en ese mundo de los sueños, se procura la diversión total de los visitantes así como una serie de emociones físicas mediante atracciones y juegos. Pero no es un sitio cualquiera, sino un lugar, que presenta una serie de características ineludibles para adquirir tal carácter de parque temático. Entre ellas, la belleza natural, la limpieza, el orden, la seguridad, el aislamiento, etc.; características que se complementan entre sí. Porque el aislamiento del exterior se consigue con su cierre, que es lo que, además de dar la sensación de seguridad, facilita el cobro de entradas.

Por otro lado la oferta de diversión es válida para toda la familia por lo que debe tener la suficiente versatilidad de atracciones como para divertir a

niños y a ancianos. Debe contar con atractivos para cualquier grupo de edad, y debe asimismo, satisfacer sus necesidades de alimentación y eventualmente de alojamiento en sus proximidades.

El éxito de la inmersión en ese mundo de sueños, está en estrecha relación con el tamaño del parque, por cuanto la dimensión espacial del entorno y de sus atracciones es la variable fundamental para hacer creíbles esos sueños.

Por último se puede decir que un parque temático es un recinto cerrado de gran extensión en el que se pretende fundamentalmente la diversión de sus visitantes, por medio de la vivencia de un mundo mágico y del disfrute de un conjunto de atracciones especialmente organizadas en torno a una o varias ideas o ejes temáticos que dan homogeneidad al conjunto.

2.5.2 Características de los parques temáticos:

La *Economics Research Associates-ERA* (2.000) pone de relieve una serie de características comunes:

En primer lugar, los parques temáticos son atractivos para toda la familia, como segunda característica los parques temáticos contienen uno o más entornos temáticos, una tercera característica es que posee atracciones o entretenimientos ambientales, en cuarto lugar, representan una fuerte inversión económica, y por quinta y última característica, la mayoría de los parques temáticos presentan una política de precio único.

Es importante resaltar la homogeneidad de todo el producto turístico (parque temático), en torno al tema central o a los temas sobre los que gira. Integración global que se manifiesta en:

- Una integración arquitectónica.
- Una integración medioambiental.
- Una integración cultural.
- Una integración folklórica.
- Una integración gastronómica.

2.5.3 Clasificación de los parques temáticos:

Según Estere (2.001), un primer criterio para clasificar a los parques temáticos es el que hace referencia a su tamaño, ya sea por la dimensión física del recinto, por el volumen de la inversión efectuada o por el número de sus visitantes. Sobre la base de cualquiera de estos parámetros podemos clasificar los parques temáticos en cuatro niveles.

- Los megaparques: Atracción turística mundial.
- Parques de dimensión continental.
- Parques de dimensión internacional.
- Parques de dimensión nacional.

Un segundo criterio podría hacerse en cuanto a la temática:

- Parque de regresión a la infancia.
- Parque de regresión histórica.
- Parques vinculados al mundo de la ficción.
- Parques vinculados a la naturaleza.
- Parques vinculados a las nuevas tecnologías.
- Parques temáticos especializados.

2.5.4 La problemática de la accesibilidad de los parques temáticos:

La necesidad de atracción de grandes volúmenes de visitantes para poder hacer rentables las grandes inversiones que requiere su puesta en marcha, le añade una exigencia básica que es la accesibilidad. Antes que nada es una accesibilidad económica, por lo que el costo de la entrada debe ser popular. Esto significa que el precio de las entradas no es el capítulo fundamental de los ingresos para rentabilizar la inversión, sino que tal rentabilidad se consigue con los gastos complementarios que hacen los visitantes. Una accesibilidad económica que hace de la visita a un parque temático un bien de consumo masivo al que todos tienen derecho y del que todos pueden disfrutar sin que la barrera del precio de la entrada sea un obstáculo.

La accesibilidad tiene que ser psicosocial, es decir, que la satisfacción que procura la visita, sea capaz de abarcar todas las dimensiones actuales del ocio, y por consiguiente a todos los grupos de edad. Una de las claves del éxito de los parques temáticos está en lograr que el visitante se sienta tan inmerso en el ambiente mágico del entorno como para que participe activamente del mismo y no permanezca como simple espectador.

La accesibilidad también tiene una dimensión física en su doble faceta interior y exterior, interior para eliminar todo tipo de barreras que puedan ser un impedimento para la integración de cualquier tipo de visitante, y exterior para facilitar el acceso al recinto del parque temático a las grandes masas de visitantes que se precisan para rentabilizar la cuantiosa inversión que suponen.

2.6. GLOSARIO DE TÉRMINOS

- **Análisis de sensibilidad:** También denominado Análisis de Escenarios o Análisis de Posibilidades, se fundamenta en la creación de escenarios diferentes al original construido durante la

evaluación del proyecto, con el objeto de examinar el grado de sensibilidad de ciertas variables económicas del estudio como por ejemplo el Valor Presente Neto y la Tasa Interna de Retorno, ante cambios de los parámetros que la empresa considera mas susceptibles de ser afectados por causas atípicas. (Roa, 2.006).

- Bienes: Son productos que se identifican con los tangibles relacionados normalmente con la industria de cualquier tipo y la artesanía. (Roa, 2006).
- Bienes Económicos: Son relativamente escasos y tienen un costo, lo cual los hace objeto del estudio económico. (Roa, 2.006).
- Capacidad Instalada: Posibilidad total máxima de producción que posee una empresa. (Baca, 1.995).
- Capacidad Utilizada: Posibilidad parcial de producción que ajusta una empresa. (Baca, 1.995).
- Capital: Activos netos de una empresa; sociedad o figura semejante incluyendo la inversión original y todas las ganancias y beneficios sobre la misma. (Baca, 1.995).
- Capital de Trabajo: Es una variable importante en evaluación de proyectos y se refiere a la cantidad necesaria de efectivo disponibles para las contingencias de caja que se presenten. (Roa, 2.006).
- 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 y Sapag, 1.995).

- Costos de producción: Significa el costo de los artículos al momento de salir y están formados por el costo primo más los gastos de fabricación. (Baca, 1.995).
- Costos fijos: Costos que para un período o escala de producción determinados no varían en su total, sino que lo hace progresivamente más pequeña por unidad, a medida que el volumen de producción aumenta. (Baca, 1.995).
- Costos variables: Los que son constantes por unidad, pero varían en su total a medida que el volumen de producción presenta cambios. (Baca, 1.995).
- Demanda: Cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado. (Sapag y Sapag, 1.995).
- Diseño: Es la estructura a seguir en una investigación ejerciendo el control de la misma, a fin de encontrar resultados confiables (Tamayo y Tamayo,1.997).
- Estudio de Mercado: Es aquel que persigue verificar la posibilidad real de penetración de un producto en un mercado determinado, para poder medir el riesgo de su colocación y sus posibilidades de éxito. Debe abarcar, por lo menos, los seis aspectos principales aquí mencionados: Descripción del Producto, Demanda del Producto, Ofertas del Producto, Mercado

Potencial, Formación del Precio, Canales de Comercialización. (Blanco, 2.006).

- Estudio Económico-Financiero: Este estudio recoge la información elaborada en los estudios de mercado y técnico (La cual permitió identificar los costos de inversión y los costos de ingresos de operación de la planta), y la transforma en valores, a través de cuadros de cálculo, cuyo objetivo general es ordenar y sistematizar la información para luego evaluar los resultados. (Blanco, 2.006).
- Estudio Técnico: Un estudio técnico persigue determinar las capacidades instaladas y utilizadas de la empresa, así como la de todos los costos de inversión y/o operación involucrados en el proceso de producción, y para lograrlo debe cubrir, por lo menos, los nueve aspectos siguientes: Cronograma de la Proyección, Localización del Proyecto, Infraestructura de Servicios, Tecnología Utilizada, Proceso de Producción, Desechos y Pérdidas en el Proceso, Control de Calidad, Volumen de Ocupación, Capacidad Instalada y Utilizada. (Blanco, 2.006).
- Evaluación de Proyectos: Es la herramienta que se utiliza para optimizar la utilización de los recursos con los que cuenta una persona u organización, seleccionando la mejor alternativa de inversión, en función de satisfacer una necesidad. (Roa, 2.0069).
- Factibilidad: Posibilidad de hacer algo. (Sapag y Sapa, 1.995).
- Gastos de fabricación: Son todos los desembolsos necesarios para transformar la materia prima o materiales directos en unidades de producción. (Baca, 1.995).

- Inversión: Adquisición de medios de producción. (Baca, 1.995).
- Materia prima: es cualquier producto natural o sintético, el cual se incluye con un objetivo específico como ingrediente o componente en la fórmula de un alimento concentrado. (Baca, 1.995).
- Mercado: Lugares físicos o virtuales donde opera un intercambio de productos entre compradores (demandantes) y vendedores (oferentes). (Roa, 2.006).
- Oferta: Cantidad de bienes y servicios que el productor, vendedor u oferente ofrece para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado. (Sapag y Sapag, 1.995).
- Producción: Transformación de materia prima en bien tangible. (Roa, 2.006).
- Producto: Es todo aquello que satisface una o varias necesidades del cliente que solicita o requiere del mismo. (Baca, 1.995).
- Proyección: Procedimiento que mediante ciertas técnicas logra representar las condiciones futuras para obtener el resultado de un problema planteado. (Baca, 1.995).
- Punto de equilibrio: Es el nivel de producción en el que son exactamente iguales los ingresos por ventas a la suma de los costos fijos y las variables. (Sapag y Sapag, 1.995).

- 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 o cero. (Baca, 1.995).
- Utilidad: Aptitud que tienen los bienes para satisfacer las necesidades humanas. Relación que media entre la necesidad y el bien. (Roa, 2.006).
- Valor agregado: Utilidad que incorporan factores de producción a un bien originario (materia prima), o a un bien intermedio (producto semielaborado). (Roa, 2.006).
- Valor presente neto: Es la diferencia entre el valor actual de la inversión y el valor actual de la recuperación de fondos a una tasa que se considere mínima aceptable. (Eroza, 1.987).

CAPITULO 3.

MARCO REFERENCIAL

A objeto de desarrollar los aspectos de mayor relevancia, que servirán de referencia para la creación de un modelo de parque temático, donde se fomente el acervo cultural e histórico del estado Miranda, fue necesario indagar acerca de la historia de los parques temáticos, y demás información relacionada con las características propias de esa región del país.

3.1 HISTORIA DE LOS PARQUES TEMÁTICOS:

El paraíso, para cualquier religión que lo incluya entre sus creencias, es el lugar de la felicidad absoluta. Aún con grandes diferencias sobre lo que significa la felicidad, las mayores religiones del planeta han procurado difundir entre sus fieles, imágenes de ese fantástico lugar destinado a las personas virtuosas. Lamentablemente, para llegar a tal lugar, todas estas religiones exigen al ilusionado creyente el desprenderse de los impuros ropajes que le acompañan en esta vida, y abandonar el corrupto y tentador mundo material en el que vive. Es decir, para llegar a conocer el paraíso, el individuo debe morir primero.

Sin embargo, el común de los mortales no parece haberse conformado a esperar la recompensa a su virtud, luego de tan desagradablemente acontecimiento, como es la muerte. En la medida de sus posibilidades, todas las culturas han tratado, de ofrecerse anticipos, quizás más prosaicos pero sin duda más reales, de tan etéreo futuro. Así, civilización tras civilización ha dejado en la historia su modelo del paraíso terrenal aquí y ahora.

Los paraísos terrenales de nuestra época son sin duda, los conocidos parques temáticos, a continuación se muestra su evolución tanto a nivel mundial como en Venezuela.

3.1.1 Evolución de los Parques Temáticos en el Mundo:

Los indicios que sirvieron como base para la creación de los parques temáticos en el mundo entero, tienen sus orígenes en Europa, de principios del siglo XX, sin embargo, su florecimiento se produjo en los Estados Unidos de Norteamérica. Estas raíces fueron constituidas por los llamados museos al aire libre, haciendo referencia a los primeros jardines y exposiciones universales, que pueden considerarse como sus antecesores, y los mismos constituyeron la base para la creación de parques reacracionales o parques de atracción, a partir de reproducciones de temas específicos.

Según información contenida en la monografía, Historia y Evolución de los Parques Temáticos, del investigador Antonio Ten, publicada en la *Revista Arbor*, (1.998):

Un parque temático es, pues, una propuesta de comunicación y ocio, simple y fácil de captar por sus públicos objetivo potenciales, en torno a uno o varios temas. Dicha propuesta se concreta en una serie de infraestructuras e instalaciones en las que se materializa el "tema" del parque y que se presumen atractivas para sus públicos objetivo. La mayor o menor especificación del proyecto didáctico de base y el balance entre ocio y educación, establecen una graduación de los parques temáticos, que va desde los parques de atracciones puros a los museos tradicionales. (p.109).

Los parques temáticos que hasta ahora ha construido la iniciativa privada son, necesariamente espacios bien cerrados y acotados, de carácter permanente, en los que es fácil el control de visitantes y el cobro de derechos de entrada por el acceso a sus instalaciones.

Como aventuras económicas a gran escala su viabilidad solo es posible si pueden mantener, durante largo tiempo, un flujo considerable de usuarios y si se consigue que, además, los visitantes consuman mayoritariamente los servicios complementarios que el parque pone a su disposición, especialmente en el servicio de hospedaje y la adquisición de productos o *souvenirs*.

Lo que distingue a un parque temático de un circo, feria de pueblo o parque de atracciones, es un interés educativo y cultural, que lo individualiza respecto de esos conceptos próximos, a partir de los cuales ha evolucionado.

Según documento expuesto por la publicación trimestral *Museum de la UNESCO* (1.982):

El primer museo al aire libre fue el ahora famoso Museo de Skansen en Estocolmo, el cual fue fundado por Artur Hazelius en 1891, quien aprovecho su experiencia como organizador del Museo Nórdico, creado de igual manera por él en 1872; éste fue el primero en Europa que se dedicaba a las artes y tradiciones populares; por su parte, el Museo de Skansen fue concebido para preservar los ejemplos más representativos de las viviendas rurales de la época, creando así una muestra de la Suecia de antaño. Este sitio incluye dentro de sus instalaciones, viviendas que representan las infraestructuras usadas por los campesinos en distintas regiones del país, y allí se practican diversos oficios artesanales, cuyos productos son vendidos a los visitantes y del mismo modo se efectúan visitas dirigidas y programas educativos (p.5).

El lugar mencionado anteriormente ha servido de modelo para el resto de los museos al aire libre que han surgido en toda Europa. Después de Skansen, se inauguraron museos de este tipo en Oslo (1.894), Copenhague (1.897), Helsinki (1.908), entre muchos otros. La mayoría de ellos tenían o tienen una orientación claramente rural y se centran en la exposición ordenada de viviendas y folklore campesino.

Los museos al aire libre europeos, se han desarrollado constantemente a lo largo del siglo XX y la mayoría pertenecen a organismos de los gobiernos centrales y son administrados por ellos.

En América la creación de museos el aire libre, tomó un camino enteramente distinto, el primer ejemplo en estados Unidos, fue el de Williamsburg (Virginia), el cual se inició en 1926, patrocinado por la familia Rockefeller. Esta no era una aldea rural como se acostumbraba en Europa, sino una ciudad colonial, y en vez de seguir con la tradición de las reestructuraciones, decidieron proceder con la reconstrucción de todo lo que allí se encontraba. A diferencia de los europeos, la mayoría de los museos, son de propiedad privada, y en una proporción aún mayor, se da prioridad a la reconstrucción sobre la reestructuración.

Los museos al aire libre norteamericanos, empezaron a expandirse por diversas razones, una de las cuales es la conservación histórica bajo la forma de turismo comercial. En los Estados Unidos se puede notar que no existe una clara distinción entre los museos al aire libre establecidos para fines educativos y la infinidad de reproducciones de parques y pueblos de recreo entre otros.

A diferencia de los sitios mencionados anteriormente en Norteamérica, las reconstrucciones más visitadas son los parques de atracciones y recreación basados en reproducciones de temas específicos (parques temáticos), encontrándose a unas millas de Williamsburg el *Old Country* al *Bush Gardens*, que ofrece varios caseríos diseñados según asentamientos de Inglaterra, Francia y Alemania. Este ofrece la posibilidad de montar a caballo, y muchas otras diversiones que con el pasar del tiempo se han vuelto más representativas y, con la inclusión de la tecnología se han creado espectáculos nunca antes imaginados. Es importante destacar que las representaciones o parques de este tipo, más conocidos, son los de California y Orlando, siendo los principales los de la compañía Disney

(*Disneylandia y Disney World*). Al surgir estos parques se reveló una visión más amplia y divertida de lo que podía ser un museo viviente al aire libre, creándose así lo que hoy en día llamamos Parques Temáticos.

Según investigaciones hechas por el Sr. Antonio E. Ten, referido a la historia de los parques temáticos en el marco del Proyecto de Investigación COM96-2780 del Consejo Superior de Investigaciones Científicas de España, publicado en la revista *Arbor*, (1998):

Desde el año 1.920, aproximadamente, proliferaron los llamados parques de diversiones y/o atracciones, y sus primeras manifestaciones fueron las ferias, y los festivales religiosos de los tiempos medievales. Durante décadas, el mejor parque de atracciones en el mundo fue el Coney Island en la ciudad de Nueva Cork, el cual combinaba una playa en el Océano Atlántico y un largo entablado para caminar con kioscos de venta de comida rápida, tiendas para la venta de souvenirs, aparatos mecánicos y otras atracciones. También surgieron en Europa hace más de 350 años, los centros de recreación y esparcimiento, donde la gente se divertía con distintos espectáculos (p. 115).

Con Europa inmersa en las catástrofes de la guerra, América, inmersa en una burbuja de prosperidad, se convirtió en un entero paraíso para la industria de los parques de atracciones. Una verdadera industria surgió para atender las demandas de los propietarios por tener la mayor y más emocionante atracción. Ingenieros especialistas se hicieron famosos por sus increíbles construcciones.

Según la revista *Arbor*, (1.998): “La historia de los parques de atracciones debe rendir tributo a figuras como la de August John Miller, de Homewood, Illinois, EEUU, inventor de revolucionarias innovaciones en este ámbito y que han sido continuadas por las espectaculares realizaciones actuales (p. 116)

Pero la burbuja estalló, América entró en la Gran Depresión en 1929. Las alegrías de los años veinte en todo el mundo terminaron y la industria del

ocio demostró cuan ligada estaba a la situación socioeconómica por la que atravesaba la sociedad en que se desarrollaba. En 1935 sobrevivían solo 400 parques de atracciones. El público comenzó a abandonar los viejos paraísos, que solo en aquellos lugares que ofrecían formas de ocio complementarias lograban sobrevivir. Hacían falta nuevas ideas y que estas hicieran vibrar al público al que iban dirigidas.

Un ejemplo paradigmático es el del parque *Knott's Berry Farm*, en *Orange County*, California, el primer parque temático americano, digno de tal nombre, surgido tras la Depresión, que nació casi por casualidad, impulsado por públicos ansiosos de nuevas experiencias. *Knott's Berry Farm* tuvo su origen de un puesto de mermeladas de bayas junto a una carretera en Buena Park, en *Orange County*. *Walter Knott*, hijo de un granjero, se hizo famoso cultivando un tipo de baya llamado "*boysenberry*", del nombre de su creador, Rudolph Boysen, quien la obtuvo cruzando moras, frambuesas y frambuesas americanas. Walter Knott abrió un puesto de venta al pie de los campos, dentro de su finca. El inesperado éxito popular de la mermelada, con riadas de coches que se desplazaban los fines de semana a comprar mermelada y a divertirse con los otros compradores, le condujo a la creación de varios restaurantes para atender a los compradores y ofrecerles nuevos servicios. Para singularizarlos se le ocurrió decorarlos con diversos temas del mítico Oeste americano.

De los restaurantes temáticos, el instinto de Walter Knott lo impulsó a la creación, a partir de 1.936, de escenificaciones de la vida del Salvaje Oeste y la vida de sus pioneros. Aparecieron ciudades enteras como Gosth Town, completadas con representaciones de episodios de la historia americana, trenes históricos, recorridos en torno a la historia natural del oeste americano y actividades didácticas para niños y mayores. Tiendas especializadas, restaurantes y espectáculos contribuyeron a crear un mundo ficticio de más de 60 hectáreas visitado por millones de turistas.

La idea mostró sus potencialidades, tras el paréntesis de la segunda guerra mundial, la bonanza económica reavivó temporalmente los viejos parques de atracciones para, ya en los años cincuenta volver a decaer. La televisión, los coches, la degradación de las ciudades y el crecimiento de suburbios residenciales, junto con un cambio de necesidades de ocio y cultura de las nuevas clases sociales surgidas del desarrollo económico y la universalización de la sociedad de consumo, generaron nuevas demandas que los viejos parques de atracciones ya no podían satisfacer.

El 19 de junio de 1.960 abrió sus puertas Freedomland, la respuesta a Disneyland en Nueva York, construido con la forma de los Estados Unidos, tenía como tema la historia americana, pero solo permaneció abierta cuatro años por falta de un buen marketing y una buena dirección, sin comprender la necesidad de una atmósfera cultural, el tema del parque cambió ya en 1962. Se abandonó la historia y el parque se convirtió en un parque de atracciones más, con roller coasters, coches de choque y espectáculos de animación. El 15 de septiembre de 1964 se declaró en quiebra. Su espacio fue ocupado por un gran complejo de apartamentos.

En 1.961 abrió sus puertas el primero de la familia de los parques *Six Flags: Six Flags over Texas*, que pasaría a manos de la Warner Bros y actualmente del conglomerado de empresas Time-Warner, explotando los personajes de dibujos animados de la empresa cinematográfica. Disney comprendió bien, y aprovechaba las ideas de los parques temáticos: fantasía y educación, completadas con la emoción de los nuevos aparatos surgidos para los parques de atracciones. Preocupado por la ecología, que se reflejaba más y más en sus películas y documentales para la televisión, al menos desde 1963, Walt Disney había decidido abrir un nuevo parque en la costa este, en Florida, en el que el entretenimiento fuese también motivo de reflexión sobre la América y el mundo del futuro.

En 1.964, Universal Studios, recuperando una tradición de cuarenta años atrás, volvió a abrir las puertas de sus estudios de cine en Hollywood a los visitantes, esta vez como un parque temático dedicado al cine. Reconstrucciones de los escenarios de sus películas más famosas, escenificaciones de sus más celebrados pasajes y los escenarios de las películas que se estaban rodando en esos momentos, junto con fugaces visiones de los actores más famosos, servían de atracción principal al parque. Universal Studios Hollywood pronto comenzó a completar su oferta con aparatos de parque de atracciones y la fórmula se mostró también adecuada. Con la misma fórmula, la Universal abrió también Universal Studios Florida. La industria del cine mostraba el camino de la nueva industria del ocio.

Desde principios de 1.965 Walt comenzó a dirigir el diseño de un Experimental Prototype Community of Tomorrow (EPCOT). El 15 de noviembre de ese año, Walt y su hermano Roy desvelaron por fin, tras casi dos años de compra de terrenos en secreto, el proyecto del nuevo parque en Orlando, Florida. El proyecto incluiría un parque de atracciones temático, tipo Disneyland y dos ciudades, una tradicional y una futurista, con una inversión inicial de 100 millones de dólares.

Walt Disney murió en diciembre de 1.966, pero sus ideas ya habían enraizado. En abril de 1.969 comienza la construcción del *Magic Kingdom*, que se inaugura el 1 de octubre de 1.971. Desde 1.972 se suceden las aperturas de los complejos que formarán *Disney World*, hoteles: campos de Golf, villas de vacaciones, la gran reserva zoológica de *Treasure Island*, posteriormente llamada *Discovery Island*, *Lake Buena Vista Shopping Village*, ahora *Downtown Disney Marketplace* y, por fin, EPCOT.

EPCOT, el paradigma de los parques temáticos educativos, comienza a construirse en octubre de 1.979 y abre sus puertas el 1 de octubre de 1.982, con las áreas que lo convierten en la atracción más espectacular de

Disney World: Future World, Horizons, Space Ship, con la famosa *Geosphere, The Land, The Living Seas, Universe of Energy, Wonders of Life*, y los espacios dedicados a la vida y maravillas naturales y culturales de diversas naciones.

El nuevo mundo imaginado *Disney*, ha conseguido, con EPCOT, acercarse a la filosofía de las exposiciones universales, mientras que sus mundos de fantasía se situaban cada vez más próximos de los parques de atracciones.

La década de los setenta fue sin duda la era de expansión de los parques temáticos en EEUU, como los ochenta lo fueron en el resto del mundo. *Magic Mountain*, en *Santa Clarita Valley*, California, abrió el 29 de Mayo de 1971, con buena parte de sus espacios ocupados por aparatos de parque de atracciones. En 1972 se inauguró *Opriland*, en *Nashville, Tennessee*, con la música country como eje temático. A *Opriland* siguieron otros parques musicales como *Dollywood*, en *Pigeon Force, Tennessee*, *Conway Twitty Entertainment Complex*, también en *Nashville*, *Loreta Lynnn's Dude Ranch*, en *Hurricane Mills, Tennesy* o *George Jones's Country Music Park*, en *Colmesneil, Texas*. En 1977, los predicadores televisivos Jim y Timmi Faye Bakker, promovieron *Heritage USA*, en *Forth Mill, South Carolina*, al que calificaron de "*Disneylandia* espiritual". Cualquier tema que pudiese arrastrar un público numeroso tenía ya a principios de los años 80 su parque específico.

En los años 80, la fórmula se extendió por todo el mundo, Europa y Asia se sumaron a la idea y los parques temáticos comenzaron a florecer fuera del continente americano. Los viejos parques de atracciones realizaron un esfuerzo por reconvertirse en parques temáticos y la frontera entre ambos comenzó a difuminarse.

3.1.2 Evolución de los Parques Temáticos en Venezuela:

En Venezuela, se pueden mencionar como los primeros parques temáticos del país, a Los Aleros, y la Venezuela de Antier, ambos parques están ubicados en el estado Mérida y su fundador es el Señor Romer Alexis Montilla, quien quería rescatar las construcciones y preservar las costumbres del pasado.

Según información suministrada por la publicación *Endless Vacation* (1.995):

“La Venezuela de Antier es un hermoso paraje construido en la Sierra de Culata, donde se hallan representadas cada una de las regiones venezolanas, al estilo de los años veinte. Los Aleros por su parte, es un pequeño pueblo museo, construido como una réplica de un pueblo típico merideño de los que existieron hasta finales de los años cincuenta; prototipo de la idiosincrasia y de la forma de vida de nuestros antepasados andinos, inaugurado el 28 de julio de 1.984 (p. 15).

En el Estado Aragua, existen también algunos lugares que representan el pasado, uno de ellos es el denominado “La Estación del Consejo”, ubicada en la hacienda Santa Teresa, famosa fabrica de ron, la cual opera como punto turístico desde 1.989; ésta muestra a los visitantes el proceso de fabricación del ron, a través de un escenario decorado al estilo de finales del siglo XIX, cuando la majestuosa hacienda de caña de azúcar, famosa por sus selectos rones disfrutaba de los encantos de sus tiempos. En ella fue restaurada la estación de trenes de “El Consejo”, al igual que su vieja locomotora y la casa del Conde de Tovar, la cual es una antigua mansión colonial; formando así una atmósfera que traslada al pasado y que toma vida con representaciones de personajes de la época.

En la actualidad podemos observar la existencia de parques temáticos en distintas zonas del país, y se pueden mencionar a modo de referencia: El Reino de Musipan (Nueva Esparta), Parque el Agua (Nueva Esparta), Mundo

Binario (Carabobo), Parque Dunas (Carabobo), La Montaña de Los Sueños (Mérida), y Ciudad Picapiedras (Miranda), entre otros.

3.2 ASPECTOS RELEVANTES DEL ESTADO MIRANDA:

El conocimiento de las características propias del Estado Miranda, como por ejemplo: su población, su división político-territorial, su gastronomía, sus tradiciones y costumbres, sus patrimonios naturales, así como las referencias de sus tribus indígenas, y otros aspectos históricos relacionados con el prócer del cual se deriva su nombre, (Francisco de Miranda), conforman el acervo cultural e histórico de esta región de Venezuela y sirven de referencia para el desarrollo del presente trabajo de investigación. A continuación se presenta aspectos relevantes del Estado Miranda que servirán de referencia e insumo para el desarrollo de un parque temático basado en el acervo cultural e histórico del Estado Miranda.

3.2.1 Estado Miranda:

Ubicado en la parte centro-norte del país, es uno de los estados que se visitan con frecuencia en Venezuela en búsqueda de las costas, se localiza entre las coordenadas 09°56'30", 10°39'02" de latitud Norte y 65°25'58", 67°13'20" de longitud Oeste.

Limita por el Norte con el Distrito Federal, al Este con el Mar Caribe, al Oeste con el Estado Aragua y al Sur con los estados Guárico y Aragua.

La geografía del estado Miranda posee una superficie de 7.950 km² y se ubica entre la cordillera de la Costa, cuya fachada norte entra en contacto con el mar, y la serranía del Interior, al sur de Miranda. Su clima se

caracteriza por tener un clima cálido y lluvioso que varía según las zonas que estén más o menos cerca del litoral.

Con respecto a la división geopolítica del estado Miranda, cuya capital es Los Teques, está integrado por 21 Municipios autónomos y 42 parroquias foráneas, donde existen más de 1.102 centros poblados.

El desarrollo económico del estado Miranda tiene sus bases en la excelencia de sus suelos, lo que ha permitido el auge de la agricultura. La región de los valles del Tuy se caracteriza por ser productora de cacao, caña de azúcar, maíz, entre otros cultivos. Barlovento posee, también, gran fertilidad de sus tierras, destacándose el cultivo del cacao y de gran variedad de frutas y verduras. Igualmente, Guatire y Guarenas tienen buenas tierras para el cultivo, siendo el café uno de los principales productos de la zona. Entre otras actividades económicas está la industrial, sobresaliendo la manufacturera, que conforma junto con la del Distrito Capital el primer conjunto urbano manufacturero del país.

El sector terciario es de suma importancia: actividades financieras, comerciales y de servicios se concentran en el área de Miranda. Durante las últimas dos décadas la actividad turística ha crecido en el litoral barloventeño.

En áreas suburbanas se practica la avicultura y cría de porcinos, fomentada especialmente por inmigrantes portugueses, españoles e italianos. La Producción de café ha disminuido; sin embargo, continúa la expansión de los cultivos de caña de azúcar y algodón en el valle del Tuy. Desde la época colonial existen plantaciones de cacao en Barlovento combinadas con cultivos de yuca, ñame, caraotas o frijoles y plátano.

El proceso de industrialización ejerció un importante impacto económico, favorecido por su proximidad a la ciudad de Caracas, principalmente en las ciudades de Petare, Guarenas y Guatire y en el valle del Tuy, donde se establecieron los centros manufactureros de los sectores metalmecánicos, químicos y alimentarios. Este hecho supuso un gran auge urbanístico lo que provocó una disminución de la porción de tierras agrícolas.

Los Productos Principales de producción agrícola en el estado son: Cacao, frutas, hortalizas, coco, yuca, cereales, flores. La cría: Avícola, bovino y porcino. La Pesca: Atún, carite, lebranche, lisa y róbalo (marimos). Camarón y cangrejo (crustáceos). Calamar, chipichipi, guacuco, ostra y pulpo (moluscos). Industriales: Productos metalmecánicos, químicos y alimenticios, bebidas alcohólicas y gaseosas, artes gráficas, tejidos, calzado.

El estado Miranda ocupa un territorio de $7.950K^2$, y para el año 2.008 su población fue de 2.902.235 habitantes. (Miranda.com (2.008): *Datos estadísticos del estado Miranda 2.008*, [web en línea], Disponible desde Internet en: <http://www.miranda.gov.ve/>, [Con acceso, febrero 20, 2.009]).

La superficie del estado Miranda ocupa el 0,87% del territorio nacional, aunque es el séptimo estado más pequeño del país, es sin embargo el segundo con mayor población después del Zulia, ello se debe a su estrecha relación con la ciudad de Caracas, tiene cuatro municipios inmersos en la capital, (Baruta, Chacao, El Hatillo y Sucre).

El hecho de que la capital sea el principal centro financiero del país, imprime gran dinamismo económico a los centros poblados más cercanos, gran parte de ellos ubicados en el estado Miranda. Ciudades como los Teques, San Antonio de los Altos, Carrizal, Guarenas y Guatire han experimentado un crecimiento urbanístico importante en los últimos años y

hay quienes las definen como ciudades dormitorio, ya que bien número de sus habitantes labora o estudia en Caracas.

Las proyecciones para el año 2.010, según las estimaciones y proyecciones de población 1.950 – 2.035, emanado por la OCEI-CELADE, se estima para el año 2.010, 3.212.875 habitantes; para el año 2.020 3.782.262 habitantes; y para el año 2.030, 4.276.762 habitantes, (Aguiar,1998, 2007, p.60).

Tabla 2. *División Político-Territorial del Estado Miranda.*

Municipios	Capital	Parroquias
Acevedo.	Caucagua.	Aragüita, Arévalo González, Capaya, Caucagua, El Café, Marizapa, Panaquire, Ribas.
Andrés Bello.	San José de Barlovento.	Cumbo, San José de Barlovento.
Baruta.	Nuestra Señora del Rosario.	Baruta, El Cafetal, Las Minas de Baruta.
Brión.	Higuerote.	Curiepe, Higuerote, Tacarigua.
Buroz.	Mamporal.	Mamporal.
Carrizal.	Carrizal.	Carrizal.
Chacao.	Chacao.	Chacao.
Cristóbal Rojas.	Charallave.	Charallave, Las Brisas.
El Hatillo.	El Hatillo.	El Hatillo.
Guaicaipuro.	Los Teques.	Altagracia de La Montaña, Cecilio Acosta, El Jarillo, Los Teques, Paracotos, San Pedro, Táchata.
Independencia.	Santa Teresa del Tuy.	Cartanal, Santa Teresa del Tuy.
Lander.	Ocumare del Tuy.	La Democracia, Ocumare del Tuy, Santa Bárbara.
Los Salias.	San Antonio de Los Altos.	San Antonio de Los Altos.
Páez.	Río Chico.	El Guapo, Paparo, Río Chico, San Fernando del Guapo, Tacarigua de La Laguna.
Paz Castillo.	Santa Lucía.	Santa Lucía.
Pedro Gual.	Cúpira.	Cúpira, Machurucuto.
Plaza.	Guarenas.	Guarenas.
Simón Bolívar.	San Francisco de Yare.	San Antonio de Yare, San Francisco de Yare.
Sucre.	Petare.	Caucagüita, Filas de Mariche, La Dolorita, Leoncio, Martínez, Petare.
Urdaneta.	Cúa.	Cúa, Nueva Cúa.
Zamora.	Guatire.	Guatire, Simón Bolívar.

Fuente: Autor, 2.009

Como se muestra en la tabla 2, el estado Miranda está conformado por 21 municipios, con su respectiva capital, y 55 parroquias.

3.2.2 Gastronomía:

Entre los platos preferidos por los mirandinos están la cafuha (plátano maduro, coco, papelón y aliño), fufú (plátano verde, coco, papelón y aliño), mondongo, bollitos de plátano y coco, cacona (hecho con maíz zarazo molido, sal, y leche de maíz), berengue (preparado con titiaro maduro, leche y sipo de coco), sancocho de pescado, pescado frito, lebranche asado en varas de mangle, empanadas, mazamorra y casabe. Entre los dulces destacan el majarete (dulce de maíz y coco), conserva de coco, arroz con leche, arroz con coco, suspiros, catalina, besitos de coco y las torrejas. La ciudad de Los Teques ha aportado a la gastronomía nacional uno de los pasapalos más solicitados en fiestas y banquetes: el tequeño. Elaborado la primera vez en una casa de la capital mirandina alrededor del año 1.930, esta delicia se confecciona con harina de trigo, mantequilla, huevos, sal y queso blanco. (Aguar, 1.998, p.60).

3.2.3 Artesanía: En algunos pueblos mirandinos aún se conservan las tradiciones artesanales de antaño. En Capaya por ejemplo, se confeccionan muñecas de trapo, carteras de cuero y materos con el tejido macramé, además de labrarse taparas. En El Gamelotal los artesanos tallan en madera rostros y efigies, pilones y manos de pilón, y en coco tallan la representación de los más importantes caciques venezolanos. En Curiepe y en casi todo Barlovento se fabrican instrumentos musicales como los tambores usados en los bailes típicos de la región y los furrucos, que sirven de acompañamiento a la música navideña. En Cúpira se tejen Chinchorros, sombreros, cestas de diferentes tamaños, sebucanes y manares usados en

el proceso de elaboración del casabe. También se trabajan la madera y el cuero, con los cuales se hacen silletas, mecedoras y poltronas, (Aguilar,1998, p.60).

3.2.4 Tradiciones y Costumbres del Estado Miranda:

3.2.4.1 Los Palmeros de Chacao: Al auspicioso padre José Antonio Mohedano se le endilga el origen de la tradición que ha ocupado secularmente a la cofradía de los Palmeros de Chacao. El ilustre sacerdote llegó a Venezuela en el año de 1.759 y en 1.770 fue nombrado párroco del recién creado curato de Chacao, cuya jurisdicción comprendía además, Sabana Grande, Chacaito, y Sebucán. Tenía el párroco un fundo cerca del pueblo, en el lugar conocido como San Felipe y coincidencialmente, otros dos religiosos, el padre Sojo, empeñoso cultor del arte musical como solían ser los miembros de la Orden de Neri, y el padre Blandín, tenían hacienda en los alrededores de la parroquia. Otro mérito atribuido a Mohedano es el de haber ensayado, junto a Sojo y Blandín, las primeras siembras de café en las faldas del Ávila y, cuenta la crónica, que fue en la hacienda Blandín – en las mismas tierras que hoy ocupa el Contry Club- donde se trasegó la primera taza de café cultivado en Caracas, una tarde de 1786 atemperada por las amables arcadas de un cuarteto de cuerdas probablemente concertado por el sacerdote verista. La crónica oral de los propios palmeros es la que establece que el primer párroco de Chacao, ante la recurrencia de las pestes que en la época azotaban al Valle de Caracas, quiso invocar al buen Dios con una promesa, para que cesara el espantoso contagio, se le ocurrió al implorante padre enviar a los peones de su hacienda y zonas aledañas, al montañoso bosque donde habita la palma real y traer los ramos que al conmemorar la entrada de Jesús a Jerusalén, agitaría la muchedumbre con la energía de su fe, como un agradecido saludo al Altísimo. Hoy en día, sólo la comunidad de El Pedregal, es la que conserva la tradición en torno a la asociación civil a la que dio paso la antigua cofradía, constituyéndose

como tal, en el año 1.962, quedando representados legalmente ante las autoridades, de esta forma la vieja cofradía jerarquizada por dos familias (los Delgado y los Reyes), deja de existir como tal y cede sus funciones a la directiva de la asociación, la cual vela por la continuidad de la tradicional recolecta de palmas en los bosques del Ávila, en la que los varones de El Pedregal son iniciados apenas cumplen los siete años de edad, para conformar los llamados palmeritos, o los palmeros del siglo XXI, (Dalmaso,1.994, pp.8 -10).

3.2.4.2 Adoración a la Virgen de Betania: Son muchos los feligreses que visitan el santuario de la virgen de Betania durante todo el año, la creencia acerca de las apariciones de la virgen ha recorrido muchos lugares del mundo, por lo que el santuario recibe a turistas de todas partes, en artículo de prensa titulado *Betania de las Aguas Santas*, publicado en el Diario 2001, (21-03-2000), se expone lo siguiente:

"En los últimos siglos se han verificado muchas apariciones y la de Betania es la más documentada, sorprenden sus once tomos gruesos (...), no son una ni dos personas que han visto la virgen, en este caso de Betania, son miles los que la han presenciado y de todas partes del mundo, once tomos producto de una magistral investigación conducida por el Monseñor Pío Bello Ricardo, con doctorado en psicología, no sólo investigó el contenido de cada testimonio, sino la psicología del testigo, tras cuatro años de investigación, aprobó la autenticidad de las Apariciones en una Pastoral que entregó en Roma a las autoridades competentes. Desde entonces, Betania, es una de las apariciones aprobada oficialmente por la iglesia(...). La Virgen se sigue apareciendo en el lugar, desde que lo hizo la primera vez, el 25 de marzo de 1976, a la señora María Esperanza Medrano de Bianchini, protagonista principal. Desde niña la Santísima Virgen le habló de una tierra santa en el centro norte de Venezuela, donde ella se aparecería y esta tierra santa se convertiría en el centro de peregrinación para Venezuela y con su posteridad para todas las naciones del mundo. El 27 de noviembre de 1978, profetizaba la SS. Virgen a la señora María Esperanza, 'para el año 1.983, podrá con gran claridad comenzar a realizar la labor de movimiento de tierra y luego en el 84, el gran acontecimiento de mi presencia en el lugar (...), y

allí, convenciones, sanidad de cuerpo y alma, vocaciones sacerdotales y religiosas, unión de los matrimonios, familia regenerada a la fe, carisma del espíritu santo, obrando en todos cuando se acerquen con humildad (...), los que, arrepentidos y llorando sus extravíos, vuelvan sus ojos a la gruta de mi aparición, pidiendo perdón, recibirán un caudal de gracia (...), todos serán bien recibidos, sus almas quedarán puras y limpias como el día que fueron purificados por el santo bautismo, todos resucitarán con mi hijo. El 25 de marzo de ese mismo año (1984), una gracia muy especial te daré y un 13 de mayo todos los allí presentes, unos me sentirán, otros me verán (...), ya llegará ese gran día'. Fue el 25 de marzo de 1984, que 150 personas vieron la SS. Virgen de Betania, con una claridad sorprendente (p.4).

3.2.4.3 Cruz de Mayo: La celebración de Cruz de Mayo se realiza del 3 al 31 de Mayo, en lugares como Cariaco, San Antonio del Golfo (Estado Sucre); Clarines, Pariaguán (Edo. Anzoátegui; Guasdalito (Edo. Apure); Juan Griego (Edo. Nueva Esparta); Mesa de Esnujaque (Edo. Trujillo). También se celebra en los estados Falcón, Yaracuy, Carabobo, Barinas, Portuguesa, Miranda y en el Dtto. Capital, como adoración al símbolo de la cruz.

Desde el 3 de mayo y durante todo el tiempo que resta de ese mes, en muchos lugares del país, las cruces que se encuentran en sitios públicos, se adornan con flores y papeles de colores. Durante la celebración cofradías y particulares preparan altares donde se coloca la cruz, y se le ofrenda con flores, frutas y cirios encendidos, en agradecimiento por preservar la salud y la fertilidad. Desde tempranas horas de la noche y hasta el amanecer, tiene lugar un ritual conocido como Velorio de Cruz, durante el cual los creyentes demuestran de variadas maneras, su devoción al sagrado símbolo. Los velorios se celebran en salones principales o patios de viviendas, en plazas u otros sitios públicos.

Reunidos en torno al altar, los presentes inician el acto con invocaciones a la cruz, seguidas de un rosario cantado y los versos que

anuncian los cantos. Estos cantos convierten el velorio en una animada fiesta comunitaria, en la región central se canta principalmente la fulía, y se recitan décimas a la cruz, en oriente, destacan galerones, malagueñas, jotas y puntos; mientras que en los llanos se cantan tonos de velorio.

Los dueños de las casas donde se hace la fiesta preparan comida criolla y bebidas especiales para ofrecer a los invitados y prolongar la celebración hasta el amanecer. En el velorio no se acostumbra bailar, por tratarse de un acto solemne y ritual, sin embargo, en algunas zonas del país, hay velorios que tienen una parte diversional en la cual la cruz se guarda, se voltea o se cubre con una sabana para dar lugar al baile; en la costa central se baila tambor, mientras que en los llanos y en oriente se puede bailar joropo (...), El símbolo de la cruz cristiana coincide con algunas de las creencias indígenas en las cuales ésta es el madero sagrado que representa el árbol de la vida, de las flores y de las frutas. Por ello dentro de los rituales que se realizan en honor a la cruz, se manifiesta agradecimiento y se hacen peticiones relativas a la necesidad de lluvia para los campos, se da la bienvenida a la que se espera sea una época de buenas cosechas (Fundación Bigott, 2.005, p31).

3.2.4.4 *Diablos de Yare:* Según el Atlas de tradiciones venezolanas, (Fundación Bigott, 2.005):

“...En la víspera de Corpus Christi, en San Francisco de Yare se celebran dos velorios simultáneos: uno en el Calvario, y otro en un lugar conocido como El Arbolito. Los devotos rezan rosarios, entonan salves, cantan fulías y recitan décimas hasta el amanecer. El jueves a tempranas horas del día, la diablada efectúa una visita al cementerio como manera de rendir homenaje ante las tumbas de los diablos fallecidos. Los prometeros se colocan en fila, precedidos por el Portaestandarte, el cajero, el Primer Capataz, el Segundo Capataz y La Capataz, para dirigirse hacia el templo danzando al son del repique de la caja y marchan ejecutando distintos pasos, figuras y desplazamientos. El Cajero percute su redoblante y los diablos forman dos filas y danzan en

parejas frente a la puerta de la iglesia con movimientos hacia delante y hacia atrás .

El toque del tambor se detiene repentinamente, indicando que es el momento de rendir y pagar. Entonces los diablos dejan de danzar, se arrodillan – inclinando la cabeza ante el Santísimo, y pertenecen postrados en las más diversas actitudes de recogimiento, mientras el sacerdote los bendice. A continuación, en el momento conocido como Elevación, los danzantes se ponen de pie, en actitud alerta, como si fueran a bailar, y se dejan caer al suelo nuevamente. Entonces los prometeros van danzando individualmente hacia el sacerdote, quien pregunta las razones del ofrecimiento y el tiempo de duración de la promesa. Al concluir el juramento los nuevos danzantes se retiran sin darle la espalda al sacerdote. Luego danzan frente a la iglesia, recorren las calles del pueblo y visitan algunos lugares. Posteriormente tiene lugar un rito agrícola que se realiza en El Arbolito, donde el día anterior se han sembrado varias hileras de matas. Los danzantes arrancan las matas y las arrojan al aire, celebrando con gritos y saltos, en demostración de alegría y agradecimiento por haber cumplido la promesa. La diablada se dirige entonces a casa del Capataz, donde danzan La Bamba para rendir tributo a los capataces de la hermandad. Las parejas de diablos van avanzando, retrocediendo y cruzándose a medida que describen un semicírculo. Luego hacen varias figuras hacia delante o hacia un lado, colocando primero un pie y después el otro, y así continúan danzando”. (p.33).

3.2.4.5 Tambores de San Juan: Según el Atlas de tradiciones venezolanas, (Fundación Bigott, 2.005):

“El 23 de junio, generalmente es el día consagrado al velorio de San Juan, y se lleva a cabo ante los adornados altares donde se encuentra la imagen, frente a la cual se canta y se baila durante toda la noche al ritmo del tambor. La velada transcurre bebiendo ron, cerveza, anís y guarapita. Muy temprano el 24, San Juan se prepara cuidadosamente para salir de la casa donde se lo tiene guardado, gangueando sobre la cabeza o brazos de su guardián y acompañado por todos sus seguidores hacia la iglesia. Al concluir la misa que se celebra en su honor, se inicia nuevamente el repique de los tambores. En el recorrido que se hace por el pueblo, los devotos van saludando al santo con banderas y pañuelos multicolores que semejan

mariposas. Cada cierto tiempo los asistentes se detienen para expresar a grandes voces su reconocimiento al santo venerado. Las parejas bailan dentro de uno o más círculos, el hombre acosando a la mujer, mientras ella empujándolo, intenta separarse, a la vez que continúa provocándolo con el erótico ritmo de su cuerpo. Todos se dirigen a la casa de la que salió el santo, donde al multitud se congrega entre música, cohetes, bailes y bebidas. En algunas poblaciones, el día 25 se realiza el encierro de San Juan y luego de oficiada la misa para despedir al santo, su imagen es sacada en andas para llevarla en recorrido por las calles del pueblo, visitando a las familias que lo veneran. Los miembros de la cofradía reciben donativos para organizar la celebración del siguiente año". (p.44).

3.2.4.6 Tipos de Tambor: Los distintos tipos de tambor que se utilizan en las fiestas tradicionales del estado Miranda, según el Atlas de tradiciones venezolanas, (Fundación Bigott, 2005) son:

El **cumaco** (...) tambor de tipo tubular de un solo parche o membrana. Esta membrana generalmente es claveteada. Para su ejecución se coloca acostado en el suelo, un tocador se sienta a horcadas y percute la membrana con las manos desnudas, mientras uno o más ejecutantes percuten sobre el cuerpo del tambor con varillas de madera llamadas rolitos o palitos según la región. Los **chimbángueles** son un conjunto de tambores cónicos de un solo parche, el cual es presentado a través de un juego de cuñas que cada tambor posee en su parte inferior. Se ejecutan con un palo o rama flexible según el tipo de tambor. Los **chimbanles**, como también se les conoce, están formados por siete tambores de madera agrupados como machos y hembras. Existen cuatro tambores machos: el tambor mayor o 'arriero', el respuesta o 'respondon', el cantante y el segundo. Los tambores hembras son: la primera requinta la segunda requinta, y la media requinta. El **mina** es un tambor de una sola membrana que está sujeta a cordeles unidos a unas cuñas insertas en la parte superior del tronco, para buscar la tensión deseada. Este tambor que tiene una altura aproximada de dos metros se percute asegurándolo sobre dos horquetas cruzadas, de manera que el ejecutante se pare frente a la boca del tambor para percutir el parche con un palo; además el tronco del tambor es golpeado por dos o tres tocadores con unos palos que llaman lares (p.158).

La **curbata** es un tambor tubular de una sola membrana que se emplea como acompañante en la ejecución del mina. Es de menores dimensiones, se apoya en su base libre de parche, caracterizada por terminar en tres patas y se percute con palos. El **tambor redondo o culo e'pulla**, es una batería formada por tres tambores cilíndricos de doble parche y pequeño diámetro. Los parches están unidos entre si por cordeles para lograr el temple deseado. Para producir sonidos diferentes se fabrican en longitudes y diámetros ligeramente variados. Cada tambor recibe un nombre, siendo los más genéricos: *corrío* o *prima*, que es el que comienza el toque, cruzao y pujao. Para su ejecución cada tocador se coloca el tambor entre sus piernas, inclinándose levemente hacia delante, percutiéndolo con una mano libre y otra que utiliza un palo. La **taborita** es un instrumento propio de la población criolla y mulata de Venezuela que se emplea como acompañante de diversas modalidades de música en casi todo el país. Algunos ejecutantes la percuten con palo y otros se sirven solamente de las manos. Cuando el músico está de pie va colgada del cuello y cuando está sentado se apoya horizontalmente sobre el ragazo o se sostiene apretada entre las piernas. El **furruco** es un instrumento de fricción de una sola membrana. En su fabricación se emplean materiales como madera o calabaza para la caja de resonancia y una vara de madera que es encerrada para facilitar la fricción y emisión del sonido. Para su ejecución se sitúa en el suelo, se lleva colgado del hombro, o se coloca debajo del brazo para poder apoyarlo sobre el pecho. El **pandero** es un instrumento parecido a la pandereta española pero ejecutado de distinta manera, también se conoce como pujío. Para su ejecución, el centro del parche se unta con cera negra y se toca friccionando este lugar con el dedo medio (Fundación BIGOTT, 2.005, p159).

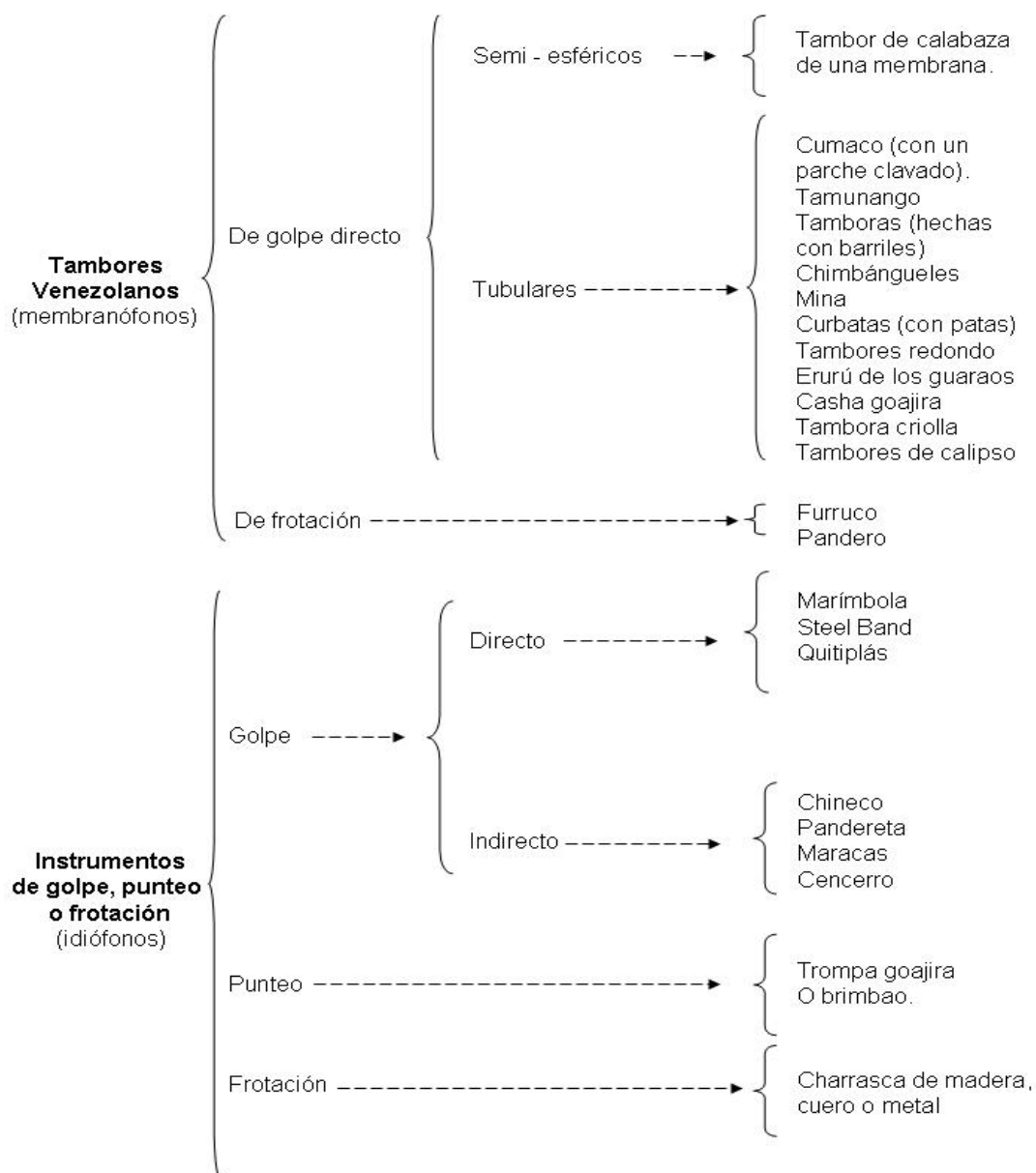


Figura 5. Tambores Venezolanos e Instrumentos de Golpe, Punteo o Frotación, Tomado del Atlas de tradiciones venezolanas, Fundación Bigott, 2005, p166-167.

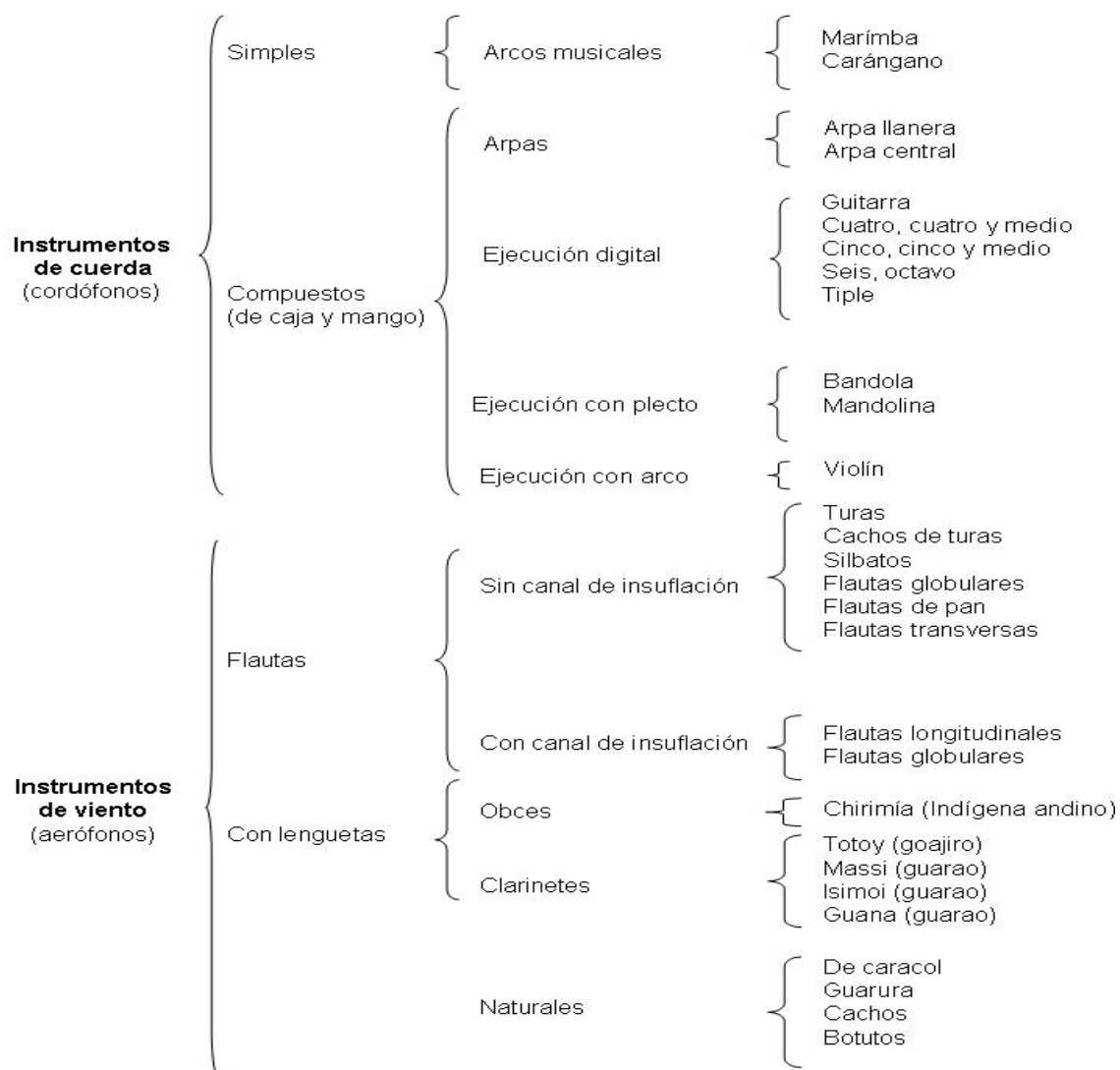


Figura 6. Instrumentos de Cuerda y de Viento,
Tomado del Atlas de tradiciones venezolanas, Fundación Bigott, 2005, p166-167.

3.2.5 Indios Teques y Guacaipuro:

A la llegada de los primeros conquistadores los indios Teques ocupaban una amplia región y vivían agrupados en muchos asentamientos o pueblos, cada uno con su cacique, el principal de los jefes o caciques de los indios Teques es Guacaipuro.

La gran tribu de los Teques no formaba una agrupación compacta, ni sus jefes obedecían a un mandatario principal; vivían diseminados en gran parte de la región montañosa del centro y occidente del actual estado Miranda; pero el grupo más importante de estos aborígenes estaba ubicado en el cauce, laderas y vertientes de la quebrada Paracotos. Allí estaba el asiento o pueblo de Guaicaipuro, llamado Suruapay, el mayor y principal de todos.

Los indios Teques, cuyo inmortal cacique Guacaipuro se distingue en los orígenes de la capital de Venezuela, con el perpetuo brillo de su patriotismo por la defensa de la autonomía y libertad; y al caer rendido en su pueblo, en la ladera Oeste de la quebrada de Paragoto, en una fatídica noche invernal, por un ideal de libertad y gloria, su colosal figura se destaca e ilumina en la flamante historia de la conquista y fundación de Caracas.

Según Nectario (1.975), el nombre verdadero del cacique de la tribu Los Teques es Guacaipuro y no Guaicaipuro como se le conoce en la actualidad, “La alteración de su nombre se debe, sin duda alguna, al cronista Oviedo y Baños, de quien lo copiaron los historiadores sub-siguientes (p.10).

Según Nectario (1.975),

“...Cuando el 5 de marzo de 1568, Diego de Losada entregó a Guacaipuro y a todos sus subordinados en calidad de encomienda a Pedro Matheos, éste había tomado posesión de su adjudicación y nada de especial había entonces sucedido. Diego de Losada resolvió apresar a Guacaipuro. Al mando de Francisco Infante y Sancho del Villar, y en una fatídica noche de fines de 1568, pero más probable de comienzos de 1569, envió una tropa guiada por indios baquianos para prenderlo; además Juan de Gámez Hernando de la Cerda conocían el pueblo de las encomiendas que les habían sido adjudicadas en las vecindades de Suruapo. Guacaipuro pereció en el ataque

y su desaparición fue el golpe mortal para esta población indígena...”. (p.16).

3.2.6 Patrimonios Naturales del Estado Miranda:

Se pueden mencionar algunos lugares de interés para el turista, según información suministrada por (Gobernación del Estado Miranda, 2007, Patrimonios Naturales):

3.2.6.1 *Acuario Agustín Codazzi*: Contiene una muestra de las diferentes especies piscícolas que habitan las aguas del país, tales como: Bagres, caribes, cachamas y otras especies. Ubicado en el Municipio Carrizal, Av. El Lago, Urbanización Colinas de Carrizal, Carretera Panamericana Km. 21, Entrada Urb. Montaña Alta,

3.2.6.2 *Birongo*: Es famoso por los ritos afro-caribeños.

3.2.6.3 *El Pueblo de El Jarillo*: Sus fundadores llegaron en el año de 1.843; en busca de mejores tierras para el cultivo. Su gran atractivo además de sus duraznos, fresas, y hortalizas son sus vastas montañas perfectas para practicar el vuelo en parapentes y turismo de aventuras.

3.2.6.4 *Higuerote*: Playas seguras, debido a que el fondo es llano y sus oleajes son suaves.

3.2.6.5 *Monumento Natural Cueva Alfredo Jahn*: Ubicado en el estado Miranda. Tiene una superficie de 58 ha. Fue decretado Monumento Natural el 12 de Diciembre de 1.978. Según gaceta oficial numero 2.989.

3.2.6.6 *Monumento Natural Pico Codazzi*: Ubicado en el estado Aragua y el estado Miranda. Tiene una superficie de

11.850 ha. Fue decretado Monumento Natural el 5 de Junio de 1.991 según gaceta oficial numero 1.637. Ecosistemas protegidos y atractivos naturales relevantes: Interconexión física entre los Parques Nacionales Henri Pittier y Macarao, bosques nublados.

3.2.6.7 *Parque Cuevas del Indio*: Es el único lugar conocido que incluye la escalada en roca como una actividad; A estos efectos se ha normalizado el uso de las paredes. Los sistemas de las cavernas son amplios, incluye 22 bocas pero no todas son aptas.

3.2.6.8 *Parque El Ávila*: Ubicado entre el Distrito Metropolitano de Caracas y estado Miranda. Tiene una superficie de 81.900 ha. Fue decretado Parque Nacional el 12 de Diciembre, según gaceta oficial numero 473.

- Ecosistemas protegidos y atractivos naturales relevantes: Herbazales arbustales litorales, bosques deciduos y siempre verdes, sub-paramos arbustivos costeros.
- *Fauna*: Al menos trece especies de aves endémicas o de distribución restringida. Son comunes la guacharaca (*Ortalis superciliaris*), el querequerre (*Cyanocorax yncas*), el turpial (*Icterus icterus*), numerosos colibríes (*Troquílidos*), puercoespín (*Couendo prehensili*), ardillas (*Spermophilu*), comadreja (*Mustela frenata*), lapa (*Ara ambigua*), ofidios ponzoñosos y no ponzoñosos. Mamíferos: Entre los mamíferos encontramos el tigrillo (*Felis wiedii*), el jaguar (*Felis onca*), el puma (*Felis*

concolor), y el venado matacán (*Mazama gouazoubira*), este último a punto de desaparecer víctima de la caza indiscriminada antes de que la zona fuese declarada parque nacional. Abundan también el zorro guapán (*Vulpes vulpes*), la comadreja (*Mustela frenata*), el pícure (*Dasyprocta guamara*), la pereza (*Choleopus hoffmani*), el conejo de monte (*Oryctolagus cuniculus*), el mono araguato (*Alouatta seniculus*) el cachicamo (*Ayutuxtepeque*), el rabipelado (*Didelphis marsupialis*) y el báquiro (pécari).

- *Flora*: Se han reportado algunas especies endémicas de la familia rebiceae, melastomataceae, y sapindáceas, abundantes helechos gramíneos como el campin melao, el bambusillo compuestas como la tara amarilla y el incienso, palmas; especies cultivadas como el guamo, el café y los eucaliptos. Recursos hídricos: Numerosas quebradas y riachuelos que drenan hacia la cuenca del Mar Caribe al norte hacia el río Tuy al sur.

3.2.6.9 *Parque Nacional Guatopo*: Ubicación entre los estados Miranda y Guárico. Tiene una superficie de 122.464 ha. Fue decretado Parque Nacional el 31 de Marzo de 1.958, según gaceta oficial numero 122.

- Ecosistemas protegidos y atractivos naturales relevantes: Bosques deciduos y siempre verdes.
- *Fauna*: habitan más de ocho especies de marsupiales, incluyendo al perrito de agua (*Necturus maculosus*), pereza de tres dedos (*Thalassocnus natans*), oso melero (Tamandua

tetradactyla), tres especies de cachicamos entre ellos el cuspón, actualmente en peligro de extinción más de 50 especies de murciélagos. Numerosas especies carnívoras como: El jaguar, el hurón, el mapurite, el cuchicuchi; entre las aves: El Águila arpía (*Harpia harpyja*), el paují copete de piedra (*Pauxi pauxi*) y el cardenalito (*Cardinalis cucullata*) y al menos una decena de especies endémicas o de distribución restringida variedad de culebras ponzoñosas y no ponzoñosas.

- *Flora*: Las especies arbóreas son predominantes y están representadas por el cedro amargo balso, bucare, sangre de drago, araguaney, indio desnudo y yagrumo. Entre las palmas destacan el seje, la macanilla y *asterogyne spicata*, una pequeña palma endémica del parque.
- El sotobosque presenta gran diversidad de plantas herbáceas de los géneros *calathea* y *heliconia*. Las trepadoras y epifitas. Esta representada principalmente por las aráceas, bromeliáceas orquidáceas y piperáceas.
- *Recursos Hídricos*: Importante red de drenaje aprovechadas en embalses que abastecen de agua a Caracas y los Valles del Tuy: río Lagartijo, Taguaza, Orituco de la Cuenca del río Orinoco. La Administración Nacional de Parques ha establecido en Guatopo tres desarrollos recreacionales: Agua Blanca, Santa Crucecita y Quebrada de Guatopo.

3.2.6.10 *Parque Nacional Laguna de Tacarigua:* Ubicado en el estado Miranda. Tiene una superficie de 39.100 ha. Fue decretado Parque Nacional el 13 de Marzo de 1.974, según gaceta oficial numero 1.607.

- Ecosistemas protegidos y atractivos naturales relevantes: Herbazales litorales, arbustales xerófilos, litorales y manglares costeros, lagunas, costeros de gran valor faunístico y paisajista.
- *Fauna:* Varias especies de tortugas marinas desovan en sus playas, población del caimán de la costa, importantes recursos pesqueros como el lebranche, la lisa y camarones de los géneros *paneus* y *macrobrachium*, diversidad de aves: Cócora roja, cotua, pelicano, tijereta de mar.
- *Flora:* Cuatro especies de mangle presentes *Rhizophora* mangle, *Avicennia* nítida, *Laguncularia* recemosa y *Conocarpus* erectus; especies costeras como hierba de vidrios y uva de playa; especies alboreas como el cremón.
- *Recursos Hídricos:* Drenaje lento que origina caños y maristas. Cuenca del Mar Caribe.

3.2.6.11 *Parque Nacional Macarao:* Ubicado en el Distrito Capital y el estado Miranda. Tiene una superficie de 15.000 ha. Fue decretado Parque Nacional el 5 de Diciembre de 1.973; según gaceta oficial numero 1.529.

- Ecosistemas protegidos y atractivos naturales relevantes: Bosques semi-decíduos, bosque siempre verdes y bosques nublados y costeros.

- *Fauna*: Al menos seis especies de aves de distribución restringida incluyendo el colibrí pechi azul (*Violet-Chested Hummingbird*), cunaguaro (*Felis pardalis*) mono araguato (*Alouatta seniculus*), pereza de tres dedos, venado matacan, baquiro, paují, guacharaca, querequere.
- *Flora*: Las plantas arbóreas son predominantes y representada por los géneros guarea, gustativa, inga, ocotea, tabebuia, entre algunas de las especies abundantes tenemos el cedro, el saman, el bucare, el araguaney, el pardillo, el equiseto gigante, la palma prapa y la palma bendita o de cera. Los helechos son abundantes al igual que las epifitas de los géneros epidendrum y tillandsia.
- *Recursos Hídricos*: fuente de agua para Caracas; ríos San Pedro, Macarao y Lagunitas.

3.2.6.12 *Puerto de Chirimena*: Uno de los principales puertos durante la colonia. Sus canales en medio de manglares son refugio de diversas aves marinas y una variada fauna acuática.

3.2.6.13 *Playa de Chirimena*: Se considera brava y requiere de cierta precaución al usuario, solo pueden transitar en vehículos rústicos.

3.2.6.14 *Playas de Barlovento*: La zona de Barlovento presenta un extenso litoral. Entre el cabo y la población de Carenero destaca la bahía del mismo nombre, por sus condiciones naturales configuran un

lugar propicio para infinidad de usos náuticos y puerto marítimo. En este extenso litoral destacan hermosas bahías y playas abiertas como el Chuspa, Chirimena, Puerto Francés, Buche, Los Totumos, Carenero, Higuero, Los canales de río Chico, Paparo, Machurucuto y la Laguna de Tacarigua.

3.2.6.15 *Playas de Buche y Los Totumos:* Dotadas de restaurantes y servicios para los visitantes, sus cristalinas aguas son recomendables para el submarinismo.

3.2.6.16 *Puerto Francés:* Antiguo refugio de piratas, con sus playas abiertas en una hermosa bahía.

3.2.6.17 *Quinta San José:* Casona que data del periodo republicano. Entre los sucesivos propietarios de esta casona se encontraba el general Juan Vicente Gómez. Hoy en día alberga dos salas de exposiciones y un salón de usos múltiples además de una librería.

3.2.7 Francisco de Miranda, Prócer de la Independencia, (Caracas, 1750 – La Carraca- Cádiz, España-, 1816):

Militar, viajero, revolucionario prócer de la Independencia, llamado el Precursor de la Independencia americana porque él inicia los primeros movimientos que conducen a la emancipación de las provincias españolas de América. Era descendiente de una familia de Canarios bien acomodados en la sociedad colonial. A los 21 años en 1771, viaja a España con el

propósito de sentar plaza en el ejército español. A poco tiempo es capitán del regimiento de la Princesa y con este grado participa en las guerras de Marruecos, asistiendo al sitio de Melilla en 1774, y luego en Argelia, combatiendo a los piratas. En 1780 se le destina a la Habana como ayudante del gobierno de Cuba, don Juan Manuel Cajigal, que más adelante será gobernador de Venezuela, el cual le comisiona para desempeñar diversas actividades políticas en las Antillas en beneficio de España. El gobierno español ha resuelto prestar ayuda a los rebeldes colonos de Inglaterra, y con este fin va Miranda, que colabora eficazmente con los partidarios de la Independencia.

Su actuación militar le hace ascender al rango de teniente coronel, pero acusado de contrabandista y de haber facilitado datos militares a los ingleses, se pretende enjuiciarle, y, en 1782, abandona el ejército y empieza a madurar sus ideas de independencia de los pueblos de la América Hispánica y a conspirar contra la monarquía española. Recorre toda Europa, siempre bajo la mirada desconfiada y vigilante de los agentes españoles, que ven en él un agitador peligroso. Recorre Francia, Holanda, Alemania, Austria, Hungría, Italia, Grecia, Turquía, Rusia. Conoce y trata a Federico de Prusia, el Grande y entra en la intimidad de la corte de Catalina de Rusia, que lo hace coronel del regimiento que lleva su nombre, y de su favorito Potemkin. Prosigue su peregrinación por todo el continente, hasta Suecia, Noruega y Dinamarca, donde presenta una memoria sobre el mejoramiento de las prisiones, que es aceptada por el gobierno. Está en Inglaterra cuando estalla la Revolución en Francia. Se alista en el ejército francés y pelea a las órdenes de Dumouriez como general de Brigada. En Valm. Se comporta brillantemente y es ascendido a teniente general. Después de Jemmapes, se le encarga la rendición de Amberes. Cuando la guerra se muestra adversa a Dumouriez, Robespierre hace llamar al venezolano para que responda ante la Convención de los reveses militares. Pero Miranda se defiende con habilidad ante sus jueces y es absuelto. Amigo de los

girondinos, está a punto de ir a la guillotina con ellos bajo el Terror. Aunque salva la cabeza, es encarcelado hasta 1795.

La nueva alianza franco-española hace difícil su permanencia en Francia y va a Londres, donde intensifica con escritos y contactos políticos, sus actividades para poner en movimiento las fuerzas independentistas de su país, y funda una sociedad secreta que llama Gran Reunión Americana. En 1804, realiza su primer tentativa de obra para provocar a la rebelión patriota. Desde Estados Unidos organiza una expedición de tres barcos, el Leanden, el Bacchus y el Bee, con los que se acerca a las costas venezolanas. Frente a Ocumare de la Costa, los españoles que avisados por el embajador de España en Estados Unidos, lo esperan, impiden el desembarco y apresan a las dos pequeñas goletas. Miranda se salva en el Leanden y llega a Trinidad. No se desalienta, en julio del mismo año 1806, logra la colaboración del jefe de la armada inglesa en Barbados, lord Cochrane, y del gobernador de Trinidad para intentar un nuevo desembarco en la Vela de Coro. Esta vez trae su bandera la cual tenía tres franjas horizontales: negra, roja y amarilla. Hecho con éxito el desembarco, entra en Coro, pero el hostil recibimiento de sus habitantes le obligan a reembarcarse para Araba. Más tarde se establece en Londres, donde sigue intrigando a favor de sus planes. En 1810 publica un periódico revolucionario, *El Colombiano*, y en este mismo año recibe la visita de Bolívar y Bello, que lo convencen para que vuelva a Venezuela a hacerse cargo de la jefatura del Ejército patriota. Llega a Venezuela a fines de 1810 y es recibido por el pueblo con entusiasmo. El Congreso le nombra generalísimo con plenos poderes y lo pone al frente de un ejército de cuatro mil hombres, para combatir a la reacción realista que dirige el teniente Domingo Monteverde en marcha victoriosa desde Coro. Miranda lleva la campaña con escasa fortuna, lo cual crea descontento entre mantuanos, que nunca le han visto con buenos ojos, y oficiales que conspiran para privarle del mando. En el fondo de su descontento hay el recelo de que Miranda se haga con un poder dictatorial.

Otros descalabros empeoran la situación militar de los republicanos. La guarnición del castillo de San Felipe en Puerto Cabello se suma a la causa realista y, secundada por los prisioneros, se apodera de la ciudad defendida por el comandante Simón Bolívar. Miranda entable conversaciones de capitulación con Monteverde; éste le expide un pasaporte para que salga del país; su propósito es embarcar en la guerra con rumbo a la Nueva Granada, pero en el último momento un grupo de oficiales republicanos lo hacen preso acusándolo de traidor e inepto, y lo entregan a los españoles. Es llevado primero a Puerto Cabello, se le manda luego a la prisión de La Carraca, en Cádiz, España, donde muere después de cuatro años de cautiverio (Páez, 1983, p. 159 -161).

3.2.8 Evolución de la Bandera de Venezuela:

La Bandera de Venezuela ha sufrido algunas transformaciones desde el primer ejemplar traído al país, según el Grupo Océano, (G. Océano, 2007):

El tricolor nacional fue traído a Venezuela por Francisco de Miranda en su buque-insignia, el Leander, e izado por él en la Vela de Coro tras el desembarco de la primera expedición emancipadora, en 1806. En julio de 1811, el mismo Miranda presentó la bandera de la nueva República, constituida por tres listas de desigualdad de tamaño con los colores primarios, la amarilla más ancha que la azul, y ésta mayor que la roja. Desde entonces el pabellón ha sufrido diversas transformaciones, como la inclusión en 1817, de siete estrellas en representación de las siete provincias que en 1811, declararon la independencia. (p.158).

Al separarse de la Gran Colombia, Venezuela conservó los colores tradicionales, pero en 1836, el Congreso decidió igualar la anchura de sus franjas. En 1930, se estableció que la bandera tendría siete estrellas ubicadas en el arco dentro de la banda azul. En 2006, la Asamblea

Nacional incorporó la octava estrella e representación de la antigua provincia de Guayana. La inclusión del escudo en la parte superior izquierda de la franja amarilla, se estableció en la ley que reguló el uso de símbolos de la patria, promulgada en 1954 y reformada en el 2006. Desde 1963, cada 12 de marzo se celebra la fecha en que Miranda izó la bandera por primera vez en tierras venezolanas, (G. Océano, 2007, 159).

3.3 REFERENCIAS DE PARQUES TEMÁTICOS EN VENEZUELA.

A continuación se hace referencia de algunos parques temáticos existentes en el estado Miranda y a nivel nacional.

3.3.1 Los Aleros: Los Aleros le traslada 60 años en el tiempo, por un recorrido plagado de sorpresas y recuerdos vivientes que irremediablemente, se tornarán en un presente ineludible.

El 28 de julio de 1984 se hizo realidad el sueño de un hacedor de ilusiones, Alexis Montilla, quien deseó una vez crear un pueblo que reviviera la forma de vida y costumbres de nuestros antepasados hacia finales de los años 30.

Los Aleros pasó de ser una idea, un sueño, una locura -como algunos la llamaron en su momento- para convertirse en una gran empresa turística, generadora de más de 120 empleos directos y casi 2000 empleos Indirectos.

Es gratificante como Los Aleros ha contribuido a difundir y promover la imagen de la región de Mérida y de Venezuela en general, en todo el mundo. Este pequeño parque turístico, enclavado en las remotas montañas merideñas, es conocido en los cinco continentes, información contenida en

Los Aleros, (2.006). [Recuperado en Noviembre 14, 2006 de <http://www.losaleros.net/historia.html>].

3.3.2 La Venezuela de Antier: Un día cualquiera de 1988 Alexis Montilla y su familia emprenden una nueva y arriesgada aventura en Mérida: comienzan la construcción del parque temático La Venezuela de antier, el cual fue fundado un 31 de julio de 1991. Sobre un terreno de 18 hectáreas, este parque recrea la arquitectura, folclore, gastronomía, música, costumbres e historia de las diferentes regiones de Venezuela de comienzos del siglo XX.

Le tomó 3 años levantar las construcciones con las que abrió este parque: una casona colonial, un trapiche de caña, unas casas de bahareque, un castillo de piedras, unas churuatas indígenas, unas casas zulianas y una iglesia. Con el transcurrir de los años, este parque ha incorporado – y lo hace permanentemente- nuevas atracciones y servicios para el disfrute de todos los visitantes. En la actualidad, en La Venezuela de antier están representadas 12 regiones y estados de la Venezuela gomecista: Oriente, Los Llanos, Falcón, Miranda, Aragua, Trujillo, Zulia, Caracas, Lara, Amazonas, Táchira y Mérida. Próximamente comenzarán los trabajos para la construcción de Carabobo, Bolívar y Yaracuy.

Es ese uno de los objetivos de La Venezuela de antier: crecer permanentemente, ofrecer nuevas y mejores atracciones a los visitantes. La Venezuela de antier nunca terminará de construirse.

Ochenta y siete vehículos antiguos y clásicos, tres millones de tejas antiguas, 200 toneladas de cemento, diez mil varas de madera, setecientos cincuenta mil carruzos, 6000 kilos de palma chiquichique, más de dos millones de piedras, más de un millón de piezas y objetos antiguos y más de quinientas fueron necesarios para darle vida a este parque temático, icono de la actividad turística del estado Mérida. Información contenida en La

Venezuela de Antier, (2.006). [Recuperado en Noviembre 14, 2006 de <http://www.lavenezueladeantier.net/historia.html>]

3.3.3 La Montaña de los Sueños: Todo comenzó cuando Alexis Montilla – creador también de Los Aleros y La Venezuela de Antier- decide crear otro parque, esta vez, como un homenaje a sus padres. Alexis Montilla, quería construir un sitio de entretenimiento para toda la familia en donde pudiera mostrar de dónde venía, quiénes eran sus padres, cómo fue su infancia junto a ellos y a sus hermanos, dónde vivían y porqué decidieron enviarlo lejos de sus páramos a la edad de 6 años. Él, en su contacto diario con los visitantes de Los Aleros y La Venezuela de Antier, percibe que existe una enorme inquietud y curiosidad de parte de ellos por conocer su vida, su historia, su pasado. Es entonces cuando le surge la idea de contar su historia, pero a su modo, de la manera que mejor lo sabe hacer, a través de un parque. Así comienza, el 22 de mayo de 1994 – día de su 50 cumpleaños- , la construcción de esta nueva obra. Meses después se le ocurre contar también esa historia en una película, que fue filmada entre 1995 y 1996, estrenada en 1997 y postulada para representar a Venezuela en los premios Oscar de la Academia en la categoría Mejor Película extranjera, en 1998: Una vida y dos mandados. A partir de entonces, su idea original trascendió más allá de lo imaginable. Información contenida en La Montaña de Los Sueños, (2.006). [Recuperado en Noviembre 14, 2006 de <http://www.montanadelossuenos.net/historia.html>]

3.4 MARCO LEGAL:

Para el diseño y desarrollo de un proyecto de parque temático, es importante considerar los aspectos legales que rigen las materias asociadas a las actividades que se pretenden desarrollar, y que servirán de sustento legal para la consecución de cada objetivo propuesto. En la actualidad existen leyes que aparte de regular ciertas actividades asociadas al proyecto,

promocionan el desarrollo de actividades que benefician a una comunidad, como es el caso del impulso y apoyo al cooperativismo, partiendo de nuestra Carta Magna, se podrían enunciar a modo de referencia, entre otras, las siguientes Leyes:

3.4.1. Constitución de la República Bolivariana de Venezuela:

En la Carta Magna de la República Bolivariana de Venezuela se deja claro el interés de parte del Estado en fortalecer el sector turístico nacional, el cual deberá garantizar su desarrollo, creación y fortalecimiento, y en su Artículo 310 establece "...El turismo es una actividad económica de interés nacional, prioritaria para el país en su estrategia de diversificación y desarrollo sustentable. Dentro de las fundamentaciones del régimen socioeconómico previsto en esta Constitución, el Estado dictará las medidas que garanticen su desarrollo. El Estado velará por la creación y fortalecimiento del sector turístico nacional."

3.4.2. Ley Orgánica de Turismo: Publicada en Gaceta oficial N° 37.332 el 26 de noviembre de 2001:

A objeto de impulsar el turismo en Venezuela como un factor importante para el desarrollo económico y social, considerando que el turismo puede crear una plataforma de desarrollo en miras a convertirse en una de las primeras fuentes generadoras de empleo y, en consecuencia, de armonía social; además de coadyuvar al conocimiento y a la difusión de valores culturales, ante la necesidad de promover el conocimiento del país entre sus habitantes y fuera del territorio nacional, fue creada la Ley Orgánica del Turismo, otorgándole al turismo el carácter de actividad económica de interés nacional, prioritaria para el país en su estrategia de diversificación y desarrollo sustentable.

3.4.2.1 Incentivos para la promoción de la Actividad Turística en Venezuela:

La Ley Orgánica del Turismo tiene como objeto regular la orientación, facilitar, fomentar, coordinar y controlar la actividad turística como factor de desarrollo económico y social del país, estableciendo los mecanismos de participación y concertación de los sectores públicos y privados en esa actividad para lograr el desarrollo humano integral, promoviendo a su vez el Estado, espacios para que las personas interactúen como usuarios y consumidores de bienes turísticos o como prestadores de servicios turísticos con el objeto de promover, apoyar y desarrollar la cultura popular en todos sus aspectos. La finalidad del Decreto Ley es, además de establecer los lineamientos generales de acción de los organismos públicos y privados, es el la de preservar y garantizar los intereses del Estado en una actividad de importancia y trascendencia concreta en la transformación económica y social del país. En tal sentido, La Ley Orgánica de Turismo contempla el otorgamiento de incentivos para promover el desarrollo de la actividad turística en el país.

“...Artículo 53. El Presidente de la República en Consejo de Ministros podrá otorgar a los prestadores de servicios turísticos que cumplan con la normativa vigente, los siguientes incentivos:

1. Rebaja del impuesto sobre la renta calculada hasta un setenta y cinco por ciento (75%) del monto incurrido en nuevas inversiones destinadas a la construcción de hoteles, hospedajes y posadas; a la prestación de cualquier servicio turístico o a la formación y capacitación de sus trabajadores. Igual beneficio se podrá obtener cuando la inversión esté destinada a la ampliación, mejora, equipamiento o al reequipamiento de las edificaciones o servicios turísticos existentes, previa calificación en todo caso del Ministerio del ramo o cuando la misma tenga como destino la adaptación de las instalaciones o servicios, a requerimientos de calidad y desempeño, establecidos por el Servicio Autónomo Nacional de Normalización.

2. Calidad, Metrología y Reglamentos Técnicos. La rebaja aquí establecida deberá ajustarse a las previsiones contempladas en la Ley de Impuesto Sobre La Renta, y procederá incluso cuando se trate de conversión de deudas en inversión, y requerirá en todo caso la calificación respectiva por parte del Ministerio del ramo.
3. Rebaja del Impuesto Sobre la Renta calculada hasta un setenta y cinco por ciento (75%) del monto incurrido en nuevas inversiones destinadas sólo a fines turísticos y de recreación en el área rural o suburbana, en hatos, fincas, desarrollos agrícolas y campamentos. Igual rebaja se podrá obtener cuando la inversión esté destinada a la ampliación, mejoras, equipamiento o al reequipamiento de los servicios turísticos y recreacionales ya existentes en dichos sitios, previa calificación en todo caso del Ministerio del ramo. La rebaja aquí establecida se ajustará a las previsiones contempladas sobre el particular en la Ley de Impuesto Sobre la Renta.
4. Exoneración de los tributos contemplados en la ley para la importación de buques, aeronaves y vehículos terrestres con fines turísticos, no afectando en ningún caso las políticas de integración.
5. Establecimiento de tarifas preferenciales para el combustible, destinadas a favorecer los buques y aeronaves con fines exclusivamente turísticos.
6. Establecimiento de tarifas especiales por el suministro de servicios públicos a cargo del Estado para los establecimientos de alojamiento turístico cuyos períodos de mayor venta ocurren en determinadas épocas del año. En el Decreto que acuerde los incentivos contemplados en los numerales 1 y 2 de este artículo podrá establecerse para los mismos una vigencia hasta los cinco (5) ejercicios fiscales siguientes contados a partir de la fecha en que se considere realizada la inversión."

En la Ley Orgánica de Turismo se definen los prestadores de turismo, y en el Artículo 61 se establece:

...Son prestadores del servicio turístico:

1. Las personas que realicen en el país actividades turísticas, tales como: guiatura, transporte, alojamiento, recreación, alimentación y suministro de bebidas, alquiler de buques,

aeronaves y vehículos de transporte terrestre y cualquier otro servicio destinado al turista.

2. Las personas que se dediquen a la organización, promoción y comercialización de los servicios señalados en el numeral anterior, por cuenta propia o de terceros.

3. Las personas que se dediquen a prestar servicios de información, promoción, publicidad y propaganda, administración, protección, auxilio, higiene y seguridad de turistas, sin perjuicio de lo establecido en otras leyes.

4. Los profesionales del turismo y aquellas personas jurídicas que se dediquen a la prestación de servicios turísticos, según lo establezca el Reglamento respectivo.

5. Las personas que presten servicios gastronómicos de bares y similares que por sus características de oferta, calidad y servicio, formen parte de la oferta turística local, regional o nacional.

3.4.2.2 Deberes Generales en Materia Turística: La Ley Orgánica de Turismo establece dentro de los deberes generales en materia turística los siguientes:

“...**Artículo 63.** Los prestadores de servicios turísticos, turistas o usuarios turísticos, tienen el deber de:

1. Conservar el medio ambiente y cumplir con la normativa referente a su protección.

2. Proteger y respetar las manifestaciones culturales, populares, tradicionales y la forma de vida de la población.

3. Preservar, y en caso de daño, reparar los bienes públicos y privados que guarden relación con el turismo.

4. Cumplir las demás obligaciones que establezca este Decreto Ley y su Reglamento”.

“...**Artículo 64.** La imagen de la República Bolivariana de Venezuela y la de cada uno de sus destinos turísticos, se considera un bien colectivo protegido por la ley y nadie podrá apropiársela, perjudicarla o dañarla como consecuencia de actividades turísticas”.

“...**Artículo 65.** Los medios de comunicación especializados en turismo, y cualquier otro medio de comunicación, incluyendo los electrónicos, tienen el deber de informar veraz y en forma equilibrada sobre cualquier acontecimiento y situaciones que puedan influir en la frecuentación turística, facilitando indicaciones precisas y fiables a los turistas o usuarios de servicios turísticos, de conformidad con la normativa aplicable”.

- *Deberes y Derechos de los Prestadores de Servicios Turísticos:*

En los artículos 66, 67, 68 y 69 de la Ley Orgánica de Turismo, se establecen los deberes y derechos de los prestadores de servicios turísticos, y los mismos señalan:

“...**Artículo 66.** Son deberes de los prestadores de servicios turísticos, los siguientes:

Inscribirse en el Registro Turístico Nacional y obtener la autorización, permiso o licencia correspondiente.

La promoción institucional del turismo.

Prestar el servicio correspondiente a su Registro Turístico Nacional, conforme a las condiciones ofrecidas de calidad, eficiencia e higiene.

Promover, a través de la publicidad turística, la identidad y los valores nacionales, sin alterar o falsear el idioma y las manifestaciones histórico-culturales y folklóricas del país.

Cumplir con lo ofrecido u ofertado en la publicidad o promoción de los servicios turísticos.

Darle preferencia en la contratación de su personal, a los profesionales venezolanos egresados de institutos y centros de enseñanza especializados en el área de turismo.

Tener a disposición del turista o usuario turístico un libro de sugerencias y reclamos.

Cumplir con las normas técnicas y control de calidad aplicables.

Prestar a solicitud del Ministerio del ramo, toda la colaboración que coadyuve en el fomento, calidad y control de la actividad turística.

Cumplir cualquier otra obligación que establezca este Decreto Ley y su Reglamento”.

Artículo 67. Las personas naturales o jurídicas que pretendan construir edificaciones para hoteles, balnearios, obras de recreo o cualquier otra instalación destinada especialmente a los turistas o usuarios turísticos, deben someter a la aprobación del órgano rector nacional del turismo, los proyectos, planos y demás datos ilustrativos, antes del inicio de su ejecución. Igualmente, quedan obligados a suministrar las informaciones que se les requiera respecto de las obras y trabajos a ejecutarse.

“...**Artículo 68.** Se crea una contribución especial que deberá ser cancelada por los prestadores de servicios turísticos a objeto de participar y beneficiarse de los planes de promoción turística y de capacitación, formación y desarrollo de recursos humanos para la participación turística. Dicho aporte equivale al uno por ciento (1%) de las facturas pagadas por los usuarios finales de los servicios turísticos. El mismo deberá ser enterado al Tesoro Nacional”.

“...**Artículo 69.** Los prestadores de servicios turísticos que cumplan todos los deberes establecidos por este Decreto Ley y sus Reglamentos, gozarán de los derechos siguientes:

Solicitar y obtener concesiones y autorizaciones para la explotación de los recursos turísticos comprendidos en el Catálogo Turístico Nacional, de conformidad con lo establecido en las leyes aplicables.

Incorporarse a los planes de promoción turística del Instituto Autónomo Fondo Nacional de Promoción y Capacitación para la Participación Turística.

Beneficiarse del régimen que establezca el Ejecutivo Nacional para la tramitación y otorgamiento de créditos destinados a la ejecución de proyectos turísticos.

Disfrutar de los beneficios e incentivos que sean acordados de conformidad con lo establecido en el presente Decreto Ley.

Los demás que le establezcan este Decreto Ley y su Reglamento.

3.4.3. Decreto N°455 del 03/10/1974 (Zona de Interés Turístico): Publicado en la Gaceta Oficial de la República de Venezuela N°30.516 del 03/10/1974 se declara de utilidad pública y de interés turístico y recreacional, al Litoral de la Región Capital, el cual será conocido en lo adelante con el nombre de Litoral Capital. Comprende todo el litoral de los Estados Vargas y Miranda, específicamente la franja costera de 500 metros a partir del límite inferior de la marea más baja.

3.4.4 Decreto N° 2.454 de fecha 11/06/2003 Zona Especial de Desarrollo Sustentable de Barlovento: Publicado en la Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 5.649 Extraordinario del 06/08/2003 se crea la Zona Especial de Desarrollo Sustentable Barlovento, que comprende los Municipios Acevedo, Andrés Bello, Brión, Eulalia Buróz, Páez y Pedro Gual.

3.4.5. Ley Orgánica Del Ambiente:

Se crea esta Ley con el objeto de establecer las disposiciones y los principios rectores para la gestión del ambiente, en el marco del desarrollo sustentable como derecho y deber fundamental del Estado y de la sociedad, para contribuir a la seguridad y al logro del máximo bienestar de la población y al sostenimiento del planeta, en interés de la humanidad de igual forma, establece las normas que desarrollan las garantías y derechos constitucionales a un ambiente seguro, sano y ecológicamente equilibrado.

3.4.5.1 Términos básicos utilizados en la gestión del ambiente, definidos en la Ley Orgánica del Ambiente: La Ley Orgánica del Ambiente define en su articulado los términos básicos utilizados en la gestión del ambiente:

“...Artículo 2: A los efectos de la presente Ley, se entiende por gestión del ambiente el proceso constituido por un conjunto de acciones o medidas orientadas a diagnosticar, inventariar, restablecer, restaurar, mejorar, preservar, proteger, controlar, vigilar y aprovechar los ecosistemas, la diversidad biológica y demás recursos naturales y elementos del ambiente, en garantía del desarrollo sustentable”.

“...Artículo 3: A los efectos de la presente Ley, se entenderá por:
Ambiente: Conjunto o sistema de elementos de naturaleza física, química, biológica o socio cultural, en constante dinámica por la acción humana o natural, que rige y condiciona la existencia de los seres humanos y demás organismos vivos, que interactúan permanentemente en un espacio y tiempo determinado.

1.- Ambiente seguro, sano y ecológicamente equilibrado: Cuando los elementos que lo integran se encuentran en una relación de interdependencia armónica y dinámica que hace posible la existencia, transformación y desarrollo de la especie humana y demás seres vivos.

2.- Aprovechamiento sustentable: Proceso orientado a la utilización de los recursos naturales y demás elementos de los ecosistemas, de manera eficiente y socialmente útil, respetando la integridad funcional y la capacidad de carga de los mismos, en forma tal que la tasa de uso sea inferior a la capacidad de regeneración.

3.- Auditoría ambiental: Instrumento que comporta la evaluación sistemática, documentada, periódica y objetiva realizada sobre la actividad sujeta a regulación, para verificar el cumplimiento de las disposiciones establecidas en esta Ley y demás normas ambientales.

4.- Bienestar social: Condición que permite al ser humano la satisfacción de sus necesidades básicas, intelectuales, culturales y espirituales, individuales y colectivas, en un ambiente sano, seguro y ecológicamente equilibrado.

5.- Calidad del ambiente: Características de los elementos y procesos naturales, ecológicos y sociales, que permiten el desarrollo, el bienestar individual y colectivo del ser humano y la conservación de la diversidad biológica.

6.- Capacidad de carga: Máximo valor posible de elementos o agentes internos o externos, que un espacio geográfico o lugar determinado puede aceptar o soportar por un período o tiempo determinado, sin que se produzcan daños, degradación o impida la recuperación natural en

plazos y condiciones normales o reduzca significativamente sus funciones ecológicas.

7.- Compensación: Trabajos realizados o por realizar por el responsable de una afectación de carácter permanente o temporal, con el propósito de compensar los daños o alteraciones ocasionadas a los recursos naturales.

8.- Contaminación: Liberación o introducción al ambiente de materia, en cualquiera de sus estados, que ocasione modificación al ambiente en su composición natural o la degrade.

9.- Contaminante: Toda materia, energía o combinación de éstas, de origen natural o antrópico, que al liberarse o actuar sobre la atmósfera, agua, suelo, flora, fauna o cualquier otro elemento del ambiente, altere o modifique su composición natural o la degrade.

10.-Control ambiental: Conjunto de actividades realizadas por el Estado conjuntamente con la sociedad, a través de sus órganos y entes competentes, sobre las actividades y sus efectos capaces de degradar el ambiente.

11.-Daño ambiental: Toda alteración que ocasione pérdida, disminución, degradación, deterioro, detrimento, menoscabo o perjuicio al ambiente o a alguno de sus elementos.

12.- Desarrollo sustentable: Proceso de cambio continuo y equitativo para lograr el máximo bienestar social, mediante el cual se procura el desarrollo integral, con fundamento en medidas apropiadas para la conservación de los recursos naturales y el equilibrio ecológico, satisfaciendo las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer las generaciones futuras.

13.-Diagnóstico: Determinación, en un momento dado del estado del ambiente, las especies, poblaciones, ecosistemas, de la diversidad biológica y demás recursos naturales y elementos que lo integran, sus restricciones y potencialidades de uso.

14.- Ecosistema: Sistema complejo y dinámico de componentes biológicos, abióticos y energía que interactúan como una unidad fundamental.

15.- Educación ambiental: Proceso continuo, interactivo e integrador, mediante el cual el ser humano adquiere conocimientos y experiencias, los comprende y analiza, los internaliza y los traduce en comportamientos, valores y actitudes que lo preparen para participar

protagónicamente en la gestión del ambiente y el desarrollo sustentable.

16.- Estudio de impacto ambiental y socio cultural: Documentación técnica que sustenta la evaluación ambiental preventiva y que integra los elementos de juicio para tomar decisiones informadas con relación a las implicaciones ambientales y sociales de las acciones del desarrollo.

17.- Evaluación de impacto ambiental: Es un proceso de advertencia temprana que opera mediante un análisis continuo, informado y objetivo que permite identificar las mejores opciones para llevar a cabo una acción sin daños intolerables, a través de decisiones concatenadas y participativas, conforme a las políticas y normas técnicas ambientales.

18.- Gestión del ambiente: Todas las actividades de la función administrativa, que determinen y desarrollen las políticas, objetivos y responsabilidades ambientales y su implementación, a través de la planificación, el control, la conservación y el mejoramiento del ambiente.

19.- Guardería ambiental: Acción de vigilancia y fiscalización de las actividades que, directa o indirectamente, puedan incidir sobre el ambiente para la verificación del cumplimiento de las disposiciones relativas a la conservación de un ambiente sano, seguro y ecológicamente equilibrado.

20.- Restablecer: Aplicación de un conjunto de medidas y acciones a objeto de restaurar las características de los elementos del ambiente que han sido alteradas o degradadas, por un daño ambiental de origen antrópico o natural.

21.- Impacto ambiental: Efecto sobre el ambiente ocasionado por la acción antrópica o de la naturaleza.

22.- Inventario: Levantamiento de información cuantitativa y cualitativa sobre los ecosistemas, la diversidad biológica, los recursos naturales y demás elementos del ambiente.

23.- Manejo: Prácticas destinadas a garantizar el aprovechamiento sustentable y la conservación de los recursos naturales, así como aquellas orientadas a prevenir y minimizar efectos adversos por actividades capaces de degradarlos.

24.- Medidas ambientales: Son todas aquellas acciones y actos dirigidos a prevenir, corregir, restablecer, mitigar, minimizar, compensar, impedir, limitar, restringir o suspender, entre otras, aquellos efectos y actividades capaces de degradar el ambiente.

25.- Mejorar: Acciones tendientes a incrementar, desde el punto de vista cualitativo y cuantitativo, la disponibilidad de recursos naturales y de diversidad biológica y demás elementos del ambiente.

26.- Norma técnica ambiental: Especificación técnica, regla, método o parámetro científico o tecnológico, que establece requisitos, condiciones, procedimientos y límites permisibles de aplicación repetitiva o continuada, que tiene por finalidad la conservación un ambiente sano, seguro y ecológicamente equilibrado, cuya observancia es obligatoria.

27.- Planificación ambiental: Proceso dinámico que tiene por finalidad conciliar los requerimientos del desarrollo socio económico del país, con la conservación de los ecosistemas, los recursos naturales y un ambiente sano, seguro y ecológicamente equilibrado.

28.- Política ambiental: Conjunto de principios y estrategias que orientan las decisiones del Estado, mediante instrumentos pertinentes para alcanzar los fines de la gestión del ambiente, en el marco del desarrollo sustentable.

29.- Preservación: Aplicación de medidas para mantener las características actuales de la diversidad biológica, demás recursos naturales y elementos del ambiente.

30.- Recursos naturales: Componentes del ecosistema, susceptibles de ser aprovechados por el ser humano para satisfacer sus necesidades.

3.4.6 .- Ley Orgánica Del Trabajo:

Un Parque temático requiere de un número considerable de personas para la prestación de servicios, por tal motivo, es importante tener en cuenta como referencia, dentro del marco legal de la presente investigación, la Ley Orgánica del Trabajo ya que la misma enmarca los aspectos jurídicos relacionados con la materia laboral vigente, y en su Artículo 1º. Señala "...Esta Ley regirá las situaciones y relaciones jurídicas derivadas del trabajo como hecho social..." .

La creación de un Parque Temático podría ser considerada una actividad turística de interés social, pues se estaría contribuyendo con la

generación de nuevos empleos dentro de la zona de Río Chico en el Estado Miranda.

3.4.7 Decreto con Fuerza de Ley Especial de Asociaciones Cooperativas:

Para el desarrollo de un negocio turístico de parque temático, se podría considerar la creación de cooperativas de servicios, las cuales se podrían encargar de la ejecución de todas las actividades inherentes a la administración y a la prestación de los servicios complementarios, por tal motivo se hace necesario incluir dentro del marco legal que sustenta la presente investigación, el Decreto con Fuerza de Ley Especial de Asociaciones Cooperativas.

Esta ley tiene como objeto establecer las normas generales para la organización y funcionamiento de las cooperativas, su finalidad es disponer los mecanismos de relación, participación e integración de dichos entes en los procesos comunitarios, con los Sectores Público y Privado y con la Economía Social y Participativa, constituida por las empresas de carácter asociativo que se gestionan en forma democrática. Así mismo, establecer las disposiciones que regulen la acción del Estado en materia de control, promoción y protección de las cooperativas.

“...Artículo 2°. Definición de Cooperativa. Las cooperativas son asociaciones abiertas y flexibles, de hecho y derecho cooperativo, de la Economía Social y Participativa, autónomas, de personas que se unen mediante un proceso y acuerdo voluntario, para hacer frente a sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales comunes, para generar bienestar integral, colectivo y personal, por medio de procesos y empresas de propiedad colectiva, gestionadas y controladas democráticamente”.

Artículo 5°. Autonomía. El Estado garantizará el libre desenvolvimiento y la autonomía de las cooperativas, así como el derecho de los trabajadores y trabajadoras, y de la comunidad de cooperativas para el desarrollo de cualquier tipo de actividad económica y social de carácter lícito, en condiciones de igualdad con las demás empresas, sean públicas o privadas.

3.4.8 Ley de Fomento y Protección al Desarrollo Artesanal:

Un parque temático destinado a promover el acervo cultural e histórico de una región, involucraría la promoción de sus manifestaciones artísticas y artesanales, las cuales podrían ser ofrecidas a los visitantes como *souvenirs*, el Estado Venezolano apoya la promoción y el desarrollo artesanal, mediante la Ley de Fomento y Protección al Desarrollo Artesanal:

Artículo 1°.- Esta Ley tiene por objeto promover el desarrollo artesanal en el país, creando el medio ambiente favorable a los artesanos para el mejor aprovechamiento de sus capacidades y destrezas; y coadyuvar en el desarrollo y progreso de la infraestructura necesaria que permita el fomento, promoción y difusión de la artesanía venezolana.

Artículo 2°.- Se declara de interés público el desarrollo artesanal, como manifestación cultural autóctona y como elemento de identidad nacional.

Artículo 3°.- A los efectos de esta Ley se considera artesano y artista popular la persona que usando su ingenio y destreza, transforme materias primas en creaciones autóctonas o en manifestaciones artísticas utilizando instrumentos de cualquier naturaleza.

El producto artesanal deberá lograrse mediante la intervención del trabajo manual del artesano, como factor determinante y sin alcanzar producciones en serie equiparables a las del sector industrial.

Artículo 28.- Los aportes efectuados por personas naturales o jurídicas, para el desarrollo de la artesanía en Venezuela, se considerarán como donaciones efectuadas a instituciones benéficas, de conformidad como lo establecido en la Ley de Impuesto sobre la Renta.

Artículo 29.- El Ejecutivo Nacional procurará crear, cuando sea necesario, un régimen preferencial para las importaciones de materias primas, utensilios y otros bienes inherentes a la producción artesanal, y para las exportaciones de artesanía, de acuerdo a lo establecido en la Ley Orgánica de Aduanas y su Reglamento.

3.4.9 Ley de Creación del Fondo para el Desarrollo Endógeno (FONENDOGENO):

Esta normativa emplea un modelo sustentado en los Núcleos de Desarrollo Endógeno (NUDE), que ejecutarán los proyectos para el desarrollo endógeno, economía popular, colectiva y solidaria ante la necesidad de crear un nivel orgánico dentro de la Administración Pública nacional que asuma la rectoría y ejecución de las políticas gubernamentales a objeto de elaborar los planes, preparar y coordinar proyectos de desarrollo endógeno con la misión de ponerlo en marcha en todo el país, y su objetivo es el de promover y supervisar los proyectos de cooperativas, empresa, unidades de producción social, organizaciones de la comunidad, núcleos y polos de desarrollo endógeno.

Su capital estaría conformado por recursos provenientes del presupuesto del ministerio de adscripción, Ministerio de Economía Popular, del Fonden (Pdvs), los bienes e ingresos provenientes de la inversión de sus recursos, los recursos provenientes del sector público o privado, así como los que se originen por los convenios nacionales e internacionales, así como las obligaciones y derechos del antiguo FONZEDES.

Igualmente, se estipula como competencia del Fondo para el Desarrollo Endógeno canalizar los proyectos de desarrollo endógeno, asegurando de esta manera la combinación armónica de los recursos financieros con los de orden técnico, humanos e institucionales que requiere la formulación y puesta en marcha de los proyectos a escala nacional.

3.5 BANCO DE DESARROLLO ECONOMICO Y SOCIAL DE VENEZUELA (BANDES).

El Banco de Desarrollo Económico y Social de Venezuela es el agente financiero del Estado creado para atender el financiamiento de proyectos orientados hacia la desconcentración económica, para estimular la inversión privada en zonas deprimidas y de bajo rendimiento, apoyando financieramente proyectos especiales de desarrollo regional.

3.5.1 Condiciones del Bandes para otorgar financiamiento:

Todo proyecto a ser atendido por BANDES debe cumplir con cualquiera de las siguientes condiciones:

1. Responsabilidad Social (Cláusulas Sociales).
2. Cogestión (Tasas Preferenciales).

Nota: la tasa de interés para cogestión es el resultado de disminuir la tasa de interés ordinaria de BANDES, en la misma proporción que el porcentaje de cogestión adoptado por el Solicitante.

3.5.1.1 Tasas de Interés sobre Créditos Directos BANDES

Tabla 3. *Tasa de Interés sobre Créditos Directos BANDES*

Sector	Tasa
Agrícola	10 %
Industria, Turismo (transporte y otros)	12 %
Servicio	14 %

Fuente: <http://www.gobiernoenlinea.ve/docMgr/sharedfiles/Bandes.pdf>, Recuperado: Marzo 15, 2.009.

3.5.1.2 Partidas Financiables dentro del Plan de Inversiones, Plazo, Período de Gracia y Diferimiento de Intereses:

Tabla 4, *Partidas Financiables dentro del Plan de Inversiones, Plazo, Período de Gracia y Diferimiento de Intereses.*

Partida	Plazo de financiamiento	Período de gracia	Diferimiento de intereses
Capital de trabajo, sectores industrial, servicios, turismo, minería e hidrocarburos.	Hasta 3 años	Hasta 6 meses	Hasta 6 meses
Capital de trabajo sector agrícola, acuícola y pecuario.	Hasta 5 años	Hasta 1 año	Hasta 1 año
Activos Intangibles.	Hasta 5 años	Hasta 1 año	Hasta 1 año
Maquinaria y Equipo.	Hasta 10 años	Hasta 3 años	Hasta 2 años
Construcción, ampliación y remodelación.	Hasta 10 años	Hasta 3 años	Hasta 2 años

Fuente: <http://www.gobiernoenlinea.ve/docMgr/sharedfiles/Bandes.pdf>, Recuperado: Marzo 15, 2.009.

3.5.1.3 Relación Garantía / Préstamo:

Respecto de las garantías, los niveles mínimos de relación garantía/préstamo, serán los siguientes:

Tabla 5, *Relación Garantía / Préstamo*

Partida	Relación mínima Garantía / Préstamo
Títulos valores.	1,3 a 1
Mobiliaria.	1,5 a 1
Inmobiliaria.	1,3 a 1
Mixta (Inmobiliaria, Mobiliaria, Aval, Fideicomiso, otros).	1,3 a 1
Avales y fianzas Obligatorio.	1,5 a 1
Fianzas otorgadas por Sociedades de Garantías Recíprocas.	80% a 100% del Financiamiento.

Fuente: <http://www.gobiernoonlinea.ve/docMgr/sharedfiles/Bandes.pdf>,
Recuperado: Marzo 15, 2.009.

3.5.1.4 Otras condiciones para el Financiamiento:

En los casos de cancelación de Pasivos no deberá exceder del 20% del monto total de la solicitud de financiamiento.

La construcción sólo será financiada cuando se trate de infraestructuras necesarias para la realización de las actividades productivas definidas en las Políticas de Financiamiento, y se exigirá un aporte propio en esta partida de un mínimo del 20%.

El aporte del solicitante debe representar por lo menos el 20 % dentro del Plan de Inversión propuesto.

La relación Patrimonio/Pasivo Total (considerando el monto del crédito requerido) al momento de la presentación de la solicitud de financiamiento, deberá ser de al menos 20%. En caso de aprobarse el financiamiento, el

solicitante deberá iniciar el aumento de capital, en la medida que se hacen los desembolsos, a fin de llevar la referida relación a por lo menos 30%.

3.5.1.5 Cláusulas Sociales (Responsabilidad Social):

Hasta un 10% de la utilidad neta dirigida a acciones sociales en la comunidad.

Hasta un 10% de la utilidad neta para ser distribuidas a los trabajadores, adicionales a lo contemplado en la Ley del Trabajo y cualquier normativa vigente correspondiente.

Cogestión: Es la cesión de la propiedad de las acciones de la empresa a sus trabajadores, constituidas en cooperativas.

3.5.1.6 Recaudos que deben acompañar al documento de proyecto Personas Naturales:

- Planilla de Solicitud de Crédito obtenida a través de la página WEB.
- Fotocopia de la Cédula de identidad vigente y legible (si es casado incluir la del cónyuge).
- Fotocopia del RIF.
- Balance personal correspondiente al último año fiscal y visado por un Contador Público
- Colegiado.
- Una referencia bancaria reciente y últimos tres (3) estados de cuenta.
- Título de propiedad del inmueble donde se desarrollará el proyecto y/o contrato de arrendamiento.
- Declaración de impuestos (de los tres (3) últimos años).

- Constancia de Productor Agropecuario emitida por el MAT.
- Inscripción en Registro de Predios del INTI. (sólo para casos del sector agrícola)
- Certificación o constancia de trámites, de Fincas Productivas emitida por el INTI. (sólo para casos del sector agrícola).
- Carta de aceptación de las Cláusulas Sociales o de Cogestión.

3.5.1.7 Personas Jurídicas:

- Planilla de Solicitud de Crédito obtenida a través de la página Web.
- Fotocopia de la Cédula de identidad vigente y legible del Representante Legal.
- Fotocopia legible del RIF y NIT.
- Fotocopia de la Cédula de Identidad vigente y legible de los miembros de la Junta Directiva o Consejo de Administración y de sus cónyuges.
- Balance personal de Accionista o Asociados en caso de Cooperativas.
- Constancia de Registro en la SUNACOOOP para las cooperativas.
- Acta constitutiva y sus modificaciones a la fecha.
- Acta de asamblea de accionistas o asociados en caso de cooperativas, donde se: Autorice al Representante Legal para tramitar y suscribir contrato con BANDES; Constituyan en fiadores solidarios del crédito; Autorice la constitución de las garantías hipotecarias a favor de BANDES.
- Permisología de acuerdo con el caso presentado.

- Título de Propiedad o Contrato de Arrendamiento del Inmueble donde se desarrollará la actividad.
- Una referencia bancaria reciente y últimos tres (3) estados de cuenta.
- Estados financieros auditados a valores históricos de los tres (3) últimos años y Corte de Operaciones expresados en forma de Estados Financieros con sus respectivas notas.
- Estados financieros proyectados por el período solicitado para el crédito (Balance General y Estado de Ganancias y Pérdidas).
- Balance de Apertura (para las empresas o cooperativas en instalación).
- Declaración de impuestos (de los tres (3) últimos años).
- Registro Turístico Nacional (sólo para empresas en marcha del sector turismo).
- Constancia de Factibilidad Técnica emitida por el Ministerio de Turismo (sólo para empresas en instalación o reactivación del sector turismo).
- Autorizaciones ambientales del Ministerio del Ambiente e INPARQUES (cuando sea necesario).
- Certificación o constancia de trámites, de Fincas Productivas emitida por el INTI.
- Constancia de Productor Agropecuario emitida por el MAT.
- Carta de aceptación de las Cláusulas Sociales o de Cogestión.

3.5.1.8 Garantías:

- Informe de avalúo de los bienes muebles e inmuebles vigentes, realizado por un perito
- inscrito en SUDEBAN que haya utilizado para calcular el valor del terreno y para las Bienhechurías el método de mercado y para las mejoras el método del costo. El avalúo deberá estar

firmado en original y ser consignado en físico, CD o diskette. (Peritos autorizados por BANDES, ver lista de Peritos en la página Web).

- Fotocopia de las credenciales actualizadas del Perito.
- Certificación de imparcialidad en original y sello húmedo.
- Fotocopia del documento de propiedad registrado.
- Fotocopia del título supletorio de las bienhechurías si no están contenidas en el documento de propiedad.
- En caso de ser aprobado el crédito deberá consignar la certificación de gravamen del bien dado en garantía a los fines de la documentación.
- Si es una persona distinta al propietario, debe presentar autorización de la persona o de la Asamblea de Accionistas para otorgar el bien o los bienes como garantía.
- Registro actualizado de predios INTI.
- Tradición legal del inmueble.
- Plano de la Finca.
- En caso de Bienes Muebles: Declaración autenticada de propiedad de los mismos, donde se identifiquen plenamente marca, modelo y serial, que además indique que los bienes están libres de gravamen. Si es una persona distinta al propietario, debe presentar autorización de la persona o de la Asamblea de Accionistas para otorgar el bien o los bienes en garantía.
- Presentación de presupuestos, cotizaciones o facturas pro forma que cumplan con la identificación del emisor de la misma, del bien a adquirir y del solicitante del crédito.
- En el caso de Semovientes, debe presentar cotización que indique número, sexo y raza de los semovientes, así como fotocopia del documento de hierro y fotocopia de la cédula de identidad del proveedor de los semovientes.

- Otras garantías a ser aceptadas:
- Títulos valores de renta fija (presentar acreditación de propiedad).
- Fianzas de Sociedades de Garantías Recíprocas (acta de aprobación de la junta directiva).

3.5.1.9 Forma de Presentación de los Recaudos:

Los expedientes de las Solicitudes de Crédito a ser consignados por los Solicitantes ante BANFOANDES deberán estar contenidos en dos (2) carpetas en original y copia.

Cada carpeta deberá estar dividida en cuatro (4) secciones, según se especifica a continuación:

1° Sección (Antecedentes Jurídicos del deudor):

- Fotocopia del R.I.F o C.I. del Solicitante (en caso de ser Persona Natural).
- Fotocopia legible del R.I.F. y NIT. (en caso de ser Persona Jurídica).
- Fotocopia de la Cédula de identidad vigente y legible del Representante Legal.
- Fotocopia de la Cédula de Identidad vigente y legible de los miembros de la Junta Directiva o Consejo de Administración y de sus cónyuges.
- Acta Constitutiva y sus modificaciones a la fecha.
- Balance de Apertura (para las empresas o cooperativas en instalación).

2° Sección (Antecedentes Económicos del deudor):

- Planilla de Solicitud de Crédito obtenida a través de la página WEB.
- Una Referencia Bancaria reciente y últimos tres (3) Estados de Cuenta.
- Constancia de Registro en la SUNACOOOP para las cooperativas.
- Permisología de acuerdo con el caso presentado.
- Una referencia Bancaria reciente y últimos tres (3) estados de cuenta.
- Registro Turístico Nacional (sólo para empresas en marcha del sector turismo).
- Constancia de Productor Agropecuario emitida por el MAT.
- Inscripción en Registro de Predios del INTI.
- Constancia de Factibilidad Técnica emitida por el Ministerio de Turismo (sólo para empresas en instalación o reactivación del sector turismo).
- Autorizaciones ambientales del Ministerio del Ambiente e INPARQUES (cuando sea necesario).
- Título de Propiedad del Inmueble donde se desarrollará el proyecto y/o contrato de arrendamiento (Siempre y cuando no forme parte de la garantía).

3° Sección (Antecedentes Financieros del deudor):

- Balance Personal correspondiente al último año fiscal y visado por un Contador Público Colegiado.
- Declaración de Impuestos (de los tres (3) últimos años).

- Estados Financieros auditados a valores históricos de los tres (3) últimos años y Corte de Operaciones expresados en forma de Estados Financieros con sus respectivas notas.
- Estados Financieros proyectados por el período solicitado para el Crédito (Balance General y Estado de Ganancias y Pérdidas).
- Declaración de impuestos (de los tres (3) últimos años).

4° Sección (Garantías otorgadas):

- Si es una persona distinta al propietario, debe presentar autorización de la persona o de la Asamblea de Accionistas para otorgar el bien o los bienes como garantía.
- Registro de predios actualizado del INTI.
- Declaración autenticada de propiedad de los mismos, donde se identifiquen plenamente marca, modelo y serial, que además indique que los bienes están libres de gravamen.
- Presentación de presupuestos, cotizaciones o facturas pro forma que cumplan con la identificación del emisor de la misma, del bien a adquirir y del solicitante del crédito.
- En el caso de los Semovientes, debe presentar cotización que indique número, sexo y raza de los semovientes, así como fotocopia del documento de hierro y fotocopia de la cédula de identidad del proveedor de los semovientes.
- Títulos valores de renta fija (presentar acreditación de propiedad).
- Fianzas de Sociedades de Garantías Recíprocas (acta de aprobación de la junta directiva).
- Fianzas ilimitadas de los accionistas, socios de las cooperativas o personas naturales.

- Informe de avalúo de los bienes muebles e inmuebles vigentes, realizado por un perito inscrito en SUDEBAN que haya utilizado para calcular el valor del terreno y para las Bienhechurías el método de mercado y para las mejoras el método del costo. El avalúo deberá estar firmado en original y ser consignado en físico y CD o Diskette.
- Fotocopia de las credenciales actualizadas del Perito.
- Certificación de imparcialidad en original y sello húmedo.
- Fotocopia del documento de propiedad registrado.
- Fotocopia del título supletorio de las bienhechurías si no están contenidas en el documento de propiedad.

CAPITULO 4.

MARCO METODOLOGICO

4.1 DISEÑO Y TIPO DE INVESTIGACIÓN.

El presente proyecto de investigación busca determinar cuáles elementos deben ser considerados para diseñar un modelo de Parque Temático, cuya línea argumental esté orientada al reforzamiento de los valores regionalistas del estado Miranda, considerando la metodología del PMBOK (Guía estándar en la gestión de proyectos, desarrollada por el *Project Management Institute*), y el enfoque de Mercadeo de los Servicios. Para lograr el objetivo planteado, se debe efectuar un diagnostico comparativo del nivel de conocimiento y aplicación de la metodología expuesta en el PMBOK para la gerencia de proyectos, así como la del mercadeo de servicios.

La presente investigación está enmarcada dentro de un estudio no experimental, el cual es definido por Hernández, Fernández y Baptista (2.004) como una investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Dicho proyecto de investigación es del tipo descriptivo, pues, según los autores antes citados, los estudios descriptivos "...permiten medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o variables a los que se refieren" (p.8).

Desde la perspectiva metodológica, esta investigación propone una solución a una problemática existente en la región de Río Chico del estado Miranda, se contempla como un proyecto evaluativo apoyado en un estudio de campo, que permitió en correspondencia con un diagnóstico de necesidades, dada que la información se recolectó de manera directa.

4.2 DEFINICIÓN CONCEPTUAL

El presente estudio tiene como finalidad determinar cuáles elementos deben ser considerados para diseñar un modelo de Parque Temático, (variable objeto de estudio), cuya línea argumental esté orientada al reforzamiento de los valores regionalistas del estado Miranda, considerando la metodología del PMBOK para Gerencia de Proyectos y el enfoque de Mercadeo de los Servicios.

El nivel de satisfacción, las expectativas de los visitantes a los parques temáticos, así como los servicios ofrecidos en los distintos parques temáticos del país y los elementos de la gestión de calidad serán dimensiones a considerar para el estudio de la variable objeto de la presente investigación.

Tipos de Parques temáticos: se refiere a las características específicas de los Parques Temáticos sometidos a estudio, en lo relativo al servicio que ofrecen y a la satisfacción de sus clientes.

Áreas del Conocimiento: se refiere a los procesos de gestión de proyectos de los Grupos de Procesos de Dirección de Proyectos en nueve Áreas de Conocimiento.

Estrategias y tácticas del Mercadeo de Servicios: Se refiere a la forma como se alinean los elementos productivos de la organización para satisfacer las expectativas del cliente.

Para conocer la factibilidad del desarrollo de un modelo de parque temático, en la región de Río Chico del Estado Miranda, es necesario hacer los siguientes estudios:

- Estudio de Mercado: A objeto de recabar la información necesaria para el diseño del modelo conceptual del parque temático que se pretende proponer mediante este trabajo.

- Investigación Documental: Necesaria para determinar el acervo cultural, histórico y demás información relevante del estado Miranda, para el desarrollo de una línea argumental de parque temático, conforme con las expectativas de los clientes potenciales, dicha investigación se plasma en el marco referencial de la presente investigación.
- Elaborar el Diseño Conceptual del Parque Temático, Miranda Tierra Mágica: Haciendo uso de la creatividad y del conocimiento adquirido mediante el estudio de mercado e investigaciones señaladas con anterioridad, será posible el diseño de la infraestructura, de la línea argumental, de los servicios a ser ofrecidos, las distintas atracciones y actividades recreacionales. (Piscinas, exposiciones, etc), el flujograma de recorrido, la distribución e identificación de las distintas áreas del parque.
- Estudio Técnico: Necesario para evaluar los aspectos relacionados con la localización, infraestructuras de servicios, y tecnologías útiles para la implementación del modelo de parque temático a proponer.
- Estudio Económico Financiero: Servirá para conocer la rentabilidad financiera del proyecto, también se pretende mediante este estudio recabar información relevante acerca de las posibles fuentes y costos de financiamiento, necesidades de liquidez y fondos de inversión, así como, el análisis preliminar de los aspectos financieros que podrían incidir sobre la viabilidad del proyecto del parque temático Miranda Tierra Mágica.

- Evaluación de Resultados: Mediante este estudio se obtendrá información relacionada con el Punto de Equilibrio, Capital de Trabajo, Flujo de Fondos, Rentabilidad, Valor Agregado, y el Análisis de Sensibilidad.

4.3 OPERACIONALIZACION DE LAS VARIABLES

Conforme a los objetivos específicos que se pretenden alcanzar mediante el presente estudio, a continuación se presentan la operacionalización de las variables e indicadores de la presente investigación, necesaria para determinar la factibilidad para el desarrollo de un modelo conceptual de parque temático en la región de Río Chico del Estado Miranda.

Tabla 6. *Operacionalización de las Variables*

Objetivos Específicos.	Variable.	Dimensión.	Indicadores.
Elaborar el estudio de mercado, para detectar los aspectos relevantes a considerar en la formulación del diseño conceptual de parque temático y su respectiva línea argumental.	Estudio de mercado.	Determinación de: - Oferta. - Demanda. - Precios. - Volúmen de venta. - Servicios ofrecidos en los centros turísticos. - Percepción futura de mercado.	- Parques temáticos de mayor concurrencia. - Servicios ofrecidos en los parques temáticos y centros turísticos de mayor concurrencia. - Calidad de los servicios ofrecidos en los parques temáticos y centros turísticos de mayor concurrencia. - Precios de la entrada a los parques temáticos de mayor concurrencia y de los centros turísticos de la Región de Río Chico del estado Miranda. - Servicios de mayor importancia dentro de la oferta ofrecida a los turistas en los parques temáticos y centros turísticos de preferencia. - Acervo cultural e histórico de mayor relevancia. - Atracciones de preferencia. - Línea argumental. - Modelo conceptual del parque temático.

(Fuente: Autor, 2.009)

Tabla 7. Operacionalización de las Variables (Continuación).

Objetivos Específicos.	Variable.	Dimensión.	Indicadores.
Realizar una investigación documental acerca del acervo cultural e histórico del estado Miranda.	Investigación documental.	Determinación de: - Acervo Cultural e histórico relevante para el desarrollo de una línea argumental de parque temático.	- Información básica del estado Miranda. (División político territorial, geografía, clima etc.). - Gastronomía. - Artesanía. - Tradiciones y costumbres. - Indígenas. - Patrimonios Naturales (flora, fauna). - Información histórica relevante del prócer Francisco de Miranda. Evolución de la bandera de Venezuela.
Elaborar un modelo conceptual de parque temático, donde se propongan las distintas atracciones y servicios a ser ofrecidos, conforme a la línea argumental determinada previamente mediante estudio de mercado, siendo posible promover el acervo cultural e histórico del estado Miranda.	Diseño Conceptual de Parque Temático.	Determinación de: - Modelo de Parque Temático Miranda Tierra Mágica.	- Diseño de la infraestructura. - Diseño de la línea argumental. - Servicios a ser ofrecidos. - Atracciones recreacionales. (Piscinas, exposiciones, etc). Flujograma de recorrido del parque.
Desarrollar el Estudio Técnico.	Estudio Técnico.	Determinación de: - Localización del Proyecto. - Infraestructura de servicios. - Tecnología a utilizarse. - Proceso de Producción de servicio. - Control de Calidad. - Volumen de ocupación. - Capacidad instalada y utilizada.	- Ubicación de la Infraestructura. - Descripción de la tecnología a ser utilizada y el proceso productivo. - Plan de calidad. - Cuantificación del Volumen de ocupación y de las capacidades instalada y utilizada.
Desarrollar el estudio económico financiero asociado al proyecto.	Estudio económico financiero.	Determinación de: - Elementos de infraestructura y estructura. - Maquinarias y equipos requeridos. - Estudios requeridos. - Inversión Total. - Depreciación y amortización. - Financiamiento. - Nómina, - Materia Prima. - Dotaciones para la prestación del servicio. - Ingresos. - Gastos en la producción del servicio.	- Estado de Resultado. - Valor Agregado. - Punto de Equilibrio. - Capital de Trabajo. - Flujo de Fondos. - Rentabilidad de la Inversión. - Análisis de sensibilidad.

(Fuente: Autor, 2.009)

4.4 ESTUDIO DE MERCADO:

A continuación se mostrarán los aspectos relacionados con el estudio de mercado, como lo son: Identificación de la Unidad de Análisis, Población y Muestra, Diseño del Instrumento de Investigación, el Análisis de los Resultados y el Diseño Conceptual del Parque Temático a proponer.

4.4.1 Unidad de Análisis, Población y Muestra:

4.4.1.1 Unidades de análisis:

Según Hernández, (2.006):

“...Para seleccionar una muestra, lo primero que hay que hacer es definir la unidad de análisis (personas, organizaciones, periódicos, comunidades, situaciones, eventos, etc.). El sobre qué o quiénes se van a recolectar datos depende del planteamiento del problema a investigar y de los alcances del estudio...”. (p.236).

En el caso de la presente investigación, las unidades de análisis estarían representadas por clientes potenciales (Turistas), e instituciones con experiencia en la creación y manejo de parques temáticos en el país. Tales individuos e instituciones serían objeto de estudio para determinar sus necesidades, experiencias y expectativas en cuanto a la oferta de servicios turísticos y/o recreacionales existentes, así como, la demanda del servicio turístico, y sus perspectivas en cuanto a la calidad de los mismos. La información obtenida, servirá de insumo para el diseño de un modelo conceptual de parque temático, así como, la evaluación técnica, y económica-financiera derivado del mismo para determinar su factibilidad.

4.4.1.2 Población:

Una vez definida la unidad de análisis, se procede a delimitar la población objeto de este estudio y sobre la cual se pretende generalizar los resultados, así, según (Sampieri, 2.006) :

“...Una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones, las poblaciones deben situarse claramente en torno a sus características de contenido, de lugar y en el tiempo...” (p. 238).

Las estadísticas del Ministerio del Poder Popular para el Turismo (MINTUR) 2.008, reflejan una movilización interna de turistas a nivel nacional según se muestra en la siguiente tabla:

TABLA 8. Turismo Interno, Total Movilización Interna, 2.005 – 2.007

Entidad Federal	Años		
	2.005	2.006	2.007
Todas	36.613.690	37.601.491	39.914.987

Fuente: Encuesta de Turismo Interno en Hogares, Protección Civil, Ministerio del Poder Popular para el Turismo. Modificado por: Autor, 2.009

En la presente investigación la población objeto de estudio está representada por turistas visitantes del estado Miranda.

Según las estadísticas presentadas por el Ministerio del Poder Popular para el Turismo (MINTUR) 2.008, la movilización de visitantes en el estado Miranda durante los años 2.005 – 2.007 fueron las siguientes:

Tabla 9. *Turismo Interno, Total Movilización Interna*
Estado Miranda 2005 – 2007

Entidad Federal	Años		
	2.005	2.006	2.007
Miranda	2.106.950	2.213.916	2.673.965

Fuente: Encuesta de Turismo Interno en Hogares, Protección Civil, Ministerio del Poder Popular para el Turismo. Modificado por: Autor, 2.009

La movilización de turistas internos hacia el estado Miranda (Población objeto de estudio de la presente investigación), representa el 6,70% del total de movilizaciones de turistas internos a nivel nacional en el año 2.007.

El promedio anual de movilizaciones de turistas o visitantes internos durante las temporadas vacacionales de los años 2.005, 2.006 y 2.007 fue la siguiente: 2.331.610 Visitantes o turistas internos por año.

4.4.1.3 Muestra:

Se hará un estudio mediante la aplicación de una encuesta a una muestra o porción de la población identificada (Turistas internos o visitantes del estado Miranda, conocedores de algún parque temático dentro del país). Estos turistas a su vez son considerados clientes potenciales del parque temático cuyo modelo conceptual se pretende diseñar mediante la realización de la presente investigación. A este respecto, Balestrini (2.006) expresa lo siguiente: "...Desde el punto de vista estadístico, una población o universo puede estar referido a cualquier conjunto de elementos de los cuales pretendemos indagar y conocer sus características o una de ellas..." (p. 137).

Para determinar la muestra se tomó como referencia una población promedio anual de 2.331.610 visitantes o turistas internos que se movilaron dentro del estado Miranda entre los años 2.005 y 2.007.

Según el estudio realizado por el Ministerio del Poder Popular para el Turismo (MINTUR), durante la temporada de Semana Santa 2.008, correspondiente a las características sociodemográficas de los visitantes del estado Miranda, utilizamos como referencia la siguiente información:

Tabla 10. *Turismo Interno Semana Santa 2.008*
(Características Sociodemográficas).

Sexo	%
Femenino	52,33
Masculino	47,67

Edad (Años)	%
Menores de 15.	12,62
De 15 a 24.	32,48
De 25 a 34.	33,52
De 35 a 44.	12,71
De 45 a 54.	5,71
De 55 a 64.	1,71
De 65 y más.	1,25

Fuente: Ministerio del Poder Popular para el Turismo. Modificado por: Autor, 2.009

Para diseñar un modelo de Parque Temático conforme a las expectativas y necesidades de todos, hay que tomar en cuenta el género y la edad de los futuros visitantes o clientes potenciales, considerando sus opiniones en cuanto a preferencias y expectativas, sin embargo, los resultados deben reflejar el consenso de todas las opiniones, visto como una totalidad predominante.

Según Hernández, 2.008, La Muestra probabilística estratificada es "...Subgrupo en el que la población se divide en segmentos y se selecciona una muestra para cada segmento". (p.247).

Para dividir o estratificar la población en distintos sub-grupos, se consideró como referencia la información suministrada por el Ministerio del Poder Popular para el Turismo (MINTUR) 2.008, en el estudio de las características sociodemográficas del Turismo Interno, efectuado en Semana Santa 2.008.

Tabla 11. *Estratificación de la Población. Turismo Interno Estado Miranda (Promedios años 2.005 - 2.007).*

Estratos	Cantidad de Personas	%
Hombres:	1.111.478	47.67%
Mayores de 16 años.	971.210	41,65%
Menores o igual a 15 años.	140.268	6,02%
Mujeres:	1.220.132	52,33%
Mayores de 16 años.	1.066.151	45,73%
Menores o igual a 15 años.	153.981	6,60%
Total Población	2.331.610	100,00%

Datos: Ministerio del Poder Popular para el Turismo 2.008. Elaborado por: Autor, 2009

Para determinar el tamaño de la muestra, se utilizó la fórmula de población finita la cual está representada de la siguiente forma (Webster, 2.001):

$$n = \frac{Z^2 Npq}{e^2 (N - 1) + Z^2 pq}$$

En donde:

n= Tamaño de la muestra.

N= Tamaño de la población (en este caso los visitantes o turistas internos hacia el estado Miranda.

Z= Desviación normal.

p= Probabilidad a favor.

q= Probabilidad en contra.

e= Error máximo admisible (Precisión).

Para la realización de la fórmula se asumió un intervalo de confianza del 95% del promedio de la población, lo que es igual, según la tabla de distribución normal a un valor de Z igual a 1,96. Los siguientes valores a tomar son 2.331.610 promedio de visitantes o turistas internos hacia el estado Miranda. La probabilidad a favor (p) y la probabilidad en contra (q), se toman valores equivalentes 50% y 50% respectivamente, de forma que esto represente la probabilidad de cualquier elemento a ser elegido o no, ya que los mismos son tomados al azar. Para el margen de error máximo admisible, se toma el 5%, permitiendo que el grado de confianza sea igual al 95%, ya que los errores con valores superiores al 10% restan validez a los resultados, según Bustamante, 1.992.

Sustituyendo los valores, tenemos:

n= Tamaño de la muestra.

N= 2.331.610 (Visitantes o turistas internos hacia el estado Miranda.

Z= 1,96.

p= 0,50.

q= 0,50.

e= 0,05 (Precisión).

El tamaño total de la muestra será:

$$n = \left[\frac{1,96^2 * 2.331.610 * 0.50 * 0.50}{0,05^2 * (2.331.610 - 1) + (1.96^2 * 0.50 * 0.50)} \right]$$

$$n = \left[\frac{2.239.278,24}{5.829,98} \right] = 384,10 \text{ es decir } 384 \text{ Turistas.}$$

Una vez determinada la muestra (384 turistas, visitantes del estado Miranda, conocedores de algún Parque Temático del País), es importante hacer una estratificación de la muestra, por cuanto el diseño conceptual del parque temático, amerita el conocimiento respecto a gustos, experiencias, y expectativas de los clientes potenciales (niños y adultos de ambos sexos), a objeto de que el servicio e infraestructuras, así como, las distintas atracciones, sean aptas y del agrado de la mayoría.

Tomando como referencia la distribución porcentual en cuanto a género y edades, obtenida del "Estudio de las Características Sociodemográficas, de la Movilización del Turismo Interno del Estado Miranda, efectuado por el Ministerio del Poder Popular para el Turismo, en Semana Santa del 2.008, es posible estratificar la muestra en los distintos substratos (genero, y edad).

Según Hernández, 2.006, "...Muestra probabilística estratificada es el sub-grupo en el que la población se divide en segmentos y se selecciona una muestra para cada segmento..." (p.247). "...La estratificación aumenta la precisión de la muestra e implica el uso deliberado de diferentes tamaños de muestra para cada estrato, a fin de lograr reducir la varianza de cada unidad de la media muestral..." (Kish, 1.995).

Siendo las formulas:

$$1) ksh = \frac{n}{N} \quad y \quad 2) (Nh) \times (fh) = nh$$

Donde;

Ksh = Fracción constante para obtener el tamaño de la muestra para cada estrato.

n = Muestra.

N = Población.

Nh = Población por estrato o sub-grupo.

fh = Fracción constante o *ksh*.

nh = Tamaño muestra estratificada.

Al sustituir los valores para *ksh* o *fh* tenemos:

$$1) ksh = \frac{384}{2.331.610} = 0,00016469$$

Siendo la constante para obtener el tamaño de la muestra para cada estrato 0,00016469, aplicamos la siguiente fórmula:

$$2) (Nh) \times (fh) = nh$$

Tabla 12. *Estratificación de la muestra*

Estratos	Nh: Población por cada estrato o sub-grupo.	(nh) Tamaño muestra estratificada. (Nh) x (fh=0,00016469) = nh
Hombres: Mayores de 16 años. Menores o igual a 15 años.	1.111.478 971.210 140.268	183 160 23
Mujeres: Mayores de 16 años. Menores o igual a 15 años.	1.220.132 1.066.151 153.981	201 176 25
Total Población	2.331.610	384

Datos: Ministerio del Poder Popular para la Infraestructura, Fuente: Autor 2.009

Para la realización del estudio de mercado se aplicarán 384 encuestas distribuidas conforme al tamaño de cada muestra estratificada:

4. 4.2 Recolección, procesamiento y análisis de los datos:

Para la recolección de información relevante, se harán encuestas y entrevistas con el propósito de determinar cuáles elementos deben ser considerados para diseñar un modelo de Parque Temático, cuya línea argumental esté orientada al reforzamiento de los valores regionalistas del estado Miranda, considerando la metodología del PMBOK para Gerencia de Proyectos y el enfoque de Mercadeo de los Servicios.. En tal sentido, se harán entrevistas a distintos especialistas en gestión de parques temáticos, para determinar los aspectos más relevantes de sus experiencias en Venezuela. Adicionalmente, se aplicarán encuestas a los clientes conocedores de algún parque temático del país, en cuanto a sus expectativas y satisfacción del producto turístico recibido.

Para la realización de las encuestas y entrevistas se diseñarán los instrumentos respectivos que servirán de apoyo para su ejecución, es decir, se elaborará un cuestionario para la encuesta y una guía de preguntas para las entrevistas. A continuación se definen los términos que ayudarán al encuestado a responder el cuestionario a ser diseñado para la encuesta:

- Pregunta Abierta: respuesta no delimitada.
- Pregunta Cerrada: respuesta previamente delimitada.
- Selección Múltiple: respuesta en la que se pueden seleccionar múltiples opciones.
- Selección Simple: respuesta en la que solo se puede seleccionar una opción.
- Medición Ordinal: En cada cuadro se muestran opciones numeradas, donde cada número indica jerarquía, de forma que el menor número representa la de mayor importancia y el mayor número la de menor importancia. No se podrán marcar dos respuestas con un mismo número de jerarquización.

Además de las encuestas y entrevistas, se efectuará un análisis de las mejores prácticas en cuanto a los procesos de gestión de servicios llevadas a cabo en los distintos parques temáticos del país. A este objeto, se hará un análisis comparativo acerca de las estrategias y tácticas del mercadeo de servicios diseñadas en los distintos parques temáticos del país.

CAPITULO 5

DESARROLLO DEL PROYECTO

5.1 RESULTADO Y ANALISIS DE LA ENCUESTA APLICADA

A continuación se presenta el resultado del estudio realizado, mediante la aplicación de encuestas, a una muestra poblacional de trescientas ochenta y cuatro personas (384), con la condición de haber visitado algún parque temático del país. Las encuestas fueron aplicadas durante días feriados, y fines de semanas, en distintos paradores turísticos del Estado Miranda, y en distintas estaciones de servicios para vehículos, cercanos a las principales vías del país, entre ellas, las estaciones de servicio ubicadas a la altura de la Autopista Regional del Centro, y la Autopista Guarenas-Guatire, Parador Turístico Maitana, y Encrucijada de Caucagua.

Las encuestas fueron estratificadas por género y edad de la siguiente manera:

- Población de sexo masculino: 183 encuestas en total, divididas en 160 encuestas a ser aplicadas a turistas visitantes del estado Miranda, conocedores de algún parque temático del país, con edad de 16 años en adelante y 23 encuestas a personas de 15 años o menores de esa edad.

- Población de sexo femenino: 201 encuestas en total, divididas en 176 encuestas a ser aplicadas a turistas visitantes del estado Miranda, conocedores de algún parque temático del país, con edad de 16 años en adelante y 25 encuestas a personas de 15 años o menores de esa edad.

Pregunta Nro. 1.- Mencione los Parques Temáticos del país visitados por usted.

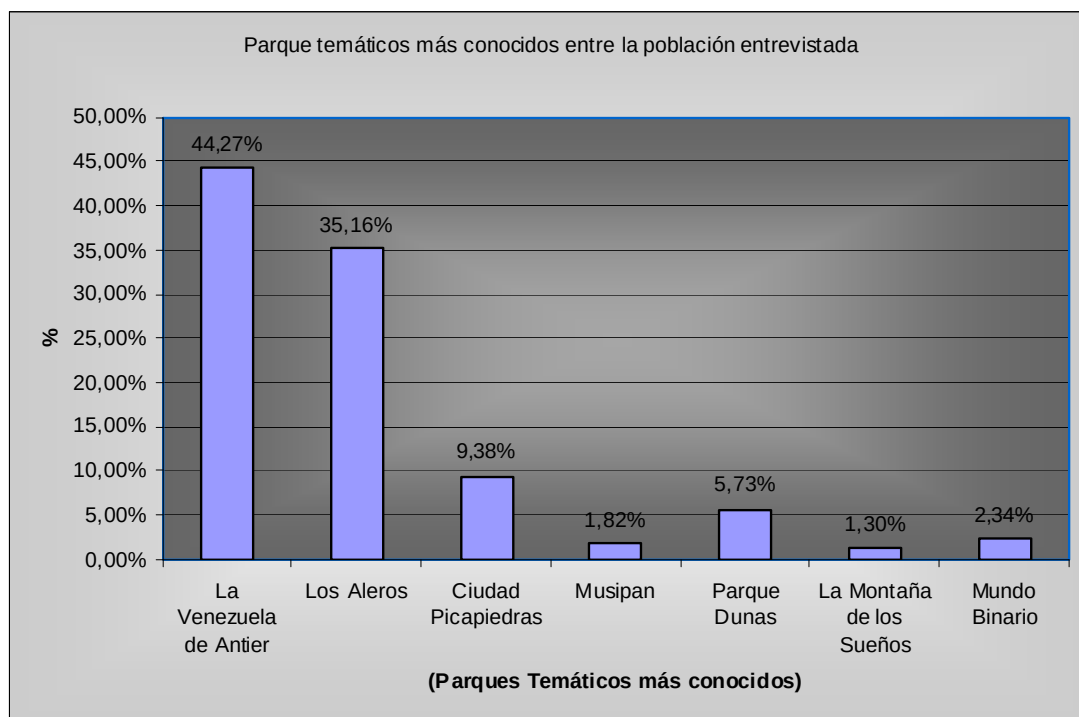


Gráfico 4. Parques Temáticos Más Conocidos Entre la Población Entrevistada, Fuente: Autor 2.009

El resultado del estudio, refleja que los parques más conocidos entre la población encuestada, son los siguientes:

Con el 42,27% el parque temático más conocido es La Venezuela de Antier, seguido de Los Aleros con un 35,16%, y Ciudad Picapiedras con un 9,38%. Llama la atención que apenas el 1,82% de la población encuestada, ha tenido la oportunidad de visitar el parque temático Musipan, un 5,73% el Parque Dunas, el 2,34% Mundo Binario, y apenas el 1,30% ha visitado La Montaña de Los Sueños.

La Venezuela de Antier y Los Aleros están ubicados en el Estado Mérida, la línea argumental de ambos parques, fue concebida por un mismo creador, y estos parques temáticos a su vez, son los más conocidos entre la población encuestada, pero se observa una tendencia distinta en cuanto al porcentaje

de personas que han visitado estos parques, dependiendo del sexo, y la edad, por tal motivo, es importante conocer los atractivos que se ofrecen en cada parque, y su posible relación con las tendencias antes observadas.

Llama la atención que Los Aleros tiene más tiempo de existencia que el parque La Venezuela de Antier, por lo que se infiere que las atracciones que se ofrecen en ambos parques, podrían influir en la toma de decisiones en cuanto a qué parque visitar.

Pregunta Nro. 2.- ¿Cuál es el Parque Temático de su preferencia?.

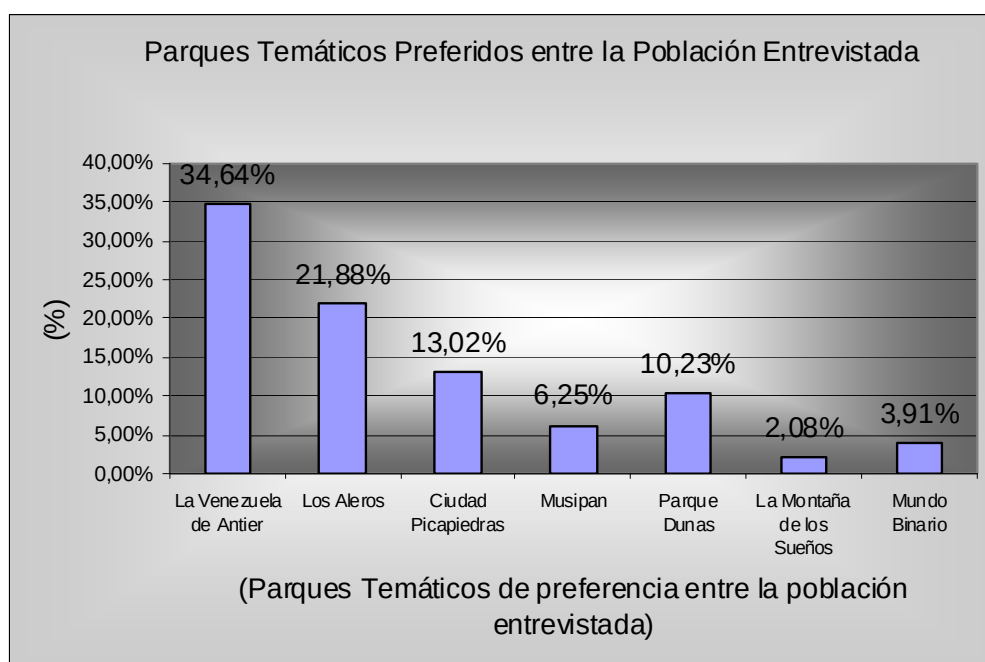


Gráfico 5. Parques Temáticos Preferidos Entre la Población Entrevistada,
Fuente: Autor, 2.009.

Los parques temáticos preferidos y que mayor atención despiertan entre la población entrevistada son los siguientes:

La Venezuela de Antier (34,64%), Los Aleros (21,88%), Seguidos de Parque Dunas (10,23%), Los Picapiedras (13,02%), Musipan (6,25%), Mundo Binario (3,91%) y La Montaña de Los Sueños (2,08%).

Por una parte llama la atención que la población se inclina en sus preferencias por parques temáticos de tipo ambientalista, ubicados en el estado Mérida, y por otra parte el parque Dunas que ofrece atractivos mecánicos y acuáticos aptos para el disfrute de toda la familia, está por encima del parque temático Los Picapiedras, el cual está ubicado en el propio estado Miranda, y el mismo es de fácil acceso.

Se puede inferir que la preferencia de un parque temático con respecto a otro, entre la población entrevistada, va más allá de lo distante del parque, o de su accesibilidad, pudiendo guardar relación además, con la temática del parque, y los sub-servicios prestados, lo que incrementa el grado de complejidad en cuanto a la satisfacción del consumidor final.

Pregunta Nro. 3.- ¿Cuáles son las razones por las cuáles usted visita un Parque Temático?.

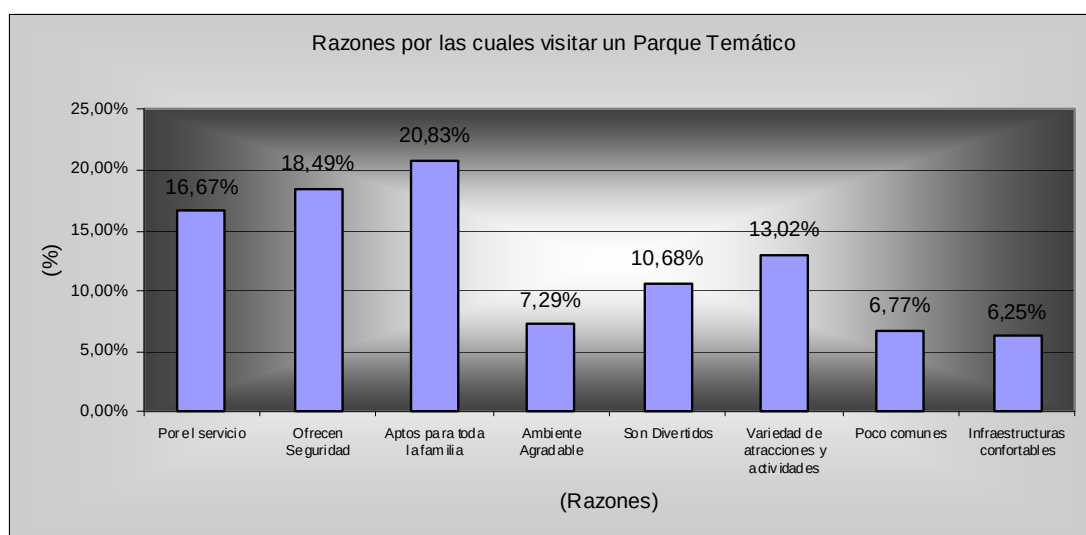


Gráfico 6. Razones para visitar un parque temático, Población Total. Fuente: Autor, 2.009

Entre las razones por la cuales la población en general prefiere un determinado parque temático están:

20,83% Aptos para el disfrute de toda la familia, 18,49% Ofrecen Seguridad, 16,67% Por los Servicios que ofrecen, 13,02% Variedad de atracciones y actividades, 10,68% Son divertidos, 7,29% Ambiente agradable, 6,77% Poco comunes, 6,25% Infraestructuras confortables.

El análisis del gráfico anterior nos hace reflexionar en cuanto a la importancia que representa para un parque temático la seguridad, la prestación de servicios de calidad, y que los mismos sean aptos para el disfrute de toda la familia, ya que de nada serviría que un parque temático posea una línea argumental poco común, sea accesibles, divertidos o cualquier otra característica que lo identifiquen, sin cumplir con las principales características expuestas por la población entrevistada y que serán determinantes a la hora de preferir la visita a un parque temático en particular.

Pregunta Nro. 4.- ¿A su criterio, cuál de las costumbres o tradiciones del estado Miranda, es la de mayor importancia?

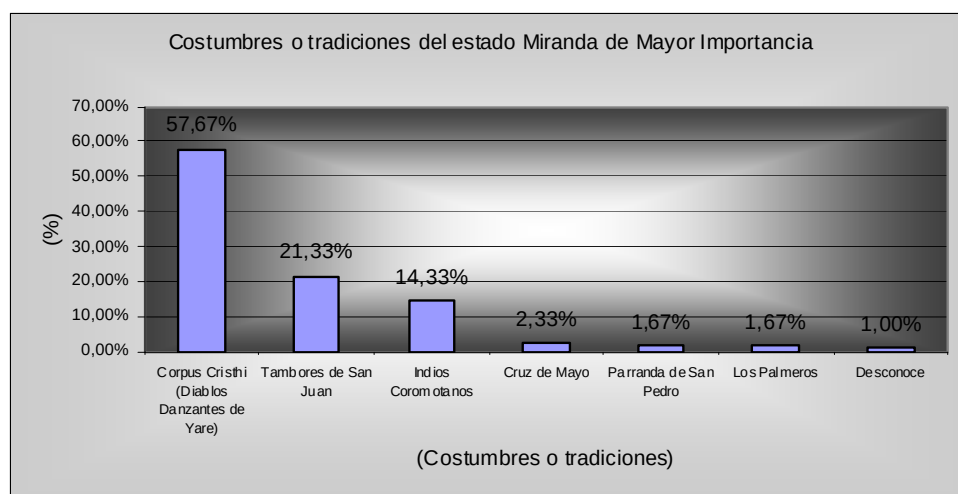


Gráfico 7. Costumbres o tradiciones del estado Miranda, de mayor importancia. Fuente: Autor, 2.009

Según opinión de la población entrevistada las costumbres o tradiciones del estado Miranda, de mayor importancia son: Las fiestas de

Corpus Cristhi (Diablos Danzantes de Yare) 57,67%, Los Tambores de San Juan 21,33%, Indios Coromotanos 14,33%, La Cruz de Mayo 2,33%, Los Palmeros 1,67, Parranda de San Pedro 1,67%, Desconoce 1,00 %.

Pregunta Nro. 5.- ¿Qué información relacionada con la cultura o con la historia del Estado Miranda, le gustaría conocer?.



Gráfico 8. Información cultural e histórica de mayor interés. Fuente: Autor 2.009

La información relacionada con el acervo cultural e histórico del Estado Miranda de mayor interés para el total de la población entrevistada es la relacionada con la historia de los Diablos Danzantes de Yare con el 27%, la historia de la Virgen de Betania con el 15,33%, Creación del Estado Miranda con 15,00%, Vida de Miranda 14,00%, Las Fiestas Tradicionales con un 6,67%, la historia de la peregrinación de los Indios Coromotanos con un 6,67%, Elaboración de artesanías con un 5,33%, Cultivo del cacao con un 4,67%, tambores de San Juan 3%, Historia de los indios Teques 0,33%, historia de los palmeros 0,33 y no saben 0,33%.

Pregunta Nro. 6.- Seleccione tres de las distintas atracciones ofrecidas en los Parques Temáticos del País, visitados por usted, de su preferencia.

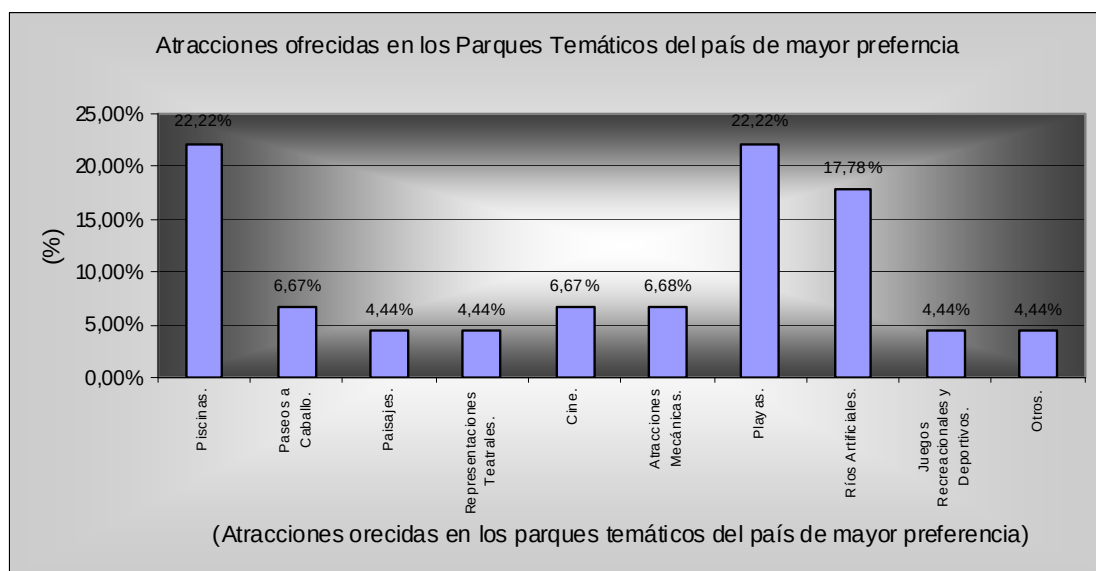


Gráfico 9. Atracciones ofrecidas en los parques temáticos del país de mayor preferencia.

Fuente: Autor, 2.009

La población total prefiere las atracciones acuáticas, playas, piscinas y ríos artificiales. Llama la atención la igualdad de preferencia entre Playas y Piscinas, lo que infiere el nivel de importancia de cualquiera de las dos opciones, o en su defecto ríos artificiales, lo importante es la presencia de alguna atracción acuática para refrescarse.

Entre las demás opciones, las preferencias se inclinan por las atracciones mecánicas, paseos a caballo, y el cine, cada opción con un promedio de 6,67% , las representaciones teatrales, juegos recreacionales y deportivos, paisajes y demás atracciones con un promedio de 4,44% cada uno.

Pregunta Nro. 7.- Los parques temáticos prestan principalmente un servicio de índole recreacional al turista, y este servicio está conformado a su vez por un conjunto de sub-servicios, que le agregan valor al mismo, entre estos, se encuentran los cajeros automáticos, la seguridad, y hospedaje

entre otros. En cuanto a la cantidad de sub-servicios ofrecidos en los Parques Temáticos que usted ha visitado, considera que los mismos son:

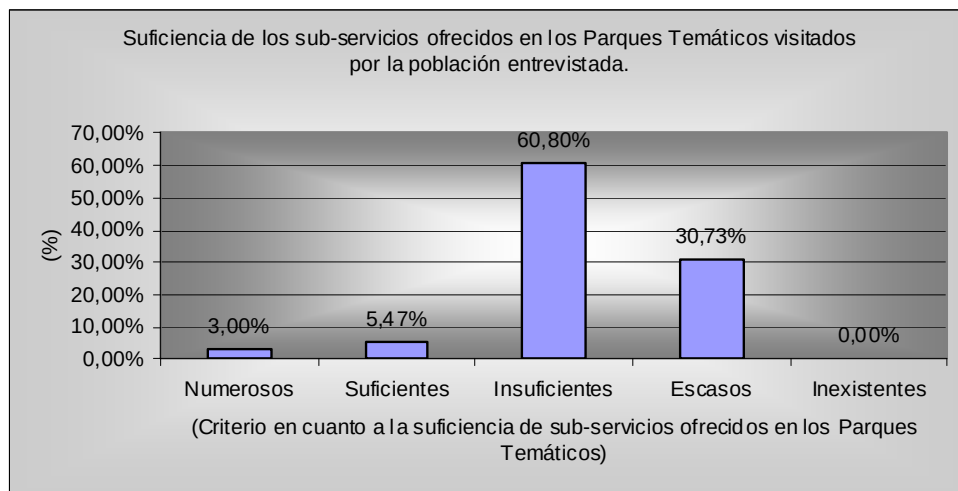


Gráfico 10. Suficiencia de los sub-servicios ofrecidos en los parques temáticos.
Fuente: Autor, 2.009

En cuanto a la cantidad de sub-servicios ofrecidos en los parques temáticos como por ejemplo, el servicio de cajeros automáticos, la seguridad, y el hospedaje, entre otros, el total de la población encuestada consideró que los mismos son insuficientes en un 60,80%, escasos en un 30,73% y suficientes en un 5,47%, el 3,00% opinó que eran numerosos y el 0% inexistentes.

Es muy poca la población que opina que los sub-servicios prestados en estas instalaciones son suficientes, por lo que es importante brindarle a los clientes asiduos a los distintos parques temáticos del país, el confort necesario y el mayor bienestar posible durante la estadía en las instalaciones, así como, facilitar su accesibilidad y traslado.

Pregunta Nro. 8.- En cuanto a la calidad de los servicios ofrecidos en los distintos Parques Temáticos del país, considera usted que los mismos son:

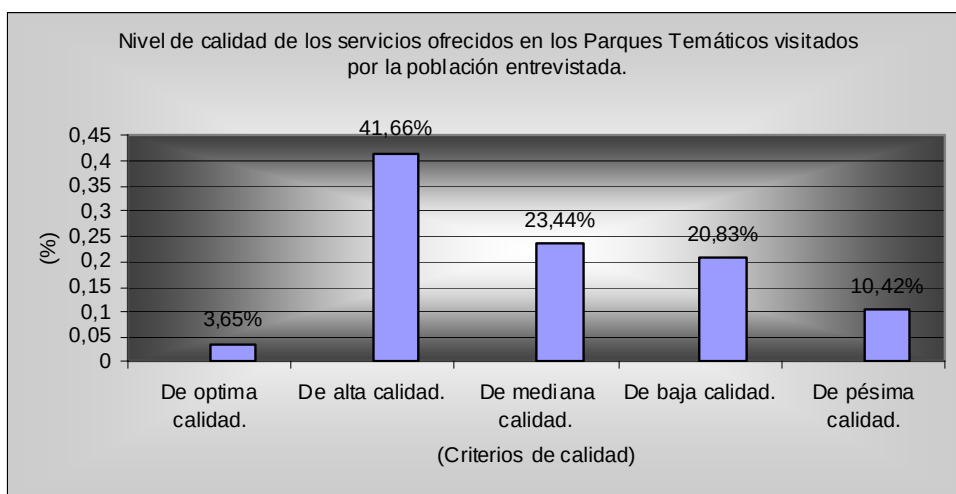


Gráfico 11. Calidad de los servicios ofrecidos en los parques temáticos del país.
Fuente: Autor, 2.009

El 41,66% de la población total considera de alta calidad los servicios ofrecidos en los parques temáticos del país, el 23,44 opina que son de mediana calidad, el 20,83% los considera de baja calidad, el 10,42% de pésima calidad, y apenas el 3,65% los considera de optima calidad.

Es importante incrementar los niveles de calidad del conjunto de servicios o sub-servicios que se ofrecen en los distintos parques temáticos del país y establecer estrategias operacionales para mitigar riesgos que afecten la imagen de los parques, lo cual podría incidir en la afluencia de visitantes.

Pregunta Nro. 9.- Considera usted que se requiere de una mayor promoción y fortalecimiento del acervo cultural, e histórico, de la región del Estado Miranda?.

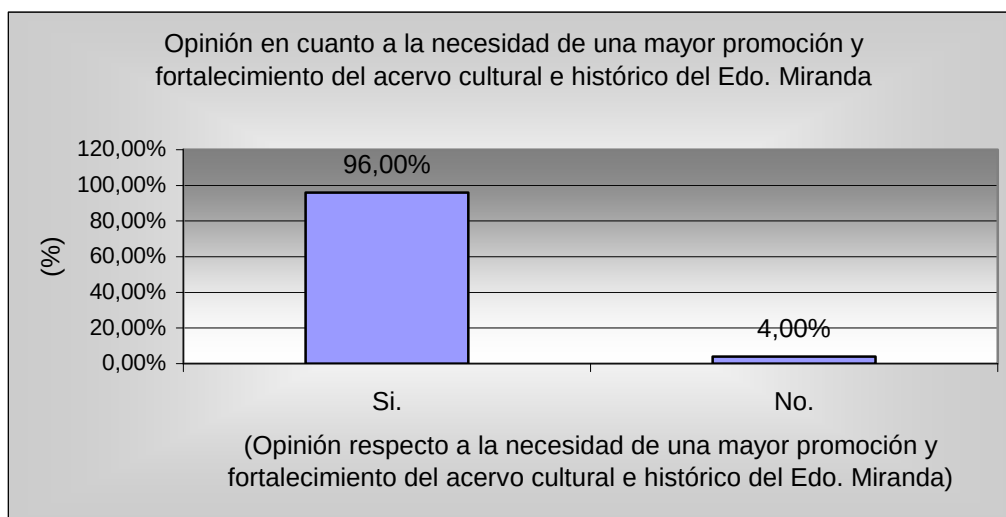


Gráfico 12. Opinión en cuanto a la necesidad de una mayor promoción y fortalecimiento del acervo cultural e histórico del Edo Miranda. Fuente: Autor 2.009.

El 96% de la población entrevistada considera necesaria una mayor promoción y fortalecimiento del acervo cultural e histórico del Estado Miranda, apenas e 4% considera lo contrario. Podría ser una oportunidad para la creación de un modelo de parque temático cuya línea argumental se inspire justamente en el acervo cultural e histórico del Estado Miranda.

Pregunta Nro. 10.- La creación de un Parque Temático cuya línea argumental esté enfocada en promover y fortalecer los valores culturales e históricos de la Región Mirandina...

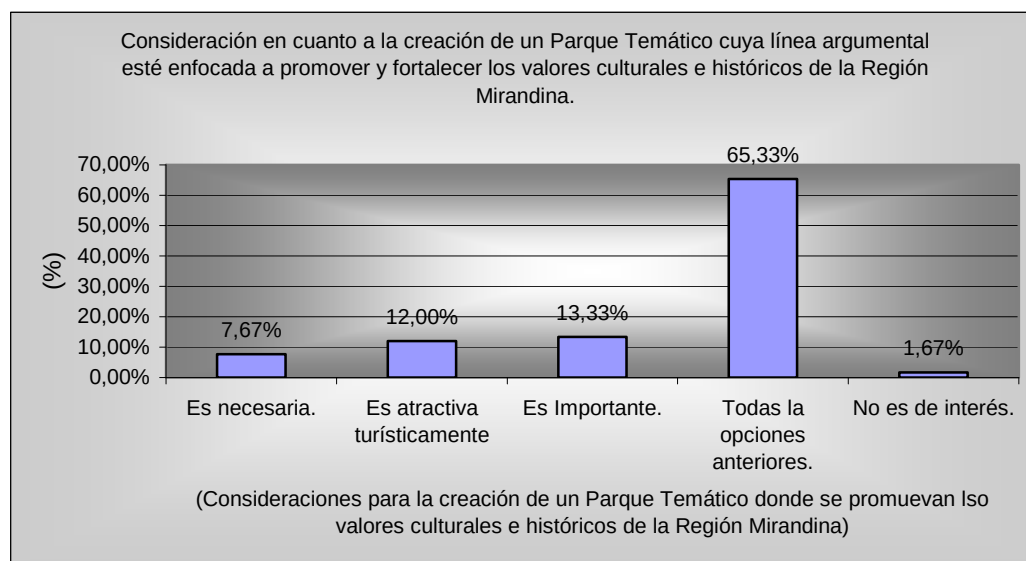


Gráfico 13. Consideración en cuanto a la creación de un parque temático cuya línea argumental esté enfocada a promover y fortalecer los valores culturales e históricos de la región mirandina. Fuente: Autor, 2.009.

El 65,33% de la población entrevistada considera las opciones de necesaria, atractiva turísticamente, e importante, la creación de un Parque Temático cuya línea argumental esté enfocada a promover y fortalecer los valores culturales e históricos de la Región Mirandina. Al 1,67% no le parece atractiva la idea de crear un parque temático con esa línea argumental, al 7,67% le parece necesario, al 12,00 % le parece atractiva para el turismo, y al 13,33% le parece importante.

Pregunta Nro. 11.- De los servicios prestados en algunos parques temáticos del país, cuál es el más importante?.

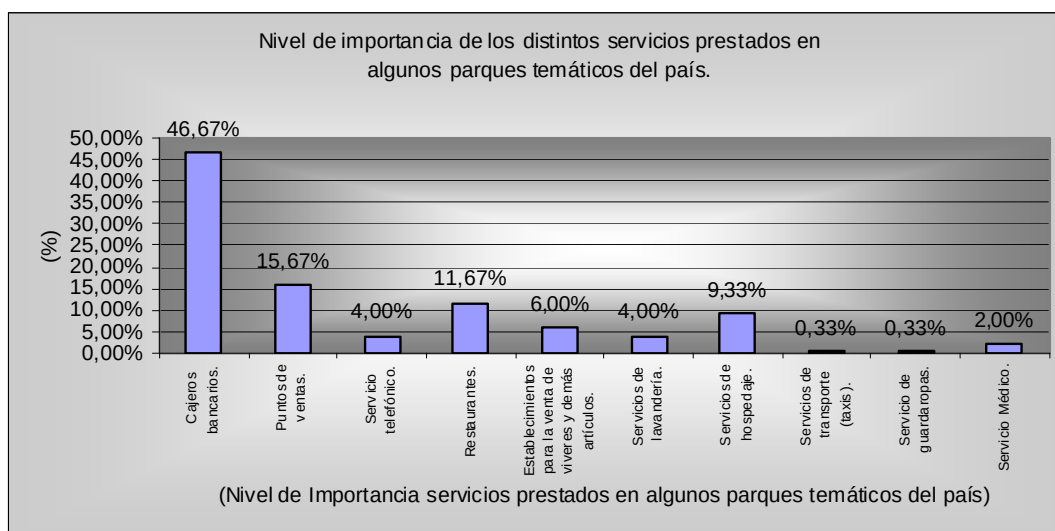


Gráfico 14. Nivel de Importancia de los distintos servicios prestados en algunos parques temáticos del país. Fuente: Autor, 2.009.

El 46,67% considera al servicio de cajeros bancarios, como el sub-servicio de mayor importancia entre los demás servicios ofrecidos en los parques temáticos, el 15,67% los puntos de venta, el 11,67% el servicio de restaurantes, el 9,33% el servicio de hospedaje, el 6% la existencia de establecimientos para la venta de víveres y demás artículos, 4% servicios de lavandería, 4% servicios telefónico, y el 2,00% se inclinó por Servicio Médico.

Pregunta Nro. 12.- Los Parque temáticos del país en cuanto a su promoción son:

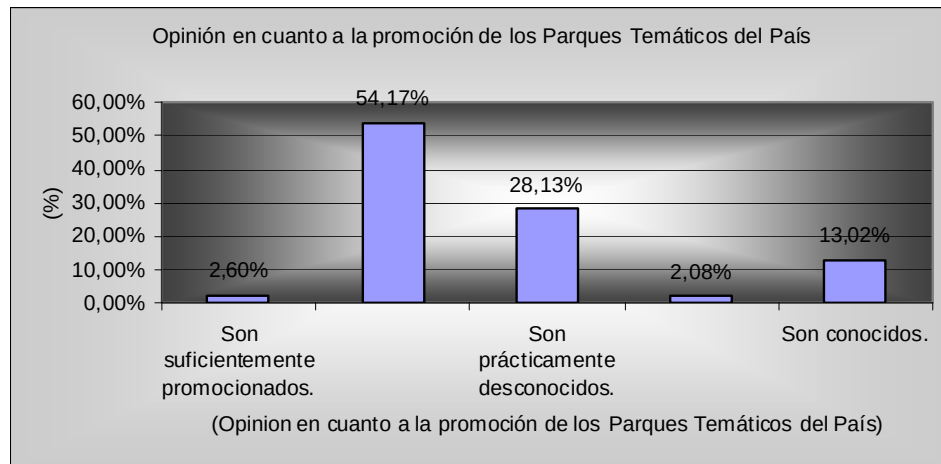


Gráfico 15. Opinión en cuanto a la promoción de los Parques Temáticos del País.
Fuente: Autor 2.009.

El 54,17% de la población total considera que los parques temáticos del país no cuentan con buena publicidad, el 20,13% opina que son prácticamente desconocidos, el 13,02% opina que son conocidos, apenas el 2,60% opina que son suficientemente promocionados y el 2,08% dice que son desconocidos.

En virtud a los resultados de la entrevista se hace necesario hacer una revisión de las estrategias comunicacionales a emplearse.

Es conveniente establecer un plan de las comunicaciones para hacer efectiva la promoción del parque temático, ya que no siempre se cuenta con recursos económicos suficientes para una adecuada campaña publicitaria, sin embargo, es posible, con suficiente creatividad e implementando estrategias comunicacionales y de mercadeo, mejorar esta situación, se puede observar que parques temáticos con muchos años de existencia se apoyan en la llamada publicidad boca a boca, la cual da excelentes resultados pero es imprescindible reforzar las estrategias operativas y de servicios prestados ya que debido a la intangibilidad del servicio, cualquier

falla operacional en la prestación del servicio podría afectar la imagen de la organización, corriéndose el riesgo de generarse una mala publicidad.

Pregunta Nro. 13.- Cómo es el desarrollo turístico en la Región de Río Chico en el Estado Miranda?

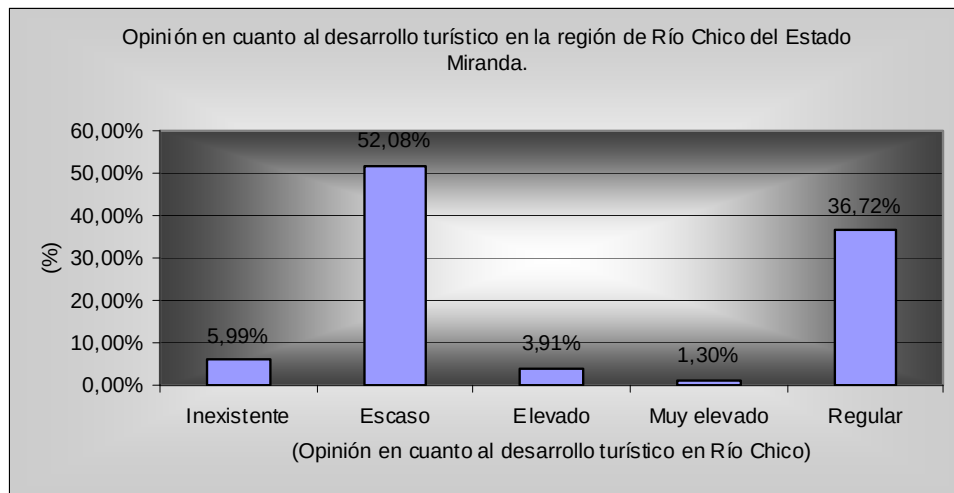


Gráfico 16. Opinión en cuanto al desarrollo turístico en la Región de Río Chico del Estado Miranda. Fuente: Autor, 2.009.

El 52,08% de la población total es de la opinión que el desarrollo turístico en la región de Río Chico del estado Miranda es escaso, y el 36,72% opina que es regular, mientras que un 5,99% opina que el desarrollo turístico en esa región mirandina es inexistente, un 3,91% opina que es elevado y apenas un 1,30% opina que es muy elevado.

Se puede inferir a partir de esta consulta, que la región de Río Chico del Estado Miranda, requiere de proyectos enfocados a fomentar el turismo. Un proyecto para la creación de un parque temático, podría contribuir con el desarrollo del turismo en esa zona mirandina, a fomentar el desarrollo endógeno, mediante la promoción de cooperativas con miras de un desarrollo social sostenible, e incentivar el desarrollo económico de esa población.

Pregunta Nro. 14.- En cuanto a los temas para la creación de un modelo de parque temático, es de su preferencia:

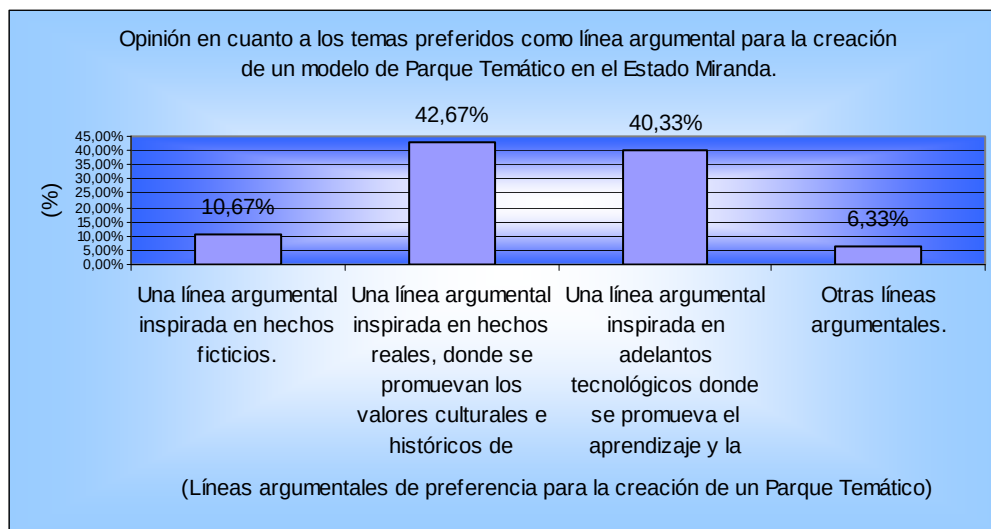


Gráfico 17. Opinión en cuanto a la preferencia por algunas líneas argumentales para la creación de un modelo de parque temático. Fuente: Autor, 2.009

La población total prefiere en un 42,67% una línea argumental inspirada en hechos reales, donde se promuevan los valores culturales e históricos de algunas regiones del país, el 40,33% se inclinó por una línea argumental inspirada en adelantos tecnológicos donde se promueva el aprendizaje y la investigación, el 10,67% prefiere una línea argumental inspirada en hechos ficticios, el 6,33% recomendó otra línea argumental.

Se observa que entre la primera opción “línea argumental inspirada en hechos reales” y la segunda opción “línea argumental inspirada en adelantos tecnológicos”, apenas hay un 0,34% de diferencia, lo que hace pensar en la posibilidad de considerar ambas tendencias en el diseño de la línea argumental.

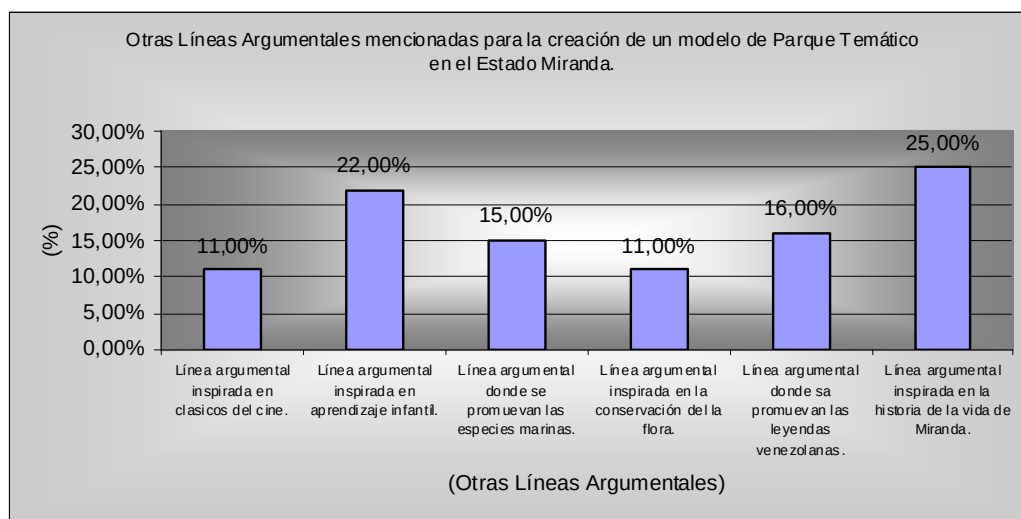


Gráfico 18. Otras líneas argumentales de preferencia entre la población entrevistada.
Fuente: Autor, 2.009

De las otras líneas argumentales propuestas por la población total destaca en un 25,00% una línea argumental inspirada en la historia de la vida de Miranda, el 22% línea argumental inspirada en el aprendizaje infantil, el 16% en leyendas venezolanas, 15% línea argumental donde de promuevan las especies marinas, 11% conservación de la flora y 11% línea argumental inspirada en los clásicos del cine. Llama la atención que la mayor tendencia indica una línea argumental inspirada en la vida de Miranda, prócer venezolano de cuyas vivencias se podrían tomar anécdotas y esos “hechos reales”, podrían ser utilizados para desarrollar una línea argumental donde se promuevan los valores culturales e históricos de la región del estado Miranda.

5.2 ANÁLISIS DE LAS 4P: PRODUCTO, PRECIOS, PROMOCIÓN Y PLAZA. BASADO EN EL ESTUDIO DE MERCADO (4 P).

Una vez analizados los resultados del estudio de mercado, es posible diseñar un modelo conceptual de parque temático, conforme a las expectativas de la población entrevistada, el resultado del análisis o el diseño

en si, constituye el producto total o servicio a ofrecer, otros aspectos necesarios de analizar y que se mostrarán a continuación lo constituyen el precio de la oferta existente, la promoción y la plaza.

5.2.1 Diseño conceptual del Parque Temático Miranda Tierra Mágica:

A continuación se expondrá la propuesta del diseño conceptual del Parque Temático Miranda Tierra Mágica, una vez recolectada la información necesaria mediante estudio de mercado y analizados sus resultados. Las gráficas que sirven de ilustración al texto que a continuación se expone, sirven de referenciales a la propuesta arquitectónica del parque.

- Sector 1: Entrada Principal:

Un castillo inspirado en las formas arquitectónicas predominantes de la colonia, será la entrada principal del parque, que llevará por nombre, **Miranda, Tierra Mágica**, imágenes al relieve de escenas importantes de la historia del prócer de la patria, embellecerán la fachada del castillo, y distintas versiones de la Bandera de Venezuela, desde la primera, traída al país por el prócer de la independencia Francisco de Miranda, hasta la actual bandera, ondearán en astas dispuestas en la parte superior del castillo, así como, banderas de distintos países visitados durante la vida de Sebastián Francisco de Miranda.



Figura 7. Castillo Nuevo de Manzanares el Real, Disponible en:
<http://alina73.files.wordpress.com/2007/12/castillo-panoramica-2b-pk.jpg> ,
 Recuperado el 15 de mayo 2.008

Distintas esculturas, inspiradas en próceres venezolanos y en el acervo cultural e histórico de regiones mirandinas, estarán dispuestas en jardines y fuentes que ambientarán la entrada, el estacionamiento, y demás zonas del parque.

Personajes con indumentarias propias de la época recibirán a los visitantes, para ambientar aún más el parque temático.



Figura 8, Indumentaria española siglo XIX,
 Disponible en:
<http://sevilla.vivelaciudad.es/images/2007/10/moda-XIX.jpg>, Recuperado el 15 de mayo
 2.009



Figura 9, Moda Europea siglo XIX,
 Disponible en:
http://prensa.ula.ve/images/NoticiasIMG/1833_colombeia.jpg, Recuperado el 15 de
 mayo 2.009

En el interior del castillo, estará dispuesta la venta de boletería, cajeros automáticos, teléfonos de alquiler, oficinas administrativas, y el centro de estrategias operacionales.

Al entrar al castillo, se entregará a los visitantes, folletos de ubicación de las distintas atracciones ofrecidas, puntos de seguridad y demás servicios.

En la parte alta del castillo se ofrecerán performance y obras teatrales inspiradas en la vida del prócer Francisco de Miranda, este espacio podrá ser utilizado inclusive, para ofrecer conciertos y reuniones corporativas.

Una de las recámaras del castillo expondrá permanente réplicas de objetos, pinturas y demás información relacionada con la vida del prócer Sebastián Francisco de Miranda.



Figura 10, Castillo Español, pasillos Hacia Recámaras, Disponible en: <http://www.ignorancia.org/es/index.php?page=Castillo>, Recuperado el 15 de mayo 2.009

Otra de las recámaras del castillo será ambientada con una figura, y mobiliario, en tamaño real, de Miranda en la Carraca, según lo describe en su obra pictórica Arturo Michelena, en este lugar los visitantes podrán tomarse fotos de época, como recuerdo de su visita al parque.



Figura 11, Miranda en la Carraca, Disponible en:
<http://www.gratisblog.com/weblogs/jcqt2223/MIRANDA%20EN%20LA%20CARRACA.jpg>,
 Recuperado el 15 de mayo 2.009.

En otro lugar del castillo, quien lo desee podrá obtener un pasaporte real, con su respectivo título de la nobleza y canjear efectivo por las monedas de circulación del parque.



Figura 12, Réplica de Monedas Españolas, Disponible en:
http://i5.ebayimg.com/03/i/000/cc/66/71da_1_sbl.JPG,
 Recuperado el 15 de mayo 2.009

- Sector 2 (Venecia):

Al salir del castillo nos toparemos con un lago artificial cuya ambientación será diseñada conforme a la Venecia que Miranda conoció y cuyo nombre sirvió de inspiración para darle el nombre a Venezuela.

Estas estructuras albergarán a turistas que deseen hospedarse en el parque, pero en su mayoría, serán sólo fachadas decorativas, algunos espacios se destinarán para la venta de souvenir, y artesanías.



Figura 13, Venecia del Siglo XIX, Disponible en:<http://images.encarta.msn.com/xrefmedia/sharemed/targets/images/pho/t054/T054817A.jpg>, Recuperado el 15 de mayo 2.009

Quienes lo deseen, podrán dar un paseo en góndolas, y si es de su preferencia, podrán hacer el recorrido a pie, hasta entrar a una de las estructuras donde se proyectarán imágenes inspiradas en la vida del precursor Francisco de Miranda y de su participación en la Revolución Francesa.



Figura 14, Venecia, Disponible en:<http://elmundo.es/fotoalbum/envios/3/7/26/5/1745/RpSCGsFugEQAAEJlhOo.jpg>, Recuperado el 15 de mayo 2.009.

- Sector 3 Zona Arqueológica:

Al final del recorrido por el sector "Venecia", el público que se dirige a pie, si lo desea podrá entrar a una cueva, cuya alegoría estará inspirada en

las cuevas del Estado Miranda, entre ellas las Cuevas del Indio, Cueva Alfredo Jhan, y las Cuevas de Guanasna.

En el interior de la cueva, se dará información acerca de este atractivo natural del estado Miranda, mediante galerías de fotos, animales disecados, y descripciones escritas.

Igualmente, se dará a conocer la leyenda del "Encanto de Mauricio", la cual es autóctona de la región de Ocumare del Tuy.



Figura 15, Cueva Alfredo Jhan, Disponible en:
<http://www.araira.org/excursiones/alfredojahn/jahngaleria2.jpg>,
Recuperado el 15 de mayo 2.009.

Al llegar a una de las recámaras de la cueva, el público asistente tendrá la opción de hacer una expedición, escalar y hasta introducirse por túneles subterráneos, cuyo paradero les guiará a una parte superficial del parque, desde dónde podrán descender a rapel hasta la zona indígena, y si lo desean podrán darse un buen chapuzón al lanzarse al agua.



Figura 16, Escalada, Cueva del Indio, Edo Miranda, Disponible en:
http://www.viajesestudiantiles.com/universitario/escalada/images/PIC_0021.JPG,
Recuperado el 15 de mayo 2.009

Si el público no se aventura a indagar el contenido de la recámara anterior, tendrá la opción de abordar una atracción mecánica tipo montaña rusa, la cual tendrá espacios cerrados, para la proyección de videos que aumentará la adrenalina de los presentes; de esta manera, el público paseará por distintos lugares del estado Miranda, caerá intempestivamente en abismos, cataratas, y podrá visualizar gran parte de nuestra geografía, flora, y fauna salvaje.



Figura 17, Montaña Rusa, Parque Costa Argentina, Disponible en:
<http://www.hostnewstraveller.com.ar/images/parquecostavigia.gif>,
Recuperado el 15 de mayo 2.009.

El público que va en góndola atravesará formaciones rocosas que darán la sensación de entrada a una gruta, cuyo destino será un territorio selvático virgen, inspirado en la Venezuela de nuestros indígenas.



Figura 18, Cuevas Subterráneas, Disponible en:
http://www.zenzi.org/Images/Photos/RepDom/Dom08_big.jpg, Recuperado el 15 de mayo 2.009

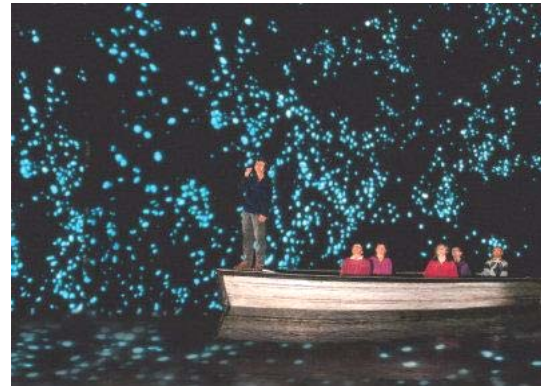


Figura 19, Paseo dentro de la cueva, Disponible en:
<http://www.humoraquoso.com/images/Waitomo1.jpg>, Recuperado el 15 de mayo 2.009

Durante este paseo se podrán observar réplicas de la flora y fauna venezolana, una de esas formaciones rocosas, permitirá una fuerte caída de agua, propicia para la práctica de escaladas y el descenso a rapel.

- Sector 4: Zona indígena (Nuestros aborígenes):

El público que decidió hacer el recorrido a pie, arribará a esta zona mediante descenso a rapel, una vez atravesada las grutas, o mediante camino diseñado para tal fin. Sin embargo, el público que se aventuró por el viaje en la montaña rusa, llegará directamente a la zona indígena.

Los visitantes que pasean en góndolas, llegarán a un muelle, dónde se visualizará la formación rocosa para la práctica del deporte de escalada, chozas, palafitos y la convergencia de las distintas atracciones de la zona.

En las chozas ubicadas al frente de la laguna se desarrollan distintas actividades, exposiciones de artesanías, venta de comida típica, como sancochos, casabe, pescado etc.



Figura 20, Piscinas Exóticas, Disponible en:
<http://www.iberostar.com/Hotel/h69/img20050314-2448.jpg>,
Recuperado el 15 de mayo 2.009.

Los lugares destinados para el disfrute de las piscinas, ubicadas alrededor de esta, contarán con estructuras para tomar sol, descansar y colgar hamacas.

Las personas que laborarán en la zona indígena, usarán trajes alegóricos, y asumirán actitudes para el desarrollo de performances, y espectáculos teatrales, inspirados en la colonización.

Por otra parte, figuras de indios de tribus conocidas como Los Teques, y otros indios como Guaicaipuro, y María Lionza, servirán de monumentos que harán aún más vistoso el área de la piscina, y contribuirán con la enseñanza del acervo histórico y cultural de la región Mirandina. Las

esfinges estarán dispuestas en el área de la piscina como atractivos de recreación (Toboganes de agua, Fuentes etc.).

La piscina de la zona indígena estará ubicada al lado del lago artificial, lo cual dará la sensación óptica de amplitud, y de selva tropical.



Figura 21, Escultura María Lionza,
Disponible en:

<http://www.guaquira.com/sitebuilder/images/UNEYMariaLionza-389x600.jpg>,
Recuperado el 15 de mayo 2.009



Figura 22, Escultura Indio Chacao,
Disponible en

<http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/b/b8/IndigenaFusa.JPG/200px-IndigenaFusa.JPG>,
Recuperado el 15 de mayo 2.009

Una figura gigantesca del Indio Teques, será uno de los atractivos del área de la piscina, ya que la misma será convertida en tobogán de agua, al igual que la figura de otros indios, entre ellos, el Indio Chacao, y Guaicaipuro. María Lionza dejará brotar chorros de agua desde sus manos para refrescar a los presentes, al igual que lo hará su Danta.

Al hacer el recorrido por la zona indígena, el público asistente podrá degustar comidas y bebidas típicas de nuestros indígenas, obtener

información relevante de nuestros antepasados, adquirir bisuterías, y demás souvenir, además de dar un paseo a caballo.

- Sector 5: Nuestras creencias:

Se destina éste sector como tributo a las creencias y costumbres religiosas, del Estado Miranda, la fachada de la iglesia del pueblo de Yare, será la entrada de este sector del parque. La parte interior, servirá de galería fotográfica, cuya leyenda dará a conocer información relevante de los distintos sectores del estado Miranda, una vez visitada la galería, las fauces de un Diablo de Yare le dará la bienvenida a la exposición permanente de máscaras, e indumentarias, así como información relacionada con esta tradición, de interés mundial.

En este sector el público podrá adquirir máscaras y recuerdos relacionados con esta tradición.



Figura 23, Diablos Danzantes de Yare, Disponible en: <http://www.guatire.com/images/noticias/encuentrodiablos2004.gif>, Recuperado el 15 de mayo 2.009

Además, jardines llenos del verdor característico de la ecología mirandina, servirán de escenario natural a distintas especies animales que en conjunto conformarán un zoológico de contacto para los más pequeños. Los jardines conducirán a un sector donde se hará alegoría a las costumbres religiosas y al acervo cultural.



Figura 24, Zoológico de Contacto, Disponible en:<http://www.zoobaq.org/servicios/pageimages/contacto4.jpg>, Recuperado el 15 de mayo 2.009

En esta zona, los actores del parque, podrán representar performances diversos, alegóricos al politeísmo religioso de la región.

Un camino elevado, nos conducirá al santuario de las Vírgenes Betania, y Coromoto, en este lugar se dará información relacionada con sus historias, veneración, y milagros.



Figura 25, Santuario Virgen de Betania, Disponible en:<http://www.venezuelatuya.com/religion/betania/betaniadecerca.jpg>, Recuperado el 15 de mayo 2.009.

Desde esta elevación el público asistente podrá visualizar la cabecera del río artificial, desde allí, podrán deslizarse en balsas, conducidas por la corriente del río. El público podrá descansar a orillas del río artificial, haciendo alegoría al río Tuy, y lanzarse en balsa cuantas veces lo desee.

- Sector 6: Nuestra mayor cosecha "El Cacao y nuestra gente "

En este sector se dará información referente al cultivo del cacao, y los productos que se derivan de esta planta, allí podrán obtener productos extraídos del cacao, como bebidas achocolatadas, chocolate en barra, bombones y hasta vino.

Los pequeños podrán entrar en la aldea del chocolate, dentro de ella podrán adquirir todo tipo de golosinas elaboradas a base de chocolate, y disfrutar de atracciones inspiradas en el cultivo del cacao y sus productos derivados.



Figura 26, Productos hechos con Cacao Venezolano, Disponible en:
http://byfiles.storage.msn.com/y1pKkqaLa6kXeBYSoc-bGBiYMk69AcKv1TJA684X-vGEnG-kt5sYrh5Vs_cigZJzX8p,
 Recuperado el 15 de mayo 2.009.



Figura 27, Masajes con Chocolate, Disponible en:
<http://www.mydays.es/gallery/603b2083-24a9-d534-f902-ca68ab7cda89/chocolate-masaje.jpg>,
 Recuperado el 15 de mayo 2.009

Una de las chozas, será la atracción para los adultos donde podrán recibir infusiones, masajes reductivos, y masajes antiestrés utilizando entre otras cosas, la terapia del chocolate.

En distintos sectores, un grupo de jóvenes afrodescendientes, alegrarán el lugar con su toque de tambor y darán clases de baile, a los visitantes que así lo deseen.



Figura 28, Tambores de San Juan, Disponible en:
<http://www.venezuelanalysis.com/images/2006/07/tambores-2.jpg>,
 Recuperado el 15 de mayo 2.009.

- Sector 7: El eterno viaje de Miranda.



Figura 29, Arco del Triunfo, Disponible en:
<http://snap3.uas.mx/RECURSO1/Diapositivas/HISTORIA%20DEL%20ARTE%20MUNDIAL%20I%20Y%20II/599.Arco%20del%20Triunfo.Chalgr.jpg>,
 Recuperado el 15 de mayo 2.009.

Una réplica del arco del triunfo, será la entrada a un camino decorado con jardines y fachadas inspiradas en algunos lugares visitados por el precursor, Francia, Perú, Rusia etc., hasta llegar a un puerto donde zarpó por última vez el barco de precursor, en este lugar, el público podrá apreciar distintas especies de peces, refrescarse, y disfrutar de fiestas durante la noche, desde allí se tendrá acceso a la playa, la cual contará con chozas para descansar y tomar el sol.



Figura 30, Restaurante Discoteca Santísima Trinidad, Disponible en:
http://www.eltrinidad.es/sesiones_web/galeria.php,
 Recuperado el 15 de mayo 2.009



Figura 31, Restaurante Discoteca Santísima Trinidad, Disponible en:
http://www.eltrinidad.es/sesiones_web/galeria.php, Recuperado el 15 de mayo 2.009



Figura 32, Restaurante Discoteca Santísima Trinidad, Disponible en:
http://www.eltrinidad.es/sesiones_web/galeria.php,
 Recuperado el 15 de mayo 2.009



Figura 33, Restaurante Discoteca Santísima Trinidad, Disponible en:
http://www.eltrinidad.es/sesiones_web/galeria.php, Recuperado el 15 de mayo 2.009

La playa estará dotada de tiendas, se construirá un malecón para mayor seguridad, y se dispondrán kioscos diseñados con la temática del parque.



Figura 34, Churuatas orilla de playa,
Disponible en: <http://www.cantv.net/images/redes/resenas/136821.jpg>,
Recuperado el 15 de mayo 2.009

5.2.2 Análisis de Precios:

A objeto de tener una idea de los precios existentes por concepto de servicios turísticos ofrecidos en la zona de Río Chico del Estado Miranda, específicamente servicios de hotelería y hospedaje, se consultaron dichos precios y los mismos se muestran a continuación:

Tabla 13. *Tarifas por Concepto de Servicios de Hospedaje en el Municipio Páez, Parroquia Río Chico del Estado Miranda*

		TARIFAS EN BOLIVARES FUERTES.			
		Hab. Matrimonial		Grupos de 6 y más personas.	
Fondo de Comercio.	Tipo de Servicio	Noche	Fin de Semana	Noche	Fin de Semana
POSADA ECOTURISTICA CANAL AZUL	POSADAS	135	260	270	550
POSADA CENTURY	POSADAS	120	240	260	520
VILLA DEL RIO	CLUB.	0	0	0	600
CLUB VILLA IPASMAR	CLUB.	0	0	178	534
OLAS RESORT	HOTEL	600	1200	1200	2400
LA WAIKA	POSADAS	70	140	120	240
NAUTICA NEPTUNO	HOSPEDAJE	0	0	300	600
PLAYA PARAISO	HOTEL	250	500	500	1000
ISKMAR	HOTEL	250	500	500	1000

Fuente: Autor, 2.009

En vista de que el modelo de parque temático diseñado mediante el presente estudio, cuenta con otros servicios, distinto del hospedaje, lo que hace que el mismo no tenga competencia dentro de la zona de Río Chico, por cuanto no existen recintos con las características iguales o similares al Parque Temático Miranda Tierra Mágica, se procedió a indagar los precios de otros Parques Temáticos del estado Miranda y de aquellos parques Temáticos del País más conocidos entre la población entrevistada.

A continuación se presenta la información recaudada:

Tabla 14: *Servicios de Hospedaje en Parques Temáticos*

Parque	Tipo de Hab.	Diario	Fin de Semana	Estado.
Ciudad Picapiedras	Cabañas (2 Personas)	250,00	500,00	Miranda
	Cabañas (4 Personas)	320,00	640,00	
	Cabañas (6 Personas)	410,00	820,00	
	Cabañas (8 Personas)	520,00	1.040,00	
	Cabañas (10 Personas)	650,00	1.300,00	
	Cabañas (16 Personas)	780,00	1.560,00	
	Cabañas (26 Personas)	1.480,00	2.960,00	
Mundo Binario	No presta Servicio	0,00	0,00	Carabobo
Dunas	No presta Servicio	0,00	0,00	
Musipan	No presta Servicio	0,00	0,00	Nueva Esparta
Venezuela de Antier	No presta Servicio	0,00	0,00	Mérida
Los Aleros	No presta Servicio	0,00	0,00	
La Montaña de Los Sueños	No presta Servicio	0,00	0,00	

Fuente: Autor, 2.009

El único parque temático existente en el estado Miranda que ofrece servicio de hospedaje es el parque Ciudad Picapiedras ubicado en Ocumare del Tuy, el mismo ofrece distintos tipos de cabañas cuyo diseño está inspirado en la edad de piedra conforme a la temática del parque.

En cuanto a las tarifas de entrada a los parques temáticos, las mismas pueden variar conforme al tipo de atracción que se ofrezcan y sus respectivas promociones, tal es el caso del parque Dunas ubicado en el estado Carabobo el cual tiene una parte de atracciones mecánicas, aptas para el disfrute de toda la familia, animado por muñecos que emulan los cuentos de del parque *Disney*, una zona acuática dotada de piscinas y toboganes de agua, y otra zona de hielo propicia para el patinaje.

A continuación se muestra las diferentes tarifas de entrada a los parques temáticos mas conocidos entre la población entrevistada.

Tabla 15. Tarifas Parques Temáticos

PARQUE	NIÑO	ADULTOS	ADULTOS MAYORES	DIAS DE FUNCIONAMIENTO Y HORARIOS	ESTADO
Ciudad Picapiedras	35	35	35	De lunes a domingo 365 días del año. (9:00 a.m. a 6:00 p.m.)	Miranda.
Mundo Binario	20	23	23	Miércoles a viernes (8:45 a 7:00 p.m) Sábado y domingo (12:00 a 7:00 p.m.).	Carabobo.
Musipan.	50	60	50		Nueva Esparta.
Dunas (Entrada General).	65	65	0	Sábado de 11:00 a.m. a 7:00 p.m Domingo de 10:00 a.m. a 7:00 p.m.	Carabobo
Promoción: Representantes (Padre y Madre).		20		Temporadas altas: Sábado de 11:00 a.m. a 7:00 p.m Domingo de 10:00 a.m. a 7:00 p.m.	
Recargo Aquacity.	25	25	25		
Recargo:					
Bajo Cero	2	2	2		
Simuladores 3D.	4	4	4		
Venezuela de Antier.	60	70	60	De 9:00 a.m. a 7:00 p.m.	Mérida
Los Aleros	60	70	60	De 9:00 a.m. a 7:00 p.m.	Mérida
La Montaña de los sueños.	60	70	60	De 5:00 p.m. a 12:00 a.m.	Mérida

Fuente: Autor, 2.009

5.2.3 Análisis de la Plaza:

La Parroquia Río Chico del Estado Miranda, cuenta con playas a mar abierto, una laguna con manglar donde se pueden observar distintas especies de aves, clima agradable, se practica la pesca artesanal, se llega tanto en carro particular como en transporte público, para el análisis de la plaza a continuación se presenta matriz de debilidades, fortalezas y amenazas (Matriz DOFA):

**Tabla 16: Matriz de Debilidades, Fortalezas y Amenazas de la Plaza
(Región de Río Chico del Estado Miranda).**

Debilidades.	Oportunidades.	Fortalezas.	Amenazas.
D1. No todas las infraestructuras existentes en Río Chico para albergar al turista le ofrecen a los mismos suficientes servicios conexos, como por ejemplo, cajeros, puntos de venta, restaurantes, discotecas etc. D2. Los turistas deben trasladarse de un lugar a otro en búsqueda de distracción y servicios conexos. D3. La mayoría de la población entrevistada 60,80% considera que son insuficientes los sub-servicios ofrecidos en los parques temáticos del país. D4. Muchos de los centros turísticos existentes en Río Chico no cuentan tan siquiera con puntos de venta, y el 46,67% de la población entrevistada considera que el servicio de cajeros automáticos es el de mayor importancia. D5. Existe un lugar accesible cerca de la playa cuyas infraestructuras estuvieron diseñadas para albergar turistas y la misma se encuentra en estado de abandono. D6. El estado Miranda, se ubicó en el segundo semestre del año 2.007 en el tercer estado con mayor pobreza a nivel nacional, según datos recolectados por el Instituto Nacional de Estadística (2.007). D7. El 52,04% de la población entrevistada opina que el desarrollo turístico de la región de Río Chico es escaso. D8. No existe un parque temático donde se promuevan la cultura y los valores regionalistas del Estado Miranda. D9. El único parque temático del estado Miranda existente tiene una línea argumental inspirada en la era prehistórica. D10. El estado Carabobo, específicamente la ciudad de Valencia, posee un parque temático con atracciones mecánicas, y acuáticas, sin embargo, no ofrecen el servicio de hospedaje.	O.1 Construir un recinto donde se le pueda ofrecer al turista distintos servicios, tanto de alojamiento como de distracción y esparcimiento. O.2 Reacondicionar el espacio sub-utilizado para brindar servicios e infraestructuras al turista que visita la región de Río Chico. O.3 Fomentar el cooperativismo. O.4 Generar nuevas fuentes de empleo. O.5 Promover el turismo. O.6 Desarrollar un modelo conceptual de Parque Temático donde se promueva la cultura y los valores regionalistas del Estado Miranda, donde además se ofrezcan otros sub-servicios adicionales al servicio de hospedaje.	F1. Río Chico tiene características naturales atrayentes al turismo, como sus playas, clima, vegetación fauna, etc. F2. El estado Venezolano tiene como política, el otorgamiento de créditos para fomentar el desarrollo económico a través de proyectos turísticos en esa región. F3. El estado Venezolano tiene como política, el apoyo al cooperativismo, como una manera de fomentar el desarrollo sustentable de la población venezolana. F4. La desarrollo del turismo en la región de Río Chico del Estado Miranda tiene un gran potencial, tanto por sus condiciones ambientales, como por su cultura y acervo cultural de interés mundial. F5. El estado Miranda tiene un acervo cultural que ha despertado el interés mundial. F6. La mayoría de la población entrevistada (42,67%), prefiere el desarrollo de una línea argumental inspirada en hechos reales donde se promuevan los valores culturales e históricos de algunas regiones del país para el diseño conceptual de un modelo de parque temático.	A1. Se corre el riesgo de contaminación ambiental por desechos arrojados a orillas de la playa y la construcción de quioscos de metal, los cuales se deterioran con el salitre y aparte de contrastar con la belleza del paisaje, pueden constituirse en foco de contaminación ambiental. A2. Aun cuando Río Chico cuenta con características ambientales atrayentes al turismo, si no se cuenta con infraestructuras adecuadas, se corre el riesgo que la afluencia de turistas se disperse hacia otros destinos. A3. Desaprovechar la oportunidad de negocio. A4. De no promoverse el desarrollo sustentable de las distintas regiones del país, se continuaría siendo dependientes de otros países no se generarían nuevos empleos lo cual contribuiría con la pobreza de la región. A5. De no desarrollarse el turismo en la Región de Río Chico del Estado Miranda, se estaría perdiendo la oportunidad de desarrollar la economía, y el desarrollo sustentable esperado por el gobierno nacional. A6. De no promover el acervo cultural e histórico, con el tiempo se olvidan para abrir paso a la transculturización.

Fuente: Autor, 2.009

Del análisis del cuadro anterior donde se reflejan las debilidades, oportunidades, las fortalezas y las amenazas existentes en la región de Río Chico del Estado Miranda, se desprenden las siguientes estrategias:

- E1:** (A1, F2, D5, O5) Elaborar un proyecto destinado a mejorar las condiciones ambientales, infraestructuras existentes y espacios disponibles para mejorar el servicio ofrecido al turista.
- E2:** (A2, F2, D1, O1) Estudiar la factibilidad de construcción de un recinto donde se le pueda ofrecer al turista servicios destinados a brindarle comodidad, seguridad, y satisfacción durante su estadía en la región de Río Chico del estado Miranda.
- E3:** (A3, F3, D6, O3) Conformar cooperativas de prestación de servicios al turista.
- E4:** (A1, F1, D7, O6) Desarrollar un estudio de factibilidad para el desarrollo de un proyecto de parque temático, donde se promueva la cultura y los valores regionalistas del estado Miranda, con suficientes servicios conexos destinados a ofrecer confort, seguridad y satisfacción.
- E5:** (D3, F4, A2, O5) Establecer términos de calidad para la prestación de servicios y ejercer el control de los mismos para brindar la mayor satisfacción posible.
- E6:** (D5, F2, A2, O6) Efectuar el estudio de factibilidad para la construcción de un modelo de parque temático.

5.2.4 Análisis de Segmentación del Mercado:

El Parque temático Miranda Tierra Mágica, está dirigido al disfrute de toda la familia, sus atracciones fueron diseñadas para el disfrute de:

- Niños, jóvenes y adolescentes (ambos sexos), en edades comprendidas de 0 años a 5 años, de 6 años a 12 años y de 13 años a 18 años respectivamente.
- Adultos ambos sexos a partir de 18 años en adelante.

Para efectos del cobro de las entradas, se considerarán niños todo aquel en edad comprendida entre 4 y 12 años, adultos de 12 años en adelante y adulto mayor o de tercera edad las personas mayores de 60 años en adelante.

5.2.5 Competidores y Cuantificación de la Oferta:

El estado Miranda apenas cuenta con un parque temático de tipo acuático, (Ciudad Picapiedras), ubicado en la Colonia Mendoza de Ocumare del Tuy, cuya ambientación está inspirada en la época de la prehistoria, el mismo, cuenta con piscinas tipo estanques, toboganes de agua, restaurantes, cabañas para albergar distintos grupos de personas, servicio médico, y teléfonos de alquiler. No posee cajeros automáticos, el servicio médico funciona hasta las 6:00 p.m., al igual que el servicio de taxis, los toboganes son elaborados de cemento, no existen playas cercanas por lo cual el atractivo del parque se resume al uso de las piscinas y a su ambientación.

En la zona de Río Chico no existe un recinto con las características de un parque temático como tal, solo existen hoteles, clubes y posadas, con piscinas, áreas recreacionales y de fácil acceso a la playa.

Los parques temáticos más cercanos los conseguimos en el estado Carabobo, específicamente en la ciudad de Valencia, pudiendo mencionar Mundo Binario, y el Parque Dunas, de tipo tecnológico, y el otro con temáticas variadas.

Ninguno de los dos parques mencionados con anterioridad presta servicio de hospedaje, ni funcionan los 365 días del año como lo hace Ciudad Picapiedras, el más costoso de todos, y quizás el más completo en cuanto a diversión se refiere es el parque Dunas, el cual ofrece atracciones mecánicas, de hielo, acuáticas y educativas.

También se pueden mencionar los otros parques más conocidos entre la población entrevistada, Venezuela de Antier, Los Aleros, y La montaña de los sueños todos de tipo ambientalista.

5.2.6 Demanda:

Una parte de la demanda puede estar constituida por los turistas internos que se desplazan a Río Chico, según datos suministrados por el Ministerio del Poder Popular para el Turismo 2.008, el promedio de turistas entre los años 2.005 y 2.007 fue de aproximadamente 2.332.610 turistas internos.

Esta demanda se puede estratificar de la siguiente manera:

Hombres:

Mayores de 16 años 971.210

Menores o igual a 15 años 140.268

Mujeres:

Mayores de 16 años 10.66.151

Menores o igual a 15 años 153.981

5.3 ESTUDIO TÉCNICO:

5.3.1 Localización del Proyecto:

El Proyecto para la creación del Parque Temático Miranda Tierra Mágica está concebido para ser construido en un terreno cercano a la Playa Copey de Río Chico donde funcionaba anteriormente un Club, cuya infraestructura se encuentra en estado de abandono, a continuación se presentan imágenes del lugar.



Figura 35. Infraestructuras existentes terreno en estado de abandono, sector Playa Copey Río Chico – Estado Miranda, Fuente: Autor, 2.009

5.3.2 Infraestructura de Servicios:

En la actualidad solo existe en el terreno infraestructuras en estado de abandono, siendo necesario remover todo lo existente y comenzar la construcción de nuevas estructuras, el terreno cuenta con agua, luz y vialidad, y es de fácil acceso, allí se puede llegar en transporte público y privado.

A continuación se muestra croquis de la infraestructura existente y medidas:



Figura 36, Croquis de ubicación terreno e infraestructuras, Fuente: Autor, 2.009

5.3.3 Tecnología a Utilizarse:

El Parque temático requiere la instalación de Plantas Eléctricas para la producción de la energía necesaria en todo el parque, además de la energía requerida para el funcionamiento de las atracciones mecánicas, se requiere instalar Bombas de Tratamiento de Agua, Bombas para surtir a todo el parque de agua potable.

En cuanto a las Atracciones Mecánicas:

Simulador 3D (Montaña Rusa, de la cueva), y Animales Mecánicos (Robots), que ambientarán el recorrido, se estima utilizar la tecnología de Tierra Increíble C.A., empresa especializada en la construcción de robots, controlados por computadoras, atracciones mecánicas, y simuladores en 3D. Esta empresa es famosa en el país por el diseño de atracciones en varios parques temáticos entre ellos, el parque Dunas. Adicionalmente se contará con el diseño de atracciones infantiles, y toboganes, utilizando para ello la tecnología ofertada por la empresa Parques Mecánicos Hermanos Roldan C.A., empresa que diseña atracciones mecánicas, como por ejemplo, trenes montañas rusas, y todo lo relacionado con los parques de diversiones, esta empresa esta ubicada en El Alto de Soapire, Municipio Paz Castillo, Valles del Tuy estado Miranda.

5.3.4 Proceso de Operación – Prestación del Servicio (Recorrido del Parque):

El parque temático Miranda Tierra Mágica, prestará servicio de hospedaje a quien desee pernotar en sus instalaciones, así como atracciones destinadas al sano esparcimiento aptas para el disfrute de toda la familia, y sub-servicios, para hacer mas placentera la estadía dentro de

sus instalaciones, a continuación se presenta flujograma del recorrido del parque:

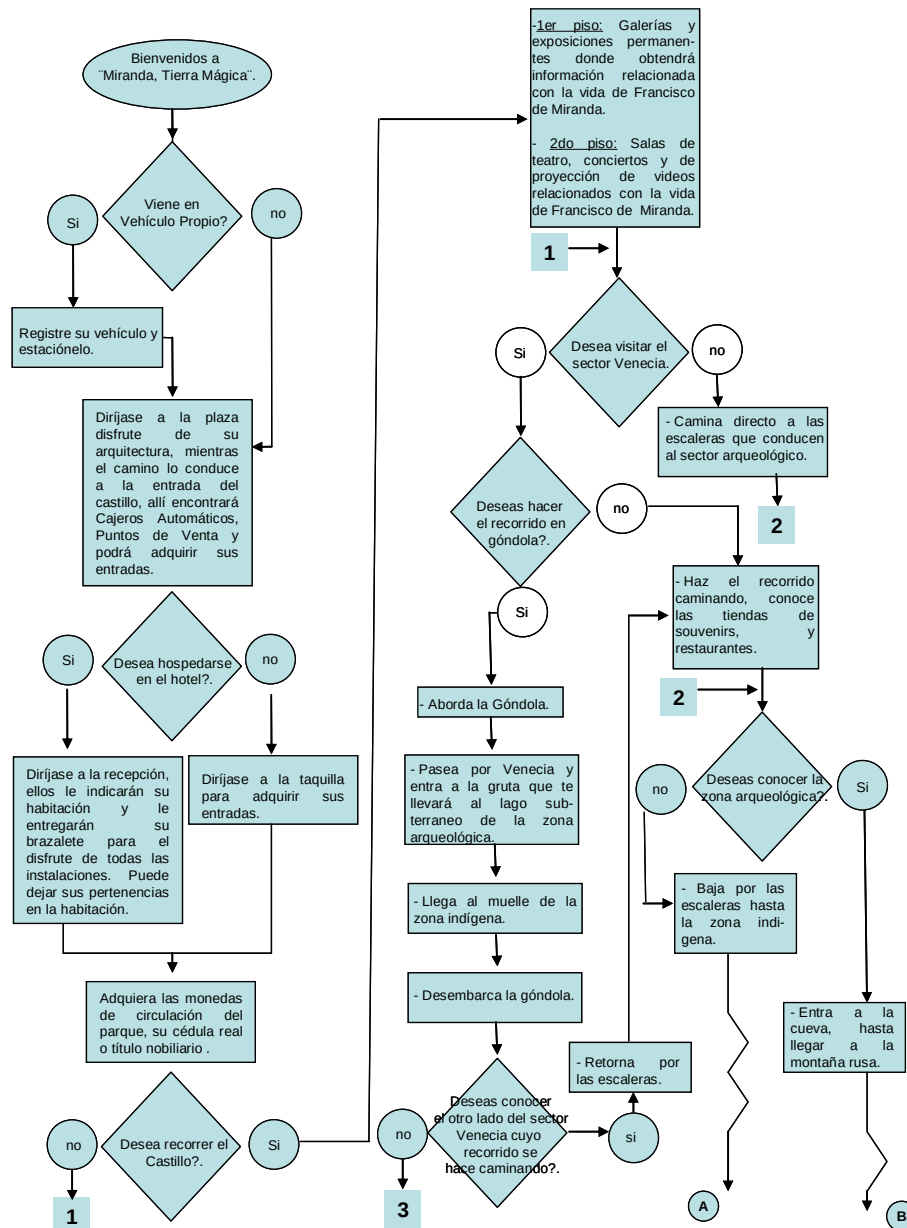


Figura 37, Flujograma de Recorrido del Parque Miranda Tierra Mágica (1),
Fuente: Autor, 2.009

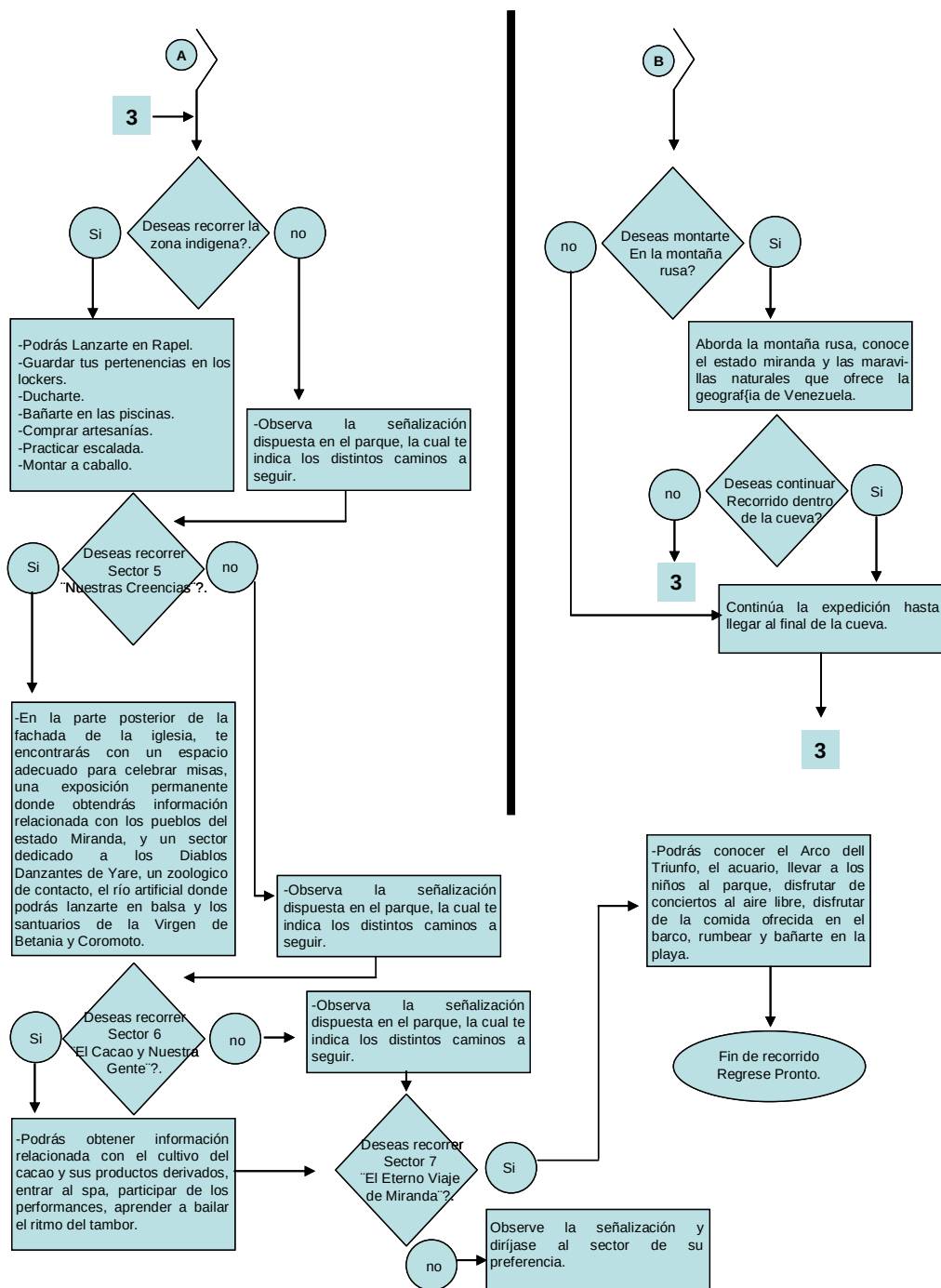


Figura 38, Flujograma de Recorrido del Parque Miranda Tierra Mágica (2),
Fuente: Autor, 2.009

5.3.5 Control de Calidad:

En virtud a la intangibilidad de los servicios es necesario ejercer un control y una supervisión constante de cada uno de los procesos, cualquier error por insignificante que pareciera, podría traer como consecuencia la insatisfacción de los visitantes y huéspedes del parque, generándose una opinión negativa en cuanto al servicio prestado, a continuación se exponen algunos términos que servirán de guía para el control de calidad:

- Hospedaje: Habitaciones confortables, bien decoradas, climatizadas, limpias, con servicio de mucama, teléfono, equipadas con televisor a control remoto, cable, nevera, agua caliente, combo de productos de uso personal, cepillos de dientes, jabones, toallas, batas de baño, etc.
- Lavandería: Con personal adiestrado para el cuidado de prendas de vestir y lencería, con servicio express de planchado, y costura.
- Restaurante: Espacio acogedor, limpio, climatizado, bien decorado, con ambiente musical, donde se ofrezcan especialidades del mar, y comida venezolana, dirigido por un chef, con mesoneros atentos y educados.
- Discoteca: Amplios espacios para bailar, con aire acondicionado, decorada conforme a la temática del parque, amenizada con música agradable, atendida por mesoneros cuya actitud, servicio y vestuario se mezclen con la temática del parque, creando una atmósfera especial para ofrecer performance que invitan a los noctámbulos a vivir la fantasía de

estar en un lugar lejano en una época remota. Allí se podrá disfrutar de distintas bebidas a gusto de los presentes.

- Atracciones mecánicas: Todas las atracciones mecánicas, deben ofrecer seguridad, diseñadas especialmente conforme a la temática del parque, y las mismas deben estar siempre operativas.
- Infraestructuras: Limpias, confortables, bien mantenidas, iluminadas, con plantas eléctricas que garanticen la energía eléctrica, tanques de agua y bombas operativas que garanticen su distribución, áreas bien pintadas, operativas, y fumigadas oportunamente para evitar epidemias y proliferación insectos y animales rastreros.
- Jardines: Los distintos jardines deben ser mantenidos constantemente, ellos sirven de ornamento a la arquitectura del parque.
- Acuario: Las especies que se expongan allí deben estar siempre cuidadas, las mismas deben representar la variedad de especies marinas del estado Miranda y Venezuela, allí se conseguirá información detallada de las distintas especies.
- Piscinas: Amplias, con atracciones aptas para todas las edades, como toboganes de agua, fuentes, cascadas, y bar acuático, seguras, bien mantenidas, con servicio de salvavidas, espacios para tomar el sol y servicio de restaurante.

- Zoológico de contacto: Animales aseados, bien alimentados, dóciles para mantener contactos con los niños, en un ambiente agradable.
- Museos y exposiciones: Ambientes confortables, higiénicos, dotados de personal guía e instructores para orientar a los visitantes sobre las distintas exposiciones.
- Caballeriza: Espacio seguro, caballos bien cuidados, aseados y dóciles aptos para la monta de los visitantes.
- Instructores y Guías: Personal calificado dispuesto a orientar a los visitantes en materia de historia, en el acervo cultural e histórico del estado Miranda así como en las distintas actividades que se desarrollen en el parque .
- Spa y Gimnasio: Dotado de máquinas especiales para hacer ejercicio, duchas, servicio de masaje y sauna, atendido por instructores con conocimiento en técnicas deportivas y masajes.
- Tiendas de souvenirs: Todas decoradas al estilo del parque con personal amable, vestido y con actitud conforme a la temática del parque, si está en la zona indígena deberá vestir y asumir actitud de indígena o vestir como un ciudadano del siglo XIX.
- Enfermería: Dotado de personal calificado, muebles e infraestructuras aptas para el servicio médico, climatizado y con equipos para los primeros auxilios.
- Cajeros y puntos de venta: Operativos, disponibles las horas de funcionamiento del parque, ubicados en sitios estratégicos.

El control de calidad estará bajo la responsabilidad del equipo de Control de Gestión y Calidad adscrito a la Gerencia de Planificación y Presupuesto, ya que esta gerencia será la encargada de planear los procesos para la prestación del servicio (hospedaje, seguridad, higiene, mantenimiento, etc), adoptando en su debida oportunidad las mejores prácticas, conforme a las experiencias propias, así como, las experiencias de otros lugares de esparcimiento y recreación, ésta gerencia mantendrá contacto con los visitantes del parque, y mediante encuestas y buzones de sugerencias, se recaudará la información necesaria para optimizar progresivamente el servicio.

5.3.6 Volumen de Ocupación:

El volumen de ocupación que se espera en el Parque Temático “Miranda Tierra Mágica”, está dividido en personal técnico, administrativo y obrero, el personal técnico está constituido por profesionales calificados y especialistas en distintas áreas, el personal administrativo conformado por aquellos empleados que ejecutan labores de apoyo de índole administrativo y el personal obrero encargado de la ejecución del mantenimiento, vigilancia y reparaciones menores del parque.

5.3.6.1 Propuesta Organizativa.

A continuación se presenta la propuesta organizativa, de la cual se desprenden las distintas gerencias y el personal requerido.

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA PARQUE TEMATICO “MIRANDA TIERRA MAGICA”

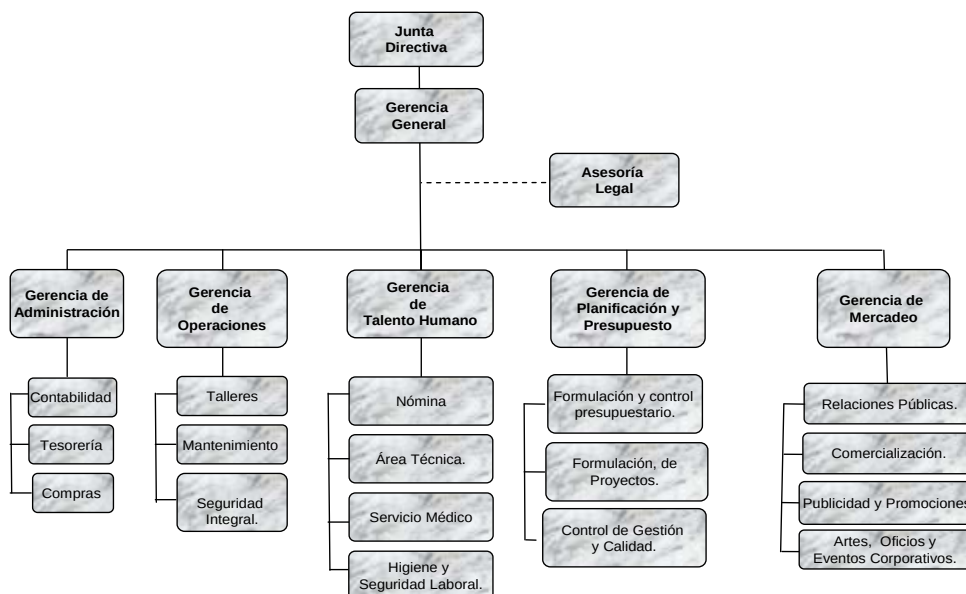


*Figura 39, Estructura Organizativa Parque Temático “Miranda Tierra Mágica”,
Fuente: Autor, 2.009.*

- **Junta Directiva:** Conformada por los accionistas, tiene como objetivo general dictar los lineamientos y políticas en cuanto a la prestación del servicio, la aprobación de los contratos de concesiones a las cooperativas, nuevos proyectos de inversión, otorgamiento de participaciones o acciones del parque y demás aspectos relacionados con el manejo de los recursos financieros. Conformada por aproximadamente 10 accionistas mayoritarios.
- **Gerencia General:** Constituida por un profesional con conocimiento en gerencia, el mismo puede o no ser miembro de la Junta Directiva, bajo su responsabilidad está hacer cumplir los lineamientos, y políticas dictadas por la Junta Directiva, bajo su supervisión están las Gerencias de Administración, Gerencia de Operaciones, Gerencia de Recursos Humanos, Gerencia de Planificación y Presupuesto, y la

Gerencia de Mercadeo. Conformada por: 1 Gerente General, 1 Asistente, 1 Secretaria.

- Asesoría Legal: La misma servirá de apoyo a todas las gerencias y Junta Directiva en materia legal y estará conformada por: 1 abogado Jefe y 2 asistentes de abogado.
- Gerencia de Administración: A objeto de optimizar los recursos materiales, y financieros se crea la Gerencia de Administración conformada por tres departamentos Contabilidad, Tesorería y Compras bajo el liderazgo del Gerente de Administración:
 - o Contabilidad: Lleva el registro y control presupuestario, la contabilidad fiscal y el registro y actualización del inventario de bienes y equipos, materiales y suministros. Conformado por: 1 Contador Jefe, 2 contabilistas, 1 Analista de Presupuesto Jefe, 1 analista presupuestario de Centro de Costos, 1 Jefe de Inventarios, 3 Registradores.
 - o Tesorería: Encargada de la elaboración de las ordenes de pago, lleva el control del flujo de caja y bancos. Conformada por 1 Jefe de Tesorería, 3 Analistas de pago, 1 Cajero.
 - o Compras: Es el equipo encargado de hacer todas las adquisiciones del parque, bienes muebles, servicios, equipos, materiales y suministros: Conformado por 1 Jefe de Compras, 2 Analistas de costos, 3 almacenistas.
- Gerencia de Operaciones: Esta Gerencia es la encargada de todas las actividades operativas del parque, la misma esta compuesta por los equipos de Talleres, Mantenimiento, Seguridad y Protección Interna. El gerente de Operaciones contará con el apoyo de un asistente y una secretaria.

- o Taller: Encargada del mantenimiento correctivo y reparaciones que surjan en el parque, compuesto por: 1 Jefe de Taller, 2 electricistas, 2 mecánicos, 3 albañiles, 4 pintores, 1 herrero, 2 técnicos en sonido, 2 técnicos en refrigeración.
 - o Mantenimiento y Servicios Generales: Encargado de la limpieza y buen estado de las instalaciones del parque integrado por: 1 jefe de mantenimiento, 6 Lavanderas, 8 Camareras, 14 Mantenimiento, 1 Cheff, 6 Cocineras, 4 Jardineros, 10 Mesoneros, 4 Recepcionistas, 2 Operador de Video y Audio.
 - o Seguridad Integral: Compuesto por 1 Jefe de Seguridad, 12 salvavidas, 30 Vigilantes.
- Gerencia de Talento Humano: Esta Gerencia es la encargada de administrar todo lo concerniente al recurso humano y sus beneficios derivados de las leyes vigentes, compuesta por: Gerencia General (1 Gerente General, 1 Asistente, 1 Secretaria); Nomina (1 Coordinador de nómina, 2 analistas de recursos humanos); Área Técnica (1 Coordinador de Área Técnica, 1 Analista de reclutamiento y selección , 1 analista de clasificación y remuneración, 2 analistas de bienestar social, 1 analista de adiestramiento, 1 Archivista); Servicio Médico (1 Coordinador, 2 paramédicos, 1 enfermera); Higiene y Seguridad Laboral (1 Coordinador, 3 Inspectores de Higiene y Seguridad Laboral).
- Gerencia de Planificación y Presupuesto: Encargada de los procesos de planificación, formulación y control presupuestario, así como, identificar nuevos proyectos y oportunidades de inversión, el control y seguimiento de los mismos, identificar los términos de calidad de la prestación del servicio y ejercer el control de la calidad de los distintos procesos, esta gerencia está integrada por: Gerencia General (1 Gerente General, 1 asistente); Formulación y control de Presupuesto

(1 Analista de presupuesto jefe, 2 Analistas de presupuestos, 1 Analista de costos); Proyectos (1 Coordinador de Proyectos, 2 Planificadores, 1 Promotor de proyectos) Control de Gestión y Calidad (1 Coordinador de Control de Gestión y Calidad, 4 Inspectores de gestión de calidad del servicio, 1 Analista en Sistemas).

- Gerencia de Mercadeo (1 Gerente general, 1 Asistente): Integrado por: Relaciones Públicas (Jefe de Relaciones Públicas, 4 protocolos), Comercialización (Jefe de Comercialización, 3 Analistas de comercialización y ventas); Publicidad y Promociones (Jefe de Publicidad, 3 Analista de promoción, 1 Redactor); Artes, Oficios y Eventos Corporativos (1 Productor de eventos corporativos, 2 asistentes de producción, 1 Instructor de teatro y recreación, 10 recreadores).

Total de cargos: 174 .

5.4 ESTUDIO ECONOMICO FINANCIERO:

5.4.1 Análisis de los Cuadros para la Evaluación Financiera del Proyecto.

A continuación se presentan los cuadros correspondientes a la evaluación financiera del proyecto.

5.4.1.1 Evaluación Económica Financiera

5.4.1.1.1 Cuadro 1: Capacidad Instalada y Utilizada.

- Capacidad Instalada: Está concebida para 352 huéspedes diarios y 5.000 visitantes sin pernotar. En total 5.352 personas por día, partiendo de la premisa que se preste servicio al público de miércoles a domingo, en temporada baja, y todos los días, en temporadas altas, se estiman 73 días para el mantenimiento general y reparaciones (días lunes y martes), de ser así, el parque funcionaría al público durante 292 días al año, estimándose una capacidad instalada anual de 1.562.784 personas al año (102.784 huéspedes y 1.460.000 visitantes al año). La capacidad instalada de huéspedes podría aumentarse, de ser necesario, al colocar literas en algunas habitaciones.
- Capacidad Utilizada: Se estima que para el primer año la capacidad utilizada estará ubicada de la siguiente manera:
 - o Temporada Baja:
 - Huespedes: 20% de la capacidad Instalada = 70 huespedes diarios.
 - Visitantes: 20% de la capacidad Instalada = 1.000 visitantes diarios
 - Total 1.070 personas diarias.

o Temporada Alta:

- Huespedes: 40% de la capacidad Instalada = 141 huespedes diarios.
- Visitantes: 40% de la capacidad Instalada = 2.000 visitantes diarios
- Total 2.141 personas diarias.

De los 292 días al año en que se prestará el servicio al público, 183 días corresponden a temporadas bajas y fines de semana, y 109 días a la temporada alta. La capacidad utilizada estimada para el primer año es la siguiente:

- Temporadas bajas 1.070 personas diarias x 183 días = 195.810 personas al año.
- Temporadas altas 2.141 personas diarias x 109 días = 233.369 personas al año.
- Total de personas: 429.179 personas durante el primer año.

Al inicio de las operaciones, se pondrán en práctica distintas estrategias promocionales y publicitarias, las cuales comenzarán a surtir efecto en los meses subsiguientes, de allí se deriva el porcentaje estimado de huéspedes y visitantes para el primer año de operaciones, para los próximos años se espera el incremento de visitantes hasta alcanzar la capacidad instalada en un 100%, y se espera un efecto positivo generado con la publicidad boca a boca, la cual surte efecto por la conformidad de todos los usuarios, por lo que cobra mucha importancia las estrategias operacionales y el control de calidad del servicio.

CUADRO 1

CAPACIDAD INSTALADA Y UTILIZADA
(Años de operación a partir del tercer año de ejecución del proyecto)

(Expresado en visitantes y huéspedes)

VOLUMEN DE PRODUCCIÓN	Base de Cálculos	Primer Año	Segundo Año	Tercer Año	Cuarto Año	Quinto Año	Sexto Año	Septimo año	Octavo Año	Noveno Año	Décimo Año	Décimo Primer Año	Décimo Segundo Año	Décimo Tercer Año
		1.562.784	1.562.784	1.562.784	1.562.784	1.562.784	1.562.784	1.562.784	1.562.784	1.562.784	1.562.784	1.562.784	1.562.784	1.562.784
Capacidad instalada (capacidad de personas al año)	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
En porcentaje total.														
Promedio de huéspedes por día	352	352	352	352	352	352	352	352	352	352	352	352	352	352
Promedio de huéspedes por año. (292 días).	102.784	102.784	102.784	102.784	102.784	102.784	102.784	102.784	102.784	102.784	102.784	102.784	102.784	102.784
Promedio de visitantes por día.	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000
Promedio de visitantes por año. (292 días).	1.460.000	1.460.000	1.460.000	1.460.000	1.460.000	1.460.000	1.460.000	1.460.000	1.460.000	1.460.000	1.460.000	1.460.000	1.460.000	1.460.000

Capacidad utilizada

Huéspedes.		28.179	38.582	56.541	66.761	76.981	83.386	86.680	89.901	93.122	96.342	99.563	102.784	102.784
% Capacidad utilizada diaria temporada baja.		20%	30%	40%	50%	60%	70%	75%	80%	85%	90%	95%	100%	100%
Temporada Baja (huéspedes).		70.00	106	141	176	211	246	264	282	299	317	334	352	352
% Capacidad utilizada diaria temporada alta.		40%	50%	80%	90%	100%	100%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
Temporada Alta (huéspedes).		141	176	282	317	352	352	352	352	352	352	352	352	352
% Capacidad utilizada anual huéspedes		27%	38%	55%	65%	75%	81%	84%	87%	91%	94%	97,00%	100,00%	100,00%
Promedio de huéspedes por año.		28.179	38.582	56.541	66.761	76.981	83.386	86.680	89.901	93.122	96.342	99.563	102.784	102.784
Temporada Baja		12.810	19.398	25.803	32.208	38.613	45.018	48.312	51.533	54.754	57.974	61.195	64.416	64.416
Temporada Alta		15.369	19.184	30.738	34.553	38.368	38.368	38.368	38.368	38.368	38.368	38.368	38.368	38.368
Visitantes.		401.000	547.000	802.000	948.000	1.094.000	1.185.500	1.231.250	1.277.000	1.322.750	1.368.500	1.414.250	1.460.000	1.460.000
% Capacidad utilizada diaria temporada baja.		20%	30%	40%	50%	60%	70%	75%	80%	85%	90%	95%	100%	100%
Temporada Baja (visitantes diarios).		1000	1500	2000	2500	3000	3.500	3.750	4.000	4.250	4.500	4.750	5.000	5.000
% Capacidad utilizada diaria temporada alta.		40%	50%	80%	90%	100%	100%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
Temporada Alta (visitantes diarios).		2000	2500	4000	4500	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000
% Capacidad utilizada anual visitantes														
Promedio de visitantes por año.		401.000	547.000	802.000	948.000	1.094.000	1.185.500	1.231.250	1.277.000	1.322.750	1.368.500	1.414.250	1.460.000	1.460.000
Temporada Baja (visitantes al año).		183.000	274.500	366.000	457.500	549.000	640.500	686.250	732.000	777.750	823.500	869.250	915.000	915.000
Temporada Alta (visitantes al año).		218.000	272.500	436.000	490.500	545.000	545.000	545.000	545.000	545.000	545.000	545.000	545.000	545.000
% CAPACIDAD UTILIZADA TOTAL (NRO. PERSONAS).....		27.46%	37.47%	54.94%	64.93%	74.93%	81.19%	84.33%	87.47%	90.60%	93.73%	96.87%	100,00%	100,00%
PRODUCCION TOTAL (NRO. DE PERSONAS)		429.179	585.582	858.541	1.014.761	1.170.981	1.268.886	1.317.930	1.366.901	1.415.872	1.464.842	1.513.813	1.562.784	1.562.784

CUADRO 1.1
CAPACIDAD INSTALADA Y UTILIZADA (CONTINUACION).

Parámetros	
Porcentaje de cap. Instalada total	100,00%
Porcentaje de cap. instalada 2do. Año	50,00%
Incremento anual de la cap. Utilizada 3er año	25,00%
Promedio de Huéspedes por día Capacidad Instalada.	352
Promedio de Visitantes por día Capacidad Instalada.	5.000

	Temporad a Baja	Temporada Alta
Porcentaje de cap. utilizada 1er año	20%	40%
Porcentaje de cap. utilizada 2do año	30%	50%
Porcentaje de cap. utilizada 3er año	40%	80%
Porcentaje de cap. utilizada 4to año	50%	90%
Porcentaje de cap. utilizada 5to año	60%	100%
Porcentaje de cap. utilizada 6to año	70%	100%

Porcentaje de cap. Utilizada	100,00%	(Sobre la capacidad instalada).
Pérdida promedio en el proceso	0,00%	
Porcentaje servicio ofrecido.	100,00%	
Promedio de días laborables por mes	24	
Meses por año	12	
Días de apertura al parque por año.	292	
Días al año de temporadas bajas.	183	
Días al año en temporadas altas.	109	

5.4.1.1.2 Cuadro 2A: Elementos de Infraestructura y Estructura.

El Parque Temático Miranda Tierra Mágica esta concebido para brindar servicios de recreación, enseñanza y hospedaje, entre otros servicios conexos, la inversión requerida en elementos de infraestructura y estructura, consiste en la construcción de todos sus sectores, y sus respectivas dotaciones de mobiliarios, equipos de oficina y alojamiento. El Parque temático Tierra Mágica tendrá siete sectores en total, siendo los mismos:

Tabla 17: *Elementos de Infraestructuras y Estructuras Por Sectores del Parque*

Sectores	Total Elementos de Infraestructura y Estructuras en Bs. F.
Sector 1. Entrada Principal	2.962.694
Sector 2. Venecia	5.098.250
Sector 3. Zona Arqueológica	6.491.932
Sector 4. Zona Indígena	6.568.297
Sector 5. Nuestras Creencias	8.748.265
Sectro 6. Nuestra Mayor Cosecha “El Cacao y Nuestra Gente”.	13.993.416
Sector 7. El eterno viaje de Miranda.	8.456.204
Otras Instalaciones y Obras Civiles (Incluye cercado del área perimetral del parque, construcción del malecón, reacondicionamiento del área de playa).	73.426.008
Otros mobiliarios y equipos de oficina y alojamiento.	1.631.700
Total.	135.322.508

Fuente: Autor, 2.009

A continuación se muestra el detalle de los elementos de Infraestructura y estructura de cada sector del parque temático.

CUADRO 2A.1

ELEMENTOS DE INFRAESTRUCTURA Y ESTRUCTURA

(Expresado en bolívares fuertes)

Sector 1 Entrada Principal:

(Incluye: Fachada Principal, Garita de Vigilancia, Estacionamiento, Plaza Principal, y Castillo con Salas de Exposiciones, y Oficinas).

Concepto	Unidad Utilizada	Unidades Totales	Costo Unitario	Costo Total
Obras Civiles				
Edificaciones (Garitas, Plaza, Castillo, Fuentes).	metro2	709,12	4.000,00	2.836.470
Asfaltado y demarcación estacionamiento.	kilometro.	0,32	800,00	255
Paisajismo.	metro2	8,40	800,00	6.720
Fachada Principal.	metro2	162,00	119,56	19.369
Costo de las obras civiles				2.843.444
Mobiliario y equipos de oficina.				
Escritorio	Escritorio	6	1.500,00	9.000
Sillas.	Silla	12	300,00	3.600
Telefono.	Teléfono	5	250,00	1.250
Radio Transmisores.	Radios	3	150,00	450
Enfriador de agua.	Enfriador	3	300,00	900
Fotocopiadoras.	Fotocopiadoras	1	5.000,00	5.000
Computadoras.	Computadoras	4	2.500,00	10.000
Impresoras.	Impresoras.	2	1.800,00	3.600
Caja Registradora.	Caja Registradora	2	1.500,00	3.000
Caja Fuerte.	Caja Fuerte	2	5.000,00	10.000
Fax.	Fax	1	250,00	250
Estantes para exposiciones.	Estantes.	8	400,00	3.200
Maniquies.	Maniqui.	6	1.200,00	7.200
Cuadros.	Cuadros	20	1.200,00	24.000
Vestuarios Maniqui.	Vestuario.	6	800,00	4.800
Artículos de exposición.	Artículos.	30	700,00	21.000
Escenografías.	Escenografías.	4	3.000,00	12.000
Costo mobiliario y equipos de oficina.				119.250
TOTAL ELEMENTOS DE INFRAESTRUCTURA Y ESTRUCTURA SECTOR 1				2.962.694

CUADRO 2A.2

ELEMENTOS DE INFRAESTRUCTURA Y ESTRUCTURA

(Expresado en bolívares fuertes)

Sector 2 (Venecia):

(Incluye: Río Artificial, Fachadas estilo Venecia, Puentes, Hotel, Restaurante, locales comerciales).

Concepto	Unidad Utilizada	Unidades Totales	Costo Unitario	Costo Total
Obras Civiles				
Edificaciones:				
Hotel Venecia.	metro2	430,50	4.000,00	1.722.000
Restaurant.	metro2	374,00	4.000,00	1.496.000
Rio Artificial.	metro2	340,00	4.000,00	1.360.000
Paisajismo	metro2	478,00	800,00	382.400
Costo de las obras civiles				4.960.400
Mobiliario y equipos de oficina.				
Juego de Recepción.	Juego Muebles	1	10.000,00	10.000
Sillas para recepción.	Silla	3	300,00	900
Teléfono.	Teléfono	1	250,00	250
Radio Transmisores.	Radios	1	150,00	150
Enfriador de agua.	Enfriador	1	300,00	300
Neveras Ejecutivas	Neveras	20	800,00	16.000
Fax	Fax	1	250,00	250
Juago de Cuarto matrimoniales con colchón.	Juego cuarto Matrimoniales	20	3.000,00	60.000
Sofá - Camas matrimoniales.	Sofá Camas	20	2.500,00	50.000
Costo mobiliario y equipos de oficina.				137.850
TOTAL ELEMENTOS DE INFRAESTRUCTURA Y ESTRUCTURA SECTOR 2				5.098.250

CUADRO 2A.3

ELEMENTOS DE INFRAESTRUCTURA Y ESTRUCTURA

(Expresado en bolívares fuertes)

Sector 3 : Zona Arqueológica

(Incluye: Cuevas, Lago subterráneo, Montaña para el descenso a rapel, Cascadas, Sala de Proyección y Estructura para el montaje de la Montaña Rusa y Proyección 3D).

Concepto	Unidad Utilizada	Unidades Totales	Costo Unitario	Costo Total
Obras Civiles				
Edificaciones (Cuevas, Lago subterráneo, Montaña para el descenso a rapel, Cascadas, Sala de Proyección y Estructura para el montaje de la Montaña Rusa y Proyección 3D).				
Cuevas (Recorrido a pie)	metro2	464,31	4.000,00	1.857.235
Cuevas (Lago artificial recorrido gondola).	metro2	600,00	4.000,00	2.400.000
Estructura para Montaña Rusa dentro de cueva.	metro2	345,81	4.000,00	1.383.250
Paisajismo	metro2	1.064,31	800,00	851.447
Costo de las obras civiles				6.491.932

TOTAL ELEMENTOS DE INFRAESTRUCTURA Y ESTRUCTURA SECTOR 3	6.491.932

CUADRO 2A.4

ELEMENTOS DE INFRAESTRUCTURA Y ESTRUCTURA

(Expresado en bolívares fuertes)

Sector 4 : Zona indígena

(Incluye: Montaña para Escalada, Caballeriza, Piscina de adultos y niños, Río lento, Churuatas, Cascadas, Muelle, y Palafitos, Zonas para tomar el sol).

Concepto	Unidad Utilizada	Unidades Totales	Costo Unitario	Costo Total
Obras Civiles				
Edificaciones (incluye instalaciones civiles)				
Area Piscinas adultos y niños, Río lento, incluye puentes y palatifos	metro2	1.225,00	4.000,00	4.900.000
Churuatas	metro2	558,92	600,00	335.352
Area para tomar el sol, piso arcilla acabado natural.	metro2	1.599,08	167,06	267.142
Paisajismo	metro2	382,00	800,00	305.600
Vestidores	metro2	206,00	2.199,93	453.186
Caballeriza	metro2	100,00	1.848,18	184.818
Cerca limitrofe paseo a caballo	metro	195,00	32,44	6.326
Montaña artificila escalada.	metro2	60,00	119,56	7.174
Costo de las obras civiles				6.459.597
Mobiliario.				
Lockers	Lockers	12	600,00	7.200
Camas de extensión para tomar el sol	Cama	300	150,00	45.000
Sillas de extensión	Sillas	320	80,00	25.600
Botes inflables para río lento.	Inflables	300	100,00	30.000
Sillas para montar a caballo.	Sillas de monta.	6	150,00	900
Costo mobiliario.				108.700
TOTAL ELEMENTOS DE INFRAESTRUCTURA Y ESTRUCTURA SECTOR 4				6.568.297

CUADRO 2A.5

ELEMENTOS DE INFRAESTRUCTURA Y ESTRUCTURA

(Expresado en bolívares fuertes)

Sector 5 : Nuestras Creencias

(Incluye: Réplica Fachada Iglesia San Francisco de Yare, Capilla, Galería Fotográfica, Museo Diablos de Yare, Zoológico de Contacto, Santuarios Virgen de Betania y Coromoto, Río Artificial, Zona para tomar el sol).

Concepto	Unidad Utilizada	Unidades Totales	Costo Unitario	Costo Total
Obras Civiles				
Edificaciones (incluye instalaciones civiles)				
Fachada Réplica Iglesia San Francisco de Yare.	metro2	90,00	119,56	10.760
Capilla Réplica de Iglesia San Francisco de Yare.	metro2	125,00	4.000,00	500.000
Galería, exposición pueblos del Estado Miranda.	metro2	250,00	4.000,00	1.000.000
Sala Usos Multiples.	metro2	450,00	4.000,00	1.800.000
Museo Diablos de Yare.	metro2	250,00	4.000,00	1.000.000
Santuario Virgenes de Betanea y Coromoto.	metro2	125,00	4.000,00	500.000
Caminería hacia Santuarios.	metro2	125,00	167,06	20.883
Río Artificial	metro2	520,88	4.000,00	2.083.500
Area para descansar y tomar el sol. (Piso arcilla				
acabado natural).	metro2	925,00	167,06	154.531
Churuatas para el descanso.	metro2	276,32	600,00	165.792
Paisajismo:				0
(Paisajismo) Zoologico de contacto.	metro2	1.100,00	800,00	880.000
Paisajismo.	metro2	693,75	800,00	555.000
Costo Obras Civiles.				8.670.465
Mobiliario y equipos de alojamiento.				
Bancos de madera capacidad 10 personas.	Bancos	10	150,00	1.500
Cruz de madera.	Cruz.	1	1.500,00	1.500
Imágenes Religiosas.	Imágenes	6	2.000,00	12.000
Réplicas mascarar Diablos Danzantes de Yare.	Mascarar	12	150,00	1.800
Maniquies con atuendo alegorico a los Diablos de Yare.	Maniqués	6	1.200,00	7.200
Atuendos Diablos de Yare.	Vestuario	6	800,00	4.800
Bustos de imágenes religiosas, para ambientar				
caminerías.	Bustos.	12	2.500,00	30.000
Graficas	Graficas	20	50,00	1.000
Pinturas	Pinturas	12	1.500,00	18.000
Costo mobiliario y equipos de oficina.				77.800
TOTAL ELEMENTOS DE INFRAESTRUCTURA Y ESTRUCTURA				8.748.265

CUADRO 2A.6

ELEMENTOS DE INFRAESTRUCTURA Y ESTRUCTURA

(Expresado en bolívares fuertes)

Sector 6 : Nuestra Mayor Cosecha "El Cacao y Nuestra Gente"

(Incluye: Sembradíos de Cacao, Aldea del Chocolate, Zona Antiestres, Museo del Tambor y de la Música Mirandina, Monumento al Tambor).

Concepto	Unidad Utilizada	Unidades Totales	Costo Unitario	Costo Total
Obras Civiles				
Edificaciones (incluye instalaciones civiles).				
Aldea del Chocolate (Churuata).	metro2	375,00	600,00	225.000
Zona Antiestres (Churuata).	metro2	500,00	600,00	300.000
Museo del Tambor. (Churuata)	metro2	125,00	600,00	75.000
Monumento al tambor.	metro2	11,30	4.000,00	45.216
Zona de hospedaje hotel ambiente indigena.	metro2	3.001,00	4.000,00	12.004.000
Paisajismo				
Paisajismo	metro2	590,75	800,00	472.600
Sembradío de Cacaos	metro2	540,00	800,00	432.000
Costo de las obras civiles				13.553.816
Mobiliario, y equipos de alojamiento.				
Juego de cuarto matrimonial con colchón.	Juego de cuartos matrimoniales.	104	3.000,00	312.000
Camas Individuales con su colchón.	Cama	64	500,00	32.000
Dispensador de hielo	Dispensador de hielo	4	2.000,00	8.000
Atracciones Inflables	Inflables	4	3.000,00	12.000
Instrumentos musicales	Instrumentos	12	800,00	9.600
Máquinas para gimnasia	Máquinas	20	2.000,00	40.000
Camillas para masajes corporales.	Camillas	30	200,00	6.000
Fuentes de Chocolate.	Fuentes de chocolate	5	2.500,00	12.500
Dispensador de agua.	Dispensador.	5	1.500,00	7.500
Costo mobiliario y equipos de alojamiento.				439.600
TOTAL ELEMENTOS DE INFRAESTRUCTURA Y ESTRUCTURA				13.993.416

CUADRO 2A.7

ELEMENTOS DE INFRAESTRUCTURA Y ESTRUCTURA

(Expresado en bolívares fuertes)

Sector 7 : El eterno viaje de Miranda

(Incluye: Réplica del Arco del Triunfo, Jardines, Fuentes, Plaza, Afiteatro, Parque infantil, Acuario, Discoteca, Tasca-Restaurant).

Concepto	Unidad Utilizada	Unidades Totales	Costo Unitario	Costo Total
Edificaciones (incluye instalaciones civiles)				
Réplica Arco del Triunfo.	metro2	40	119,56	4.782
Fuentes con Jardín.	metro2	293	4.000	1.171.840
Concha acústica.	metro2	50	4.000	200.000
Plaza los viajes de Miranda.	metro2	350	4.000	1.400.000
Parque Infantil	metro2	120	72,08	8.650
Acuario.	metro2	40	4.000	160.000
Tasca Discoteca (Las Embarcaciones de Miranda).	metro2	882	4.000	3.528.000
Depositos.	metro3	74	4.000	295.000
Paisajismo	metro2	1.799,29	800,00	1.439.432
Costo de las obras civiles				8.207.704
Mobiliario y equipos de alojamiento.				
Mesas 4 personas.	Mesas	200	200,00	40.000
Sillas	Sillas	800	200,00	160.000
Parque infantiles tradicional no mecánico.	Parque infantil	1	15.000,00	15.000
Bancos de Parque.	Bancos Parques	4	250,00	1.000
Bancos Plaza	Bancos Plaza	10	250,00	2.500
Pesceras Grandes	Pecera	10	3.000,00	30.000
Costo mobiliario y equipos de oficina.				248.500
TOTAL ELEMENTOS DE INFRAESTRUCTURA Y ESTRUCTURA				8.456.204

CUADRO RESUMEN 2A.8

ELEMENTOS DE INFRAESTRUCTURA Y ESTRUCTURA

(Expresado en bolívares fuertes)

Cuadro resumen

(Incluye: Todos los trabajos del parque y obras extras).

Concepto	Unidad Utilizada	Unidades Totales	Costo Unitario	Costo Total
Obras Civiles				
Terreno.	hectáreas	4	600.000,00	2.400.000
Nivelación de terreno.	hectáreas	4	1.591,30	6.365
Sub-Total.				2.406.365
Edificaciones (Incluye instalaciones civiles)				
Edificaciones:				
Edificaciones sector 1: Entrada Principal.				2.836.724
Edificaciones sector 2: (Venecia).				8.426.000
Edificaciones sector 3: Zona Arqueológica.				5.640.485
Edificaciones sector 4: Zona indígena.				6.153.997
Edificaciones sector 5: Nuestras Creencias.				7.235.465
Edificaciones sector 6: Nuestra Mayor Cosecha "El				12.649.216
Edificaciones sector 7: El eterno viaje de Miranda				6.768.272
Otras Instalaciones y construcciones civiles (Incluye cercado del area perimetral del parque, construcción del malecón, reacondicionamiento del area de playa).				73.426.008
Sub-Total.				123.136.167
Paisajismo				
Paisajismo sector 1:				6.720
Paisajismo sector 2:				382.400
Paisajismo sector 3:				851.447
Paisajismo sector 4:				305.600
Paisajismo sector 5:				1.435.000
Paisajismo sector 6:				904.600
Paisajismo sector 7:				1.439.432
Sub-Total				5.325.199
Instalaciones electricas				
Equipo electrico (Plantas de 250 Kva).	Planta	4	479.600,00	1.918.400
Bomba Bronce 7.5 HP/440V 30802	Bomba	20	14.988,96	299.779
Bomba Bronce 5.5 HP/440V 30801	Bomba	1	12.859,84	12.860
Filtro Fibra de Vidrio 560402	Filtros	38	14.882,56	565.537
Costo de las instalaciones electricas.				2.796.576
Equipo Auxiliar				
Compresor de aire.	Compresor.	3	2.000,00	6.000
Equipo de soldadura.	Soldador.	3	1.500,00	4.500
Equipo de herramientas.	Caja.	4	2.000,00	8.000
Montacargas manual.	Montacarga.	4	2.000,00	8.000
Costo Equipos Auxiliares.				26.500
Mobiliario, equipos de oficina y alojamiento.				
Sector 1				119.250
Sector 2				137.850
Sector 3				0
Sector 4				108.700
Sector 5				77.800
Sector 6				439.600
Sector 7				248.500
Otros mobiliarios y equipos de oficina y alojamiento.				500.000
Costo mobiliario, equipos de oficina y alojamiento.				1.631.700
TOTAL ELEMENTOS DE INFRAESTRUCTURA Y ESTRUCTURA				135.322.508

5.4.1.1.3 Cuadro 2B: Maquinarias Equipos, Semovientes y especies Marinas para la Operación del Parque.

Un parque Temático con las características de Miranda Tierra Mágica, amerita la adquisición de distinto tipos de maquinarias, vehículos de transporte para el traslado de personas, animales, carga de materiales y suministros, de igual manera, Miranda Tierra Mágica, tiene estipulado la creación de un zoológico de contacto y un acuario por lo que amerita la adquisición y mantenimiento de un conjunto de animales y distintas especies marinas, a continuación se refleja de forma detallada las maquinarias, semovientes y especies marinas que se requieren para la operación del parque.

CUADRO 2B.
MAQUINARIAS EQUIPOS, SEMOVIENTES Y ESPECIES
MARINAS PARA LA OPERACIÓN DEL PARQUE
 (Expresado en bolívares fuertes)

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total en Planta Bs.
Vehículos.			
Camión 350.	1	240.000	240.000
Camionetas Pick up.	2	160.000	320.000
Camioneta Transporte Personal.	1	260.000	260.000
Total Vehículos			820.000
Embarcaciones.			
Góndolas (Capacidad 12 puestos).	12	4.000	48.000
Total Embarcaciones			48.000
Equipos			
Circuito cerrado para la vigilancia.	1	20.000	20.000
Consola de luces para ambientación (Recreación).	1	5.000	5.000
Sistema de transmisores radiales.	1	10.000	10.000
Equipos de sonido.	2	30.000	60.000
Equipos audiovisuales.	2	30.000	60.000
Total equipos			155.000
Maquinarias (Atracciones mecanicas).			
Montaña Rusa.	1	4.500.000	4.500.000
Tren.	1	400.000	400.000
Carrusell.	1	240.000	240.000
Otras atracciones mecanicas para niños.	4	250.000	1.000.000
Otras atracciones mecanicas para adultos.	2	598.940	1.197.880
Muñecos mecanicos (Replicas de animales)	24	5.000	120.000
Total Maquinarias.			7.457.880
Semovientes y especies marinas.			
<u>Caballeriza:</u>			9.000
Caballos criollos.	6	1.500	9.000
<u>Zoologico de contacto:</u>			7.890
Gallinas.	6	60	360
3 Gallos.	3	80	240
6 Patos.	6	60	360
6 Ovejas.	6	180	1.080
3 Chivos	3	150	450
2 Pavos Reales	2	150	300
Aves Varias.	20	125	2.500
4 Morrocoy.	4	100	400
4 Cochinos.	4	300	1.200
2 Venados.	2	500	1.000
<u>Acuario:</u>			2.520
Peces pequeños distintas especies	24	15	360
Peces pequeños distintas especies (Multicolores)	24	30	720
Peces Medianos distintas especies.	12	60	720
Peces Grandes	6	120	720
Peces exóticos	24	100	2.400
Total Semovientes y especies marinas			19.410
Total maquinarias, equipos, semovientes y especies marinas, de producción nacional para la operación del parque.			8.452.290

5.4.1.1.4 Cuadro 2C: Estudios y Proyectos

A continuación se presenta cuadro contentivo de los Estudios y Proyectos necesarios para la realización del Parque Temático Miranda Tierra Mágica cuyos costos referenciales fueron tomados del tabulador actual del Ministerio de Obras Públicas y Vivienda MOPVI, con la asesoría de profesionales del área de proyectos de ese Organismo Público.

CUADRO 2C.1

ESTUDIOS Y PROYECTOS

(Expresado en bolívares fuertes)

Estudios.	Unidad Utilizada	Unidades Totales	Costo Unitario	Costo Total
Estudio de factibilidad.	Estudio	1	106.000	106.000
Levantamiento Topográfico	Estudio	1	4.203	4.203
Estudio de impacto ambiental	Estudio	1	20.000	20.000
Proyecto Arquitectura.	Estudio	1	431.581	431.581
Proyecto Electrico.	Estudio	1	231.549	231.549
Proyecto Sanitario	Estudio	1	231.549	231.549
Proyecto Macánico	Estudio	1	181.732	181.732
Proyecto de Estructuras.	Estudio	1	453.439	453.439
Proyecto de Paisajismos.	Estudio	1	239.200	239.200
Estudio de Suelo.	Estudio	1	288.000	288.000
Costo estudio de factibilidad:				2.187.253

5.4.1.1.5 Cuadro 3: Inversión Total

En el cuadro que se presenta a continuación puede observarse que la inversión total asciende al monto de **Bs.F 151.986.783,00 (CIENTO CINCUENTA Y UN MILLONES NOVECIENTOS OCHENTA Y SEIS MIL SETECIENTOS OCHENTA Y TRES BOLIVARES FUERTES).**

El monto que deben aportar los socios del proyecto del Parque Temático Miranda Tierra Mágica, es de **Bs. F 51.459.748,00 (CINCUENTA Y UN MILLONES CUATROCIENTOS CINCUENTA Y NUEVE MIL SETECIENTOS CUARENTA Y OCHO BOLIVARES FUERTES)**, lo cual representa el 33,86 % del total de la inversión, estos recursos serán desembolsados de la siguiente manera:

- El primer año Bs. F. 6.071.987,00 (**SEIS MILLONES SETENTA Y UN MIL NOVECIENTOS OCHENTA Y SIETE BOLIVARES FUERTES**), destinados a cubrir los costo del terreno, costo financiero del crédito, y parte de los estudios y proyectos asociados al la construcción del Parque Temático Miranda Tierra Mágica.
- El Segundo año Bs. F. 36.942.760 (**TREINTA Y SEIS MILLONES NOVECIENTOS CUARENTA Y DOS MIL SETECIENTOS SESENTA BOLIVARS FUERTES**), necesarios para cubrir parte de la nivelación del terreno y construcción de edificaciones, incluyendo instalaciones civiles.
- El Tercer año Bs.F. 8.445.002,00 (**OCHO MILLONES CUATROCIENTOS CUARENTA Y CINCO MIL DOS BOLIVARES FUERTES**), de los cuales Bs.F 2.960.922,00 (**DOS MILLONES NOVECIENTOS SESENTA MIL NOVECIENTOS VEINTIDOS BOLIVARES FUERTES**), corresponde al Capital de Trabajo y se estima que el tercer año

podrían comenzar las operaciones del parque. El resto de los recursos aportados **Bs.F 5.484.080,00 (CINCO MILLONES CUATROCIENTOS OCHENTA Y CUATRO MIL OCHENTA BOLIVARES FUERTES)**, serán destinados a cubrir parte de los costos de paisajismo, instalaciones eléctricas, equipos auxiliares, mobiliario, equipos de oficina y alojamiento, vehículos, embarcaciones (góndolas), equipos y atracciones mecánicas, semovientes y especies marinas.

El aporte de terceros será de **Bs. F 100.527.035 (CIEN MILLONES QUINIENTOS VEINTISIETE MIL TREINTA Y CINCO BOLIVARES FUERTES)**, lo que representa el 66,14 % del total de la inversión, estos recursos serán desembolsados de la siguiente manera:

- El primer año Bs. 1.531.077,00 **(UN MILLON QUINIENTOS TREINTA Y UN MIL SETENTA Y SIETE BOLIVARES FUERTES)**.
- El Segundo año Bs. F. 86.199.772 **(OCHENTA Y SEIS MILLONES CIENTO NOVENTA Y NUEVE MIL SETECIENTOS SETENTA Y DOS BOLIVARES FUERTES)**.
- El Tercer año Bs.F. 12.796.186 **(DOCE MILLONES SETECIENTOS NOVENTA Y SEIS MIL CIENTO OCHENTA Y SEIS BOLIVARES FUERTES)**.

A continuación se muestra el detalle de los costos estimados como inversión total del proyecto de Parque Temático Miranda Tierra Mágica.

CUADRO 3

INVERSION TOTAL

(Expresado en Bolívares Fuertes)																
PRIMER AÑO				SEGUNDO AÑO				TERCER AÑO				INVERSION TOTAL				
Aporte Propio	Aporte de Terceros	Aporte Total		Aporte Propio	Aporte de Terceros	Aporte Total		Aporte Propio	Aporte de Terceros	Aporte Total		Aporte Propio	Aporte de Terceros	Aporte Total		
Activos Fijos																
Terreno.		0	2.400.000	0	0	0	0	0	0	0	0	2.400.000	0	0	2.400.000	
Nivelación del Terreno.	0	0	0	1.910	4.456	6.365	0	0	0	0	0	1.910	4.456	6.365	0	
Edificaciones (Incluye Instalaciones Civiles)	0	0	0	36.940.850	86.195.317	123.136.167	0	0	0	0	0	36.940.850	86.195.317	123.136.167	0	
Paisajismo	0	0	0	0	0	0	0	1.597.560	3.727.639	5.325.199	0	1.597.560	3.727.639	5.325.199	0	
Instalaciones eléctricas	0	0	0	0	0	0	0	838.973	1.957.603	2.796.576	0	838.973	1.957.603	2.796.576	0	
Equipos auxiliares.	0	0	0	0	0	0	0	7.950	18.550	26.500	0	7.950	18.550	26.500	0	
Mobiliario, equipos de oficina y de alojamiento.	0	0	0	0	0	0	0	489.510	1.142.190	1.631.700	0	489.510	1.142.190	1.631.700	0	
Vehículos.	0	0	0	0	0	0	0	246.000	574.000	820.000	0	246.000	574.000	820.000	0	
Embarcaciones (Góndolas).	0	0	0	0	0	0	0	14.400	33.600	48.000	0	14.400	33.600	48.000	0	
Equipos.	0	0	0	0	0	0	0	46.500	108.500	155.000	0	46.500	108.500	155.000	0	
Atracciones mecánicas.	0	0	0	0	0	0	0	2.237.364	5.220.516	7.457.880	0	2.237.364	5.220.516	7.457.880	0	
A Total Activos Fijos	0	0	2.400.000	36.942.760	86.199.772	123.142.532	0	5.478.257	12.782.599	18.260.855	0	44.821.016	98.982.371	143.803.387	0	
Otros Activos																
Costo Financiero del Crédito.	0	0	3.015.811	0	0	0	0	0	0	0	0	3.015.811	0	0	3.015.811	
Estudio de Factibilidad.	74.200	0	106.000	0	0	0	0	0	0	0	0	31.800	74.200	106.000	0	
Levantamiento Topográfico	2.942	4.203	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1.261	2.942	4.203	0	
Estudio de impacto ambiental	6.000	14.000	20.000	0	0	0	0	0	0	0	0	6.000	14.000	20.000	0	
Proyecto Arquitectura.	129.474	302.106	431.581	0	0	0	0	0	0	0	0	129.474	302.106	431.581	0	
Proyecto Eléctrico.	69.465	162.084	231.549	0	0	0	0	0	0	0	0	69.465	162.084	231.549	0	
Proyecto Sanitario	69.465	162.084	231.549	0	0	0	0	0	0	0	0	69.465	162.084	231.549	0	
Proyecto Macánico	54.519	127.212	181.732	0	0	0	0	0	0	0	0	54.519	127.212	181.732	0	
Proyecto de Estructuras.	136.032	317.407	453.439	0	0	0	0	0	0	0	0	136.032	317.407	453.439	0	
Proyecto de Paisajismos.	71.760	167.440	239.200	0	0	0	0	0	0	0	0	71.760	167.440	239.200	0	
Estudio de Suelo.	86.400	201.600	288.000	0	0	0	0	0	0	0	0	86.400	201.600	288.000	0	
Semovientes y especies marinas.	0	0	0	0	0	0	0	5.823	13.587	19.410	0	5.823	13.587	19.410	0	
B Total Otros Activos	1.531.077	5.203.064	0	0	0	0	0	5.823	13.587	19.410	0	3.677.810	1.544.664	5.222.474	0	
C TOTAL ACTIVOS (A+B)	1.531.077	7.603.064	36.942.760	86.199.772	123.142.532	5.484.080	0	5.484.080	12.796.186	18.280.265	48.498.826	100.527.035	149.025.861	100.527.035	149.025.861	
D Capital de Trabajo	0	0	0	0	0	0	0	2.960.922	0	2.960.922	2.960.922	0	2.960.922	0	2.960.922	
E INVERSION TOTAL (C+D)	1.531.077	7.603.064	36.942.760	86.199.772	123.142.532	8.445.002	0	8.445.002	12.796.186	21.241.188	51.459.748	100.527.035	151.986.783	100.527.035	151.986.783	
F Distribución porcentual	79,86%	20,14%	100,00%	30,00%	70,00%	100,00%	0	39,76%	60,24%	100,00%	33,86%	66,14%	100,00%	66,14%	100,00%	

CUADRO 3.1 INVERSION TOTAL (PARAMETROS)

OP Parámetros	Porcentaje del Financiamiento
Edificaciones (Incluye Instalaciones Civiles)	85,74%
Paisajismo	3,71%
Instalaciones electricas	1,95%
Equipos auxiliares.	0,02%
Mobiliario y equipos de oficina.	1,14%
Vehiculos.	0,57%
Embarcaciones (Góndolas).	0,03%
Equipos.	0,11%
Atracciones mecanicas.	5,19%
	98,46%
Estudios	1,52%
Semovientes y especies marinas.	0,01%
Total % Financiamiento	100,00%

5.4.1.1.6 Cuadro 4: Depreciación y Amortización

El objeto de éste cuadro es estrictamente contable, el mismo tiene como objeto visualizar la recuperación de los costos de inversión efectuados durante la etapa inicial del proyecto, destinados a la adquisición de equipos, construcción de infraestructuras, y otros activos. El método de depreciación y amortización utilizado fue el de la Línea Recta, con valor de salvamento cero.

Es a partir del tercer año del proyecto cuando se comenzarán a registrar los montos correspondientes a la depreciación y amortización, por estimarse que a partir de ese momento será posible el inicio de las operaciones del Parque Temático Miranda Tierra Mágica.

CUADRO 4.1

DEPRECIACION Y AMORTIZACION
(Expresado en Bolívares Fuertes)

	Valor de los Activos	Años de Dep/Am	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10	Año 11	Año 12	Año 13
Depreciación Edificaciones (Incluye Instalaciones Civiles) Instalaciones electricas Equipos auxiliares. Mobiliario, equipos de oficina y alojamiento. Vehiculos. Embarcaciones (Góndolas). Equipos. Atracciones mecanicas.	123.136.167	20	6.156.808		6.156.808	6.156.808	6.156.808	6.156.808	6.156.808	6.156.808	6.156.808	6.156.808	6.156.808	6.156.808	6.156.808
	2.796.576	20	139.829		139.829	139.829	139.829	139.829	139.829	139.829	139.829	139.829	139.829	139.829	139.829
	26.500	5	5.300		5.300	5.300	5.300	5.300	5.300	0	0	0	0	0	0
	1.631.700	7	233.100		233.100	233.100	233.100	233.100	233.100	233.100	233.100	0	0	0	0
	820.000	5	164.000		164.000	164.000	164.000	164.000	164.000	0	0	0	0	0	0
	48.000	5	9.600		9.600	9.600	9.600	9.600	9.600	0	0	0	0	0	0
	155.000	5	31.000		31.000	31.000	31.000	31.000	31.000	0	0	0	0	0	0
Total Depreciación	7.457.880	20	372.894		372.894	372.894	372.894	372.894	372.894	372.894	372.894	372.894	372.894	372.894	372.894
	136.071.823		7.112.531		7.112.531	7.112.531	7.112.531	7.112.531	7.112.531	6.902.631	6.902.631	6.669.531	6.669.531	6.669.531	6.669.531
Amortización Costo Financiero del Crédito. Estudio de Factibilidad. Levantamiento Topográfico Estudio de impacto ambiental Proyecto Arquitectura. Proyecto Electrico. Proyecto Sanitario Proyecto Macánico Proyecto de Estructuras. Proyecto de Paisajismos. Estudio de Suelo.	3.015.811	10	301.581		301.581	301.581	301.581	301.581	301.581	301.581	301.581	301.581	301.581	301.581	0
	106.000	5	21.200		21.200	21.200	21.200	21.200	21.200	0	0	0	0	0	0
	4.203	5	841		841	841	841	841	841	0	0	0	0	0	0
	20.000	5	4.000		4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	0	0	0	0	0	0
	431.581	5	86.316		86.316	86.316	86.316	86.316	86.316	0	0	0	0	0	0
	231.549	5	46.310		46.310	46.310	46.310	46.310	46.310	0	0	0	0	0	0
	231.549	5	46.310		46.310	46.310	46.310	46.310	46.310	0	0	0	0	0	0
	181.732	5	36.346		36.346	36.346	36.346	36.346	36.346	0	0	0	0	0	0
	453.439	5	90.688		90.688	90.688	90.688	90.688	90.688	0	0	0	0	0	0
	239.200	5	47.840		47.840	47.840	47.840	47.840	47.840	0	0	0	0	0	0
Total Amortización	288.000	5	57.600		57.600	57.600	57.600	57.600	57.600	0	0	0	0	0	0
	5.203.064		739.032		739.032	739.032	739.032	739.032	739.032	301.581	301.581	301.581	301.581	301.581	0
TOTAL DEPREC. Y AMORTIZACIÓN	141.274.887		7.851.563		7.851.563	7.851.563	7.851.563	7.851.563	7.851.563	7.204.212	7.204.212	6.971.112	6.971.112	6.971.112	6.669.531

Parametros
Método de cálculo utilizado
Valor de salvamento

CUADRO 4.2

DEPRECIACION Y AMORTIZACION (CONTINUACION)
(Expresado en Bolívares Fuertes)

	Valor de los Activos	Años de Dep/Am	Año 14	Año 15	Año 16	Año 17	Año 18	Año 19	Año 20	Año 21	Año 22	TOTAL
Depreciación												
Edificaciones (Incluye Instalaciones Civiles)	123.136.167	20	6.156.808	6.156.808	6.156.808	6.156.808	6.156.808	6.156.808	6.156.808	6.156.808	6.156.808	123.136.167
Instalaciones electricas	2.796.576	20	139.829	139.829	139.829	139.829	139.829	139.829	139.829	139.829	139.829	2.796.576
Equipos auxiliares.	26.500	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	26.500
Mobiliario, equipos de oficina y alajamiento.	1.631.700	7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1.631.700
Vehiculos.	820.000	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	820.000
Embarcaciones (Góndolas).	48.000	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	48.000
Equipos.	155.000	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	155.000
Atracciones mecanicas.	7.457.880	20	372.894	372.894	372.894	372.894	372.894	372.894	372.894	372.894	372.894	7.457.880
Total Depreciación	136.071.823		6.669.531	6.669.531	6.669.531	6.669.531	6.669.531	6.669.531	6.669.531	6.669.531	6.669.531	136.071.823
Amortización												
Costo Financiero del Crédito.	3.015.811	10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3.015.811
Estudio de Factibilidad.	106.000	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	106.000
Levantamiento Topográfico	4.203	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4.203
Estudio de impacto ambiental	20.000	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	20.000
Proyecto Arquitectura.	431.581	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	431.581
Proyecto Electrico.	231.549	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	231.549
Proyecto Sanitario	231.549	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	231.549
Proyecto Macánico	181.732	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	181.732
Proyecto de Estructuras.	453.439	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	453.439
Proyecto de Paisajismos.	239.200	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	239.200
Estudio de Suelo.	288.000	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	288.000
Total Amortización	5.203.064		0	0	0	0	0	0	0	0	0	5.203.064
TOTAL DEPREC. Y AMORTIZACIÓN	141.274.887		6.669.531	6.669.531	6.669.531	6.669.531	6.669.531	6.669.531	6.669.531	6.669.531	6.669.531	141.274.887

Parametros	
Método de cálculo utilizado	Línea Recta.
Valor de salvamento	Ninguno.

5.4.1.1.7 Cuadro 5.1 al 5.12: Financiamiento de Terceros

El monto requerido del préstamo asciende a la cantidad de **Bs. F 100.527.035 (CIEN MILLONES QUINIENTOS VEINTISIETE MIL TREINTA Y CINCO BOLIVARES FUERTES)**, lo que representa el 66,14 % del total de la inversión, estos recursos serán desembolsados durante tres años, de la siguiente manera:

- El primer año Bs. 1.531.077,00 (**UN MILLON QUINIENTOS TREINTA Y UN MIL SETENTA Y SIETE BOLIVARES FUERTES**), lo cual representa el 1,52% del total del préstamo requerido y será destinado a complementar los recursos necesarios para la elaboración de los estudios y proyectos asociados a la construcción del Parque Temático Miranda Tierra Mágica.
- El Segundo año Bs. F. 86.199.772 (**OCHENTA Y SEIS MILLONES CIENTO NOVENTA Y NUEVE MIL SETECIENTOS SETENTA Y DOS BOLIVARES FUERTES**), 85,75% del total del crédito bancario necesarios para cubrir parte de la nivelación del terreno y construcción de edificaciones, incluyendo instalaciones civiles.
- El Tercer año Bs.F. 12.796.186 (**DOCE MILLONES SETECIENTOS NOVENTA Y SEIS MIL CIENTO OCHENTA Y SEIS BOLIVARES FUERTES**), 12,73% del total del aporte destinado a cubrir parte de los costos de paisajismo, instalaciones eléctricas, equipos auxiliares, mobiliario, equipos de oficina y alojamiento, vehículos, embarcaciones (góndolas), equipos y atracciones mecánicas, semovientes y especies marinas.

Del 100% del monto total de la inversión a ser financiada por terceros, corresponde el 85,74% para la construcción de edificaciones, el 3.71% para paisajismo, instalaciones eléctricas el 1.95%, equipos auxiliares 0.02%, mobiliario y quipos de oficina el 1,14%, vehículos 0.57%, góndolas 0.03%, equipos 0.11%, atracciones mecánicas 5,19% lo que suma un total del 98,46% del aporte por terceros, el resto se destinará a estudios 1,52% y la adquisición de semovientes y especies marinas 0.01%.

La tasa de interés anual nominal fue fijada en 9%, según lo estipula el BANDES para grandes inversiones de interés turístico, con un lapso de tres años muertos, y un periodo de diez años para el pago de capital e intereses.

El tratamiento del BANDES para el otorgamiento de créditos de desarrollo social es poco común entre otras entidades financieras del país, esa entidad bancaria considera los años muertos a partir del último desembolso, tiempo durante el cual no se cancelaría ni capital ni los intereses, y los intereses generados por el dinero otorgado a partir del primer desembolso deben ser sumados y distribuidos equitativamente durante los próximos diez años, tiempo durante el cual se hace efectivo el pago de capital e intereses.

Para ser conservadores en la evaluación del presente proyecto, y por recomendaciones del tutor académico, los años muertos fueron considerados a partir del primer desembolso, ya que es poco común ese tratamiento entre otras entidades bancarias del país, y el tiempo estipulado para el pago del crédito se extendería a dieciséis años, contando tres años de desembolsos más los tres años muertos luego del último desembolso, más diez años efectivos para el pago de la deuda.

Al considerar los años muertos a partir del primer desembolso, el tiempo estimado para el pago de la deuda se reduce a trece años, en vez de dieciséis años, y el costo financiero del crédito se fija en un 3% de apertura.

Se estima que el parque temático podría comenzar sus operaciones a partir del tercer año de desembolso, o lo que es lo mismo a partir del tercer año muerto, por tal motivo durante el primer año de operaciones no se cancelará capital ni interés.

A continuación se muestra en detalle el financiamiento de terceros donde se reflejan los desembolsos, los años muertos, el pago de intereses generados y de capital, distribuidos en un plazo de diez años.

CUADRO 5.1 FINANCIAMIENTO DE TERCEROS (Expresado en Bolívares Fuertes)

FASE 1: CONSTRUCCION PARQUE TEMATICO MIRANDA TIERRA MAGICA - PERIODO DE RECEPCION DEL CREDITO.

Meses	Anual	Desembolsos del Banco		Saldo de la Cuenta Capital		Costo Financiero del Crédito		
		Porcentaje Anual	Montos Entregados	Balance Inicial	Balance Final	Costo por Comisiones	Apertura	Costo por Intereses
12	1	1,52%	1.531.077	0	1.531.077		45.932	
24	2	85,75%	86.199.772	1.531.077	87.730.849		2.585.993	
36	3	12,73%	12.796.186	87.730.849	100.527.035		383.886	
Totales		100,00%	100.527.035				3.015.811	0
Costo Financiero del Crédito								3.015.811

Período de gracia (Años muertos).	Meses	Intereses Generados por los desembolsos.	Intereses Acumulados.	Año
	12	137.797	137.797	Año 1
	24	7.895.776	8.033.573	Año 2
	36	9.047.433	17.081.007	Año 3

CUADRO 5.2 FINANCIAMIENTO DE TERCEROS (Expresado en Bolívares Fuertes)

FASE 2: OPERACIÓN DEL PARQUE TEMATICO - PERÍODO DE AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO

Pagos anuales

Mes Consecutivo	Año efectivo compromiso de pago.	Prorratio intereses acumulados.	Interes anual 9% sobre saldos disponibles de la deuda.	Saldo de la Cuenta Capital		Pagos Mensuales de Amortización		
				Balance Inicial	Balance Final	Pagos Totales	Pagos de Capital	Pagos de Intereses
48	1	1.708.101	8.632.759	100.527.035	90.474.332	20.393.563	10.052.704	10.340.860
60	2	1.708.101	7.728.016	90.474.332	80.421.628	19.488.820	10.052.704	9.436.116
72	3	1.708.101	6.823.273	80.421.628	70.368.925	18.584.077	10.052.704	8.531.373
84	4	1.708.101	5.918.529	70.368.925	60.316.221	17.679.333	10.052.704	7.626.630
96	5	1.708.101	5.013.786	60.316.221	50.263.518	16.774.590	10.052.704	6.721.887
108	6	1.708.101	4.109.043	50.263.518	40.210.814	15.869.847	10.052.704	5.817.143
120	7	1.708.101	3.204.299	40.210.814	30.158.111	14.965.103	10.052.704	4.912.400
132	8	1.708.101	2.299.556	30.158.111	20.105.407	14.060.360	10.052.704	4.007.657
144	9	1.708.101	1.394.813	20.105.407	10.052.704	13.155.617	10.052.704	3.102.913
156	10	1.708.101	490.069	10.052.704	0	12.250.873	10.052.704	2.198.170
		17.081.007	45.614.142			163.222.184	100.527.035	62.695.149

CUADRO 5.3 FINANCIAMIENTO DE TERCEROS (Expresado en Bolívares Fuertes)

FASE 2: OPERACIÓN DEL PARQUE TEMATICO - PERÍODO DE AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO

Mensualidades Primer Año

Mes Consecutivo.	Mes efectivo compromiso de pago.	Prorratio intereses acumulados.	Interes anual 9%	Saldo de la Cuenta Capital		Pagos Mensuales de Amortización		
				Balance Inicial	Balance Final	Pagos Totales	Pagos de Capital	Pagos de Intereses
37	120	142.342	753.953	100.527.035	99.689.310	1.734.020	837.725	896.294
38	119	142.342	747.670	99.689.310	98.851.584	1.727.737	837.725	890.012
39	118	142.342	741.387	98.851.584	98.013.859	1.721.454	837.725	883.729
40	117	142.342	735.104	98.013.859	97.176.134	1.715.171	837.725	877.446
41	116	142.342	728.821	97.176.134	96.338.409	1.708.888	837.725	871.163
42	115	142.342	722.538	96.338.409	95.500.683	1.702.605	837.725	864.880
43	114	142.342	716.255	95.500.683	94.662.958	1.696.322	837.725	858.597
44	113	142.342	709.972	94.662.958	93.825.233	1.690.039	837.725	852.314
45	112	142.342	703.689	93.825.233	92.987.507	1.683.756	837.725	846.031
46	111	142.342	697.406	92.987.507	92.149.782	1.677.473	837.725	839.748
47	110	142.342	691.123	92.149.782	91.312.057	1.671.190	837.725	833.465
48	109	142.342	684.840	91.312.057	90.474.332	1.664.907	837.725	827.182
		1.708.101	8.632.759			20.393.563	10.052.704	10.340.860

CUADRO 5.4 FINANCIAMIENTO DE TERCEROS

(Expresado en Bolívares Fuertes)

FASE 2: OPERACIÓN DEL PARQUE TEMATICO - PERÍODO DE AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO

Mensualidades Segundo Año

Mes Consecutivo.	Mes efectivo compromiso de pago.	Prorrateo intereses acumulados.	Interes anual 9%	Saldo de la Cuenta Capital		Pagos Mensuales de Amortización		
				Balance Inicial	Balance Final	Pagos Totales	Pagos de Capital	Pagos de Intereses
49	108	142.342	678.557	90.474.332	89.636.606	1.658.624	837.725	820.899
50	107	142.342	672.275	89.636.606	88.798.881	1.652.342	837.725	814.616
51	106	142.342	665.992	88.798.881	87.961.156	1.646.059	837.725	808.333
52	105	142.342	659.709	87.961.156	87.123.430	1.639.776	837.725	802.050
53	104	142.342	653.426	87.123.430	86.285.705	1.633.493	837.725	795.767
54	103	142.342	647.143	86.285.705	85.447.980	1.627.210	837.725	789.485
55	102	142.342	640.860	85.447.980	84.610.254	1.620.927	837.725	783.202
56	101	142.342	634.577	84.610.254	83.772.529	1.614.644	837.725	776.919
57	100	142.342	628.294	83.772.529	82.934.804	1.608.361	837.725	770.636
58	99	142.342	622.011	82.934.804	82.097.079	1.602.078	837.725	764.353
59	98	142.342	615.728	82.097.079	81.259.353	1.595.795	837.725	758.070
60	97	142.342	609.445	81.259.353	80.421.628	1.589.512	837.725	751.787
				1.708.101	7.728.016	19.488.820	10.052.704	9.436.116

CUADRO 5.5 FINANCIAMIENTO DE TERCEROS **(Expresado en Bolívars Fuertes)** **FASE 2: OPERACIÓN DEL PARQUE TEMÁTICO - PERÍODO DE AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO**

Mensualidades Tercer Año

Mes Consecutivo.	Mes efectivo compromiso de pago.	Prorratio intereses acumulados.	Interes anual 9%	Saldo de la Cuenta Capital			Pagos Mensuales de Amortización		
				Balance Inicial	Balance Final	Pagos Totales	Pagos de Capital	Pagos de Intereses	
61	96	142.342	603.162	80.421.628	79.583.903	1.583.229	837.725	745.504	
62	95	142.342	596.879	79.583.903	78.746.177	1.576.946	837.725	739.221	
63	94	142.342	590.596	78.746.177	77.908.452	1.570.663	837.725	732.938	
64	93	142.342	584.313	77.908.452	77.070.727	1.564.380	837.725	726.655	
65	92	142.342	578.030	77.070.727	76.233.002	1.558.097	837.725	720.372	
66	91	142.342	571.748	76.233.002	75.395.276	1.551.815	837.725	714.089	
67	90	142.342	565.465	75.395.276	74.557.551	1.545.532	837.725	707.806	
68	89	142.342	559.182	74.557.551	73.719.826	1.539.249	837.725	701.523	
69	88	142.342	552.899	73.719.826	72.882.100	1.532.966	837.725	695.240	
70	87	142.342	546.616	72.882.100	72.044.375	1.526.683	837.725	688.957	
71	86	142.342	540.333	72.044.375	71.206.650	1.520.400	837.725	682.675	
72	85	142.342	534.050	71.206.650	70.368.925	1.514.117	837.725	676.392	
		1.708.101	6.823.273			18.584.077	10.052.704	8.531.373	

CUADRO 5.6 FINANCIAMIENTO DE TERCEROS

(Expresado en Bolívares Fuertes)

FASE 2: OPERACIÓN DEL PARQUE TEMATICO - PERÍODO DE AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO

Mensualidades Cuarto Año

Saldo de la Cuenta Capital					Pagos Mensuales de Amortización		
Balance Inicial		Balance Final		Pagos Totales	Pagos de Capital	Pagos de Intereses	
Mes Consecutivo.	Mes efectivo compromiso de pago.	Prorratio intereses acumulados.	Interes anual 9%				
73	84	142.342	527.767	70.368.925	69.531.199	1.507.834	
74	83	142.342	521.484	69.531.199	68.693.474	1.501.551	
75	82	142.342	515.201	68.693.474	67.855.749	1.495.268	
76	81	142.342	508.918	67.855.749	67.018.023	1.488.985	
77	80	142.342	502.635	67.018.023	66.180.298	1.482.702	
78	79	142.342	496.352	66.180.298	65.342.573	1.476.419	
79	78	142.342	490.069	65.342.573	64.504.847	1.470.136	
80	77	142.342	483.786	64.504.847	63.667.122	1.463.853	
81	76	142.342	477.503	63.667.122	62.829.397	1.457.570	
82	75	142.342	471.220	62.829.397	61.991.672	1.451.287	
83	74	142.342	464.938	61.991.672	61.153.946	1.445.005	
84	73	142.342	458.655	61.153.946	60.316.221	1.438.722	
			1.708.101				
			5.918.529				
					17.679.333	10.052.704	
						7.626.630	

CUADRO 5.7 FINANCIAMIENTO DE TERCEROS

(Expresado en Bolívares Fuertes)

FASE 2: OPERACIÓN DEL PARQUE TEMÁTICO - PERÍODO DE AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO

Mensualidades Quinto Año

Mes Consecutivo.	Mes efectivo compromiso de pago.	Prorratio intereses acumulados.	Interes anual 9%	Saldo de la Cuenta Capital		Pagos Mensuales de Amortización		
				Balance Inicial	Balance Final	Pagos Totales	Pagos de Capital	Pagos de Intereses
85	72	142.342	452.372	60.316.221	59.478.496	1.432.439	837.725	594.713
86	71	142.342	446.089	59.478.496	58.640.770	1.426.156	837.725	588.430
87	70	142.342	439.806	58.640.770	57.803.045	1.419.873	837.725	582.147
88	69	142.342	433.523	57.803.045	56.965.320	1.413.590	837.725	575.865
89	68	142.342	427.240	56.965.320	56.127.595	1.407.307	837.725	569.582
90	67	142.342	420.957	56.127.595	55.289.869	1.401.024	837.725	563.299
91	66	142.342	414.674	55.289.869	54.452.144	1.394.741	837.725	557.016
92	65	142.342	408.391	54.452.144	53.614.419	1.388.458	837.725	550.733
93	64	142.342	402.108	53.614.419	52.776.693	1.382.175	837.725	544.450
94	63	142.342	395.825	52.776.693	51.938.968	1.375.892	837.725	538.167
95	62	142.342	389.542	51.938.968	51.101.243	1.369.609	837.725	531.884
96	61	142.342	383.259	51.101.243	50.263.518	1.363.326	837.725	525.601
				1.708.101	5.013.786	16.774.590	10.052.704	6.721.887

CUADRO 5.8 FINANCIAMIENTO DE TERCEROS

(Expresado en Bolívares Fuertes)

FASE 2: OPERACIÓN DEL PARQUE TEMATICO - PERÍODO DE AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO

Mensualidades Sexto Año

Mes Consecutivo.	Mes efectivo compromiso de pago.	Prorratio intereses acumulados.	Interes anual 9%	Saldo de la Cuenta Capital		Pagos Mensuales de Amortización		
				Balance Inicial	Balance Final	Pagos Totales	Pagos de Capital	Pagos de Intereses
97	60	142.342	376.976	50.263.518	49.425.792	1.357.043	837.725	519.318
98	59	142.342	370.693	49.425.792	48.588.067	1.350.760	837.725	513.035
99	58	142.342	364.411	48.588.067	47.750.342	1.344.478	837.725	506.752
100	57	142.342	358.128	47.750.342	46.912.616	1.338.195	837.725	500.469
101	56	142.342	351.845	46.912.616	46.074.891	1.331.912	837.725	494.186
102	55	142.342	345.562	46.074.891	45.237.166	1.325.629	837.725	487.903
103	54	142.342	339.279	45.237.166	44.399.440	1.319.346	837.725	481.620
104	53	142.342	332.996	44.399.440	43.561.715	1.313.063	837.725	475.338
105	52	142.342	326.713	43.561.715	42.723.990	1.306.780	837.725	469.055
106	51	142.342	320.430	42.723.990	41.886.265	1.300.497	837.725	462.772
107	50	142.342	314.147	41.886.265	41.048.539	1.294.214	837.725	456.489
108	49	142.342	307.864	41.048.539	40.210.814	1.287.931	837.725	450.206
		1.708.101	4.109.043					
						15.869.847	10.052.704	5.817.143

CUADRO 5.9 FINANCIAMIENTO DE TERCEROS

(Expresado en Bolívars Fuertes)

FASE 2: OPERACIÓN DEL PARQUE TEMATICO - PERÍODO DE AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO

Mensualidades Septimo Año

Mes Consecutivo.	Mes efectivo compromiso de pago.	Prorratio intereses acumulados.	Interes anual 9%	Saldo de la Cuenta Capital		Pagos Mensuales de Amortización		
				Balance Inicial	Balance Final	Pagos Totales	Pagos de Capital	Pagos de Intereses
109	48	142.342	301.581	40.210.814	39.373.089	1.281.648	837.725	443.923
110	47	142.342	295.298	39.373.089	38.535.363	1.275.365	837.725	437.640
111	46	142.342	289.015	38.535.363	37.697.638	1.269.082	837.725	431.357
112	45	142.342	282.732	37.697.638	36.859.913	1.262.799	837.725	425.074
113	44	142.342	276.449	36.859.913	36.022.188	1.256.516	837.725	418.791
114	43	142.342	270.166	36.022.188	35.184.462	1.250.233	837.725	412.508
115	42	142.342	263.883	35.184.462	34.346.737	1.243.950	837.725	406.225
116	41	142.342	257.601	34.346.737	33.509.012	1.237.668	837.725	399.942
117	40	142.342	251.318	33.509.012	32.671.286	1.231.385	837.725	393.659
118	39	142.342	245.035	32.671.286	31.833.561	1.225.102	837.725	387.376
119	38	142.342	238.752	31.833.561	30.995.836	1.218.819	837.725	381.093
120	37	142.342	232.469	30.995.836	30.158.111	1.212.536	837.725	374.810
		1.708.101	3.204.299					
						14.965.103	10.052.704	4.912.400

CUADRO 5.10 FINANCIAMIENTO DE TERCEROS (Expresado en Bolívares Fuertes)

FASE 2: OPERACIÓN DEL PARQUE TEMATICO - PERÍODO DE AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO

Mensualidades Octavo Año

Mes Consecutivo.	Mes efectivo compromiso de pago.	Prorratio intereses acumulados.	Interes anual 9%	Saldo de la Cuenta Capital		Pagos Mensuales de Amortización		
				Balance Inicial	Balance Final	Pagos Totales	Pagos de Capital	Pagos de Intereses
121	36	142.342	226.186	30.158.111	29.320.385	1.206.253	837.725	368.528
122	35	142.342	219.903	29.320.385	28.482.660	1.199.970	837.725	362.245
123	34	142.342	213.620	28.482.660	27.644.935	1.193.687	837.725	355.962
124	33	142.342	207.337	27.644.935	26.807.209	1.187.404	837.725	349.679
125	32	142.342	201.054	26.807.209	25.969.484	1.181.121	837.725	343.396
126	31	142.342	194.771	25.969.484	25.131.759	1.174.838	837.725	337.113
127	30	142.342	188.488	25.131.759	24.294.033	1.168.555	837.725	330.830
128	29	142.342	182.205	24.294.033	23.456.308	1.162.272	837.725	324.547
129	28	142.342	175.922	23.456.308	22.618.583	1.155.989	837.725	318.264
130	27	142.342	169.639	22.618.583	21.780.858	1.149.706	837.725	311.981
131	26	142.342	163.356	21.780.858	20.943.132	1.143.423	837.725	305.698
132	25	142.342	157.073	20.943.132	20.105.407	1.137.141	837.725	299.415
		1.708.101	2.299.556			14.060.360	10.052.704	4.007.657

CUADRO 5.11 FINANCIAMIENTO DE TERCEROS (Expresado en Bolívares Fuertes)

FASE 2: OPERACIÓN DEL PARQUE TEMATICO - PERÍODO DE AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO

Mensualidades Noveno Año

Mes Consecutivo.	Mes efectivo compromiso de pago.	Prorratio intereses acumulados.	Interes anual 9%	Saldo de la Cuenta Capital		Pagos Mensuales de Amortización		
				Balance Inicial	Balance Final	Pagos Totales	Pagos de Capital	Pagos de Intereses
133	24	142.342	150.791	20.105.407	19.267.682	1.130.858	837.725	293.132
134	23	142.342	144.508	19.267.682	18.429.956	1.124.575	837.725	286.849
135	22	142.342	138.225	18.429.956	17.592.231	1.118.292	837.725	280.566
136	21	142.342	131.942	17.592.231	16.754.506	1.112.009	837.725	274.283
137	20	142.342	125.659	16.754.506	15.916.781	1.105.726	837.725	268.001
138	19	142.342	119.376	15.916.781	15.079.055	1.099.443	837.725	261.718
139	18	142.342	113.093	15.079.055	14.241.330	1.093.160	837.725	255.435
140	17	142.342	106.810	14.241.330	13.403.605	1.086.877	837.725	249.152
141	16	142.342	100.527	13.403.605	12.565.879	1.080.594	837.725	242.869
142	15	142.342	94.244	12.565.879	11.728.154	1.074.311	837.725	236.586
143	14	142.342	87.961	11.728.154	10.890.429	1.068.028	837.725	230.303
144	13	142.342	81.678	10.890.429	10.052.704	1.061.745	837.725	224.020
		1.708.101	1.394.813			13.155.617	10.052.704	3.102.913

CUADRO 5.12 FINANCIAMIENTO DE TERCEROS

(Expresado en Bolívares Fuertes)

FASE 2: OPERACIÓN DEL PARQUE TEMATICO - PERÍODO DE AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO

Mensualidades Décimo Año

Mes Consecutivo.	Mes efectivo compromiso de pago.	Prorratio intereses acumulados.	Interes anual 9%	Saldo de la Cuenta Capital			Pagos Mensuales de Amortización		
				Balance Inicial	Balance Final	Pagos Totales	Pagos de Capital	Pagos de Intereses	
145	12	142.342	75.395	10.052.704	9.214.978	1.055.462	837.725	217.737	
146	11	142.342	69.112	9.214.978	8.377.253	1.049.179	837.725	211.454	
147	10	142.342	62.829	8.377.253	7.539.528	1.042.896	837.725	205.171	
148	9	142.342	56.546	7.539.528	6.701.802	1.036.613	837.725	198.888	
149	8	142.342	50.264	6.701.802	5.864.077	1.030.331	837.725	192.605	
150	7	142.342	43.981	5.864.077	5.026.352	1.024.048	837.725	186.322	
151	6	142.342	37.698	5.026.352	4.188.626	1.017.765	837.725	180.039	
152	5	142.342	31.415	4.188.626	3.350.901	1.011.482	837.725	173.756	
153	4	142.342	25.132	3.350.901	2.513.176	1.005.199	837.725	167.473	
154	3	142.342	18.849	2.513.176	1.675.451	998.916	837.725	161.191	
155	2	142.342	12.566	1.675.451	837.725	992.633	837.725	154.908	
156	1	142.342	6.283	837.725	0	986.350	837.725	148.625	
				1.708.101	490.069	12.250.873	10.052.704	2.198.170	

CUADRO 5.1.1.1 **FINANCIAMIENTO DE TERCEROS (CONTINUACION)** (Expresado en bolívares fuertes)

Parámetros	
Monto del Crédito	100.527.035,02
Tasa de interes anual nominal	9,00%
Tasa de interes mensual efectiva	
Entrega	100,00% sobre el monto del crédito
Comisión de apertura	3,00%
Comisión de compromiso	0,00%
Periodo de gracia (años muertos).	3 años
Periodo de amortización	120 meses
Pago periódico de amortización	10.052.704 bolívares por mes

5.4.1.1.8 Cuadro 6.1 a 6.14: Nómina

La nómina fue calculada en base a las necesidades organizacionales, lo cual contribuyó a determinar los diferentes tipos de cargos, sueldos y salarios actuales, así como los beneficios sociales derivados de los mismos, conforme al marco legal vigente.

El reclutamiento del personal se consideró en función al incremento de la capacidad utilizada anual y al volumen de ocupación. El porcentaje de incremento anual del salario fue promediado entre los años 1.998 y 2.009, obteniendo como resultado un promedio de 23,80% de incremento salarial anual.

Tabla 18. *Porcentaje de Incremento salarial anual 1.997 – 2.009*

	Años												
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Salario Mínimo expresado en Bolívars Fuertes.	75,00	100,00	120,00	144,00	158,40	190,08	247,10	321,24	405,00	512,33	614,79	799,23	959,40
Incremento Porcentual.		33,33%	20,00%	20,00%	10,00%	20,00%	30,00%	30,00%	26,08%	26,50%	20,00%	30,00%	20,04%
Media.	23.83%												

Fuente: Autor, 2.009, Datos tomados de
<http://www.radiomundial.com.ve/yvke/noticia.php?5422>,
 recuperado 30 de abril 2.009

En base a una tabla que refleja los tipos de cargos con sus respectivos sueldos actuales, 174 cargos en total, se proyectaron incrementos salariales conforme al 23,83%, promedio de los incrementos anuales ocurridos en los últimos doce años incluyendo el año 2.009.

Tabla 19. *Detalle Nómina Parque Temático Miranda Tierra Mágica.*

Adscripción	Nro. de Cargos.	Denominación del Cargo:	Tipo de Cargo:	Sueldo y salarios Mensuales.
Junta Directiva.	10	Accionistas.	Accionistas.	4.500,00
Sub-Total	10			

Adscripción	Nro. de Cargos.	Denominación del Cargo:	Tipo de Cargo:	Sueldo y salarios Mensuales.
Gerencia de Administración / Compras.	3	Almacenistas.	Administrativo I	1.200,00
Gerencia de Operaciones / Mantenimiento y Servicios Generales.	4	Recepcionistas.	Administrativo I	1.200,00
Gerencia de Operaciones / Seguridad Integral.	12	Salvavidas	Administrativo I	1.200,00
Gerencia de Talento Humano / Area Técnica.	1	Archivista.	Administrativo I	1.200,00
Gerencia de Mercadeo / Relaciones Públicas.	4	Protocolo.	Administrativo I	1.200,00
Gerencia de Mercadeo / Arte, Oficios y Eventos Corporativos.	10	Recreadores.	Administrativo I	1.200,00
	34			

Adscripción	Nro. de Cargos.	Denominación del Cargo:	Tipo de Cargo:	Sueldo y salarios Mensuales.
Gerencia General.	1	Secretaria.	Administrativo II	1.500,00
Gerencia de Administración.	1	Secretaria.	Administrativo II	1.500,00
Gerencia de Administración / Contabilidad.	3	Registradores.	Administrativo II	1.500,00
Gerencia de Administración / Tesorería.	1	Cajero.	Administrativo II	1.500,00
Gerencia de Operaciones	1	Secretaria.	Administrativo II	1.500,00
Gerencia de Talento Humano / Servicio Médico.	2	Paramédico.	Administrativo II	1.500,00
	9			

Fuente: Autor 2.009

Tabla 20. *Detalle Nómina Parque Temático Miranda Tierra Mágica (Continuación).*

Adscripción	Nro. de Cargos.	Denominación del Cargo:	Tipo de Cargo:	Sueldo y salarios Mensuales.
Gerencia de Administración / Tesorería.	3	Analistas de pago.	Administrativo III	1.800,00
Gerencia de Administración / Compras.	2	Analistas de costos.	Administrativo III	1.800,00
Gerencia de Operaciones	1	Asistente.	Administrativo III	1.800,00
Gerencia de Talento Humano / Servicio Médico.	1	Enfermero	Administrativo III	1.800,00
Gerencia de Talento Humano / Higiene y seguridad laboral.	3	Inspectores.	Administrativo III	1.800,00
Gerencia de Planificación y Presupuesto / Control de Gestión y Calidad.	4	Inspectores de Gestión de Calidad	Administrativo III	1.800,00
Gerencia de Mercadeo / Comercialización.	3	Analistas de comercialización y ver	Administrativo III	1.800,00

17

Adscripción	Nro. de Cargos.	Denominación del Cargo:	Tipo de Cargo:	Sueldo y salarios Mensuales.
Gerencia de Operaciones / Talleres	4	Pintores	Obrero I	1.200,00
Gerencia de Operaciones / Mantenimiento y Servicios Generales.	6	Lavanderas	Obrero I	1.200,00
Gerencia de Operaciones / Mantenimiento y Servicios Generales.	8	Camareras	Obrero I	1.200,00
Gerencia de Operaciones / Mantenimiento y Servicios Generales.	4	Jardineros.	Obrero I	1.200,00
Gerencia de Operaciones / Mantenimiento y Servicios Generales.	10	Mesoneros.	Obrero I	1.200,00
Gerencia de Operaciones / Mantenimiento y Servicios Generales.	1	Operador de audio y video.	Obrero I	1.200,00

33

Fuente: Autor 2.009

Tabla 21. *Detalle Nómina Parque Temático Miranda Tierra Mágica (Continuación).*

Adscripción	Nro. de Cargos.	Denominación del Cargo:	Tipo de Cargo:	Sueldo y salarios Mensuales.
Gerencia de Operaciones / Talleres	2	Electricistas.	Obrero II	1.500,00
Gerencia de Operaciones / Talleres	4	Jardineros.	Obrero II	1.500,00
Gerencia de Operaciones / Talleres	3	Albañiles.	Obrero II	1.500,00
Gerencia de Operaciones / Talleres	1	Herrero.	Obrero II	1.500,00
Gerencia de Operaciones / Taller	2	Técnicos en sonido.	Obrero II	1.500,00
Gerencia de Operaciones / Taller	2	Técnicos en refrigeración.	Obrero II	1.500,00

14

Adscripción	Nro. de Cargos.	Denominación del Cargo:	Tipo de Cargo:	Sueldo y salarios Mensuales.
Gerencia de Administración / Contabilidad.	1	Contador Jefe.	Profesional I	2.500,00
Gerencia de Administración / Contabilidad.	1	Analista de Preupuesto Jefe.	Profesional I	2.500,00
Gerencia de Administración / Tesorería.	1	Jefe de Tesorería.	Profesional I	2.500,00
Gerencia de Operaciones / Talleres	1	Jefe de Taller.	Profesional I	2.500,00
Gerencia de Planificación y Presupuesto / Proyectos.	1	Coordinador.	Profesional I	2.500,00

5

Adscripción	Nro. de Cargos.	Denominación del Cargo:	Tipo de Cargo:	Sueldo y salarios Mensuales.
Gerencia de Administración.	1	Gerente	Profesional II	2.800,00
Gerencia de Operaciones	1	Gerente.	Profesional II	2.800,00
Gerencia de Planificación y Presupuesto / Formulación y control presupuestario.	1	Analista de Presupuesto Jefe.	Profesional II	2.800,00
Gerencia de Mercadeo / Comercialización.	1	Jefe de Comercialización.	Profesional II	2.800,00

4

Fuente: Autor 2.009

Tabla 22. *Detalle Nómina Parque Temático Miranda Tierra Mágica (Continuación).*

Adscripción	Nro. de Cargos.	Denominación del Cargo:	Tipo de Cargo:	Sueldo y salarios Mensuales.
Gerencia General.	1	Gerente General.	Profesional III	3.500,00
Asesoría Legal.	1	Consultor Jurídico.	Profesional III	3.500,00
Gerencia de Talento Humano.	1	Gerente General.	Profesional III	3.500,00
Gerencia de Planificación y Presupuesto	1	Gerente General.	Profesional III	3.500,00
Gerencia de Mercadeo.	1	Gerente General.	Profesional III	3.500,00

5

Adscripción	Nro. de Cargos.	Denominación del Cargo:	Tipo de Cargo:	Sueldo y salarios Mensuales.
Gerencia General.	1	Asistente Gerente General.	T.S.U.	2.000,00
Asesoría Legal.	2	Asistente Legal.	T.S.U.	2.000,00
Gerencia de Administración / Contabilidad.	2	Contabilistas.	T.S.U.	2.000,00
Gerencia de Administración / Contabilidad.	1	Analista Presupuestario de Centro	T.S.U.	2.000,00
Gerencia de Administración / Contabilidad.	1	Jefe de Inventario.	T.S.U.	2.000,00
Gerencia de Administración / Compras.	1	Jefe de Compras	T.S.U.	2.000,00
Gerencia de Operaciones / Mantenimiento y Servicios Generales.	1	Jefe de Mantenimiento.	T.S.U.	2.000,00
Gerencia de Operaciones / Seguridad Integral.	1	Jefe de Seguridad	T.S.U.	2.000,00
Gerencia de Talento Humano.	1	Asistente.	T.S.U.	2.000,00
Gerencia de Talento Humano.	1	Secretaria.	T.S.U.	2.000,00
Gerencia de Talento Humano / Nómina.	1	Coordinador de Nómina.	T.S.U.	2.000,00
Gerencia de Talento Humano / Nómina.	2	Analistas de Recursos Humanos.	T.S.U.	2.000,00
Gerencia de Talento Humano / Area Técnica.	1	Coordinador de Area Técnica.	T.S.U.	2.000,00
Gerencia de Talento Humano / Area Técnica.	1	Analista de Reclutamiento y Selecc	T.S.U.	2.000,00
Gerencia de Talento Humano / Area Técnica.	1	Analista de Clasificación y remuner	T.S.U.	2.000,00
Gerencia de Talento Humano / Area Técnica.	2	Analistas de Bienestar social.	T.S.U.	2.000,00
Gerencia de Talento Humano / Area Técnica.	1	Analistas de Adiestramiento.	T.S.U.	2.000,00

Fuente: Autor 2.009

Tabla 23. *Detalle Nómina Parque Temático Miranda Tierra Mágica (Continuación).*

Adscripción	Nro. de Cargos.	Denominación del Cargo:	Tipo de Cargo:	Sueldo y salarios Mensuales.
Gerencia de Talento Humano / Servicio Médico.	1	Coordinador.	T.S.U.	2.000,00
Gerencia de Talento Humano / Higiene y seguridad laboral.	1	Coordinador	T.S.U.	2.000,00
Gerencia de Planificación y Presupuesto	1	Asistente.	T.S.U.	2.000,00
Gerencia de Planificación y Presupuesto / Formulación y control presupuestario.	2	Analista de Presupuesto.	T.S.U.	2.000,00
Gerencia de Planificación y Presupuesto / Formulación y control presupuestario.	1	Analista de Costos.	T.S.U.	2.000,00
Gerencia de Planificación y Presupuesto / Proyectos.	2	Planificadores.	T.S.U.	2.000,00
Gerencia de Planificación y Presupuesto / Proyectos.	1	Promotor de Proyectos	T.S.U.	2.000,00
Gerencia de Planificación y Presupuesto / Control de Gestión y Calidad.	1	Coordinador.	T.S.U.	2.000,00
Gerencia de Planificación y Presupuesto / Control de Gestión y Calidad.	1	Analista de sistemas.	T.S.U.	2.000,00
Gerencia de Mercadeo.	1	Asistente.	T.S.U.	2.000,00
Gerencia de Mercadeo / Relaciones Públicas.	1	Jefe de Relaciones Públicas	T.S.U.	2.000,00
Gerencia de Mercadeo / Publicidad y promociones.	1	Jefe de publicidad.	T.S.U.	2.000,00
Gerencia de Mercadeo / Publicidad y promociones.	3	Analistas de promoción.	T.S.U.	2.000,00
Gerencia de Mercadeo / Publicidad y promociones.	1	Redactor.	T.S.U.	2.000,00
Gerencia de Mercadeo / Arte, Oficios y Eventos Corporativos.	1	Productor.	T.S.U.	2.000,00
Gerencia de Mercadeo / Arte, Oficios y Eventos Corporativos.	2	Asistentes de producción	T.S.U.	2.000,00
Gerencia de Mercadeo / Arte, Oficios y Eventos Corporativos.	1	Instructor de teatro y recreación.	T.S.U.	2.000,00
Sub Total	43			
Total	174			

Fuente: Autor 2.009

A continuación se presentan los cuadros correspondientes a la nómina del estudio económico financiero del presente proyecto.

CUADRO 6.1

NÓMINA

(Expresado en bolívares fuertes)

PRIMER AÑO DE OPERACIÓN DEL PARQUE

Código	Tipos de Cargos	F/V	No. Año 1	Costo Mensual			Costo Anual Total
				Salario Básico	Nómina	Porción Prestaciones Sociales (45 días al año)	
1	Accionista.	F	10	4.500	45.000	5.625	607.500
2	Profesional 1	F	1	2.500	2.500	313	33.750
3	Profesional 2	F	1	2.800	2.800	350	37.800
4	Profesional 3	F	1	3.500	3.500	438	47.250
5	T.S.U.	F	10	2.000	20.000	2.500	270.000
6	Administrativo I	F	8	1.200	9.600	1.200	129.600
7	Asministrativo II	F	2	1.500	3.000	375	40.500
8	Administrativo III	F	4	1.800	7.200	900	97.200
9	Obrero I	F	7	1.200	8.400	1.050	113.400
10	Obrero II	F	4	1.500	6.000	750	81.000
Totales			48	19.800	108.000	13.500	1.458.000

Código	Tipos de Cargos	F/V	No. Año 1	Salario Básico	Costo Anual		
					Nómina	Prestaciones Sociales	Total
1	Accionista.	F	10	4.500,00	540.000	67.500	607.500
2	Profesional 1	F	1	2.500,00	30.000	3.750	33.750
3	Profesional 2	F	1	2.800,00	33.600	4.200	37.800
4	Profesional 3	F	1	3.500,00	42.000	5.250	47.250
5	T.S.U.	F	10	2.000,00	240.000	30.000	270.000
6	Administrativo I	F	8	1.200,00	115.200	14.400	129.600
7	Asministrativo II	F	2	1.500,00	36.000	4.500	40.500
8	Administrativo III	F	4	1.800,00	86.400	10.800	97.200
9	Obrero I	F	7	1.200,00	100.800	12.600	113.400
10	Obrero II	F	4	1.500,00	72.000	9.000	81.000
			48		1.296.000	162.000	1.458.000

Parámetros

Prestaciones sociales 45,00 días al año
 Meses por año 12 meses al año
 Capacidad utilizada año 1 27,46%

CUADRO 6.2

(Expresado en bolívares fuertes)

NÓMINA

SEGUNDO AÑO DE OPERACIÓN DEL PARQUE

Costo Mensual														
Código	Tipos de Cargos	F/V	Nuevos Año	2	Nro. Año 1.	Total		Salario Básico + 23.83% aumento	Nómina Mes	Salario diario	Porción Prestaciones Sociales (45 días al año)	Porción Prestaciones Sociales (62 días al año)	Porción Prestaciones Sociales (mensual)	Costo Anual Total
						Cargos.								
1	Accionista.	F	0		10	10		5.572,35	55.724	186	0	9.597	9.597	783.844
2	Profesional 1	F	1		1	2		3.095,75	6.192	103	387	533	920	85.340
3	Profesional 2	F	1		1	2		3.467,24	6.934	116	433	597	1.031	95.580
4	Profesional 3	F	1		1	2		4.334,05	8.668	144	542	746	1.288	119.475
5	T.S.U.	F	4		10	14		2.476,60	34.672	83	1.238	4.265	5.504	482.111
6	Administrativo I	F	3		8	11		1.485,96	16.346	50	557	2.047	2.605	227.401
7	Asministrativo II	F	1		2	3		1.857,45	5.572	62	232	640	872	77.332
8	Administrativo III	F	2		4	6		2.228,94	13.374	74	557	1.535	2.093	185.596
9	Obrero I	F	3		7	10		1.485,96	14.860	50	557	1.791	2.349	206.499
10	Obrero II	F	1		4	5		1.857,45	9.287	62	232	1.280	1.512	129.588
Totales			17		48	65			171.628		4.736	23.032	27.769	2.392.767

Código	Tipos de Cargos	F/V	Costo Anual				
			Total Cargos Año 2	Salario Básico	Nómina	Prestaciones Sociales	Total
1	Accionista.	F	10	5.572.35	668.682	115.162	783.844
2	Profesional 1	F	2	3.095.75	74.298	11.042	85.340
3	Profesional 2	F	2	3.467.24	83.214	12.366	95.580
4	Profesional 3	F	2	4.334.05	104.017	15.458	119.475
5	T.S.U.	F	14	2.476.60	416.069	66.043	482.111
6	Administrativo I	F	11	1.485.96	196.147	31.255	227.401
7	Asministrativo II	F	3	1.857.45	66.868	10.464	77.332
8	Administrativo III	F	6	2.228.94	160.484	25.113	185.596
9	Obrero I	F	10	1.485.96	178.315	28.184	206.499
10	Obrero II	F	5	1.857.45	111.447	18.141	129.588
			65		2.059.541	333.227	2.392.767

Parámetros

Prestaciones sociales 45,00 días al año
Meses por año 12 meses al año
Capacidad utilizada año 2 37,47%

CUADRO 6.3

(Expresado en bolívares fuertes)

NÓMINA

TERCER AÑO DE OPERACIÓN DEL PARQUE

Código	Tipos de Cargos	FIV	Nuevos	Costo Mensual			Nómina Mes	Salario diario	Porción Mes Prestaciones Sociales (45 días al año)	Porción Mes Prestaciones Sociales (62 días al año)	Porción Mes Prestaciones Sociales (64 días al año)	Porción Mes Prestaciones Sociales.	Costo Anual Total
				Nro. Año2	Nro. Año 1.	Total Cargos.							
1	Accionista.	F	0	0	10	10	69.002	230	0	0	12.267	12.267	975.234
2	Profesional 1	F	1	1	1	3	3.833,47	128	479	660	682	1.821	159.856
3	Profesional 2	F	1	1	1	3	4.293,48	143	537	739	763	2.039	179.038
4	Profesional 3	F	1	1	1	3	5.366,85	16.101	179	924	954	2.549	223.798
5	T.S.U.	F	0	4	10	14	3.066,77	42.935	102	2.113	5.452	7.565	605.994
6	Administrativo I	F	8	3	8	19	1.840,06	34.961	61	1.840	2.617	5.408	484.428
7	Asministravo II	F	2	1	2	5	2.300,08	11.500	77	575	818	1.789	159.472
8	Administrativo III	F	4	2	4	10	2.760,10	27.601	92	1.380	1.963	4.293	382.733
9	Obrero I	F	9	3	7	19	1.840,06	34.961	61	2.070	2.290	5.311	483.262
10	Obrero II	F	5	1	4	10	2.300,08	23.001	77	1.438	1.636	3.469	317.641
Totales			31	17	48	96	284.443		8.989	8.081	29.441	46.511	3.971.457

Código	Tipos de Cargos	FIV	Total Cargos Año 3	Costo Anual		
				Salario Básico	Nómina	Prestaciones Sociales
1	Accionista.	F	10	6.900,24	828.029	147.205
2	Profesional 1	F	3	3.833,47	138.005	21.851
3	Profesional 2	F	3	4.293,48	154.565	24.473
4	Profesional 3	F	3	5.366,85	193.207	30.591
5	T.S.U.	F	14	3.066,77	515.218	90.777
6	Administrativo I	F	19	1.840,06	419.535	64.893
7	Asministravo II	F	5	2.300,08	138.005	21.467
8	Administrativo III	F	10	2.760,10	331.212	51.522
9	Obrero I	F	19	1.840,06	419.535	63.728
10	Obrero II	F	10	2.300,08	276.010	41.631
			96		3.413.319	558.137
						3.971.457

Parámetros

Prestaciones sociales 45,00 días al año
Meses por año 12 meses al año
Capacidad utilizada año 3 54,94%

CUADRO 6.4

NÓMINA

(Expresado en bolívares fuertes)

CUARTO AÑO DE OPERACIÓN DEL PARQUE

Código	Tipos de Cargos	F/V	Costo Mensual					Salario Básico + 23.83% aumento anual.	Nómina Mes	Salario diario	Porción Mes Prestaciones Sociales (45 días al año)	Porción Mes Prestaciones Sociales (62 días al año)	Porción Mes Prestaciones Sociales (64 días al año)	Porción Mes Prestaciones Sociales (66 días al año)	Porción Mes Prestaciones Sociales.	Costo Anual Total
			Nuevos año 4	Año 3	Nº. Año2	Nº. Año 1.	Total Cargos.									
1	Accionista.	F	0,00	0	0	10	10	8.544,57	85.446	285	0	0	0	15.665	15.665	1.213.329
2	Profesional 1	F	0,00	1	1	1	3	4.746,98	14.241	158	0	818	844	870	2.532	201.272
3	Profesional 2	F	0,00	1	1	1	3	5.316,62	15.950	177	0	916	945	975	2.836	225.425
4	Profesional 3	F	0,00	1	1	1	3	6.645,78	19.937	222	0	1.145	1.181	1.218	3.544	281.781
5	T.S.U.	F	3,00	0	4	10	17	3.797,59	64.559	127	1.424	0	2.701	6.962	11.087	907.750
6	Administrativo I	F	4,00	8	3	8	23	2.278,55	52.407	76	1.139	3.139	1.215	3.342	8.836	734.909
7	Administrativo II	F	2,00	2	1	2	7	2.848,19	19.937	95	712	981	506	1.044	3.244	278.173
8	Administrativo III	F	2,00	4	2	4	12	3.417,83	41.014	114	854	2.355	1.215	2.506	6.931	575.334
9	Obrero I	F	4,00	9	3	7	23	2.278,55	52.407	76	1.139	3.532	1.215	2.924	8.810	734.605
10	Obrero II	F	2,00	5	1	4	12	2.848,19	34.178	95	712	2.453	506	2.089	5.760	479.255
Totales			17	31	17	48	113		400.076		5.981	15.337	10.329	37.596	69.244	5.631.833

Código	Tipos de Cargos	F/V	Total Cargos Año 2	Costo Anual			Total
				Salario Básico	Nómina	Prestaciones Sociales	
1	Accionista.	F	10	8.544,57	1.025.348	187.981	1.213.329
2	Profesional 1	F	3	4.746,98	170.891	30.381	201.272
3	Profesional 2	F	3	5.316,62	191.398	34.026	225.425
4	Profesional 3	F	3	6.645,78	239.248	42.533	281.781
5	T.S.U.	F	17	3.797,59	774.708	133.042	907.750
6	Administrativo I	F	23	2.278,55	628.880	106.029	734.909
7	Administrativo II	F	7	2.848,19	239.248	38.925	278.173
8	Administrativo III	F	12	3.417,83	492.167	83.167	575.334
9	Obrero I	F	23	2.278,55	628.880	105.725	734.605
10	Obrero II	F	12	2.848,19	410.139	69.116	479.255
			113		4.800.908	830.924	5.631.833

Parámetros

Prestaciones sociales 45,00 días al año
Meses por año 12 meses al año
Capacidad utilizada año 4 64,93%

(Expresado en bolívares fuertes)

QUINTO AÑO DE OPERACIÓN DEL PARQUE

Código	Tipos de Cargos	F/V	Total Cargos Año 2	Costo Anual		
				Salario Básico	Nómina Sociales	Total
1	Accionista.	F	10	10,580.74	1,269,689	1,509,519
2	Profesional 1	F	4	5,878.19	246,884	290,089
3	Profesional 2	F	3	6,583.57	268,610	316,011
4	Profesional 3	F	4	8,229.46	345,637	406,124
5	T.S.U.	F	21	4,702.55	1,201,972	1,409,433
6	Administrativo I	F	26	2,821.53	893,861	1,049,515
7	Administrativo II	F	8	3,526.91	334,351	392,487
8	Administrativo III	F	14	4,232.30	695,789	817,186
9	Obrero I	F	27	2,821.53	914,176	1,071,993
10	Obrero II	F	13	3,526.91	567,128	666,469
			130		6,038,097	7,928,826

Prestaciones sociales	45,00 días al año
Meses por año	12 meses al año
Capacidad utilizada año 5	74,93%

CUADRO 6.6
(Expresado en bolívares fuertes)

NÓMINA

SEXTO AÑO DE OPERACIÓN DEL PARQUE

Código	Tipos de Cargos	FIV	Nuevos Año 6	Costo Mensual					Total Cargos.
				Año 5	Año 4	Año 3	Nro. Año2	Nro. Año 1.	
1	Accionista.	F	0	0	0,00	0,00	0,00	10,00	10
2	Profesional 1	F	0	1	0,00	0,00	1,00	1,00	4
3	Profesional 2	F	0	0	0,00	1,00	1,00	1,00	3
4	Profesional 3	F	0	1	0,00	1,00	1,00	1,00	4
5	T.S.U.	F	4	4	3,00	0,00	4,00	10,00	25
6	Administrativo I	F	0	3	4,00	8,00	3,00	8,00	26
7	Administrativo II	F	1	1	2,00	2,00	1,00	2,00	9
8	Administrativo III	F	1	2	2,00	4,00	2,00	4,00	15
9	Obrero I	F	4	4	4,00	9,00	3,00	7,00	31
10	Obrero II	F	1	1	2,00	5,00	1,00	4,00	14
Totales			11	17	17	31	17	48	141

Código	Tipos de Cargos	FIV	Total de c	Salario Básico + 23.85% aumento anual.	Nómina Mes	Salario diario	Porción Mes Prestaciones Sociales (45 días al año)	Porción Mes Prestaciones Sociales (62 días al año)	Porción Mes Prestaciones Sociales (64 días al año)	Porción Mes Prestaciones Sociales (66 días al año)	Porción Mes Prestaciones Sociales (68 días al año)	Porción Mes Prestaciones Sociales (70 días al año)	Porción Mes Prestaciones Sociales.	Costo Anual Total
1	Accionista.	F	10	13.102,13	131.021	437	0	0	0	0	0	25.476	25.476	1.877.972
2	Profesional 1	F	4	7.278,96	25.476	243	0	627	0	1.334	1.375	1.415	4.752	362.735
3	Profesional 2	F	3	8.152,44	27.718	272	0	562	0	1.495	1.540	1.585	5.181	394.795
4	Profesional 3	F	4	10.190,54	35.667	340	0	878	0	1.868	1.925	1.981	6.652	507.829
5	T.S.U.	F	25	5.823,17	147.326	194	2.912	4.312	3.106	0	4.400	11.323	26.052	2.080.540
6	Administrativo I	F	26	3.493,90	92.239	116	0	2.046	2.485	5.124	1.980	5.435	17.070	1.311.704
7	Administrativo II	F	9	4.367,38	38.870	146	546	677	1.553	1.601	825	1.698	6.900	549.241
8	Administrativo III	F	15	5.240,85	77.041	175	655	1.534	1.863	3.843	1.980	4.076	13.952	1.091.914
9	Obrero I	F	31	3.493,90	108.311	116	1.747	2.407	2.485	5.765	1.980	4.756	19.139	1.529.397
10	Obrero II	F	14	4.367,38	62.890	146	546	1.053	1.553	4.003	825	3.397	11.377	891.207
			141		746.559	14.095	6.405	14.095	13.044	25.035	16.829	61.143	136.552	10.597.334

COSTO ANUAL					Parámetros		
Código	Tipos de Cargos	FIV	Total Cargos Año 6	Salario Básico	Nómina	Prestaciones Sociales	Total
1	Accionista.	F	10	13.102,13	1.572.256	305.716	1.877.972
2	Profesional 1	F	4	7.278,96	305.716	57.019	362.735
3	Profesional 2	F	3	8.152,44	332.619	62.176	394.795
4	Profesional 3	F	4	10.190,54	428.003	79.826	507.829
5	T.S.U.	F	25	5.823,17	1.767.914	312.627	2.080.540
6	Administrativo I	F	26	3.493,90	1.106.868	204.836	1.311.704
7	Administrativo II	F	9	4.367,38	466.436	82.805	549.241
8	Administrativo III	F	15	5.240,85	924.486	167.428	1.091.914
9	Obrero I	F	31	3.493,90	1.299.731	229.666	1.529.397
10	Obrero II	F	14	4.367,38	754.683	136.524	891.207
			141		8.958.712	1.638.622	10.597.334

Prestaciones sociales 45,00 días al año

Meses por año 12 meses al año

Capacidad utilizada año 6 81,19%

CUADRO 6.7
(Expresado en bolívares fuertes)

NÓMINA

SEPTIMO AÑO DE OPERACIÓN DEL PARQUE

Código	Tipos de Cargos	FIV	Costo Mensual					Total Cargos.
			Nuevos Año 7	Año 6	Año 5	Año 4	Año 3	
1	Accionista.	F	0.00	0	0	0	0	10
2	Profesional 1	F	1.00	0	1	0	1	5
3	Profesional 2	F	0.00	0	0	0	1	3
4	Profesional 3	F	0.00	0	1	0	1	4
5	T.S.U.	F	1.00	4	4	3	4	26
6	Administrativo I	F	1.00	0	3	4	8	27
7	Administrativo II	F	0.00	1	1	2	2	9
8	Administrativo III	F	1.00	1	2	2	4	16
9	Obrero I	F	2.00	4	4	4	9	33
10	Obrero II	F	0.00	1	1	2	5	14
Totales			6	11	17	17	31	147

Código	Tipos de Cargos	FIV	Total de Cargos	Salario Básico + 23.83% aumento anual.	Nómina Mes	Salario diario	Porción Mes Prestaciones Sociales (65 días al año)	Porción Mes Prestaciones Sociales (62 días al año)	Porción Mes Prestaciones Sociales (64 días al año)	Porción Mes Prestaciones Sociales (66 días al año)	Porción Mes Prestaciones Sociales (70 días al año)	Porción Mes Prestaciones Sociales (72 días al año)	Porción Mes Prestaciones Sociales.	Costo Anual Total
1	Accionista.	F	10	16.224.37	162.244	541	0	0	0	0	0	32.449	32.449	2.336.309
2	Profesional 1	F	5	9.013.54	40.561	300	1.127	0	0	0	1.703	1.803	7.186	572.961
3	Profesional 2	F	3	10.095.16	34.324	0	0	0	0	718	1.907	2.019	6.607	491.163
4	Profesional 3	F	4	12.618.95	44.166	421	0	0	0	1.122	2.384	2.524	8.483	631.789
5	T.S.U.	F	26	7.210.83	189.645	240	901	4.967	5.512	3.966	0	14.422	35.377	2.700.263
6	Administrativo I	F	27	4.326.50	118.546	144	541	0	0	3.173	6.538	2.524	22.313	1.690.305
7	Administrativo II	F	9	5.408.12	48.132	180	0	931	865	1.983	2.043	1.052	9.038	686.038
8	Administrativo III	F	16	6.489.75	101.889	216	811	1.118	1.961	2.360	4.903	5.192	18.889	1.449.333
9	Obrero I	F	33	4.326.50	142.774	144	1.082	2.980	3.077	3.173	7.355	2.524	26.247	2.028.262
10	Obrero II	F	14	5.408.12	77.877	180	0	931	1.346	1.983	5.108	1.052	14.746	1.111.477
			147		960.158	2.704	4.462	10.928	18.017	16.657	31.940	21.452	77.877	13.697.901

					COSTO ANUAL			
Código	Tipos de Cargos		FIV	Total Cargos	Salario Básico	Nómina	Prestaciones Sociales	Total
1	Accionista.	F	F	Año 6	16.224.37	1.946.924	389.385	2.336.309
2	Profesional 1	F	F	10	9.013.54	486.731	86.230	572.961
3	Profesional 2	F	F	3	10.095.16	411.883	79.281	491.163
4	Profesional 3	F	F	4	12.618.95	529.996	101.793	631.789
5	T.S.U.	F	F	26	7.210.83	2.275.738	424.526	2.700.263
6	Administrativo I	F	F	27	4.326.50	1.422.552	267.753	1.690.305
7	Administrativo II	F	F	9	5.408.12	577.587	108.451	686.038
8	Administrativo III	F	F	16	6.489.75	1.222.668	226.665	1.449.333
9	Obrero I	F	F	33	4.326.50	1.713.293	314.969	2.028.262
10	Obrero II	F	F	14	5.408.12	934.524	176.954	1.111.477
				147		11.521.896	2.176.005	13.697.901

Parámetros

Prestaciones sociales
Meses por año
Capacidad utilizada año 7
45,00 días al año
12 meses al año
84,33%

CUADRO 6.8

(Expresado en bolívares fuertes)

NÓMINA

OCTAVO AÑO DE OPERACIÓN DEL PARQUE

Código	Tipos de Cargos	F/V	Nuevos año 8	Costo Mensual							Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10	Año 11	Año 12	Año 13	Año 14	Año 15	Año 16	Año 17	Año 18	Año 19	Año 20	Año 21	Año 22	Año 23	Año 24	Año 25	Año 26	Año 27	Año 28	Año 29	Año 30	Año 31	Año 32	Año 33	Año 34	Año 35	Año 36	Año 37	Año 38	Año 39	Año 40	Año 41	Año 42	Año 43	Año 44	Año 45	Año 46	Año 47	Año 48	Año 49	Año 50	Año 51	Año 52	Año 53	Año 54	Año 55	Año 56	Año 57	Año 58	Año 59	Año 60	Año 61	Año 62	Año 63	Año 64	Año 65	Año 66	Año 67	Año 68	Año 69	Año 70	Año 71	Año 72	Año 73	Año 74	Año 75	Año 76	Año 77	Año 78	Año 79	Año 80	Año 81	Año 82	Año 83	Año 84	Año 85	Año 86	Año 87	Año 88	Año 89	Año 90	Año 91	Año 92	Año 93	Año 94	Año 95	Año 96	Año 97	Año 98	Año 99	Año 100	Año 101	Año 102	Año 103	Año 104	Año 105	Año 106	Año 107	Año 108	Año 109	Año 110	Año 111	Año 112	Año 113	Año 114	Año 115	Año 116	Año 117	Año 118	Año 119	Año 120	Año 121	Año 122	Año 123	Año 124	Año 125	Año 126	Año 127	Año 128	Año 129	Año 130	Año 131	Año 132	Año 133	Año 134	Año 135	Año 136	Año 137	Año 138	Año 139	Año 140	Año 141	Año 142	Año 143	Año 144	Año 145	Año 146	Año 147	Año 148	Año 149	Año 150	Año 151	Año 152	Año 153	Año 154	Año 155	Año 156	Año 157	Año 158	Año 159	Año 160	Año 161	Año 162	Año 163	Año 164	Año 165	Año 166	Año 167	Año 168	Año 169	Año 170	Año 171	Año 172	Año 173	Año 174	Año 175	Año 176	Año 177	Año 178	Año 179	Año 180	Año 181	Año 182	Año 183	Año 184	Año 185	Año 186	Año 187	Año 188	Año 189	Año 190	Año 191	Año 192	Año 193	Año 194	Año 195	Año 196	Año 197	Año 198	Año 199	Año 200	Año 201	Año 202	Año 203	Año 204	Año 205	Año 206	Año 207	Año 208	Año 209	Año 210	Año 211	Año 212	Año 213	Año 214	Año 215	Año 216	Año 217	Año 218	Año 219	Año 220	Año 221	Año 222	Año 223	Año 224	Año 225	Año 226	Año 227	Año 228	Año 229	Año 230	Año 231	Año 232	Año 233	Año 234	Año 235	Año 236	Año 237	Año 238	Año 239	Año 240	Año 241	Año 242	Año 243	Año 244	Año 245	Año 246	Año 247	Año 248	Año 249	Año 250	Año 251	Año 252	Año 253	Año 254	Año 255	Año 256	Año 257	Año 258	Año 259	Año 260	Año 261	Año 262	Año 263	Año 264	Año 265	Año 266	Año 267	Año 268	Año 269	Año 270	Año 271	Año 272	Año 273	Año 274	Año 275	Año 276	Año 277	Año 278	Año 279	Año 280	Año 281	Año 282	Año 283	Año 284	Año 285	Año 286	Año 287	Año 288	Año 289	Año 290	Año 291	Año 292	Año 293	Año 294	Año 295	Año 296	Año 297	Año 298	Año 299	Año 300	Año 301	Año 302	Año 303	Año 304	Año 305	Año 306	Año 307	Año 308	Año 309	Año 310	Año 311	Año 312	Año 313	Año 314	Año 315	Año 316	Año 317	Año 318	Año 319	Año 320	Año 321	Año 322	Año 323	Año 324	Año 325	Año 326	Año 327	Año 328	Año 329	Año 330	Año 331	Año 332	Año 333	Año 334	Año 335	Año 336	Año 337	Año 338	Año 339	Año 340	Año 341	Año 342	Año 343	Año 344	Año 345	Año 346	Año 347	Año 348	Año 349	Año 350	Año 351	Año 352	Año 353	Año 354	Año 355	Año 356	Año 357	Año 358	Año 359	Año 360	Año 361	Año 362	Año 363	Año 364	Año 365	Año 366	Año 367	Año 368	Año 369	Año 370	Año 371	Año 372	Año 373	Año 374	Año 375	Año 376	Año 377	Año 378	Año 379	Año 380	Año 381	Año 382	Año 383	Año 384	Año 385	Año 386	Año 387	Año 388	Año 389	Año 390	Año 391	Año 392	Año 393	Año 394	Año 395	Año 396	Año 397	Año 398	Año 399	Año 400	Año 401	Año 402	Año 403	Año 404	Año 405	Año 406	Año 407	Año 408	Año 409	Año 410	Año 411	Año 412	Año 413	Año 414	Año 415	Año 416	Año 417	Año 418	Año 419	Año 420	Año 421	Año 422	Año 423	Año 424	Año 425	Año 426	Año 427	Año 428	Año 429	Año 430	Año 431	Año 432	Año 433	Año 434	Año 435	Año 436	Año 437	Año 438	Año 439	Año 440	Año 441	Año 442	Año 443	Año 444	Año 445	Año 446	Año 447	Año 448	Año 449	Año 450	Año 451	Año 452	Año 453	Año 454	Año 455	Año 456	Año 457	Año 458	Año 459	Año 460	Año 461	Año 462	Año 463	Año 464	Año 465	Año 466	Año 467	Año 468	Año 469	Año 470	Año 471	Año 472	Año 473	Año 474	Año 475	Año 476	Año 477	Año 478	Año 479	Año 480	Año 481	Año 482	Año 483	Año 484	Año 485	Año 486	Año 487	Año 488	Año 489	Año 490	Año 491	Año 492	Año 493	Año 494	Año 495	Año 496	Año 497	Año 498	Año 499	Año 500	Año 501	Año 502	Año 503	Año 504	Año 505	Año 506	Año 507	Año 508	Año 509	Año 510	Año 511	Año 512	Año 513	Año 514	Año 515	Año 516	Año 517	Año 518	Año 519	Año 520	Año 521	Año 522	Año 523	Año 524	Año 525	Año 526	Año 527	Año 528	Año 529	Año 530	Año 531	Año 532	Año 533	Año 534	Año 535	Año 536	Año 537	Año 538	Año 539	Año 540	Año 541	Año 542	Año 543	Año 544	Año 545	Año 546	Año 547	Año 548	Año 549	Año 550	Año 551	Año 552	Año 553	Año 554	Año 555	Año 556	Año 557	Año 558	Año 559	Año 560	Año 561	Año 562	Año 563	Año 564	Año 565	Año 566	Año 567	Año 568	Año 569	Año 570	Año 571	Año 572	Año 573	Año 574	Año 575	Año 576	Año 577	Año 578	Año 579	Año 580	Año 581	Año 582	Año 583	Año 584	Año 585	Año 586	Año 587	Año 588	Año 589	Año 590	Año 591	Año 592	Año 593	Año 594	Año 595	Año 596	Año 597	Año 598	Año 599	Año 600	Año 601	Año 602	Año 603	Año 604	Año 605	Año 606	Año 607	Año 608	Año 609	Año 610	Año 611	Año 612	Año 613	Año 614	Año 615	Año 616	Año 617	Año 618	Año 619	Año 620	Año 621	Año 622	Año 623	Año 624	Año 625	Año 626	Año 627	Año 628	Año 629	Año 630	Año 631	Año 632	Año 633	Año 634	Año 635	Año 636	Año 637	Año 638	Año 639	Año 640	Año 641	Año 642	Año 643	Año 644	Año 645	Año 646	Año 647	Año 648	Año 649	Año 650	Año 651	Año 652	Año 653	Año 654	Año 655	Año 656	Año 657	Año 658	Año 659	Año 660	Año 661	Año 662	Año 663	Año 664	Año 665	Año 666	Año 667	Año 668	Año 669	Año 670	Año 671	Año 672	Año 673	Año 674	Año 675	Año 676	Año 677	Año 678	Año 679	Año 680	Año 681	Año 682	Año 683	Año 684	Año 685	Año 686	Año 687	Año 688	Año 689	Año 690	Año 691	Año 692	Año 693	Año 694	Año 695	Año 696	Año 697	Año 698	Año 699	Año 700	Año 701	Año 702	Año 703	Año 704	Año 705	Año 706	Año 707	Año 708	Año 709	Año 710	Año 711	Año 712	Año 713	Año 714	Año 715	Año 716	Año 717	Año 718	Año 719	Año 720	Año 721	Año 722	Año 723	Año 724	Año 725	Año 726	Año 727	Año 728	Año 729	Año 730	Año 731	Año 732	Año 733	Año 734	Año 735	Año 736	Año 737	Año 738	Año 739	Año 740	Año 741	Año 742	Año 743	Año 744	Año 745	Año 746	Año 747	Año 748	Año 749	Año 750	Año 751	Año 752	Año 753	Año 754	Año 755	Año 756	Año 757	Año 758	Año 759	Año 760	Año 761	Año 762	Año 763	Año 764	Año 765	Año 766	Año 767	Año 768	Año 769	Año 770	Año 771	Año 772	Año 773	Año 774	Año 775	Año 776	Año 777	Año 778	Año 779	Año 780	Año 781	Año 782	Año 783	Año 784	Año 785	Año 786	Año 787	Año 788	Año 789	Año 790	Año 791	Año 792	Año 793	Año 794	Año 795	Año 796	Año 797	Año 798	Año 799	Año 800	Año 801	Año 802	Año 803	Año 804	Año 805	Año 806	Año 807	Año 808	Año 809	Año 810	Año 811	Año 812	Año 813	Año 814	Año 815	Año 816	Año 817	Año 818	Año 819	Año 820	Año 821	Año 822	Año 823	Año 824	Año 825	Año 826	Año 827	Año 828	Año 829	Año 830	Año 831	Año 832	Año 833	Año 834	Año 835	Año 836	Año 837	Año 838	Año 839	Año 840	Año 841	Año 842	Año 843	Año 844	Año 845	Año 846	Año 847	Año 848	Año 849	Año 850	Año 851	Año 852	Año 853	Año 854	Año 855	Año 856	Año 857	Año 858	Año 859	Año 860	Año 861	Año 862	Año 863	Año 864	Año 865	Año 866	Año 867	Año 868	Año 869	Año 870	Año 871	Año 872	Año 873	Año 874	Año 875	Año 876	Año 877	Año 878	Año 879	Año 880	Año 881	Año 882	Año 883	Año 884	Año 885	Año 886	Año 887	Año 888	Año 889	Año 890

NÓMINA

CUADRO 6.9
(Expresado en bolívares fuertes)

NOVENO AÑO DE OPERACIÓN DEL PARQUE												
Costo Mensual												Total Cargos
Código	Tipos de Cargos	FIV	Nuevos Año 9	Año 8	Año 7	Año 6	Año 5	Año 4	Año 3	Nro. Año2	Nro. Año 1.	
1	Accionista	F	0	0	0	0	0	0	0	0	10	10
2	Profesional 1	F	0	0	1	0	0	1	0	1	1	5
3	Profesional 2	F	0	0	0	0	0	0	1	1	1	3
4	Profesional 3	F	0	0	0	0	0	0	1	1	1	4
5	T.S.U.	F	4	2	1	4	4	3	0	4	10	32
6	Administrativo I	F	1	3	1	0	3	0	8	3	6	31
7	Administrativo II	F	0	0	0	1	0	2	0	1	2	9
8	Administrativo III	F	1	0	1	1	2	4	4	2	4	17
9	Obrero I	F	0	0	2	4	4	4	9	3	7	33
10	Obrero II	F	0	0	0	1	1	2	5	1	4	14
Totales			6	5	6	11	17	17	31	17	48	158

Código	Tipos de Cargos	FIV	Total de cargos	Salario Básico + 23.83% aumento.	Nómina Mes	Salario diario	Porción Mes Prestaciones Sociales (al año)	Porción Mes Prestaciones Sociales (al año)	Porción Mes Prestaciones Sociales (al año)	Porción Mes Prestaciones Sociales (al año)	Porción Mes Prestaciones Sociales (al año)	Porción Mes Prestaciones Sociales (al año)	Porción Mes Prestaciones Sociales (al año)	Porción Mes Prestaciones Sociales (al año)	Costo Anual Total
1	Accionista.	F	10	24.878,23	248.782	829	0	0	0	0	0	0	0	52.521	3.615.636
2	Profesional 1	F	5	13.821,24	62.196	461	0	0	2.457	0	1.305	0	2.764	2.841	12.286
3	Profesional 2	F	3	15.479,79	52.631	516	0	0	0	0	1.170	0	3.096	3.182	10.715
4	Profesional 3	F	4	19.349,74	67.724	645	0	0	0	0	1.827	0	3.870	3.977	13.760
5	T.S.U.	F	32	11.056,99	357.141	369	5.528	3.809	1.966	8.108	8.981	6.450	0	23.343	5.092.968
6	Administrativo I	F	31	6.834,19	208.314	221	829	3.428	1.179	0	4.261	5.160	10.615	4.091	2.983.970
7	Administrativo II	F	9	8.292,74	73.805	276	0	0	0	1.520	1.410	3.225	3.317	1.705	1.061.803
8	Administrativo III	F	17	9.951,29	166.187	332	1.244	0	1.769	1.824	3.195	3.870	7.961	4.091	2.382.538
9	Obrero I	F	33	6.834,19	218.928	221	0	0	2.359	4.865	5.013	5.160	11.942	4.091	3.145.935
10	Obrero II	F	14	8.292,74	119.416	276	0	0	0	1.520	2.193	3.225	8.293	1.705	1.720.247
Totales			158		1.576.124	4.146	7.602	7.236	9.730	17.839	29.354	27.090	51.857	34.774	22.639.898

COSTO ANUAL				Parámetros			
Código	Tipos de Cargos	FIV	Total Cargos	Salario Básico	Nómina	Prestaciones Sociales	Total
1	Accionista	F	10	24.978.23	2.995.388	630.249	3.615.636
2	Profesional 1	F	5	13.821.24	746.347	147.427	893.773
3	Profesional 2	F	3	15.479.79	631.575	128.585	760.161
4	Profesional 3	F	4	19.349.74	812.688	165.118	977.807
5	T.S.U.	F	32	11.656.99	4.285.690	807.308	5.092.998
6	Administrativo I	F	31	6.834.19	2.499.765	489.206	2.988.970
7	Administrativo II	F	9	8.292.74	885.665	176.138	1.061.803
8	Administrativo III	F	17	9.951.29	1.994.239	388.299	2.382.538
9	Obrero I	F	33	6.834.19	2.627.141	518.794	3.145.935
10	Obrero II	F	14	8.292.74	1.432.986	287.261	1.720.247
Totales			158		18.901.485	3.738.384	22.639.869

CUADRO 6.10
(Expresado en bolívares fuertes)

NÓMINA

DECIMO AÑO DE OPERACIÓN DEL PARQUE

Código	Tipos de Cargos	F/V	Costo Mensual										Total Cargos.	
			Nuevos Año 10	Año 9	Año 8	Año 7	Año 6	Año 5	Año 4	Año 3	Nro. Año 2	Nro. Año 1.		
1	Accionista.	F	0	0	0	0	0	0	0	0	0	10	10	
2	Profesional 1	F	0	0	0	1	0	1	0	1	1	1	5	
3	Profesional 2	F	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1	4	
4	Profesional 3	F	1	0	0	0	0	1	0	1	1	1	5	
5	T.S.U.	F	11	4	2	1	4	4	3	0	4	10	43	
6	Administrativo I	F	3	1	3	1	0	3	4	8	3	8	34	
7	Administrativo II	F	0	0	0	0	1	1	2	2	1	2	9	
8	Administrativo III	F	0	1	0	1	1	2	4	4	2	4	17	
9	Obrero I	F	0	0	0	0	2	4	4	9	3	7	33	
10	Obrero II	F	0	0	0	0	1	1	2	5	1	4	14	
Totales			16	6	5	6	11	17	17	31	17	48	174	

Código	Tipos de Cargos	F/V	Total de cargos	Salario Básico + 23.88% aumento.	Nómina Mes	Salario diario	Porción Mes Prestaciones Sociales (45 días al año)	Porción Mes Prestaciones Sociales (62 días al año)	Porción Mes Prestaciones Sociales (64 días al año)	Porción Mes Prestaciones Sociales (66 días al año)	Porción Mes Prestaciones Sociales (68 días al año)	Porción Mes Prestaciones Sociales (70 días al año)	Porción Mes Prestaciones Sociales (72 días al año)	Porción Mes Prestaciones Sociales (74 días al año)	Porción Mes Prestaciones Sociales (76 días al año)	Porción Mes Prestaciones Sociales.
1	Accionista.	F	10	30.806.71	308.067	1.027	0	0	0	0	0	0	0	0	0	66.748
2	Profesional 1	F	5	17.114.84	77.017	570	0	0	0	3.138	0	1.684	0	3.518	3.613	37.08
3	Profesional 2	F	4	19.168.62	84.342	630	2.396	0	0	0	0	1.491	0	3.940	4.047	41.53
4	Profesional 3	F	5	23.960.78	107.823	799	2.995	0	0	0	0	2.330	0	4.925	5.058	51.92
5	T.S.U.	F	43	13.691.87	592.898	456	18.826	9.432	4.869	2.510	10.345	11.448	8.215	0	11.562	29.666
6	Administrativo I	F	34	8.215.12	282.600	274	3.081	1.415	4.381	1.506	0	5.431	6.572	13.509	5.203	14.240
7	Administrativo II	F	9	10.268.90	91.393	342	0	0	0	0	1.940	1.797	4.108	4.222	2.168	4.450
8	Administrativo III	F	17	12.322.69	205.789	411	0	2.122	0	2.259	2.328	4.073	4.929	10.132	5.203	10.680
9	Obrero I	F	33	8.215.12	271.099	274	0	0	0	3.012	6.207	6.390	6.572	15.198	5.203	12.460
10	Obrero II	F	14	10.268.90	147.872	342	0	0	0	0	1.940	2.795	4.108	10.554	2.168	8.900
Totales			174		2.168.861	5.134	27.298	12.969	9.250	12.425	22.759	37.419	34.504	65.999	44.225	180.195

				COSTO ANUAL			Parámetros		
Código	Tipos de Cargos	F/V	Total Cargos	Salario Básico	Nómina	Prestaciones Sociales	Total		
1	Accionista.	F	10	30.806.71	3.696.806	800.975	4.497.780	45,00 días al año	
2	Profesional 1	F	5	17.114.84	924.201	187.693	1.111.894	12 meses al año	
3	Profesional 2	F	4	19.168.62	1.012.103	192.325	1.204.428	Meses por año	
4	Profesional 3	F	5	23.960.78	1.293.882	245.997	1.539.879	Capacidad utilizada año 10	100,00%
5	T.S.U.	F	43	13.691.87	7.114.297	1.282.472	8.396.769		
6	Administrativo I	F	34	8.215.12	3.381.203	664.056	4.055.259		
7	Administrativo II	F	9	10.268.90	1.096.719	224.204	1.320.923		
8	Administrativo III	F	17	12.322.69	2.469.466	500.712	2.970.178		
9	Obrero I	F	33	8.215.12	3.253.180	660.496	3.913.685		
10	Obrero II	F	14	10.268.90	1.774.467	365.573	2.140.040		
					26.026.333	5.124.503	31.150.836		

CUADRO 6.11
(Expresado en bolívares fuertes)

NÓMINA

DECIMO PRIMER AÑO DE OPERACIÓN DEL PARQUE

Código	Tipos de Cargos	F/V	Costo Mensual										Total Cargos.	
			Nuevos año 11	Año 10	Año 9	Año 8	Año 7	Año 6	Año 5	Año 4	Año 3	Nro. Año2	Nro. Año 1	Total Cargos.
1	Acconista.	F	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	1	4
2	Profesional 1	F	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	3
3	Profesional 2	F	0	1	1	0	0	0	0	1	0	1	1	5
4	Profesional 3	F	0	1	11	4	2	1	4	4	3	0	4	34
5	T.S.U.	F	0	11	3	1	3	0	0	3	4	8	3	37
6	Administrativo I	F	0	3	0	0	0	0	1	1	2	2	1	10
7	Administrativo II	F	0	0	0	1	0	1	1	2	2	4	2	13
8	Administrativo III	F	0	0	0	0	0	2	4	4	4	9	3	26
9	Obrero I	F	0	0	0	0	0	0	1	1	2	5	1	10
10	Obrero II	F	0	0	16	6	5	6	11	17	17	31	17	126
Totales			0	16	32	12	10	12	22	34	34	62	34	268

Código	Tipos de Cargos	F/V	Total de C	Salario Básico + 23,83% aumento.	Nómina Mes	Salario diario	Porción Mes Prestaciones Sociales (45 días al año)	Porción Mes Prestaciones Sociales (62 días al año)	Porción Mes Prestaciones Sociales (64 días al año)	Porción Mes Prestaciones Sociales (66 días al año)	Porción Mes Prestaciones Sociales (68 días al año)	Porción Mes Prestaciones Sociales (70 días al año)	Porción Mes Prestaciones Sociales (72 días al año)	Porción Mes Prestaciones Sociales (74 días al año)	Porción Mes Prestaciones Sociales (76 días al año)	Porción Mes Prestaciones Sociales (78 días al año)	Porción Mes Prestaciones Sociales (80 días al año)	Costo Anual Total
1	Acconista.	F	4	38.147,95	123.518	1.272	0	0	0	0	0	7.418	0	3.921	0	8.265	8.477	1.930.188
2	Profesional 1	F	3	21.193,31	72.057	706	0	0	3.788	0	0	0	0	1.743	0	4.592	4.710	1.042.428
3	Profesional 2	F	5	23.736,50	106.614	701	0	4.088	4.220	0	0	0	0	2.440	0	5.143	5.275	1.535.752
4	Profesional 3	F	34	29.670,63	1.017.703	989	0	5.110	58.023	21.758	11.209	5.769	23.737	26.226	18.791	0	26.374	14.576.389
5	T.S.U.	F	37	16.954,65	634.004	565	0	32.120	9.042	3.108	9.608	3.297	0	11.849	14.317	29.388	11.303	9.097.637
6	Administrativo I	F	10	10.172,79	100.711	338	0	5.356	0	0	0	0	2.035	1.882	4.295	4.408	2.261	1.450.165
7	Administrativo II	F	13	12.715,98	161.493	424	0	0	0	2.331	0	2.473	2.543	4.444	5.369	11.021	5.652	2.343.895
8	Administrativo III	F	26	15.259,18	396.739	509	0	0	0	0	0	5.934	12.207	12.546	12.886	29.755	11.021	5.762.884
9	Obrero I	F	10	10.172,79	105.797	339	0	0	0	0	0	0	2.035	2.928	4.295	11.021	2.261	1.540.024
10	Obrero II	F	126	12.715,98	1.603.486	424	0	0	36.170	13.968	12.010	14.835	27.975	44.697	45.638	85.403	48.038	23.186.919
			268		4.322.421	6.358	0	46.573	111.222	41.186	32.826	39.726	70.531	112.674	105.590	189.002	124.522	62.475.282

COSTO ANUAL					COSTO ANUAL	
Código	Tipos de Cargos	F/V	Total Cargos	Salario Básico	Nómina	Prestaciones Sociales
1	Acconista.	F	4	38.147,95	1.602.214	336.974
2	Profesional 1	F	3	21.193,31	864.687	1.042.428
3	Profesional 2	F	5	23.736,50	1.281.771	253.981
4	Profesional 3	F	34	29.670,63	12.212.431	2.365.988
5	T.S.U.	F	37	16.954,65	7.609.245	1.488.392
6	Administrativo I	F	10	10.172,79	1.208.527	241.638
7	Administrativo II	F	13	12.715,98	1.937.916	405.979
8	Administrativo III	F	26	15.259,18	4.760.865	1.002.020
9	Obrero I	F	10	10.172,79	1.269.564	270.461
10	Obrero II	F	126	12.715,98	19.241.828	3.945.092
			268		51.989.048	10.486.234

Parámetros
Prestaciones sociales
Meses por año
Capacidad utilizada año 10

45,00 días al año
11 meses al año
100,00%

CUADRO 6.12
(Expresado en bolívares fuertes)

NÓMINA

DECIMO SEGUNDO AÑO DE OPERACIÓN DEL PARQUE

Código	Tipos de Cargos	FIV	Costo Mensual										Total Cargos	
			Nuevos Año 12	Año 11	Año 10	Año 9	Año 8	Año 7	Año 6	Año 5	Año 4	Año 3	Nro. Año2	Nro. Año 1
1	Accionista.	F	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	4
2	Profesional 1	F	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	3
3	Profesional 2	F	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	1	5
4	Profesional 3	F	0	0	1	1	4	2	1	4	0	3	0	34
5	T.S.U.	F	0	0	11	3	1	3	1	0	3	4	8	37
6	Administrativo I	F	0	0	3	0	0	0	0	1	1	2	2	10
7	Administrativo II	F	0	0	0	0	1	0	1	1	2	2	4	13
8	Administrativo III	F	0	0	0	0	0	0	2	4	4	4	9	26
9	Obrero I	F	0	0	0	0	0	0	0	1	1	2	5	10
10	Obrero II	F	0	0	0	16	6	5	6	11	17	17	31	126
Totales			0	0	16	32	12	10	12	22	34	34	62	268

Código	Tipos de Cargos	FIV	Total de cd	Salario Básico + 23.8% aumento.	Nómina Mes	Salario diario	Porción Mes Prestaciones Sociales (días al año)	Porción Mes Prestaciones Sociales (días al año)	Porción Mes Prestaciones Sociales (días al año)	Porción Mes Prestaciones Sociales (días al año)	Porción Mes Prestaciones Sociales (días al año)	Porción Mes Prestaciones Sociales (días al año)	Porción Mes Prestaciones Sociales (días al año)	Porción Mes Prestaciones Sociales (días al año)	Costo Anual Total
1	Accionista.	F	4	47.238.61	165.335	1.575	0	0	0	0	0	0	4.965	0	2.412.318
2	Profesional 1	F	3	26.243.67	89.228	875	0	0	0	4.811	0	0	2.216	0	1.296.787
3	Profesional 2	F	5	29.392.91	132.268	980	0	0	0	5.225	0	0	3.103	0	1.910.539
4	Profesional 3	F	34	36.741.14	1.260.221	1.225	0	0	6.532	74.095	27.760	14.268	33.353	0	26.942
5	T.S.U.	F	37	20.994.94	785.211	700	0	0	41.057	11.547	3.965	12.247	4.199	0	18.133.958
6	Administrativo I	F	10	12.596.96	124.710	420	0	0	6.718	0	0	0	2.589	0	157.952
7	Administrativo II	F	13	15.746.20	199.977	525	0	0	3.149	0	2.974	0	3.237	0	25.628
8	Administrativo III	F	26	18.895.44	491.282	630	0	0	0	0	0	0	15.966	0	43.005
9	Obrero I	F	10	12.596.96	131.008	420	0	0	0	0	0	0	3.723	0	13.997
10	Obrero II	F	126	15.746.20	1.985.596	525	0	0	0	46.189	17.846	15.309	56.844	57.999	106.129
Totales			268	5.364.837	7.873	0	0	59.532	142.031	52.546	41.844	50.598	134.193	240.042	77.720.797

COSTO ANUAL			
Código	Tipos de Cargos	FIV	Total
1	Accionista.	F	4
2	Profesional 1	F	3
3	Profesional 2	F	5
4	Profesional 3	F	34
5	T.S.U.	F	37
6	Administrativo I	F	10
7	Administrativo II	F	13
8	Administrativo III	F	26
9	Obrero I	F	10
10	Obrero II	F	126
Totales			268

Parámetros

Prestaciones sociales
45,00 días al año
Meses por año
12 meses al año
Capacidad utilizada año 12
100,00%

CUADRO 6.13
(Expresado en bolívares fuertes)

NÓMINA

DECIMO TERCER AÑO DE OPERACIÓN DEL PARQUE

Código	Tipo de Cargos	FIV	Costo Mensual												Total Cargos.
			Nuevos Año 13	Año 12	Año 11	Año 10	Año 9	Año 8	Año 7	Año 6	Año 5	Año 4	Año 3	Nro. Año2	
1	Accionista.	F	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1	4
2	Profesional 1	F	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	3
3	Profesional 2	F	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	1	5
4	Profesional 3	F	0	0	0	1	11	4	2	1	4	3	0	4	34
5	T.S.U.	F	0	0	0	11	3	1	0	3	1	0	3	4	37
6	Administrativo I	F	0	0	0	3	0	0	1	0	0	1	2	2	10
7	Administrativo II	F	0	0	0	0	1	0	1	0	2	1	2	2	13
8	Administrativo III	F	0	0	0	0	0	4	0	0	4	4	9	3	26
9	Obrero I	F	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	2	1	10
10	Obrero II	F	0	0	0	0	16	5	6	11	17	31	17	17	126
Totales			0	0	0	16	32	12	10	22	34	34	62	34	268

Código	Tipos de Cargos	FIV	Total de C	Salario Básico + 22.83% aumento.	Nómina Mes	Salario diario	Porción Mes Prestaciones Sociales (días al año)	Porción Mes Prestaciones Sociales (días al año)	Porción Mes Prestaciones Sociales (días al año)	Porción Mes Prestaciones Sociales (días al año)	Porción Mes Prestaciones Sociales (días al año)	Porción Mes Prestaciones Sociales (días al año)	Porción Mes Prestaciones Sociales (días al año)	Porción Mes Prestaciones Sociales (días al año)	Porción Mes Prestaciones Sociales (días al año)	Costo Anual Total
1	Acopieta	F	4	58.495,57	204.135	1.953	0	0	0	6.337	0	6.337	0	13.649	45.324	3.000.823
2	Profesional 1	F	3	32.497,54	110.492	1.083	0	0	0	6.138	0	6.138	0	7.953	23.940	1.613.178
3	Profesional 2	F	5	36.397,24	133.788	1.213	0	0	0	6.975	0	6.975	0	8.493	34.274	2.376.740
4	Profesional 3	F	34	45.496,56	1.560.532	1.517	0	0	0	8.341	94.532	35.398	18.199	42.463	319.411	22.559.315
5	T.S.U.	F	37	25.998,03	972.326	867	0	0	0	52.429	14.732	5.055	5.344	19.152	23.109	200.994
6	Administrativo I	F	10	15.598,82	154.428	520	0	0	0	8.579	0	0	0	3.293	3.640	2.249.841
7	Administrativo II	F	13	19.498,52	247.631	650	0	0	0	0	3.791	0	0	4.068	4.116	32.593
8	Administrativo III	F	26	23.398,23	608.454	763	0	0	0	0	9.613	19.759	20.778	8.666	9.099	54.628
9	Obrero I	F	10	15.598,82	162.228	520	0	0	0	0	0	0	0	3.293	3.640	2.383.084
10	Obrero II	F	126	19.498,52	2.483.764	650	0	0	0	58.928	22.748	45.280	72.242	73.661	77.344	35.882.354
268				6.643.277	9.749	0	0	0	0	181.206	66.981	114.160	170.432	200.488	1.413.769	96.694.548

				COSTO ANUAL			
Código	Tipos de Cargos	FIV	Total Cargos	Salario Básico	Nómina	Prestaciones Sociales	Total
1	Acopieta.	F	4	58.495,57	2.456.814	544.009	3.000.823
2	Profesional 1	F	3	32.497,54	1.325.000	287.278	1.613.178
3	Profesional 2	F	5	36.397,24	1.965.451	411.289	2.376.740
4	Profesional 3	F	34	45.496,56	18.726.382	3.832.933	22.559.315
5	T.S.U.	F	37	25.998,03	11.667.917	2.411.924	14.079.841
6	Administrativo I	F	10	15.598,82	1.653.140	391.114	2.244.254
7	Administrativo II	F	13	19.498,52	2.971.575	655.540	3.627.115
8	Administrativo III	F	26	23.398,23	7.300.247	1.617.598	8.917.845
9	Obrero I	F	10	15.598,82	1.946.739	436.351	2.383.084
10	Obrero II	F	126	19.498,52	29.505.166	6.377.187	35.882.354
268					79.719.329	16.965.224	96.684.548

CUADRO 6.14

NÓMINA

(Expresado en bolívares, número de empleados y porcentajes)

CLASIFICACION PORCENTUAL (Año 3 del Proyecto).

	Primer Año	Segundo Año	Tercer Año	Cuarto Año	Quinto Año	Sexto Año	Séptimo Año	Octavo Año	Noveno Año	Décimo Año
Número de empleados										
Fijo	48	17	31	17	17	11	6	5	6	16
Variable	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Empleados Totales	48	17	31	17	17	11	6	5	6	16
Costo Anual de Nómina										
Fijo	1.296.000	2.059.541	3.413.319	4.800.908	6.738.097	8.958.712	11.521.896	14.674.734	18.901.485	26.026.333
Variable	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Costo Anual de Nómina	1.296.000	2.059.541	3.413.319	4.800.908	6.738.097	8.958.712	11.521.896	14.674.734	18.901.485	26.026.333
Costo Anual Total										
Fijo	1.458.000	2.392.767	3.971.457	5.631.833	7.928.826	10.597.334	13.697.901	17.521.541	22.639.868	31.150.836
Variable	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Costo Anual Total	1.458.000	2.392.767	3.971.457	5.631.833	7.928.826	10.597.334	13.697.901	17.521.541	22.639.868	31.150.836

Clasificación por Categorías

Número de Empleados

	Primer Año	Segundo Año	Tercer Año	Cuarto Año	Quinto Año	Sexto Año	Séptimo Año	Octavo Año	Noveno Año	Décimo Año
Accionista.	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
Profesional 1	1	2	3	3	4	4	5	5	5	5
Profesional 2	1	2	3	3	3	3	3	3	3	4
Profesional 3	1	2	3	3	4	4	4	4	4	5
T.S.U.	10	14	14	17	21	25	26	28	32	43
Administrativo I	8	11	19	23	26	26	27	30	31	34
Administrativo II	2	3	5	7	8	9	9	9	9	9
Administrativo III	4	6	10	12	14	15	16	16	17	17
Obrero I	7	10	19	23	27	31	33	33	33	33
Obrero II	4	5	10	12	13	14	14	14	14	14
Empleados Totales	48	65	96	113	130	141	147	152	158	174

Costo Anual Total	Primer Año	Segundo Año	Tercer Año	Cuarto Año	Quinto Año	Sexto Año	Séptimo Año	Octavo Año	Noveno Año	Décimo Año
Accionista.	607.500	783.844	975.234	1.213.329	1.509.519	1.877.972	2.336.309	2.906.445	3.615.636	4.497.780
Profesional 1	33.750	85.340	159.856	201.272	290.089	362.735	572.961	718.426	893.773	1.111.894
Profesional 2	37.800	95.580	179.038	225.425	316.011	394.795	491.163	611.041	760.161	1.204.428
Profesional 3	47.250	119.475	223.798	281.781	406.124	507.829	631.789	785.990	977.807	1.539.879
T.S.U.	270.000	482.111	605.994	907.750	1.409.433	2.080.540	2.700.263	3.604.944	5.092.998	8.396.769
Administrativo I	129.600	227.401	484.428	734.909	1.049.515	1.311.704	1.690.305	2.322.549	2.988.970	4.055.259
Administrativo II	40.500	77.332	159.472	278.173	392.487	549.241	686.038	853.495	1.061.803	1.320.923
Administrativo III	97.200	185.596	382.733	575.334	817.186	1.091.914	1.449.333	1.807.139	2.382.538	2.970.178
Obrero I	113.400	206.499	483.262	734.605	1.071.993	1.529.397	2.028.262	2.528.741	3.145.935	3.913.685
Obrero II	81.000	129.588	317.641	479.255	666.469	891.207	1.111.477	1.382.771	1.720.247	2.140.040
	1.458.000	2.392.767	3.971.457	5.631.833	7.928.826	10.597.334	13.697.901	17.521.541	22.639.868	31.150.836

Clasificación Porcentual

Número de Empleados

[illegible][illegible]

5.4.1.1.9 Cuadro 7: Materia Prima

Para la realización del cuadro relacionado con la materia prima, a ser utilizada en los procesos de producción del Parque Temático Miranda Tierra Mágica, fue necesario utilizar como base la información antes señalada en el Cuadro 1, Capacidad Instalada y la Capacidad Utilizada. Así mismo, fue necesario formular un presupuesto calculado por centros de costos representados por los distintos sectores previstos en el modelo conceptual del parque con una Capacidad Instalada al 100%.

Una vez elaborado el presupuesto fue necesario hacer una proyección de los costos de la materia prima, para luego poder combinar la Capacidad Utilizada prevista para cada año, con los requerimientos correspondientes a la materia prima y sus respectivos costos.

Tabla 24.1 Estimación y Proyección Materia Prima Necesaria para la Producción de Servicios (Sector 1).

Variación Interanual
1.15 %

(Expresado en Bolívares Fuertes)

Descripción Materia Prima.	Unidad Utilizada	Capacidad Instalada Total.	Cantidad Requerida.	Año 1		Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10	Año 11	Año 12	Año 13
				Costo Unitario o Bs. F.	Costo Anual Total												
Boletería																	
Tickets de entrada al parque	Tickets	1.562.782	1.562.782	0,20	312.556	359.440	413.356	475.359	546.663	628.663	722.962	831.406	956.117	1.099.535	1.264.465	1.454.135	1.672.255
Mapas recorrido del parque	Mapas	1.562.782	1.562.782	0,50	781.391	898.600	1.033.390	1.188.398	1.366.658	1.571.656	1.807.405	2.078.516	2.390.293	2.748.837	3.161.162	3.635.337	4.180.637
Servicio fotográfico, y venta de pasaportes																	
Impresión de Pasaportes.	Unidad	1.562.784	1.562.784	0,20	312.557	359.440	413.356	475.360	546.664	628.663	722.963	831.407	956.118	1.099.536	1.264.467	1.454.137	1.672.257
Papel fotográfico capacidad 12 fotos por hoja, paquetes de 50.	Paquete	1.562.784	2.604.64	120,00	312.557	359.440	413.356	475.360	546.664	628.663	722.963	831.407	956.118	1.099.536	1.264.467	1.454.137	1.672.257
Tinta Impresión fotográfica, promedio 300 impresiones blanco y negro.	Toner	1.562.784	434.11	250,00	108.527	124.806	143.527	165.055	189.814	218.286	251.029	288.683	331.966	381.783	439.051	504.909	580.645
Costo materia prima venta de entradas, producción de pasaportes (souvenirs).					1.827.588	2.101.725,82	2.416.985	2.779.532	3.196.462	3.675.932	4.227.321	4.861.419,53	5.590.632	6.429.227	7.393.611	8.502.653	9.778.051

Fuente: Autor 2.009

Tabla 24.2 Estimación y Proyección Materia Prima Necesaria para la Producción de Servicios (Sector 2):

Sector 2 (Venecia):

Descripción Materia Prima.	Unidad Utilizada	Capacidad Instalada Total.	Cantidad Requerida.	Costo Unitario Bs. F.	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10	Año 11	Año 12	Año 13
					Costo Anual Total	Costo Anual + 15%	Costo Anual + 15%	Costo Anual + 15%	Costo Anual + 15%	Costo Anual + 15%	Costo Anual + 15%	Costo Anual + 15%	Costo Anual + 15%	Costo Anual + 15%	Costo Anual + 15%	Costo Anual + 15%	Costo Anual + 15%
Servicio de hospedaje hotel Venecia																	
Juegos de Sabanas Matrimoniales con una vida útil de 6 meses.	Juego Sabanas Mat.	20 camas mat.	40	80	3.200	3.680	4.232	4.867	5.597	6.436	7.402	8.512	9.789	11.257	12.946	14.888	17.121
Juegos de Sabanas Matrimoniales con una vida útil de 6 meses.	Juego Sabanas Mat.	20 sofá camas mat.	40	80	3.200	3.680	4.232	4.867	5.597	6.436	7.402	8.512	9.789	11.257	12.946	14.888	17.121
Edredones Matrimoniales con una vida útil de 1 año.	Edredones Mat.	40	40	250	10.000	11.500	13.225	15.209	17.490	20.114	23.131	26.600	30.590	35.179	40.456	46.524	53.503
Almohadas camas matrimoniales.	Almohada	40	40	40	1.600	1.840	2.116	2.433	2.798	3.218	3.701	4.256	4.894	5.629	6.473	7.444	8.560
Almohadas sofá camas matrimoniales.	Almohada	40	40	40	1.600	1.840	2.116	2.433	2.798	3.218	3.701	4.256	4.894	5.629	6.473	7.444	8.560
Productos de Tocador.																	
292 rollos de papel x 20 habitaciones =																	
5840 rollos de papel. 1460 paquetes de 4 unidades cada uno.	Paquetes de Papel higiénico 4 unidades.	1.460	1.460	8	11.680	13.432	15.447	17.764	20.428	23.493	27.017	31.069	35.729	41.089	47.252	54.340	62.491
Jabones de tocador																	
4 jabones diarios por habitación x 292 días a x 20 habitaciones 23.360 jabones.	Jabones	20 hab.	23.360	2	46.720	53.728	61.787	71.055	81.714	93.971	108.066	124.276	142.918	164.355	189.008	217.360	249.964
Toallas																	
4 Toallas por habitación (Vida útil 6 meses). (4 toallas x 20hab x 2 reposiciones al año).	Toallas	20 hab.	160	30	4.800	5.520	6.348	7.300	8.395	9.655	11.103	12.768	14.683	16.886	19.419	22.331	25.681
Restaurant.																	
1.562.782 personas al año / 292 días Promedio diario de personas = 5.352 Se estima que los visitantes del parque consuman al menos una comida en el restaurant (Desayuno, almuerzo o cena). Se estima en Bs.F 53.520 diarios para la compra de materia prima para la producción de 5.352 platos de comida.	Platos de comida	1.562.782	1.562.782	10	15.627.820	17.971.993	20.667.792	23.767.961	27.333.155	31.433.128	36.148.097	41.570.312	47.805.859	54.976.737	63.223.248	72.706.735	83.612.746
Costo materia prima servicio de hospedaje y restaurant sector 2.					15.710.620	18.067.213	20.777.295	23.893.889	27.477.973	31.599.668	36.339.619	41.790.562	48.059.146	55.268.018	63.558.220	73.091.953	84.055.746

Fuente: Autor 2.009

Tabla 24.3 Estimación y Proyección Materia Prima Necesaria para la Producción de Servicios (Sector 3).

Sector 3 : Zona Arqueológica
(Incluye: Cuevas, Lago subterráneo, Montaña para el descenso a rapel, Cascadas, Sala de Proyección y Estructura para el montaje de la Montaña Rusa y Proyección 3D).

Descripción Materia Prima.	Unidad Utilizada	Capacidad Instalada Total.	Cantidad Requerida.	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5		Año 6		Año 7		Año 8		Año 9		Año 10		Año 11		Año 12		Año 13		
				Costo Unitario Bs. F.	Costo Anual Total	Costo Anual + 15%.	Costo Anual + 15%.	Costo Anual + 15%.	Costo Anual + 15%.	Costo Anual + 15%.	Costo Anual + 15%.	Costo Anual + 15%.	Costo Anual + 15%.	Costo Anual + 15%.	Costo Anual + 15%.	Costo Anual + 15%.	Costo Anual + 15%.	Costo Anual + 15%.	Costo Anual + 15%.	Costo Anual + 15%.	Costo Anual + 15%.	Costo Anual + 15%.	Costo Anual + 15%.	Costo Anual + 15%.	Costo Anual + 15%.	Costo Anual + 15%.	Costo Anual + 15%.	Costo Anual + 15%.	Costo Anual + 15%.	
Lentes plásticos para 3D. Cascos Guantes de escalada Mosquetones Cuerdas de seguridad Cinta para Mosquetones Arneses Ganchos de Seguridad Juegos de Rodilleras y coderas Descensor simple D04 (PETZL). Polea Rescue P50 (PETZL). Descensor antienmaduras D01 (PETZL). Descensor HUJT D-02 (PETZL). Linternas para ser utilizadas una en cada grupo de 50 personas. Juego de Pilas recargables de dos unidades (Vida útil 6 meses).	Lentes	100	100	3	300	345	397	456	525	603	694	798	918	1.055	1.214	1.396														
	Cascos	300	300	15	4.500	5.175	5.951	6.844	7.871	9.051	10.409	11.970	13.766	15.830	18.205	20.936	24.076													
	Guantes	50	300	15	4.500	5.175	5.951	6.844	7.871	9.051	10.409	11.970	13.766	15.830	18.205	20.936	24.076													
	Mosquetones	16	16	120	1.920	2.208	2.539	2.920	3.358	3.862	4.441	5.107	5.873	6.754	7.767	8.933	10.272													
	Cuerdas	80	80	25	2.000	2.300	2.645	3.042	3.498	4.023	4.626	5.320	6.118	7.036	8.091	9.305	10.701													
	Cintas	32	32	25	800	920	1.058	1.217	1.399	1.609	1.850	2.128	2.447	2.814	3.236	3.722	4.280													
	Arneses	16	16	100	1.600	1.840	2.116	2.433	2.798	3.218	3.701	4.256	4.894	5.629	6.473	7.444	8.560													
	Ganchos	16	16	100	1.600	1.840	2.116	2.433	2.798	3.218	3.701	4.256	4.894	5.629	6.473	7.444	8.560													
	Juego	50	50	20	1.000	1.150	1.323	1.521	1.749	2.011	2.313	2.660	3.059	3.518	4.046	4.652	5.350													
	Descensor	16	16	320	5.120	5.888	6.771	7.787	8.955	10.298	11.843	13.619	15.662	18.012	20.713	23.820	27.393													
	Polea	16	16	130	2.080	2.392	2.751	3.163	3.638	4.184	4.811	5.533	6.363	7.317	8.415	9.677	11.129													
	Descensor	16	16	200	3.200	3.680	4.232	4.867	5.597	6.436	7.402	8.512	9.789	11.257	12.946	14.888	17.121													
	Descensor	16	16	130	2.080	2.392	2.751	3.163	3.638	4.184	4.811	5.533	6.363	7.317	8.415	9.677	11.129													
	Linternas	12	12	25	300	345	397	456	525	603	694	798	918	1.055	1.214	1.396	1.605													
	Juego de Pilas	12	12	50	600	690	794	913	1.049	1.207	1.388	1.596	1.835	2.111	2.427	2.791	3.210													
Costo materia prima sector 3.					31.600	36.340	41.791	48.060	55.269	63.559	73.093	84.057	96.665	111.165	127.840	147.016	169.068													

Fuente: Autor 2.009

Tabla 24.4 Estimación y Proyección Materia Prima Necesaria para la Producción de Servicios (Sector 4).

Sector 4: Zona indígena

(Incluye: Caballería, Pesca de adultos y niños, Río lento, Churutas, Cascadas, Muelle, y Plántos, Zonas para tomar el sol).

Descripción Materia Prima.	Capacidad Instalada Total.	Cantidad Requerida.	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5		Año 6		Año 7		Año 8		Año 9		Año 10		Año 11		Año 12		Año 13	
			Unidad Utilizada	Costo Unitario Bs. F.	Costo Anual Total	Costo Anual + 15%	Costo Anual + 15%	Costo Anual + 15%	Costo Anual + 15%	Costo Anual + 15%	Costo Anual + 15%	Costo Anual + 15%	Costo Anual + 15%	Costo Anual + 15%	Costo Anual + 15%	Costo Anual + 15%	Costo Anual + 15%	Costo Anual + 15%	Costo Anual + 15%	Costo Anual + 15%	Costo Anual + 15%	Costo Anual + 15%	Costo Anual + 15%	Costo Anual + 15%	Costo Anual + 15%	Costo Anual + 15%	Costo Anual + 15%	Costo Anual + 15%
Alimento Caballos	100	100	Alimento	3	300	345	397	456	525	603	694	798	918	1.055	1.214	1.396	1.605											
4 Pacas de Pasto semanal x 6 caballos x 48 semanas al año	1.152	1.152	Paca	12	13.824	15.898	18.282	21.025	24.178	27.805	31.976	36.772	42.288	48.631	55.926	64.315	73.962											
2 sacos de alimento especial para caballos mensual por cada caballo. (NEPE).	144	144	Sacos Alimento	100	14.400	16.560	19.044	21.901	25.186	28.964	33.308	38.304	44.050	50.657	58.256	66.994	77.044											
1 ampolla de vitaminas al mes (GRUA intramuscular). Capacidad para inyectar a 6	12	12	Vitaminas	100	1.200	1.380	1.587	1.825	2.099	2.414	2.776	3.192	3.671	4.221	4.855	5.583	6.420											
Juegos de herraduras al mes x 6 caballos x 12	72	72	Juego Herradura	50	3.600	4.140	4.761	5.475	6.296	7.241	8.327	9.576	11.012	12.664	14.564	16.749	19.261											
Hamacas para utilizar en churutas	64	64	Hamacas	120	7.680	8.832	10.157	11.680	13.432	15.447	17.764	20.429	23.493	27.017	31.070	35.730	41.090											
Mantenimiento agua río lento.					0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0											
Estimado Mantenimiento mensual aguas río					0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0											
Costo materia prima sector 4.					41.004	47.155	54.228	62.362	71.716	82.474	94.845	109.071	125.432	144.247	165.884	190.767	219.382											

Fuente: Autor 2.009

Tabla 24.5 Estimación y Proyección Materia Prima Necesaria para la Producción de Servicios (Sector 5).

Descripción Materia Prima.		Capacidad Instalada Total.	Cantidad Requerida.	Costo Unitario Bs. F.	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10	Año 11	Año 12	Año 13
					Costo Anual Total	Costo Anual + 15%	Costo Anual + 15%	Costo Anual + 15%	Costo Anual + 15%	Costo Anual + 15%	Costo Anual + 15%	Costo Anual + 15%	Costo Anual + 15%	Costo Anual + 15%	Costo Anual + 15%	Costo Anual + 15%	Costo Anual + 15%
Sector 5 : Nuestras Creencias (Incluye: Réplica Fachada Iglesia San Francisco de Yare, Capilla, Galería Fotográfica, Museo Diablos de Yare, Zoológico de Contacto, Santuarios Virgen de Betania y Coromoto, Río Artificial, Zona para tomar el sol).																	
Costo material para la elaboración artesanal de réplicas de máscara de Yare tamaño regular para la venta (papel, pega, pinturas, etc) por cada máscara artesanal.		1.250.227	1.250.227	5	6.251.136	7.188.806	8.267.127	9.507.196	10.933.276	12.573.267	14.459.257	16.628.146	19.122.368	21.990.723	25.289.332	29.062.731	33.445.141
5 Kilos cartón Bs. 5 c/u = 30 Pinturas varios colores 4 colores a Bs. F 5 c/u = 20. Se estima que en condiciones optimas por cada 10 visitantes por lo menos 8 adquieren tan siquiera una máscara como recuerdo. Costo material por unidad=(30+9+20+50)/12=Bs. 4,8																	
Costo material elaboración artesanal de fachadas y pueblos del estado Miranda (arcilla, pinturas, etc) por cada máscara souvenir.		1.250.227	1.250.227	7	8.751.589	10.064.327	11.573.976	13.310.073	15.306.594	17.602.571	20.342.957	23.279.401	26.771.311	30.787.007	35.405.059	40.715.817	46.823.190
8 Kilos de arcilla Bs. 8 c/u = 48 Pinturas varios colores 6 colores a Bs. F 5 c/u = 30. Se estima que en condiciones optimas por cada 10 visitantes por lo menos 8 adquieren tan siquiera una fachada como recuerdo. Costo material por unidad=(48+30+78)/12=Bs.6,5																	
Zoológico de contacto																	
Promedio de gasto mensual en alimentos.																	
Compensado con los desperdicios del restaurant.																	
6	Gallinas.	12	12	100	1.200	1.380	1.587	1.825	2.098	2.414	2.776	3.192	3.671	4.221	4.855	5.583	6.420
3	3 Gallos.	6	6	100	600	690	794	913	1.048	1.207	1.388	1.596	1.835	2.111	2.427	2.791	3.210
6	6 Patos.	2190 kilos	2.190	8	17.520	20.148	23.170	26.646	30.643	35.238	40.525	46.604	53.594	61.633	70.878	81.510	93.736
6	6 Ovejas.	288 pacas	288	12	3.456	3.974	4.571	5.256	6.045	6.951	7.994	9.193	10.572	12.158	13.981	16.079	18.480
3	3 Chivos	144	144	12	1.728	1.987	2.285	2.628	3.022	3.476	3.997	4.597	5.286	6.079	6.991	8.038	9.245
2	2 Pavos Reales	730 kilos	730	8	5.840	6.716	7.723	8.882	10.214	11.746	13.508	15.535	17.865	20.544	23.628	27.170	31.245
20	Aves Varias.	12	12	80	960	1.104	1.270	1.460	1.679	1.931	2.221	2.554	2.937	3.377	3.884	4.468	5.136
20	Aves Varias	1825 kilos	1.825	8	14.600	16.790	19.309	22.205	25.535	29.366	33.771	38.836	44.662	51.361	59.065	67.925	78.114
4	4 Morrocoy.	365 kilos	365	8	2.920	3.358	3.862	4.441	5.107	5.873	6.754	7.767	8.932	10.272	11.813	13.565	15.623
4	4 Cochinos.	2920 kilos	2.920	8	23.360	26.864	30.894	35.528	40.857	46.985	54.033	62.138	71.459	82.178	94.504	108.680	124.962
2	2 Venados.	144 pacas	144	12	1.728	1.987	2.285	2.628	3.022	3.476	3.997	4.597	5.286	6.079	6.991	8.038	9.245
Costo materia sector 5					15.076.637	17.338.133	19.939.852	22.929.680	26.365.132	30.324.502	34.873.178	40.104.154	46.119.777	53.037.744	60.993.405	70.142.416	80.663.776

Fuente: Autor 2.009

Tabla 24.6 Estimación y Proyección Materia Prima Necesaria para la Producción de Servicios (Sector 6).

Sector 6 : Nuestra Mayor Cosecha "El Cacao y Nuestra Gente"

(Incluye: Sembradíos de Cacao, Aldea del Chocolate, Zona Antiestres, Museo del Tambor y de la Música Mirandina, Monumento al Tambor).

Descripción Materia Prima.	Unidad Utilizada	Capacidad Instalada Total.	Cantidad Requerida.	Costo Unitario Bs. F.	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10	Año 11	Año 12	Año 13
Costo material para la elaboración artesanal de chocolate y productos derivados.	Materia prima producto derivados de cacao.	1.250.227	1.250.227	2	2.500.454	2.875.522	3.306.850	3.802.878	4.373.310	5.029.306	5.783.702	6.651.257	7.648.946	8.796.288	10.115.731	11.633.031	13.378.054
Note: Se utilizará el cacao producido en el parque, se mostrará a los visitantes cómo producir chocolates y productos derivados. Se estima que en condiciones óptimas por cada 10 visitantes por lo menos 8 consuman tan siquiera un producto derivado.																	
Dulces: Costo de materia prima (leche, azúcar, y otros aditivos), por cada dulce la inversión promedio es de Bs. F 2.																	
Jabón: Costo promedio en materia prima por cada jabón 3.	Materia prima producto derivados de cacao.	1.250.227	1.250.227	3	3.750.681	4.313.283	4.960.276	5.704.317	6.559.965	7.543.959	8.675.553	9.976.886	11.473.419	13.194.432	15.173.597	17.448.636	20.067.081
Cremas mascarpas cuerpo y cara: Costo promedio en materia prima por mascarillas para spa.	Materia prima producto derivados de cacao.	1.250.227	1.250.227	7	8.751.589	10.064.327	11.573.976	13.310.073	15.306.584	17.602.571	20.242.957	23.279.401	26.771.311	30.787.007	35.405.059	40.715.617	46.823.190
Zona de hospedaje hotel ambiente indígena.																	
Juegos de Sabanas Matrimoniales con una vida útil de 6 meses. 104 x 2=208 sabanas.	Juego Sabanas Mat.	104 camisas mat.	208	80	16.640	19.138	22.006	25.307	29.103	33.469	38.489	44.283	50.902	58.537	67.318	77.416	89.028
Juegos de Sabanas individuales con una vida útil de 6 meses. 64 sabanas x 2= 128 sabanas individuales.	Juego Sabanas Mat.	64 camisas mat.	128	60	7.680	8.832	10.157	11.680	13.432	15.447	17.764	20.429	23.493	27.017	31.070	35.730	41.090
Toallas	Toallas	168	168	30	5.040	5.796	6.665	7.665	8.815	10.137	11.658	13.407	15.417	17.730	20.390	23.448	26.965
Servicio Médico																	
Paquete de medicinas al mes 500	Paq. De medicinas	12 meses	1	500	500	575	661	760	875	1.006	1.157	1.330	1.530	1.759	2.023	2.326	2.675
Sabanas de papel camilla: promedio de 3 por día x 292 días = 885 al año.	Sab. De papel.	885	885	0.10	88	102	117	135	155	178	205	235	271	311	359	412	473
Costo materia utilizada en el sector 6.					15.032.673	17.287.573	19.880.709	22.862.816	26.292.238	30.236.074	34.771.485	39.987.208	45.995.289	52.883.082	60.815.545	69.937.876	80.428.558

Fuente: Autor 2.009

Tabla 24.7 Estimación y Proyección Materia Prima Necesaria para la Producción de Servicios (Sector 7).

Sector 7. El eterno viaje de Miranda																	
(Incluye: Réplica del Aco del Trueno, Jardines, Fuentes, Plaza, Afiteatro, Parque Infantil, Acuario, Discoteca, Tasca-Restaurant).																	
Descripción Materia Prima.	Unidad Utilizada	Capacidad Instalada Total.	Cantidad Requerida.	Costo Unitario Bs. F.	Año												
					Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10	Año 11	Año 12	Año 13
					Costo Anual + 15%.	Costo Anual + 15%.	Costo Anual + 15%.	Costo Anual + 15%.	Costo Anual + 15%.	Costo Anual + 15%.	Costo Anual + 15%.	Costo Anual + 15%.	Costo Anual + 15%.	Costo Anual + 15%.	Costo Anual + 15%.	Costo Anual + 15%.	Costo Anual + 15%.
Manteles plásticos transparente para 200 mesas de madera.	Manteles plásticos.	200	200	10	2.000	2.300	2.645	3.042	3.498	4.023	4.626	5.320	6.118	7.036	8.091	9.305	10.701
Gasto mensual alimento para peces	Alimentos al mes	12	12	500	6.000	6.900	7.935	9.125	10.494	12.068	13.878	15.960	18.354	21.107	24.273	27.914	32.102
Cajas de Cervezas: Se estima el 50% de visitantes adultos que consumen cerveza por lo menos 7 por persona / 26 cervezas que contienen la Capacidad Total estimada 1.562,784 Adultos 87,38% = 1.365.561 50% Adultos consumidores de Cervezas = 682.780 Consumidores de Cervezas. (7 Cervezas x persona x 862.780 personas) / 36 unidades x cada caja de cervezas = 167.763 Cajas al año.	Cajas Cervezas.	167.763	167.763	37	6.207.231	7.138.316	8.209.063	9.440.422	10.856.486	12.484.959	14.357.702	16.511.358	18.988.062	21.836.271	25.111.711	28.878.468	33.210.238
Cajas de Bebidas: Se estima que el 50% de adultos visitantes consumen bebidas alcoholicas, y de este grupo el 30% prefiere consumir por servicios (botella + hielo-soda o agua mineral). Divididos en grupos de 4 personas 30% de 682.780 personas = 204.834 / 30% Servicios de Ron= 15.363 botellas (Botella de Ron Bs.30 + 1 Litro Refresco Bs.8+ Hielo Bs.1+ Limón Bs.1) 40% Servicios de Wisky = 20.483 (Botella de Wisky Bs.90 + 2 botellas de agua mineral Bs.8 + 2 botellas de soda Bs.5+ 20% Servicios de Ginebra = 10.242 (Botella de Ginebra Bs.70 + 1 Litro jugo de naranja Bs.8 + 3 onza granadina Bs.0.5+Hielo Bs.1) 10% Servicios de Otros Licores=5.121 (Botella de Vodka Bs.90 + 2 botellas de aguaquina Bs.5 + Hielo Bs.1 + Limón Bs. 1) Cajas de Refrescos. Se estima que el 50% de visitantes consumen al menos 2 refrescos o algún tipo de bebida no alcohólicas. 781.392 X 2 bebidas / 24 refrescos o bebidas por caja.	Servicio de Ron. Servicio de Wisky. Servicio de Ginebra. Servicio de Otros licores. Cajas de bebidas no alcoholicas.	15.363 20.483 10.242 5.121 65.116	40 105 80 97 45	614.520 2.150.715 819.360 496.737 2.930.220	706.698 2.473.322 942.264 571.248 3.369.753	812.703 2.844.321 1.083.604 656.935 3.875.216	934.608 3.270.969 1.246.144 755.475 4.456.498	1.074.799 3.761.614 1.433.066 868.796 5.124.973	1.236.019 4.325.856 1.648.026 999.116 5.893.719	1.421.422 4.974.734 1.895.229 1.148.983 6.777.777	1.634.635 5.720.945 2.179.514 1.321.330 7.794.443	1.879.831 6.579.086 2.506.441 1.519.530 8.963.610	2.161.805 7.565.949 2.882.407 1.747.459 10.308.151	2.486.076 8.700.842 3.314.768 2.009.578 11.854.374	2.858.988 10.005.968 3.811.983 2.311.015 13.632.530	3.287.836 11.506.863 4.383.781 2.657.667 15.677.410	
Costo materia utilizada en el sector 7.					13.226.783	15.210.800	17.492.421	20.116.284	23.133.726	26.603.785	30.594.353	35.183.506	40.461.032	46.530.186	53.509.714	61.536.171	70.766.597

Fuente: Autor 2.009

CUADRO 7.1

MATERIA PRIMA

(Expresado en bolívares)

(Expresados visitantes y huéspedes)

	(Años de operación a partir del tercer año de ejecución del proyecto)										
	Año 1 Operación / Tercer año muerto	Año 2 Operación / 1er año pago crédito	Año 3 Operación / 2do año pago crédito	Año 4 Operación / 3er año pago crédito	Año 5 Operación / 4to año pago crédito	Año 6 Operación / 5to año pago crédito	Año 7 Operación / 6to año pago crédito	Año 8 Operación / 7mo año pago crédito	Año 9 Operación / 8vo año pago crédito	Año 10 Operación / 9no año pago crédito	Año 11 Operación / 10mo año pago crédito
VOLUMEN DE PRODUCCIÓN											
Capacidad instalada (capacidad de personas al año)	1.562.784	1.562.784	1.562.784	1.562.784	1.562.784	1.562.784	1.562.784	1.562.784	1.562.784	1.562.784	1.562.784
En porcentaje total.	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Promedio de huéspedes por día	352	352	352	352	352	352	352	352	352	352	352
Promedio de huéspedes por año. (292 días).	102.784	102.784	102.784	102.784	102.784	102.784	102.784	102.784	102.784	102.784	102.784
Promedio de visitantes por día.	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000
Promedio de visitantes por año. (292 días).	1.460.000	1.460.000	1.460.000	1.460.000	1.460.000	1.460.000	1.460.000	1.460.000	1.460.000	1.460.000	1.460.000
Capacidad utilizada											
Huéspedes.	28.179	38.582	56.541	66.761	76.981	83.386	86.680	89.901	93.122	96.342	99.563
% Capacidad utilizada diaria temporada baja.	20%	30%	40%	50%	60%	70%	75%	80%	85%	90%	95%
Temporada Baja (huéspedes).	70	106	141	176	211	246	264	282	299	317	334
% Capacidad utilizada diaria temporada alta.	40%	50%	80%	90%	100%	100%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100%
Temporada Alta (huéspedes).	141	176	282	317	352	352	352	352	352	352	352
% Capacidad utilizada anual huéspedes	27%	38%	55%	65%	75%	81%	84%	87%	91%	94%	97%
Promedio de huéspedes por año.	28.179	38.582	56.541	66.761	76.981	83.386	86.680	89.901	93.122	96.342	99.563
Temporada Baja	12.810	19.398	25.803	32.208	38.613	45.018	48.312	51.533	54.754	57.974	61.195
Temporada Alta	15.369	19.184	30.738	34.553	38.368	38.368	38.368	38.368	38.368	38.368	38.368
Visitantes.	401.000	547.000	802.000	948.000	1.094.000	1.185.500	1.231.250	1.277.000	1.322.750	1.368.500	1.414.250
% Capacidad utilizada diaria temporada baja.	20%	30%	40%	50%	60%	70%	75%	80%	85%	90%	95%
Temporada Baja (visitantes diarios).	1000	1500	2000	2500	3000	3500	3750	4000	4250	4500	4.750
% Capacidad utilizada diaria temporada alta.	40%	50%	80%	90%	100%	100%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100%
Temporada Alta (visitantes diarios).	2000	2500	4000	4500	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5.000
% Capacidad utilizada anual visitantes											
Promedio de visitantes por año.	401.000	547.000	802.000	948.000	1.094.000	1.185.500	1.231.250	1.277.000	1.322.750	1.368.500	1.414.250
Temporada Baja (visitantes al año).	183000	274500	366000	457500	549000	640500	696250	732000	777750	823500	869250
Temporada Alta (visitantes al año).	218000	272500	436000	490500	545000	545000	545000	545000	545000	545000	545.000
% CAPACIDAD UTILIZADA TOTAL (NRO. PERSONAS).....	27,46%	37,42%	54,94%	64,83%	74,93%	81,19%	84,33%	87,42%	90,60%	93,73%	97%
PRODUCCION TOTAL (NRO. DE PERSONAS).....	429.179	585.582	858.541	1.014.761	1.170.981	1.268.886	1.317.930	1.366.901	1.415.872	1.464.842	1.513.813
COSTOS MATERIA PRIMA POR ACTIVIDAD Y SECTOR.											
Sector 1 Entrada Principal:											
Boletería	0,20	0,23	0,26	0,30	0,35	0,40	0,46	0,53	0,61	0,70	0,81
Mapas recorrido parque	0,50	0,58	0,66	0,76	0,87	1,01	1,16	1,33	1,53	1,76	2,02
Servicio fotografico y venta de pasaportes (souvenirs).	5,23	6,02	6,92	7,96	9,15	10,53	12,11	13,92	16,01	18,41	21,17
Sector 2 (Venecia):											
Lencería anual	19.600	22.540	25.921	29.809	34.281	39.423	45.336	52.136	59.957	68.950	79.293
Toallas	4.800	5.520	6.348	7.300	8.395	9.665	11.103	12.768	14.683	16.886	19.419
Productos de Tocador	59.400	67.160	77.234	88.919	102.142	117.463	135.083	155.345	178.647	205.444	236.261
Servicio restaurant.	15.627.820	17.971.993	20.667.792	23.767.961	27.333.155	31.433.128	36.148.097	41.570.312	47.805.859	54.976.737	63.223.248
Sector 3 : Zona Arqueológica											
Implementos y materiales para rapel y expedición en cueva.	31.600	36.340	41.791	48.060	55.269	63.559	73.093	84.057	96.665	111.165	127.840
Sector 4 : Zona Indígena											
Alimento y vitaminas para animales	41.004	47.155	54.228	62.362	71.716	82.474	94.845	109.071	125.432	144.247	165.884
Sector 5 : Nuestras creencias											
Costo material para la elaboración artesanal de réplicas de máscaras de Yare tamaño regular para la venta (papel, pega, pinturas, etc). Cada máscara	6.251.136	7.188.806	8.267.127	9.507.196	10.933.276	12.573.267	14.459.257	16.628.146	19.122.368	21.990.723	25.289.332
Costo material elaboración artesanal de fachadas y pueblos del estado Miranda (arcilla, pinturas, etc).	8.751.589	10.064.327	11.573.976	13.310.073	15.306.584	17.602.571	20.242.957	23.279.401	26.771.311	30.787.007	35.405.059
Alimentos zoológico de contacto	73.912	84.999	97.749	112.411	129.273	148.663	170.963	196.607	226.098	260.013	299.015
Sector 6 : Nuestra Mayor Cosecha "El Cacao y Nuestra											
Costo material para la elaboración artesanal de chocolate y productos derivados.	2.500.454	2.875.522	3.306.850	3.802.878	4.373.310	5.029.306	5.783.702	6.651.257	7.648.946	8.796.288	10.115.731
Costo materia prima producción de jabón.	3.750.681	4.313.283	4.960.276	5.704.317	6.559.965	7.543.959	8.675.553	9.976.886	11.473.419	13.194.432	15.173.597
Costo materia prima producción de cremas mascarillas	8.751.589	10.064.327	11.573.976	13.310.073	15.306.584	17.602.571	20.242.957	23.279.401	26.771.311	30.787.007	35.405.059
Materia prima servicio hospedaje lencería y toallas hotel	33.764	27.968	32.163	36.988	42.536	48.916	56.254	64.692	74.395	85.555	98.388
Servicio médico	589	677	778	895	1.029	1.184	1.361	1.565	1.800	2.070	2.381
Sector 7 : El eterno viaje de Miranda											
Materia prima utilizada servicio de tasca y discoteca	13.226.783	15.210.800	17.492.421	20.116.284	23.133.726	26.603.785	30.594.353	35.183.506	40.461.032	46.530.186	53.509.714
MATERIA PRIMA TOTAL. EN FUNCION A LA CAPACIDAD											
UTILIZADA ANUAL POR ACTIVIDAD Y SECTOR.											
Sector 1 Entrada Principal:											
Boletería	85.836	134.684	227.084	308.665	409.611	510.437	609.690	727.197	866.237	1.030.627	1.224.844
Mapas recorrido parque	214.590	336.710	567.710	771.662	1.024.027	1.276.091	1.524.226	1.817.992	2.165.592	2.576.567	3.062.109
Servicio fotografico y venta pasaportes (Souvenirs). Se estima que el 60 % de los visitantes adquieran los pasaportes.	943.335	2.466.959	4.159.424	5.653.713	7.502.701	9.349.497	11.167.496	13.319.819	15.866.569	18.877.649	22.435.055
Sub-Total Sector 1	1.243.761	2.938.353	4.954.218	6.734.040	8.936.338	11.136.025	13.301.413	15.865.007	18.998.398	22.484.843	26.722.008
Sector 2 (Venecia):											
Lencería anual	5.373	8.461	14.259	19.362	25.675	31.983	38.233	45.601	54.320	64.629	76.914
Toallas	1.316	2.072	3.492	4.742	6.288	7.932	9.369	11.168	13.303	15.928	18.936
Productos de Tocador	16.011	25.210	42.486	57.690	76.500	95.295	113.918	135.874	161.853	192.569	229.173
Servicio restaurant.	4.291.785	6.734.184	11.354.190	15.433.227	20.480.505	25.521.797	30.484.483	36.359.786	43.311.781	51.531.278	61.242.109
Sub-Total Sector 2	4.314.485	6.769.927	11.414.427	15.515.021	20.588.967	25.656.907	30.645.997	36.552.430	43.541.257	51.804.303	61.567.032
Sector 3 (Venecia):											
Implementos y materiales para rapel y expedición en cueva.	8.678	13.617	22.959	31.207	41.412	51.606	61.641	73.521	87.578	104.198	123.834
Sub-Total Sector 3	8.678	13.617	22.959	31.207	41.412	51.606	61.641	73.521	87.578	104.198	123.834
Sector 4 : Zona Indígena											
Alimento y vitaminas para animales	41.004	47.155	54.228	62.362	71.716	82.474	94.845	109.071	125.432	144.247	165.884
Sub-Total Sector 4	41.004	47.155	54.228	62.362	71.716	82.474	94.845	109.071	125.432	144.247	165.884
Sector 5 : Nuestras creencias											
Costo material para la elaboración artesanal de réplicas de máscaras de Yare tamaño regular para la venta (papel, pega, pinturas, etc).	1.716.716	2.693.677	4.541.682	6.173.299	8.192.212	10.208.732	12.193.809	14.543.933	17.324.734	20.612.537	24.496.875
Costo material elaboración artesanal de fachadas y pueblos	2.403.402	3.771.147	6.358.354	8.642.617	11.469.095	14.292.222	17.071.329	20.361.503	24.254.624	28.857.548	34.295.619
Alimentos zoológico de contacto	73.912	84.999	97.749	112.411	129.273	148.663	170.963	196.607	226.098	260.013	299.015
Sub-Total Sector 5	4.194.030	6.549.823	10.997.784	14.928.326	19.790.580	24.649.618	29.436.101	35.102.044	41.805.457	49.730.098	59.091.509
Sector 6 : Nuestra Mayor Cosecha "El Cacao y Nuestra											
Costo material para la elaboración artesanal de chocolate y productos derivados.	686.686	1.077.471	1.816.672	2.469.319	3.276.884	4.083.492	4.877.523	5.817.572	6.929.893	8.245.014	9.798.748
Costo materia prima producción de cremas mascarillas	1.030.029	1.616.206	2.725.009	3.703.979	4.915.327	6.125.238	7.316.284	8.726.359	10.394.839	12.367.520	14.698.123
Costo materia prima producción de cremas mascarillas cuerpo y cara para spa.	2.403.402	3.771.147	6.358.354	8.642.617	11.469.095	14.292.222	17.071.329	20.361.503	24.254.624	28.857.548	34.295.619
Materia prima servicio hospedaje lencería y toallas hotel	9.257	10.498	17.693	24.025	31.858	39.684	47.440	56.583	67.402	80.193	95.436
Indígena	589	677	778	895	1.029	1.184	1.361	1.565	1.800	2.070	2.381
Servicio médico	4.129.963	6.475.999	10.918.506	14.840.834	19.694.193	24.541.821	29.313.937	34.963.583	41.648.558	49.552.345	58.890.307
Sector 7 : El eterno viaje de Miranda											
Materia prima utilizada servicio de tasca y discoteca	3.632.401	5.699.553	9.609.748	13.062.087	17.333.908	21.600.663	25.800.888	30.773.518	36.657.417	43.614.082	51.832.954
Sub-Total Sector 7	3.632.401	5.699.553	9.609.748	13.062.087	17.333.908	21.600.663	25.800.888	30.773.518	36.657.417	43.614.082	51.832.954
TOTAL MATERIA PRIMA PRODUCCION SERVICIO	17.564.321	28.494.428	47.971.870	65.173.875	86.457.116	107.719.113	128.654.822	153.439.174	182.764.097	217.434.116	258.393.528

5.4.1.1.10 Cuadro 8: Ingresos

Para el desarrollo del cuadro de ingresos fue considerada la información correspondiente a la Capacidad Instalada y Utilizada, así como, cada una de las actividades destinadas a generar ingresos al parque como por ejemplo; venta de entradas, venta de souvenirs, venta de productos derivados del chocolate, venta de alimentos y bebidas, y servicio de hospedaje entre otras actividades.

Se estima que el parque podría comenzar sus actividades a partir del tercer año con una capacidad utilizada del 27,46% de la Capacidad Instalada.

[illegible]

Huéspedes.	Personas.	28.179	38.582	56.541	66.761	76.981	83.386	86.680	89.901	93.122	96.342	99.563
% Capacidad utilizada diaria temporada baja.												
Temporada Baja (huéspedes).	20%	70	106	141	176	211	246	282	317	352	387	422
% Capacidad utilizada diaria temporada alta.												
Temporada Alta (huéspedes).	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	141	176	282	317	352	387	422	457	492	527	562	597
% Capacidad utilizada anual huéspedes	27%	38%	55%	65%	75%	81%	84%	87%	91%	94%	97%	100%
Promedio de huéspedes por año.	28.179	38.582	56.541	66.761	76.981	83.386	86.680	89.901	93.122	96.342	99.563	102.784
Temporada Baja	12.810	19.398	25.803	32.208	38.613	45.018	48.312	51.553	54.754	57.974	61.195	64.416
Temporada Alta	15.369	19.184	30.738	34.553	38.368	38.368	38.368	38.368	38.368	38.368	38.368	38.368
Visitantes.	Personas.	401.000	547.000	802.000	948.000	1.094.000	1.185.500	1.231.250	1.277.000	1.322.750	1.368.500	1.414.250
% Capacidad utilizada diaria temporada baja.												
Temporada Baja (visitantes diarios).	20%	30%	40%	50%	60%	70%	75%	80%	85%	90%	95%	100%
% Capacidad utilizada diaria temporada alta.												
Temporada Alta (visitantes diarios).	1.000	1.500	2.000	2.500	3.000	3.500	3.750	4.000	4.250	4.500	4.750	5.000
	40%	50%	80%	90%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
	2.000	2.500	4.000	4.500	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000
Capacidad utilizada anual visitantes												
Promedio de visitantes por año.	401.000	547.000	802.000	948.000	1.094.000	1.185.500	1.231.250	1.277.000	1.322.750	1.368.500	1.414.250	1.460.000
Temporada Baja (visitantes al año).	183.000	274.500	366.000	457.500	549.000	640.500	686.250	732.000	777.750	823.500	869.250	915.000
Temporada Alta (visitantes al año).	218.000	272.500	436.000	490.500	545.000	545.000	545.000	545.000	545.000	545.000	545.000	545.000
% CAPACIDAD UTILIZADA TOTAL (NRO. PERSONAS).....	27.46%	37.47%	54.94%	64.93%	74.93%	81.19%	84.33%	87.47%	90.60%	93.73%	96.87%	100.00%
PRODUCCION TOTAL (NRO. DE PERSONAS).....	429.479	585.582	858.541	1.014.761	1.170.981	1.268.886	1.317.930	1.366.901	1.416.872	1.466.842	1.516.813	1.566.784

CUADRO 8.2 INGRESOS

		Base de Cálculos	(Años de operación a partir del tercer año de ejecución del proyecto)										
			Primer Año / 3er año muerto.	Segundo Año	Tercer Año	Cuarto Año	Quinto Año	Sexto Año	Septimo año	Octavo Año	Noveno Año	Décimo Año	Primer Año
DESAGREGACION INGRESOS POR VENTA DE ENTRADAS													
Niños 12.62%		Personas.	50.606	69.031	101.212	119.638	138.063	149.610					
Precio al público entrada.		Bs. F	45	52	60	68	79	91				172.705	178.478
Ingreso por venta de entradas a niños y personas de la tercera edad.		Bs. F	2.277.279	3.572.375	6.023.403	8.187.923	10.866.272	13.541.371	16.173.543	19.290.685	22.979.065	27.339.920	32.492.001
Adultos y adolescentes 87.38%		Personas.	350.394	477.969	700.788	828.362	955.937	1.035.890	1.075.866	1.115.843	1.155.819	1.195.795	1.235.772
Precio al público entrada.		Bs. F	65	75	86	99	114	131	150	173	199	229	263
Ingreso por venta de entradas a adultos.		Bs. F	22.775.597	35.728.153	60.241.454	81.889.318	108.676.109	135.430.399	161.755.361	192.930.627	229.818.979	273.432.896	324.960.061
TOTAL INGRESOS POR VENTA DE ENTRADAS			25.052.876	39.300.528	66.264.857	90.077.241	119.542.380	148.971.769	177.928.903	212.221.312	252.798.044	300.772.815	357.452.062
Seniat 12%			3.006.345	4.716.063	7.951.783	10.809.269	14.345.086	17.876.612	21.351.468	25.466.557	30.335.765	36.092.738	42.894.247
DESAGREGACION INGRESOS POR SERVICIO DE HOSPEDAJE.													
Precio promedio pernocta por hosped (incluye disfrute del parque).			150	173	198	228	262	302	347	399	459	528	607
TOTAL INGRESOS POR SERVICIO DE HOSPEDAJE			4.226.850	6.655.395	11.216.321	15.230.270	20.196.038	25.157.855	30.074.416	35.870.687	42.729.166	50.838.097	60.418.301
Seniat 12%			507.222	798.647	1.345.959	1.827.632	2.423.525	3.018.943	3.608.930	4.304.482	5.127.500	6.100.572	7.250.196
VENTA DE SOUVENIRS													
Venta de Pasaportes													
Se prevee un 70% anual de visitantes que adquieran el pasaporte.			300.425	409.907	600.979	710.333	819.687	888.220	922.551	956.831	991.110	1.025.390	1.059.669
Precio promedio de cada pasaporte.			30	35	40	46	52	60	69	80	92	106	121
Sub-total ingreso venta pasaporte			9.012.759	14.141.805	23.843.830	32.409.817	43.009.115	53.595.843	64.017.496	76.355.649	90.954.855	108.215.821	128.608.593
Venta de máscaras de Diablos de Yare.													
Se prevee un 80% anual de visitantes que adquieran al menos una máscara.			20	23	26	30	35	40	46	53	61	70	81
Sub-total ingreso venta máscaras			343.343	468.466	686.833	811.809	936.785	1.015.109	1.054.344	1.093.521	1.132.697	1.171.874	1.211.051
Venta de fachadas Estado Miranda.			6.866.864	10.774.709	18.166.728	24.693.194	32.768.849	40.834.928	48.775.235	58.175.733	69.298.938	82.450.150	97.987.499
Precio promedio de fachadas.													
Se prevee un 80% anual de visitantes que adquieran al menos una máscara.			25	29	33	38	44	50	58	67	76	88	101
Sub-total ingreso venta máscaras			343.343	468.466	686.833	811.809	936.785	1.015.109	1.054.344	1.093.521	1.132.697	1.171.874	1.211.051
Sub-total ingreso venta máscaras			8.583.580	13.468.386	22.708.409	30.866.493	40.961.062	51.043.660	60.969.043	72.719.666	86.623.672	103.062.687	122.484.374
INGRESO TOTAL POR VENTA DE SOUVENIRS			24.463.203	38.384.900	64.718.967	87.969.504	116.739.026	145.474.430	173.761.774	207.251.048	246.877.465	293.728.658	349.080.466
Seniat 12%			2.935.584	4.606.188	7.766.276	10.556.341	14.008.683	17.456.932	20.851.413	24.870.126	29.625.296	35.247.439	41.889.656

CUADRO 8.3 INGRESOS

(Años de operación a partir del tercer año de ejecución del proyecto)												
Base de Cálculos	Primer Año / 3er año muerto.	Segundo Año	Tercer Año	Cuarto Año	Quinto Año	Sexto Año	Septimo año	Octavo Año	Noveno Año	Décimo Año	Primer Año	
VENTA PRODUCTOS DERIVADOS DEL CACAO												
Venta de Jabón.												
	7	8	9	11	12	14	16	19	21	25	28	
Precio promedio de jabón.												
Se prevee un 80% anual de visitantes que adquirieran al menos un jabón.	343.343	468.466	686.833	811.809	30	30	30	30	30	30	31	
Sub-total ingreso venta jabón	2.403.402	3.771.148	6.358.355	8.642.618	367	422	486	559	642	739	878	
Venta de Chocolate y dulces.												
Precio promedio del chocolate y dulces a base de chocolate.												
Se prevee un 80% anual de visitantes que adquirieran al menos un chocolate.	343.343	468.466	686.833	811.809	936.785	1.015.109	1.054.344	1.093.521	1.132.697	1.171.874	1.211.051	
Sub-total ingreso venta jabón	1.716.716	2.693.677	4.541.682	6.173.299	8.192.212	10.208.732	12.193.809	14.543.933	17.324.734	20.612.537	24.496.875	
Venta de Mascarillas.												
Precio promedio de mascarillas a base de chocolate.												
Se prevee un 80% anual de visitantes que adquirieran al menos una mascarilla.	343.343	41	48	55	63	72	83	96	110	127	146	
Sub-total ingreso venta jabón	8.583.580	1.190	1.574	2.082	2.753	3.641	4.815	6.368	8.422	11.138	14.730	
TOTAL INGRESOS POR VENTA DE PRODUCTOS DERIVADOS DEL CHOCOLATE.	12.703.698	6.466.016	10.901.611	14.817.998	8.195.333	10.212.795	12.199.110	14.550.860	17.333.799	20.624.414	24.512.483	
	1.524.444	775.922	1.308.193	1.778.160	983.440	1.225.535	1.463.893	1.746.103	2.080.056	2.474.930	2.941.498	
Seniat 12%												
VENTAS SERVICIO DE TASCA-RESTAURANT-DISCOTECA												
Venta de Bebidas												
Precio al público por cerveza	5	6	7	8	9	10	12	13	15	18	20	
Se prevee la venta de 167.763 Cajas de 36 unidades anuales = 6.039.468 x % Cap. Utilizada												
Total.	1.658.587	2.263.015	3.317.881	3.921.602	4.525.323	4.903.682	5.093.216	5.282.466	5.471.717	5.660.967	5.850.218	
Sub-total ingreso venta Cervezas	8.292.934	13.012.337	21.939.486	29.821.331	39.574.090	49.315.284	58.904.587	70.257.325	83.690.532	99.572.910	118.336.964	
Venta de Servicios												
Precio al público por servicio de Ron.	150	173	198	228	262	302	347	399	459	528	607	
Servicios de Ron = 15.363 (Botella de Ron, Refresco,Hielo,Limón) x la capacidad utilizada anual.	4.219	5.757	8.440	9.976	11.511	12.474	12.956	13.437	13.919	14.400	14.882	
Sub-total ingreso servicio de Ron.	632.859	993.011	1.674.268	2.275.756	3.020.018	3.763.398	4.495.187	5.361.548	6.386.677	7.598.709	9.030.650	
Precio al público por servicio de wisky.	400	460	529	608	700	805	925	1.064	1.224	1.407	1.618	
20.483 (Botella de Wisky,2 botellas de agua mineral,2 botellas de soda, Hielo, Limón) x Cap. Utilizada.	5.625	7.675	11.253	13.300	15.348	16.631	17.274	17.916	18.557	19.199	19.841	
Sub-total ingreso servicio de Wisky.	2.250.055	3.530.532	5.952.663	8.091.180	10.737.318	13.380.317	15.982.105	19.062.352	22.707.075	27.016.312	32.107.411	
Precio al público por servicio de Ginebra.	300	345	397	456	525	603	694	798	918	1.055	1.214	
Servicios de Ginebra = 10.242 (Botella de Ginebra, 1 Litro jugo de naranja, 3 onza granadina, Hielo) x % Capacidad Utilizada.	2.813	3.838	5.627	7.650	7.674	8.316	8.637	8.958	9.279	9.600	9.921	
Sub-total ingreso servicio de Ginebra.	843.812	1.324.014	2.232.358	3.034.341	4.026.691	5.017.864	5.993.582	7.148.731	8.515.569	10.131.612	12.040.867	
Precio al público por servicio de otros licores.	350	403	463	532	612	704	810	931	1.071	1.231	1.416	
Servicios de Otros Licores=5.121 (Botella de Vodka, 2 botellas de aguaquina, Hielo, Limón) x Capacidad utilizada anual.	1.406	1.919	2.813	3.325	3.837	4.158	4.319	4.479	4.640	4.800	4.961	
Sub-total ingreso servicio de Ron.	492.223	772.342	1.302.209	1.770.032	2.348.903	2.927.087	3.496.256	4.170.093	4.967.415	5.910.107	7.023.839	
Venta de Bebidas no alcoholicas												
Precio promedio al público.	5	6	7	8	9	10	12	13	15	18	20	
Bebidas no alcoholicas x % capacidad utilizada anual	429.179	585.582	858.541	1.014.761	1.170.981	1.268.886	1.317.930	1.366.901	1.415.872	1.464.842	1.513.813	
Sub-total ingreso servicio de Ron.	2.145.895	3.367.097	5.677.102	7.716.623	10.240.265	12.760.915	15.242.261	18.179.917	21.655.918	25.765.672	30.621.094	
TOTAL INGRESOS POR VENTA DE BEBIDAS	14.657.777	22.999.332	38.778.087	52.709.263	69.947.286	87.164.865	104.113.978	124.179.966	147.923.185	175.995.321	209.160.822	
Seniat 12%	1.758.933	2.759.920	4.653.370	6.325.112	8.393.674	10.459.784	12.493.671	14.901.596	1.750.782	21.119.438	25.099.299	

CUADRO 8.4 INGRESOS

		(Años de operación a partir del tercer año de ejecución del proyecto)										
	Base de Cálculos	Primer Año / 3er año muerto.	Segundo Año	Tercer Año	Cuarto Año	Quinto Año	Sexto Año	Septimo año	Octavo Año	Noveno Año	Décimo Año	Primer Año
	VENTAS SERVICIO DE COMIDA RESTAURANT.											
	Precio promedio al público por comida	30	35	40	46	52	60	69	80	92	106	121
	Se estima que los visitantes del parque consuman al menos una comida en el restaurant (Desayuno, almuerzo o cena).											
	Promedio de comida anual estimada por capacidad utilizada.	429.178	585.581	858.540	1.014.760	1.170.980	1.268.894	1.317.928	1.366.899	1.415.870	1.464.841	1.513.811
	Sub-total ingreso servicio de Ron.	12.875.354	20.202.553	34.062.571	46.299.680	61.441.514	76.565.391	91.453.448	109.079.359	129.935.342	154.593.833	183.726.326
	TOTAL INGRESOS POR COMIDAS	16.405.126	25.652.086	43.120.301	58.457.226	77.397.111	96.255.643	114.772.168	136.684.596	162.603.537	193.239.031	229.423.986
	Seniat 12%	1.968.615	3.078.250	5.174.436	7.014.867	9.287.653	11.550.677	13.772.660	16.402.151	19.512.424	23.188.684	27.530.878
	TOTAL GENERAL INGRESOS	97.509.531	139.458.256	235.000.143	319.261.502	412.017.173	513.237.358	612.850.349	730.758.470	870.265.195	1.035.198.336	1.230.048.123
	Seniat 12% IVA	11.701.144	16.734.991	28.200.017	38.311.380	49.442.061	61.588.483	73.542.042	87.691.016	104.431.823	124.223.800	147.605.775
	Ingresos más impuesto Seniat	109.210.675	156.193.246	263.200.160	357.572.883	461.459.234	574.825.840	686.392.391	818.449.486	974.697.018	1.159.422.137	1.377.653.898

5.4.1.1.11 Cuadro 9: Gastos de Fabricación

En el cuadro de Gastos de Fabricación se exponen diversos parámetros involucrados en el proceso productivo y el aspecto administrativo del negocio, este cuadro se divide en Gastos Fijos y Gastos Variables, para el cálculo de algunos costos fue necesario contar con la asesoría de especialistas en distintas áreas. En cuanto al consumo de agua para las piscinas se consultó con la empresa Hidocapital Región Río Chico pues el trato tarifario es distinto al de zonas residenciales, a tales efectos fue necesario hacer una proyección en cuanto al consumo del agua.

Tabla 25. *Proyección Consumo de Agua*

(Expresado en Bolívars Fuertes)

Consumo de Agua	M3 Trimestre	M3 año	Tarifa Comercial 6	Año1	Año 2 + 20%	Año3	Año4	Año5	Año6	Año7	Año8	Año9	Año10	Año11
PISCINAS														
Canal artificial sector Venecia	510	2.040	1,08	2.203,20	2.203,20	2.203,20	2.203,20	2.203,20	2.203,20	2.203,20	2.203,20	2.203,20	2.203,20	2.203,20
Lago Subterráneo Sector Arqueológico	1.200	4.800	1,08	5.184,00	5.184,00	5.184,00	5.184,00	5.184,00	5.184,00	5.184,00	5.184,00	5.184,00	5.184,00	5.184,00
Río Lento	1.836	7.342	1,08	7.929,36	7.929,36	7.929,36	7.929,36	7.929,36	7.929,36	7.929,36	7.929,36	7.929,36	7.929,36	7.929,36
Piscina Setor Indígena	5.562	22.248	1,08	24.027,84	24.027,84	24.027,84	24.027,84	24.027,84	24.027,84	24.027,84	24.027,84	24.027,84	24.027,84	24.027,84
Río Artificial corriente rápida	781	3.125	1,08	3.375,26	3.375,26	3.375,26	3.375,26	3.375,26	3.375,26	3.375,26	3.375,26	3.375,26	3.375,26	3.375,26
Servicio Hotel, Tasca, Restaurant, Baños, Duchas, jardines etc.	800	3.200	1,08	3.456,00	3.456,00	3.456,00	3.456,00	3.456,00	3.456,00	3.456,00	3.456,00	3.456,00	3.456,00	3.456,00
Consumo de agua				46.175,66	46.175,66	46.175,66	46.175,66	46.175,66	46.175,66	46.175,66	46.175,66	46.175,66	46.175,66	46.175,66

Fuente: Autor 2.009

De igual manera fueron consultados otros costos correspondientes a servicio de teléfono, impuestos, Internet, servicio de T.V. por Cable, y los costos de productos utilizados para el mantenimiento de las piscinas, químicos, entre otros.

A continuación se presenta detalle en cuadro de Gasto de Fabricación.

CUADRO 9.1
GASTOS DE FABRICACIÓN (GASTOS DE PRODUCCION DEL SERVICIO)
(Expresado en Bolívares Fuertes)

Base de Cálculos	Primer Año Operación del Parque	Segundo Año Operación del Parque	Tercer Año Operación del Parque	Cuarto Año Operación del Parque	Quinto Año Operación del Parque	Sexto Año Operación del Parque	Séptimo Año Operación del Parque	Octavo Año Operación del Parque	Noveno Año Operación del Parque	Décimo Año Operación del Parque	Décimo Primer Año Operación del Parque	Décimo Segundo Año Operación del Parque	Décimo Tercer Año Operación del Parque
PRODUCCIÓN TOTAL (Personas)	429.179	585.582	858.541	1.014.761	1.170.981	1.268.886	1.317.930	1.366.901	1.415.872	1.464.842	1.513.813	1.562.784	1.562.784
Gastos Fijos													
Seguro Social Obligatorio	116.640	185.359	307.198,73	432.082	606.429	806.284	1.036.971	1.320.726	1.701.134	2.342.370	4.679.014	5.794.023	7.174.739
INCE	25.920	41.191	0,00	96.018	134.762	179.174	230.438	293.495	378.030	520.527	1.039.781	1.287.561	1.594.386
Ley de Política Habitacional	25.920	41.191	0,00	96.018	134.762	179.174	230.438	293.495	378.030	520.527	1.039.781	1.287.561	1.594.386
Ley de Pazo Forzoso	25.920	41.191	0,00	96.018	134.762	179.174	230.438	293.495	378.030	520.527	1.039.781	1.287.561	1.594.386
Comunicaciones	16.883	20.259	24.311	29.173	35.008	42.009	50.411	60.493	72.592	87.110	104.532	125.439	150.527
- Internet y página web	7.200	8.640	10.368	12.442	14.930	17.916	21.499	25.799	30.959	37.150	44.581	53.497	64.196
- Teléfono C.A.N.T.V.	5.400	6.480	7.776	9.331	11.197	13.437	16.124	19.349	23.219	27.863	33.435	40.122	48.147
- T.V. Cable	4.283	5.139	6.167	7.400	8.880	10.656	12.788	15.345	18.414	22.097	26.516	31.820	38.184
Artículos de oficina	61.165	100.146	176.193	249.903	346.050	449.980	560.846	698.023	867.637	1.077.175	1.335.823	1.654.843	1.985.812
Productos derivados de la pulpa de madera, papel y cartón.	1.131	1.853	3.259	4.623	6.401	8.324	10.375	12.912	16.050	19.926	24.711	30.612	36.734
Cartulinas.	124	202	356	505	699	909	1.133	1.410	1.753	2.176	2.699	3.344	4.012
Productos de papel y cartón para oficina	48.252	79.004	138.996	197.145	272.994	354.982	442.443	550.660	684.466	849.767	1.053.810	1.305.481	1.566.577
Tóner Fotocopiadoras	824	1.349	2.373	3.366	4.661	6.061	7.554	9.402	11.687	14.509	17.993	22.290	26.748
Productos plásticos	3.323	5.441	9.572	13.577	18.800	24.446	30.470	37.922	47.137	58.521	72.572	89.904	107.885
Productos de limpieza	2.056	3.367	5.924	8.402	11.634	15.128	18.856	23.468	29.170	36.215	44.911	55.636	66.764
Utiles de escritorio, oficina y materiales de instrucción	2.584	4.231	7.444	10.558	14.621	19.012	23.696	29.491	36.658	45.511	56.438	69.917	83.901
Materiales para equipos de computación	557	912	1.604	2.275	3.151	4.097	5.107	6.356	7.900	9.808	12.163	15.068	18.082
Materiales eléctricos.	2.313	3.788	6.664	9.452	13.089	17.020	21.213	26.401	32.817	40.742	50.525	62.591	75.109
Repuestos de mantenimiento	2.307	3.777	6.645	9.425	13.051	16.971	21.152	26.326	32.723	40.626	50.381	62.413	74.895
Cauchos para vehículos	2.307	3.777	6.645	9.425	13.051	16.971	21.152	26.326	32.723	40.626	50.381	62.413	74.895
Productos Químicos	1.385.197	1.662.237	1.994.684	2.393.621	2.872.345	3.446.814	4.136.177	4.963.413	5.956.095	7.147.315	8.576.777	10.292.133	12.350.560
Productos químicos mantenimiento piscinas.	1.385.197	1.662.237	1.994.684	2.393.621	2.872.345	3.446.814	4.136.177	4.963.413	5.956.095	7.147.315	8.576.777	10.292.133	12.350.560
Energía eléctrica	20.400	24.480	29.376	35.251	42.301	50.762	60.914	73.097	87.716	105.260	126.311	151.574	181.888
Seguros mercantiles	12.960	20.595	34.133,19	48.009	67.381	89.587	115.219	146.747	189.015	260.263	319.890	393.780	479.193
Patentes e impuestos	2.193.964	3.137.811	5.287.503	7.183.384	9.270.386	11.547.841	13.789.133	16.442.066	19.580.967	23.291.963	27.676.083	32.851.794	37.774.296
Agua	46.176	55.411	66.493	79.792	95.750	114.900	137.880	165.456	198.547	238.256	285.908	343.089	411.707
Varios	19.440	30.893	51.199,79	72.014	101.071	134.381	172.828	220.121	283.522	390.395	779.836	965.671	1.195.790
TOTAL GASTOS FIJOS	3.952.892	5.364.540	7.977.737	10.820.708	13.854.059	17.237.051	20.772.846	24.996.952	30.104.037	36.542.312	47.253.889	56.747.441	66.880.566
Gastos variables													
Varios	1.462.643	2.091.874	3.525.002	4.788.923	6.180.258	7.698.560	9.192.755	10.961.377	13.053.978	15.527.975	18.450.722	21.901.196	25.182.864
Combustibles y Lubricantes	2.746	3.747	5.494	6.493	7.493	8.119	8.433	8.747	9.060	9.373	9.687	10.000	10.000
Repuestos vehículos	2.786	4.561	8.024	11.381	15.759	20.493	25.542	31.789	39.513	49.056	60.835	75.363	90.436
TOTAL GASTOS VARIABLES	1.468.175	2.100.182	3.538.520	4.806.797	6.203.510	7.727.172	9.226.730	11.001.912	13.102.551	15.586.404	18.521.243	21.986.559	25.283.300
GASTOS TOTALES (F+V)	5.421.067	7.464.722	11.516.257	15.627.505	20.057.569	24.964.224	29.999.576	35.998.864	43.206.588	52.128.716	65.775.142	78.734.000	92.163.866

5.4.1.1.12 Cuadro 10: Estado de Resultado

En el cuadro que se presenta a continuación puede observarse una recopilación de datos calculados en los cuadros anteriores, los cuales se relacionan con los ingresos y egresos involucrados en las operaciones del parque, desde el primer año de operaciones hasta el último año en que se estima el pago de capital e intereses.

En el cuadro que se presenta a continuación se refleja además, las especificaciones en cuanto a los años consecutivos del proyecto, comenzando desde el último desembolso (año 3), por ser ese año en que se estima el comienzo de las operaciones del parque, también se reflejan los años consecutivos correspondientes a la amortización de la deuda e intereses (a partir del año 4).

Al observar los valores unitarios, los cuales se obtienen dividiendo cada rubro entre el total de unidades producidas por año, se puede observar lo siguiente:

- El ingreso por ventas aumenta, al igual que las unidades producidas, y el precio de las mismas, a medida que aumenta la capacidad utilizada.
- El precio de la materia prima sufre un incremento anual en virtud de la proyección estimada en un 15% anual, y la producción se incrementa en función a la capacidad utilizada, para el primer año se ubica en un 27,46% hasta llegar al 100%.
- La nomina se incrementa por cuanto el reclutamiento de personal se hará en función tanto de las necesidades organizacionales como de la capacidad utilizada del parque y su volumen de producción anual.

- Los intereses crediticios van disminuyendo a medida que pasan los años y se amortiza el capital de la deuda.
- En cuanto a la utilidad neta del puede observarse que el primer año es mayor que el segundo por cuanto en ese ejercicio económico no es obligatorio el pago de capital e intereses.

CUADRO 10

ESTADO DE RESULTADOS

(Expresado en bolívares fuertes)

Valores Totales

Valores Totales												
AÑOS CONSECUTIVOS DESDE EL PRIMER DESEMBOLSO												
	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	
Años para el pago de Intereses y Capital												
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Temático Miranda Tierra Mágica.												
Primer Año	Año	Segundo Año	Tercer Año	Cuarto Año	Quinto Año	Sexto Año	Septimo Año	Octavo Año	Noveno Año	Décimo Año	Primer Año	Décimo
PRODUCCIÓN TOTAL (Personas)	429.230	585.509	858.504	1.014.761	1.171.018	1.268.959	1.317.930	1.366.901	1.415.872	1.464.842	1.513.813	1.562.784
INGRESOS POR VENTAS	109.228.462	156.166.014	263.184.508	357.572.883	461.479.520	574.872.485	686.392.391	818.449.486	974.697.018	1.159.422.137	1.377.653.898	1.635.289.289
Iva Retenido	11.703.049	16.732.073	28.198.340	38.311.380	49.444.234	61.593.481	73.542.042	87.691.016	104.431.823	124.223.800	147.605.775	175.209.567
INGRESOS POR VENTAS MENOS IVA RETENIDO	97.525.412	139.433.941	234.986.168	319.261.502	412.035.285	513.279.005	612.850.349	730.758.470	870.265.195	1.035.198.336	1.230.048.123	1.460.079.722
Materia prima	17.566.465	28.490.800	47.969.784	65.173.875	86.459.874	107.725.457	128.654.822	153.439.174	182.764.097	217.434.116	258.393.528	306.747.164
Nómina	1.458.000	2.392.767	3.971.457	5.631.833	7.928.826	10.597.334	13.697.901	17.521.541	22.639.868	31.150.836	42.475.282	57.720.797
Gastos de fabricación	5.421.670	7.463.796	11.515.724	15.627.505	20.058.260	24.965.814	29.999.576	35.998.864	43.206.588	52.128.716	65.775.142	78.734.000
Costo de ventas	24.446.136	38.347.363	63.456.965	86.433.213	114.446.960	143.288.605	172.352.299	206.959.579	248.610.554	300.713.669	386.643.952	463.201.961
Utilidad de producción (A-B)	73.079.277	101.086.577	171.529.203	232.828.290	297.588.325	369.990.399	440.498.050	523.798.890	621.654.641	734.484.668	843.404.171	996.877.761
Depreciación y Amortización	7.851.563	7.851.563	7.851.563	7.851.563	7.851.563	7.204.212	7.204.212	6.971.112	6.971.112	6.971.112	6.669.531	6.669.531
Utilidad antes de int/imp (C-D)	65.227.714	93.235.015	163.677.640	224.976.727	289.736.763	362.786.187	433.293.838	516.827.778	614.683.529	727.513.555	836.734.640	990.208.229
Intereses crediticios	0	10.340.860	9.436.116	8.531.373	7.626.030	6.721.887	5.817.143	4.912.400	4.007.657	3.102.913	2.198.170	0
Utilidad antes de impuestos (E-F)	65.227.714	82.894.155	154.241.524	216.445.354	282.110.133	356.064.301	427.476.695	511.915.378	610.675.872	724.410.642	834.536.470	990.208.229
Impuesto sobre la renta	-22.149.923	-28.156.513	-52.414.618	-73.563.920	-95.889.945	-121.034.362	-145.314.576	-174.023.729	-207.602.297	-246.272.118	-283.714.900	-336.643.298
UTILIDAD NETA (G+H)	43.077.791	54.737.642	101.826.906	142.881.434	186.220.188	235.029.938	282.162.118	337.891.649	403.073.576	478.138.524	550.821.570	653.564.931

Valores Unitarios

Primer Año	Segundo Año	Tercer Año	Cuarto Año	Quinto Año	Sexto Año	Septimo Año	Octavo Año	Noveno Año	Décimo Año	Primer Año	Décimo	Segundo Año	Décimo
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
227	238	274	315	352	404	465	535	615	707	813	934	1.074	1.074
41	49	56	64	74	85	98	112	129	148	171	196	226	226
3	4	5	6	7	8	10	13	16	21	26	31	36	41
13	13	13	15	17	20	23	26	31	36	43	50	59	62
57	65	74	85	98	113	131	151	176	205	255	296	347	347
170	173	200	229	254	292	334	383	439	501	557	638	728	728
18	13	9	8	7	6	5	5	5	5	4	4	4	4
152	159	191	222	247	286	329	378	434	497	553	634	723	723
0	17.66	10.99	8.41	6.51	5.30	4.41	3.59	2.83	2.12	1.45	0.00	0.00	0.00
152	142	180	213	241	281	324	375	431	495	551	634	723	723
-52	-48	-61	-72	-82	-95	-110	-127	-147	-168	-187	-215	-266	-266
100	93	119	141	159	185	214	247	285	326	364	418	457	457

Parámetros

Impuesto Sobre la Renta		
Escala Tributaria	%	Sustraendo U.T.
		U.T.
Por la fracción comprendida hasta 2000 U.T.	15%	0 Bs. F.
Por la fracción que excede de 2000 U.T. hasta 3000 U.T.	22%	140
Por la fracción que excede de 3000 U.T.	34%	500
Valor de la unidad tributaria	55	

5.4.1.2 Evaluación de Resultados

5.4.1.2.1 Cuadro 11: Valor Agregado

Este cuadro tiene como finalidad conocer el aporte del proyecto al producto interno bruto de la economía, mediante el establecimiento del porcentaje del costo total de producción destinado a la adquisición de insumos y el que se utiliza para producir valor agregado en la economía.

Para el cálculo del porcentaje de valor agregado del proyecto, se han discriminado los distintos rubros en dos grupos clasificados en Insumos y Valor Agregado.

El monto del porcentaje de valor agregado viene dado de dividir el total del grupo valor agregado entre el total de la producción, esta relación porcentual indica el grado en que el proyecto contribuye con la economía del país, remunerando a los factores de producción a través del pago de sueldos, intereses, beneficios y tributos.

En el caso del presente proyecto el promedio del valor agregado alcanza el 76% sobre el pago a los factores de producción lo cual contribuye al crecimiento de la economía. El promedio de pagos a proveedores de insumos se ubicó en un 47%.

(Expresado en Bolívares Fuertes)

CUADRO 11. VALOR AGREGADO

	Primer Año	Segundo Año	Tercer Año	Cuarto Año	Quinto Año	Sexto Año	Septimo año	Octavo Año	Noveno Año	Décimo Año	Décimo Primer Año	Décimo Segundo Año	Décimo Tercer Año
PRODUCCIÓN TOTAL (personas)	429.179	585.582	858.541	1.014.761	1.170.981	1.268.886	1.317.930	1.366.901	1.415.872	1.464.842	1.513.813	1.562.784	1.562.784
Insumos													
Materia prima	17.564.321,11	28.494.427,62	47.971.869,55	65.173.875,25	86.457.115,59	107.719.113,14	128.654.822,12	153.439.173,69	182.764.097,23	217.434.116,42	258.393.527,98	306.747.164,15	352.759.238,77
Materiales y repuestos	1.451.455	1.770.721	2.185.546	2.664.330	3.247.206	3.934.258	4.743.718	5.719.551	6.895.969	8.314.171	10.023.816	12.084.752	14.501.702
Repuestos de mantenimiento. (Cauchos).													
Repuestos de vehículo	2.307	3.777	6.645	9.425	13.051	16.971	21.152	26.326	32.723	40.626	50.381	62.413	74.895
Artículos de oficina	2.786	4.561	8.024	11.381	15.759	20.493	25.542	31.789	39.513	49.056	60.835	75.363	90.436
Seguridad industrial	61.165	100.146	176.193	249.903	346.050	449.980	560.846	698.023	867.637	1.077.175	1.335.823	1.654.843	1.985.812
Productos químicos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Servicios para la producción	1.385.197	1.662.237	1.994.684	2.393.621	2.872.345	3.446.814	4.136.177	4.963.413	5.956.095	7.147.315	8.576.777	10.292.133	12.350.560
Energía eléctrica	69.322	83.638	101.363	121.536	145.544	173.781	207.227	247.299	295.323	352.889	421.906	504.663	603.595
Combustibles	20.400	24.480	29.376	35.251	42.301	50.762	60.914	73.097	87.716	105.260	126.311	151.574	181.888
Agua	2.746	3.747	5.494	6.493	7.493	8.119	8.433	8.747	9.060	9.373	9.687	10.000	10.000
Servicios administrativos	46.176	55.411	66.493	79.792	95.750	114.900	137.880	165.456	198.547	238.256	285.908	343.089	411.707
Seguros mercantiles	29.843	40.854	58.444	77.182	102.389	131.596	165.630	207.241	261.607	347.374	624.423	769.219	947.720
Comunicaciones	12.960	20.595	34.133	48.009	67.381	89.587	115.219	146.747	189.015	260.263	519.890	643.780	797.193
Varios	16.883	20.259	24.311	29.173	35.008	42.009	50.411	60.493	72.592	87.110	104.532	125.439	150.527
TOTAL INSUMOS	1.482.083	2.122.767	3.576.202	4.860.936	6.281.329	7.832.941	9.365.584	11.181.498	13.337.500	15.918.370	19.230.558	22.866.866	26.378.654
Valor Agregado	20.597.023	32.512.407	53.893.424	72.897.860	96.233.584	119.791.689	143.136.981	170.794.762	203.554.496	242.366.920	288.694.230	342.972.865	395.190.910
Tierra	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Alquiler de terreno	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Trabajo	1.458.000	2.392.767	3.971.457	5.631.833	7.928.826	10.597.334	13.697.901	17.521.541	22.639.868	31.150.836	62.475.282	77.720.797	96.684.548
Nómina	1.458.000	2.392.767	3.971.457	5.631.833	7.928.826	10.597.334	13.697.901	17.521.541	22.639.868	31.150.836	62.475.282	77.720.797	96.684.548
Capital	0	10.340.860	9.436.116	8.531.373	7.626.630	6.721.887	5.817.143	4.912.400	4.007.657	3.102.913	2.198.170	0	0
Intereses crediticios	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Empresario	43.069.123	54.750.685	101.834.401	142.881.434	186.210.510	235.007.688	282.162.118	337.891.649	403.073.576	478.138.524	550.821.570	653.564.931	807.038.718
Utilidad neta	43.069.123	54.750.685	101.834.401	142.881.434	186.210.510	235.007.688	282.162.118	337.891.649	403.073.576	478.138.524	550.821.570	653.564.931	807.038.718
Estado	24.333.822	31.609.974	58.013.181	81.467.440	106.166.061	133.914.547	160.831.993	192.667.004	230.018.486	273.468.031	319.189.340	379.151.798	465.437.746
Seguro Social Obligatorio	116.640	185.359	307.199	432.082	606.429	806.284	1.036.971	1.320.726	1.701.134	2.342.370	4.679.014	5.794.023	7.174.739
INCE	25.920	41.191	0	96.018	134.762	179.174	230.438	293.495	378.030	520.527	1.039.781	1.287.561	1.594.386
Ley de Política Habitacional	25.920	41.191	0	96.018	134.762	179.174	230.438	293.495	378.030	520.527	1.039.781	1.287.561	1.594.386
Ley de Párr Forzoso	25.920	41.191	0	96.018	134.762	179.174	230.438	293.495	378.030	520.527	1.039.781	1.287.561	1.594.386
Impuesto sobre la renta	22.145.457	28.163.232	52.418.480	73.563.920	95.884.960	121.022.900	145.314.576	174.023.729	207.602.297	246.272.118	283.714.900	336.643.298	415.705.552
Impuestos y patentes	2.193.964	3.137.811	5.287.503	7.183.384	9.270.386	11.547.841	13.789.133	16.442.066	19.580.967	23.291.963	27.676.083	32.851.794	37.774.296
TOTAL VALOR AGREGADO	69.060.945	99.094.286	173.255.156	238.512.080	307.932.026	386.241.456	462.509.156	552.992.595	659.739.587	785.860.304	934.684.362	1.110.437.526	1.389.161.013
C VALOR DE LA PRODUCCIÓN (A+B)	89.657.968	131.606.693	227.148.580	311.409.940	404.165.610	506.033.145	605.646.137	723.787.357	863.294.083	1.028.227.224	1.223.378.592	1.453.410.191	1.764.351.923
D Depreciación y amortización	7.851.563	7.851.563	7.851.563	7.851.563	7.851.563	7.851.563	7.851.563	7.851.563	7.851.563	7.851.563	7.851.563	7.851.563	7.851.563
E INGRESOS POR VENTAS (C+D)	97.509.531	139.458.256	235.000.143	319.261.502	412.017.173	513.237.358	612.850.349	730.758.470	870.265.195	1.035.198.336	1.230.048.123	1.460.079.722	1.771.021.454

CUADRO 11.1 VALOR AGREGADO (CONTINUACION)

(Expresado en Bolívares Fuertes)

BIC	Pagos a los factores de producción Porcentaje promedio	Primer Año	Segundo Año	Tercer Año	Cuarto Año	Quinto Año	Sexto Año	Septimo año	Octavo Año	Noveno Año	Décimo Año	Décimo Primer Año	Décimo Segundo Año	Décimo Tercer Año	
		77%	75%	76%	77%	76%	76%	76%	76%	76%	76%	76%	76%	78%	
		76%													
		23%	25%	24%	23%	24%	24%	24%	24%	24%	24%	24%	24%	22%	
	Porcentaje promedio	47%													
Parámetros	Ingresos por ventas	Primer Año	Segundo Año	Tercer Año	Cuarto Año	Quinto Año	Sexto Año	Septimo año	Octavo Año	Noveno Año	Décimo Año	Décimo Primer Año	Décimo Segundo Año	Décimo Tercer Año	
		109.210.675	156.193.246	263.200.160	357.572.883	461.459.234	574.825.840	686.392.391	818.449.486	974.697.018	1.159.422.137	1.377.653.898	1.635.289.289	1.880.320.499	

5.4.1.2.2 Cuadro 12: Punto de Equilibrio

Mediante el cuadro que se presenta a continuación es posible visualizar el nivel de equilibrio en que los ingresos totales se asemejan a los costos totales, es decir, este cuadro está dirigido a determinar el peso que los costos fijos totales ejercen sobre los ingresos totales y los costos variables totales, esta relación se presenta en porcentaje para cada año de la proyección y el promedio de éstas; igualmente se puede visualizar las unidades de producción, ingresos por ventas, meses trabajados y días laborados por año.

Para el primer año de operación del parque se observa un punto de equilibrio del 17%, pero a partir del segundo año el mismo sufre un incremento de 24% lo cual guarda relación con el aumento del volumen de producción, y los compromisos de pago de capital e intereses, a medida que pasan los años el punto de equilibrio va disminuyendo y el punto de equilibrio promedio del proyecto expresado en porcentaje alcanzó el 13%.

CUADRO 12.1

PUNTO DE EQUILIBRIO

ANOS DE OPERACION PARQUE A PARTIR DEL 3ER AÑO DE EJECUCION DEL PROYECTO												
Primer Año	Segundo Año	Tercer Año	Cuarto Año	Quinto Año	Sexto Año	Septimo año	Octavo Año	Noveno Año	Décimo Año	Décimo Primer Año	Décimo Segundo Año	Décimo Tercer Año
429.179	585.582	858.541	1.014.761	1.170.981	1.268.886	1.317.930	1.366.901	1.415.872	1.464.842	1.513.813	1.562.784	1.562.784
PRODUCCIÓN TOTAL (personas)												
Costos Fijos												
Materia Prima												
1.458.000	2.392.767	3.971.457	5.631.833	7.928.826	10.597.334	13.697.901	17.521.541	22.639.868	31.150.836	62.475.282	77.720.797	96.684.548
3.952.892	5.364.540	7.977.737	10.820.708	13.854.059	17.237.051	20.772.846	24.996.952	30.104.037	36.542.312	47.253.899	56.747.441	66.880.566
0	10.340.860	9.436.116	8.531.373	7.626.630	6.721.887	5.817.143	4.912.400	4.007.657	3.102.913	2.198.170	0	0
7.851.563	7.851.563	7.851.563	7.851.563	7.851.563	7.204.212	7.204.212	6.971.112	6.971.112	6.971.112	6.669.531	6.669.531	6.669.531
13.262.455	25.949.730	29.236.873	32.835.477	37.261.078	41.760.484	47.492.102	54.402.006	63.722.674	77.767.174	118.596.882	141.137.769	170.234.646
Costos Variables												
17.564.321	28.494.428	47.971.870	65.173.875	86.457.116	107.719.113	128.654.822	153.439.174	182.764.097	217.434.116	258.393.528	306.747.164	352.759.239
1.468.175	2.100.182	3.538.520	4.806.797	6.203.510	7.727.172	9.226.730	11.001.912	13.102.551	15.586.404	18.521.243	21.986.559	25.283.300
TOTAL COSTOS VARIABLES												
19.032.496	30.594.609	51.510.389	69.980.672	92.660.626	115.446.285	137.881.552	164.441.086	195.866.648	233.020.520	276.914.771	328.733.723	378.042.539
COSTOS TOTALES (F+V)												
32.294.951	56.544.339	80.747.262	102.816.149	129.921.703	157.206.770	185.373.655	218.843.092	259.589.323	310.787.694	395.511.653	469.871.493	548.277.184
-22.145.457	-28.163.232	-52.418.480	-73.563.920	-95.884.960	-121.022.900	-145.314.576	-174.023.729	-207.602.297	-246.272.118	-283.714.900	-336.643.298	-415.705.552
43.069.123	54.750.685	101.834.401	142.881.434	186.210.510	235.007.688	282.162.118	337.891.649	403.073.576	478.138.524	550.821.570	653.564.931	807.038.718
97.509.531	139.458.256	235.000.143	319.261.502	412.017.173	513.237.358	612.850.349	730.758.470	870.265.195	1.035.198.336	1.230.048.123	1.460.079.722	1.678.857.588

CUADRO 12.2

PUNTO DE EQUILIBRIO

(Expresado en bolívares)

Punto de Equilibrio por año Expresado en:	AÑOS DE OPERACION PARQUE A PARTIR DEL 3ER AÑO DE EJECUCION DEL PROYECTO										
	Primer Año	Segundo Año	Tercer Año	Cuarto Año	Quinto Año	Sexto Año	Septimo año	Octavo Año	Noveno Año	Décimo Año	Décimo Tercer Año
Porcentaje	17%	24%	16%	13%	12%	10%	10%	10%	9%	10%	12%
Unidades de producción	72.530	139.585	136.798	133.665	136.625	133.209	131.780	131.308	133.783	142.009	194.961
Ingresos por ventas	16.478.907	33.242.539	37.444.430	42.053.388	48.072.300	53.880.145	61.278.871	70.198.669	82.229.753	100.357.361	182.147.986
Meses por año	2,03	2,86	1,91	1,58	1,40	1,26	1,20	1,15	1,13	1,16	1,50
Días laborables por año	49	70	47	38	34	31	29	28	28	28	36

Punto de Equilibrio promedio	13% Del 100% de cualquier variable 144549 Personas 84.626.576 Bolívares de ingresos por ventas 1.56 Meses de Producción y venta al año 37.91 Días laborables de producción y venta en el año
Expresado en:	
Porcentaje	
Unidades de producción	
Ingresos por ventas	
Meses por año	
Días laborables por año	

OP Parámetro

OP Parámetro	Primer Año	Segundo Año	Tercer Año	Cuarto Año	Quinto Año	Sexto Año	Septimo año	Octavo Año	Noveno Año	Décimo Año	Décimo Primer Año	Décimo Segundo Año	Décimo Tercer Año
Ingreso por venta	97.509.531	139.458.256	235.000.143	319.261.502	412.017.173	513.237.358	612.850.349	730.758.470	870.265.195	1.035.198.336	1.230.048.123	1.460.079.722	1.678.857.588
Meses por año	12 meses por año												
Días laborables por año	292												

5.4.1.2.3 Cuadro 13: Capital de Trabajo

De la información obtenida en el cuadro correspondiente a Inversión Total, puede observarse que a partir del tercer año del proyecto, se estima un aporte propio destinado al Capital de Trabajo, necesario para el inicio de las operaciones por la cantidad de Dos Millones Novecientos Sesenta Mil Novecientos Veintidós Bolívares Fuertes (Bs. F 2.960.922).

Para el cálculo del Capital de Trabajo, se involucran los ingresos y los egresos proyectados en el primer año de operación del parque, que es en realidad el tercer año del proyecto con una capacidad utilizada del 27,46%.

Se estima que durante el primer mes de operaciones no se abrirá las instalaciones al público, por lo que no se estiman ingresos por ventas, generándose egresos por inversión de BsF 4.570.066,00 Cuatro Millones Quinientos Setenta Mil Sesenta y Seis Bolívares Fuertes y egresos por Costos de Ventas por Bs.F 2.037.178,00 Dos Millones Treinta y Siete Mil Ciento Setenta y Ocho Bolívares Fuertes. A partir del segundo mes de operaciones se estiman ingresos por ventas, pero estos ingresos no alcanzan a cubrir los gastos generados, y aunque durante ese año no es necesario el pago de capital e intereses, puede observarse un saldo negativo de caja acumulado hasta el tercer mes de Bs.F 2.960.922,00 Dos Millones Novecientos Sesenta Mil Novecientos Veintidós Bolívares Fuertes.

La mayor cantidad de saldo negativo de caja acumulado durante el primer año de operaciones representa el dinero necesario como Capital de Trabajo, a efecto de garantizar los gastos ocasionados durante el primer año.

El ingreso del parque por concepto de ventas estará relacionado con las temporadas de mayor afluencia de visitantes y huéspedes.

5.4.1.2.4 Cuadro 14: Flujo de Fondos

El Flujo de Fondos es la base de cálculo de la rentabilidad financiera del proyecto, los datos de este cuadro provienen de los cuadros anteriores donde se visualizan aspectos de mercado, aspectos técnicos y demás datos básicos necesarios para la evaluación económica – financiera del mismo.

En el cuadro que se presenta a continuación se incluyen todos los ingresos y egresos del proyecto hasta el décimo tercer año del proyecto y al final el saldo de caja como resultado neto de la aplicación de los fondos que ingresan al parque. No se incluye la depreciación y la amortización por ser gastos contables y no efectivo de caja, sin embargo, sí aparece la amortización de capital e intereses por ser un egreso de dinero.

CUADRO 14 FLUJO DE FONDOS

(Expresado en bolívares)

	Primer Año	Segundo Año	Tercer Año	Cuarto Año	Quinto Año	Sexto Año	Septimo Año	Octavo Año	Noveno Año	Décimo Año	Décimo Primer Año	Décimo Segundo Año	Décimo Tercer Año
PRODUCCIÓN TOTAL (m3)	0	0	0	429.230	585.509	858.504	1.014.761	1.171.018	1.268.959	1.317.930	1.366.901	1.415.872	1.464.842
ORIGEN DE FONDOS													
Ingresos por inversión	7.603.064	123.142.532	21.241.188	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Aporte propio en activos	6.071.987	36.942.760	5.484.080	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Aporte de terceros en activos	1.531.077	86.199.772	12.796.186	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Capital de trabajo			2.960.922	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ingresos operacionales	0	0	109.228.462	156.166.014	263.184.508	357.572.883	461.479.520	574.872.485	686.392.391	818.449.486	974.697.018	1.159.422.137	1.377.653.898
Ventas del producto	0	0	109.228.462	156.166.014	263.184.508	357.572.883	461.479.520	574.872.485	686.392.391	818.449.486	974.697.018	1.159.422.137	1.377.653.898
Ingresos fiscales	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Reintegros y subsidios													
INGRESOS TOTALES	7.603.064	123.142.532	130.469.649	156.166.014	263.184.508	357.572.883	461.479.520	574.872.485	686.392.391	818.449.486	974.697.018	1.159.422.137	1.377.653.898
APLICACIÓN DE FONDOS													
Egresos por inversión	7.603.064	123.142.532	18.280.265	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Inversión total en activos	7.603.064	123.142.532	18.280.265	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Egresos por costo de ventas	0	0	24.446.136	38.347.363	63.456.965	86.433.213	114.446.960	143.288.605	172.352.299	206.959.579	248.610.554	300.713.669	386.643.952
Materia prima	0	0	17.566.465	28.490.800	47.969.784	65.173.875	86.459.874	107.725.457	128.654.822	153.439.174	182.764.097	217.434.116	258.393.528
Nómina	0	0	1.458.000	2.392.767	3.971.457	5.631.833	7.928.826	10.597.334	13.697.901	17.521.541	22.639.868	31.150.836	62.475.282
Gastos de Fabricación	0	0	5.421.670	7.463.796	11.515.724	15.627.505	20.058.260	24.965.814	29.999.576	35.998.864	43.206.588	52.128.716	65.775.142
Egresos por gastos financieros	0	0	0	10.340.860	9.436.116	8.531.373	7.626.630	6.721.887	5.817.143	4.912.400	4.007.657	3.102.913	2.198.170
Amortización de intereses	0	0	0	10.340.860	9.436.116	8.531.373	7.626.630	6.721.887	5.817.143	4.912.400	4.007.657	3.102.913	2.198.170
Egresos por pasivos por pagar	0	0	0	10.052.704	10.052.704	10.052.704	10.052.704	10.052.704	10.052.704	10.052.704	10.052.704	10.052.704	10.052.704
Amortización de capital	0	0	0	10.052.704	10.052.704	10.052.704	10.052.704	10.052.704	10.052.704	10.052.704	10.052.704	10.052.704	10.052.704
Egresos fiscales	0	0	33.852.972	44.888.586	80.612.958	111.875.301	145.334.179	182.627.843	218.856.618	261.714.745	312.034.120	370.495.919	431.320.675
Impuesto sobre la renta	0	0	22.149.923	28.156.513	52.414.618	73.563.920	95.889.945	121.034.362	145.314.576	174.023.729	207.602.297	246.272.118	283.714.900
Iva retenido	0	0	11.703.049	16.732.073	28.198.340	38.311.380	49.444.234	61.593.481	73.542.042	87.691.016	104.431.823	124.223.800	147.605.775
EGRESOS TOTALES	7.603.064	123.142.532	76.579.373	103.629.512	163.558.743	216.892.590	277.460.473	342.691.038	407.078.764	483.639.428	574.705.034	684.365.204	830.215.500
SALDO DE CAJA	0	0	53.890.276	52.536.502	99.625.765	140.680.293	184.019.047	232.181.447	279.313.627	334.810.058	399.991.984	475.056.933	547.438.398

5.4.1.2.5 Cuadro 15: Rentabilidad de la Inversión

En el cuadro que se presenta a continuación se refleja tanto la rentabilidad del promotor como la rentabilidad de la inversión total del proyecto, para la realización del mismo, se utilizaron valores contenidos en el cuadro de Financiamiento de Terceros, como es el caso de la tasa del costo de capital ubicada en un 9%, la Inversión Propia e Inversión Total, contenida en el cuadro de Inversión Total, y el Saldo de Caja, contenido en el cuadro Flujo de Fondos.

En cuanto a la Rentabilidad del Promotor (Inversión propia), el valor presente neto se ubico en **Bs.F 1.140.755.243 (Mil Ciento Cuarenta Millones Setecientos Cincuenta y Cinco Mil Doscientos Cuarenta y Tres Bolívaes Fuertes)**, y la Tasa Interna de Retorno se ubicó en un 100,89%, en cuanto a la Rentabilidad del Negocio (Inversión total realizada), el valor presente neto se ubicó en **Bs.F 1.090.132.234 (Mil Noventa Millones Ciento Treinta y Dos Mil Doscientos Treinta y Cuatro Bolívaes Fuertes)**, y la Tasa Interna de Retorno se ubicó en un 63,68%.

Los valores obtenidos sugieren que la rentabilidad del promotor es altamente atractiva y que el negocio es financieramente sólido.

CUADRO 15 RENTABILIDAD DE LA INVERSIÓN

(Expresado en Bolívars Fuertes)

	Primer Año	Segundo Año	Tercer Año	Cuarto Año	Quinto Año	Sexto Año	Septimo Año	Octavo Año	Noveno Año	Décimo Año	Décimo Primer Año	Décimo Segundo Año	Décimo Tercer Año
PRODUCCIÓN TOTAL (m3)	0	0	0	429.230	585.509	858.504	1.014.761	1.171.018	1.268.959	1.317.930	1.366.901	1.415.872	1.464.842
Tasa de Costo de Capital													
9,00%													
RENTABILIDAD DEL PROMOTOR													
Inversión Realizada													
A	-6.071.987	-36.942.760	-51.459.748	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
B	0	0	53.890.276	52.536.502	99.625.765	140.680.293	184.019.047	232.181.447	279.313.627	334.810.058	399.991.984	475.056.933	547.438.398
Flujo Neto de Fondos													
C	-6.071.987	-36.942.760	2.430.528	52.536.502	99.625.765	140.680.293	184.019.047	232.181.447	279.313.627	334.810.058	399.991.984	475.056.933	547.438.398
INVERSIÓN PROPIA													
Valor Presente Neto													
1.140.755.243													
Tasa Interna de Retorno													
100,89%													
RENTABILIDAD DEL NEGOCIO													
Inversión Realizada													
A	-7.603.064	-123.142.532	-21.241.188										
B	0	0	53.890.276	52.536.502	99.625.765	140.680.293	184.019.047	232.181.447	279.313.627	334.810.058	399.991.984	475.056.933	547.438.398
Flujo Neto de Fondos													
C	-7.603.064	-123.142.532	32.649.088	52.536.502	99.625.765	140.680.293	184.019.047	232.181.447	279.313.627	334.810.058	399.991.984	475.056.933	547.438.398
INVERSIÓN TOTAL													
Valor Presente Neto													
1.090.132.234													
Tasa Interna de Retorno													
63,68%													

5.4.2 ANALISIS DE SENSIBILIDAD

Con el objeto de analizar el grado de susceptibilidad del proyecto de construcción del Parque Temático Miranda Tierra Mágica, a factores externos, el mismo será sometido mediante los cuadros que se exponen a continuación, a varios escenarios, producidos mediante la variación de los valores de algunos parámetros considerados de interés para el presente estudio.

Los parámetros se presentará agrupados conforme a su naturaleza en: inflacionarios, de ingresos, de mercado, laborales, y fiscales. Estos parámetros serán sometidos a un proceso de depuración hasta llegar a identificar los que encierran un alto riesgo.

El Análisis de sensibilidad se efectuará en tres fases:

- **Fase 1:** En esta fase los parámetros serán sometidos a variaciones positivas o negativas según sea el caso y de forma individual, con el objeto de analizar la disminución en la tasa interna de retorno (TIR) de la inversión total del proyecto, se establecerá como límite de tolerancia hasta 0.75% del valor original de los mismos. Los parámetros sometidos a variación que logren incidir negativamente en la tasa interna de retorno de la inversión total del proyecto logrando disminuir la misma, por debajo de $\frac{3}{4}$ del valor original, serán consideradas de alto riesgo y pararan a la fase 2 del análisis. El criterio de variación de los valores originales de los parámetros está basado en escenarios exageradamente pesimistas, con el objeto de aumentar la credibilidad del análisis de sensibilidad. Siendo la tasa interna de retorno de la inversión propia el

100,89% y de la inversión total el 63,68% sus niveles de tolerancia serán el 75,67% y 47,77% respectivamente.

- **Fase 2:** Los parámetros que ameriten ser analizados en esta fase, serán sometidos a un segundo escenario, mediante variación negativa o positiva, según se requiera, hasta lograr que la Tasa Interna de Retorno de la inversión total del proyecto sea igual o menor a cero (0). Aquellos parámetros que presenten rangos de variación por encima del 150% se descartarán de una vez como no críticos; los que presenten un rango de variación menor a 150% pasarán a la fase 3 del análisis. Los parámetros se ordenarán de mayor a menor riesgo en función del porcentaje de variación más pequeño al más grande.
- **Fase 3:** En este escenario se variarán los valores originales de los parámetros que han llegado a ella, de forma acumulada, comenzando por el de mayor riesgo y finalizando por el de menor riesgo. En forma similar a la fase 1, a medida que se vaya analizando cada parámetro, se le aplicará un rango de variación pero más cercano a la realidad que el utilizado en dicha fase. Si fuese necesario utilizar más de 2/3 de los parámetros analizados en esta fase para conseguir que la TIR de la inversión total del proyecto se vuelva negativa, podrá afirmarse que la factibilidad de mercado, técnica, económica y financiera del proyecto en íntegramente sólida; en caso contrario se considerará íntegramente débil.

5.4.2.1 Desarrollo Fase 1

Del universo de parámetros involucrados en el estudio de factibilidad económica del proyecto, se han seleccionado nueve parámetros para ser

evaluados en el análisis de sensibilidad. Los parámetros fueron agrupados y clasificaciones de la siguiente manera:

- Parámetros Inflacionarios:
 1. Tasa de interés anual nomina: El valor original es el 9% se llevó hasta un 60%.
 2. Variación interanual del costo del agua: Se previó un incremento interanual del 20%, para el análisis fase 1 se incrementó al 100% de incremento interanual.
 3. Promedio de la variación interanual estimada sobre el costo de la materia prima: Se estimó un incremento interanual previo a la fase 1 del 15% llevando el mismo al 30%.

- Parámetros de Ingresos:
 4. Estimación del promedio de visitante por día sobre la Capacidad instalada.: El valor real se fijó en 5.000 visitantes diarios, esa sería la capacidad instalada, para el análisis se llevó a 1.500 personas diarias.
 5. Regulación del % de incremento interanual sobre los precios de venta de las entradas al parque: El mismo se fijó en un 15%, esta variación interanual fue eliminada en el 100% para efectos del análisis en fase 1.
 6. Porcentaje de capacidad utilizada inicio de operaciones del Parque Temático: Se estimó en un 27.46% y se colocó en un 6.87%.
 7. Promedio Incremento anual de la capacidad utilizada (Partiendo del 27,46% del primer año de producción):

este parámetro se fijó inicialmente en 7,69% interanual y se disminuyó en 3,85%,

- Parámetros de Laborales:

8. Días laborados al año: De 292 días efectivos al año para la prestación de servicio al público, se rebajó a 109 días.

- Parámetros de Laborales:

9. Variación de la escala tributaria al 68% por incremento de la unidad tributaria al 100%: La Unidad Tributaria Actual se encuentra se encuentra en Bs.F 55,00

En el **Cuadro 16 A: Análisis de Sensibilidad Fase 1 (Cambio de magnitud de los parámetros seleccionados)**, puede observarse el efecto que ejerce el cambio de los valores originales de los parámetros mencionados anteriormente, sobre la TIR de la inversión total del proyecto. Los parámetros más afectados, en orden de mayor a menor importancia, fueron los siguientes:

La estimación del promedio de visitantes por día sobre la Capacidad Instalada, fue sometida a una rebaja del 70% llevando dicha estimación de 5.000 a 1.500 personas por día, dando como resultado una TIR total de 27,78%.

Los días laborados por año sufrieron una rebaja del 62,67%, lo que es igual a 109 días al año, arrojando una TIR total de 38,26%.

El promedio de incremento anual de la capacidad utilizada fue afectado con un rango de variación del -56,83%, lo que trajo como resultado un 39,46% de TIR total del proyecto.

La variación del 100% en la escala tributaria también afectó la TIR total del proyecto, ya que al llevar la tasa de impuesto del 34% al 68%, reflejó una TIR total de 40,41%, sin embargo, es poco probable una situación como esta.

CUADRO 16A.1

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD FASE 1

Cambio de magnitud de los parámetros seleccionados
(Expresado en diversas unidades)

	Valor del parámetro		Rangos de Variación	Tasa Interna de Retorno			
				TIR Propia	TIR Total	TIR Propia	TIR Total
				Valores originales		Valores ajustados	
	Original	Modificado		100,89%	63,68%	75,67%	47,76%
Clasificación de los Parámetros Parámetros inflacionarios 1) Tasa de interés anual nominal 2) Variación interanual costo del agua 3) Promedio de la variación interanual estimada sobre el costos de la materia prima. Parámetros de ingresos 4) Estimación del promedio de visitante por día sobre la Capacidad Instalada. 5. Regulación del % de incremento interanual sobre los precios de venta de las entradas al parque. 6) Porcentaje de capacidad utilizada inicio de operaciones del Parque Temático 7) Promedio Incremento anual de la capacidad utilizada (Partiendo del 27,46% del primer año de producción). Parámetros laborales 8) Días laborados al año. Parámetros fiscales 9) Variación en la escala Tributaria.				Valores modificados			
	9,00%	60,00%	566,67%	86,53%	56,55%	NC	NC
	20,00%	100,00%	400,00%	100,76%	63,51%	NC	NC
	15,00%	30,00%	100,00%	93,98%	56,85%	NC	NC
	5.000,00	1.500,00	-70,00%	42,80%	27,78%	CRITICO	CRITICO
	15,00%	0,00%	-100,00%	94,17%	56,85%	NC	NC
	27,46%	6,87%	-74,98%	84,67%	57,48%	NC	NC
	7,69%	3,32%	-56,83%	67,82%	39,46%	CRITICO	CRITICO
	292	109	-62,67%	58,02%	38,26%	CRITICO	CRITICO
	34,00%	68,00%	100,00%	61,34%	40,41%	CRITICO	CRITICO

5.4.2.2 Desarrollo Fase 2

Los parámetros seleccionados en la fase 1 fueron sometidos a rangos de variación suficientes para hacer descender la TIR de la inversión total a cero por ciento (0%) o hasta hacerla negativa de forma individual. Los resultados se muestran en cuadro **16B: Análisis de Sensibilidad Fase 2 (Determinación del Rango de Variación de los Parámetros Seleccionados para una TIR Total Igual a Cero)**, en este cuadro se aprecian los siguientes resultados:

El promedio de visitantes por día sobre la Capacidad Instalada (5.000 personas diarias), deberá sufrir una variación de -95,38%, (231 personas diarias), para que el proyecto presente una TIR total igual a 0%.

Aún cuando se consideraron en el presente estudio, aspectos que pueden influir en la afluencia de visitantes al parque, como lo son las temporadas altas, temporadas bajas, fines de semana y dos días semanales para el mantenimiento, es importante estar muy atentos en cuanto al flujo de visitantes ya que de allí se derivan gran parte de los ingresos del parque.

El porcentaje de incremento anual de la capacidad utilizada, partiendo de un 27,46%, del primer año de las operaciones del parque, deberá soportar una disminución interanual continua, de -1,95%, para lograr una TIR total de 0%. Siendo el valor original el 7,69% de incremento interanual de la Capacidad Utilizada, el -1,95% de rebaja sobre la capacidad utilizada inicial, representa una variación de -125,36%.

El incremento interanual del 7,69%, sobre la capacidad instalada del proyecto, fue el valor original asignado a este parámetro, que podría considerarse un tanto conservador, al tomar en cuenta factores como, la originalidad del parque, el hecho de que Río Chico es una zona turística del

estado Miranda, y la inexistencia de otros recintos similares o parques temáticos en esa zona. Por lo anteriormente expuesto se considera poco probable que la capacidad utilizada del parque sufra un descenso tan acelerado.

Aún cuando se aumente la Escala Tributaria del 34% (valor actual), al 95%, lo cual constituye un 179,41% de incremento sobre el valor original, la TIR total del proyecto no llega a alcanzar el 0%, y es poco probable una Tasa de Impuesto Sobre la Renta del 100%. Al aplicar el 95% de Impuesto Sobre la Renta, se aumenta la Unidad Tributaria, lo cual incide en la alícuota correspondiente al sustraendo para el cálculo del impuesto, aún así, se observa una TIR total del 4,05%.

En otro intento por llevar la TIR Total de proyecto a 0%, se alteró de manera independiente el parámetro correspondiente a los días laborados al año, llevándolos de 292 días (valor original), a un día de prestación de servicio por año, y para castigar aún más el proyecto, ese único día, correspondería a los días de temporada baja, donde el nivel de visitantes al parque se estima sea menor. Sin embargo, al aplicar una variación tan significativa, la cual representa el -99,66% sobre el valor original, la TIR total se ubicó en un 11,46%.

CUADRO 16B.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD FASE 2

Determinación del rango de variación de los parámetros seleccionados para una TIR Total igual a cero
(Expresado en diversas unidades)

	Valor del parámetro		Rangos de Variación	TIR Propia		TIR Total	Prioridad de Riesgo de los Parámetros
	Original	Modificado		Valores originales			
				100,89% 63,68%			
				Valores modificados			
Clasificación de los Parámetros Parámetros inflacionarios 1) Tasa de interés anual nominal 2) Variación interanual costo del agua 3) Promedio de la variación interanual estimada sobre el costos de la materia prima. Parámetros de ingresos 4) Estimación del promedio de visitante por día sobre la Capacidad Instalada. 5. Regulación del % de incremento interanual sobre los precios de venta de las entradas al parque. 6) Porcentaje de capacidad utilizada inicio de operaciones del Parque Temático 7) Promedio Incremento anual de la capacidad utilizada (Partiendo del 27,46% del primer año de producción). Parámetros laborales 8) Días laborados al año. Parámetros fiscales 9) Variación en la escala Tributaria.	9,00%						1 2 4 3
	20,00%						
	15,00%						
	5,000,00	231,00	-95,38%	6,52%	0,00%		
	15,00%						
	27,46%						
	7,69%	-1,95%	-125,36%	9,08%	0,00%		
	292	1	-99,66%	19,77%	11,46%		
	34,00%	95,00%	179,41%	10,78%	4,05%		

5.4.2.2 Desarrollo Fase 3

En el **Cuadro 16 C: Análisis de Sensibilidad Fase 3 (Determinación de una TIR Negativa Sobre la Inversión Total por Acumulación de Parámetros)**, se le aplicaron variaciones a los cuatro parámetros seleccionados como de riesgo en la Fase 2, y los resultados fueron los siguientes:

Al disminuir el promedio de visitantes al parque por día, de 5000 visitantes a 500, lo cual representa una variación de -90%, la TIR total se ubicó en un 9,04%; luego se disminuyó el Promedio de Incremento Anual de la Capacidad Utilizada en 3,04%, lo que representa una variación del 60,47% sobre el valor real (7,69%), esta variación contribuyó a que la TIR total llegara al 2,46%; continuando con la aplicación de variaciones sobre parámetros, de manera acumulada, se elevó la escala tributaria para el cálculo del Impuesto Sobre la Renta, en 40%, lo que significa, un rango de variación de 17,65%, por encima del valor original (34%); por último se disminuyeron los días laborados al año, llevándolos de 292 a 201 días, ésta variación representa una disminución del -31,16%, logrando ubicar la TIR total en un -4,69%.

CAPITULO 6

EVALUACION DE RESULTADOS

La evaluación económica – financiera correspondiente al Desarrollo de un Modelo de Parque Temático, en la Región de Río Chico del Estado Miranda, ha requerido del análisis de un conjunto de aspectos relacionados con la existencia de distintos parques temáticos tanto del estado Miranda como del resto del país, así como, de los servicios turísticos, de recreación y demás aspectos culturales e históricos de esa región Mirandina.

Para hacer la evaluación económica – financiera correspondiente al Desarrollo de un Modelo de Parque Temático, en la Región de Río Chico del Estado Miranda, fue necesario hacer previamente un estudio de mercado, y un estudio técnico. Mediante el estudio de mercado se analizaron un conjunto de aspectos relacionados con la existencia de distintos parques temáticos tanto del estado Miranda como del resto del país, así como, de los servicios turísticos que se ofrecen en esa región, las distintas alternativas para la recreación, los servicios conexos, la temática de los distintos parques y demás aspectos relacionados con los valores culturales, históricos y hasta religiosos de esa región Mirandina. La información recaudada sirvió de base para efectuar el diseño conceptual de la temática del parque Miranda Tierra Mágica.

A través del estudio de mercado realizado se pudo obtener la siguiente información:

En el Estado Miranda no existe un parque temático donde se promueva el acervo cultural e histórico de la región, y aunque existe un parque temático en ese estado (Ciudad Picapiedras” ubicado en Colonia Mendoza de Ocumare del Tuy), los parques temáticos más conocidos, entre la población entrevistada, son La Venezuela de Antier con un 42,27%, Los

Aleros con un 35,16%, quedando el parque Ciudad Picapiedras en tercer lugar con un 9,38%, y en cuarto lugar parque Dunas con un 5,73%.

La población sujeta al estudio de mercado se inclina en cuanto a sus preferencias por parques temáticos de tipo ambientalista, mecánicos y acuáticos, que sean aptos para el disfrute de toda la familia 20,83%, que ofrezcan seguridad 18,49%, con servicios conexos 16,67%, variados en cuanto a atracciones y actividades de tipo recreativas 13,02%, divertidos 10,68%, de ambiente agradable 7,29%, poco comunes 6,77% y con infraestructuras confortables 6,25%.

La preferencia de un parque temático con respecto a otro, entre la población entrevistada, va más allá de lo distante del parque, o de su accesibilidad, pudiendo guardar relación, además, con la temática del parque y los sub-servicios prestados, lo que incrementa el grado de complejidad en cuanto al consumidor final.

Mediante el estudio de mercado también se pudo obtener información relevante en cuanto a las costumbres y tradiciones del estado Miranda, el acervo cultural e histórico de mayor interés, así como sus preferencias, en cuanto a temáticas y atracciones recreativas, toda esta información sirvió de basamento para el diseño del modelo conceptual del parque temático “Miranda Tierra Mágica”.

Mediante la consulta se pudo detectar la opinión en cuanto a la necesidad existente en la región de Río Chico de proyectos enfocados a fomentar el turismo, y el desarrollo endógeno, mediante la promoción de cooperativas con miras de un desarrollo social sostenible e incentivar el desarrollo económico de esa población.

Mediante el estudio técnico se determinaron aspectos relacionados con la localización del proyecto, el cual está previsto para ser construido en un terreno cercano a la Playa Copey de Río Chico, donde funcionaba anteriormente un Club, cuyas infraestructuras y servicios se encuentran en estado de abandono. Igualmente se determinaron las especificaciones en cuanto a la tecnología a utilizarse, pudiendo mencionar las atracciones mecánicas, plantas eléctricas, bombas de agua, y demás equipos. Mediante el estudio técnico también fue posible determinar las especificaciones correspondientes al proceso de operación del parque temático Miranda Tierra Mágica.

Los aspectos señalados anteriormente, los de mercado y los técnicos, conllevan a la realización del estudio económico financiero, el cual indica la rentabilidad del proyecto bajo los parámetros establecidos. A continuación se muestra una tabla resumen con los resultados obtenidos, en lo que respecta a los indicadores financieros:

Tabla 26. *Resumen de Parámetros.*

PARAMETRO	VALOR EN Bs.F	VALOR EN \$.	VALOR EN UNIDADES TRIBUTARIAS
INVERSIÓN	151.986.783,34	70.691.527,13	2.763.396,06
PUNTO DE EQUILIBRIO PROMEDIO (%).	13,00%		
CAPITAL DE TRABAJO	2.960.922,00	1.377.173,02	53.834,95
VALOR PRESENTE NETO PROMOTOR.	1.140.755.243,00	530.583.833,95	20.741.004,42
TASA INTERNA DE RETORNO PROMOTOR.	100,89%		
VALOR PRESENTE NETO NEGOCIO.	1.090.132.234,00	507.038.248,37	19.820.586,07
TASA INTERNA DE RETORNO NEGOCIO.	63,68%		

Fuente: Autor, 2.009. Tasa de Cambio 2,150 Bs.F/\$, Costo Unidad Tributaria 55 Bs. F.

La inversión total a realizarse es producto de la sumatoria del aporte propio de los inversionistas y la cantidad suministrada por la entidad

crediticia. La relación es de 33,86% de aporte propio y 66,14% de aporte de terceros. El monto total de la inversión total es de CIENTO CINCUENTA Y UN MILLONES NOVECIENTOS OCHENTA Y SEIS MIL SETECIENTOS OCHENTA Y TRES BOLIVARES FUERTES CON TREINTA Y CUATRO CÉNTIMOS (Bs. F 151.986.783,34), a una tasa de interés anual nominal de 9%, y un periodo de gracia de tres años. El costo financiero del crédito es de Bs. F 3.015.811,00 correspondiente al 3% de costo de apertura, el capital será amortizado en diez años, a partir del vencimiento de los tres años muertos, o lo que es lo mismo el capital de trabajo será amortizado el décimo tercer año de la proyección, donde el 38,41% del monto total cancelado corresponderá a los intereses devengados. El estado de resultado nos revela la utilidad neta anual del proyecto producto de las operaciones del parque temático, y cuyo promedio a lo largo de la proyección asciende a la cantidad de Bs.F 328.958.845,00.

La utilidad neta anual tiende a incrementarse progresivamente a la vez que la Capacidad Utilizada aumenta, y la misma para el primer año de operaciones está estimada en Bs. F 43.077.791,00 y para el momento de la última amortización de capital e intereses (Décimo Tercer año del proyecto – Décimo Primer año de operaciones del parque), la utilidad neta anual asciende a Bs. F 550.821.570, producto de la aplicación del 34% de Impuesto Sobre la Renta con un descuento de 500 Unidades Tributarias calculadas a razón de Bs. F 55,00.

Se estima que el parque comience sus operaciones durante el 3er año del proyecto, (último año de gracia), con una capacidad utilizada del 27,47%. Como el crédito está previsto para ser cancelado en los próximos diez años, contados una vez vencido el periodo de gracia, el décimo primer año de operación del parque coincide con el décimo tercer año progresivo del proyecto y con el vencimiento de los diez años de plazo para el pago del crédito.

Al analizar los valores unitarios se puede visualizar el aumento progresivo de la materia prima y la nómina, ambos parámetros están relacionados con el aumento de la capacidad utilizada del parque, las contrataciones del talento humano están previstas en función al incremento de la Capacidad Utilizada.

El aporte del proyecto al Producto Interno Bruto de la economía, fue hallado mediante la elaboración del cuadro correspondiente al Valor Agregado, y dicho promedio asciende al 76% del aporte a los factores de producción.

Al detallar el comportamiento del Punto de Equilibrio a través de los años de proyección, se puede observar que durante el primer año de operaciones, el punto de equilibrio es del 17%, después aumenta al 24% para luego ir disminuyendo progresivamente a lo largo de la proyección, esto se debe a que el primer año de operaciones del parque no está prevista la amortización de capital e intereses por encontrarse dentro del periodo de gracia. El Punto de Equilibrio Promedio es del 13%, sobre el 100% de cualquier variable, como el volumen de producción está expresado en el servicio a prestar (Cantidad de personas usufructuantes de los servicios del parque), cuando el nivel de producción sobrepase el 13% sobre la capacidad instalada, el proyecto presentará ganancia contable, es decir, cuando se cuente con un promedio diario igual a 46 huéspedes y 650 visitantes.

El Capital de Trabajo asciende a la cantidad de Bs. F 2.960.922, lo que cubrirá el saldo de caja del primer semestre de operaciones del parque, hasta tanto los niveles de producción generen recursos suficientes.

La Tasa Interna de Retorno del Promotor es del 100,89% y la Tasa del Costo del Capital es del 9%, mientras que la Tasa Interna de Retorno del

Negocio se ubica en 63,68%, 54,68% por encima de la tasa de descuento, por lo que el proyecto es financieramente sólido.

Se evaluó la variación de nueve parámetros considerados de interés para el estudio, mediante el Análisis de Sensibilidad, en sus tres fases, estos parámetros fueron agrupados según sus naturalezas en parámetros inflacionarios, de ingreso, laborales y fiscales. Los parámetros seleccionados fueron sometidos a un proceso de depuración hasta ubicar los que pudieran representar el más alto riesgo al proyecto, dando como resultado:

- Con una reducción del -90%, la estimación del promedio de visitantes por día sobre la Capacidad Instalada resultó ser el de mayor riesgo.
- Si el promedio de incremento anual de la capacidad utilizada, estimada en 7,69%, no se logra en un 60,47% la TIR total caería al 2,46%, pero no llegaría al 0%. Es decir, para que la TIR llegue a ser negativa el incremento anual de la capacidad utilizada debe estar por debajo de 3,04%.
- Aún cuando se incremente el Impuesto Sobre la Renta, a un 40%, el mismo no influye para que la TIR total llegue a ser igual o menor a 0%.
- Una vez acumulados las variaciones de los parámetros anteriores, al disminuir la cantidad de días laborados al año de 292 (valor original), a 201 días, la TIR total se torna negativa en un - 4,69%.

Del Análisis de sensibilidad puede concluirse que se requiere la variación acumulada de los cuatro parámetros mencionados anteriormente para lograr una TIR total negativa, de dicho análisis se deduce que el proyecto es viable y factible en términos económicos.

CAPITULO 7

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 CONCLUSIONES

Una vez desarrollado el presente estudio donde se analizaron los aspectos relacionados con la factibilidad económica para el Desarrollo de un Modelo de Parque Temático en la Región de Río Chico del Estado Miranda, se ha llegado a las siguientes conclusiones:

7.1.1 Marco Institucional

La construcción de un parque temático como “Miranda Tierra Mágica”, cuyo diseño conceptual está elaborado conforme a los gustos y expectativas de un conjunto de clientes potenciales, donde se promuevan los valores culturales, históricos y religiosos del estado Miranda, que pueda contribuir además, a promover el desarrollo turístico y económico de una de las regiones del país poseedora de un gran potencial para el turismo, aún en proceso de desarrollo, podría representar una excelente oportunidad de negocio que despierte el interés de grandes inversionistas nacionales e internacionales, más aún, cuando se cuenta con el espacio físico con las características necesarias para el desarrollo del presente proyecto, el cual podría beneficiar directamente a las distintas comunidades aledañas mediante la creación de nuevas fuentes de empleos directas e indirectas, pudiendo fomentarse asimismo, la creación de cooperativas, y nuevas empresas prestadoras de distintos servicios.

7.1.2 Estudio de Mercado

Quizás uno de los grandes atractivos del diseño conceptual del Parque Temático Miranda Tierra Mágica, es la temática de parque en sí, ya que sería un atractivo turístico con carácter nacionalista, donde se enseñe a todo el que visite nuestro país un poco de nuestra historia, geografía, fauna, costumbres, tradiciones, y religión. Este parque podría despertar el interés del turismo interno y externo.

No existe en el país un parque con las características de Miranda Tierra Mágica, por lo que es una idea innovadora, con una temática particular y servicios conexos diseñados según las expectativas y gustos de clientes potenciales, cuya información fue recaudada mediante estudio de mercado estratificado por género y edades.

La población entrevistada mediante estudio de mercado inclina sus preferencias en parques temáticos de tipo ambientalista y por aquellos que ofrezcan atractivos mecánicos y acuáticos aptos para el disfrute de toda la familia. La Venezuela de Antier 34,64%, Los Aleros 21,88%, Dunas 18,23%, Los Picapiedras 13,02%, Musipan 6,25%, Mundo Binario 3,91% y la Montaña de Los Sueños 2,08%.

La preferencia de un parque temático con respecto a otro, entre la población entrevistada, va más allá de lo distante del parque, o de su accesibilidad, pudiendo guardar relación además, con la temática del parque y los sub-servicios prestados, lo cual incrementa el grado de complejidad en cuanto a la satisfacción del consumidor final.

En cuanto al acervo cultural e histórico del Estado Miranda despertó mayor interés entre la población entrevistada Los Diablos Danzantes de Yare 27%, Virgen de Betania 15,33%, Creación del Estado Miranda 15%, Vida de Francisco de Miranda 14%, Fiestas Tradicionales 6,67%, Elaboración de Artesanías 5,33%, Cultivo del Cacao 4,67%, Tambores de San Juan 3%, Historia de Los Indios Teques 0,33%, e Historia de Los Palmeros 0,33%.

Se puede inferir por el resultado del estudio de mercado, que la región de Río Chico del Estado Miranda requiere de proyectos enfocados a fomentar el turismo. Un proyecto para la creación de un parque temático, podría contribuir con el desarrollo del turismo en esa región mirandina, a fomentar el desarrollo endógeno, mediante la promoción de cooperativas con miras de un desarrollo social sostenible, e incentivar el desarrollo económico de esa población.

El diseño conceptual del Parque Temático Miranda Tierra Mágica está concebido para promover el acervo cultural e histórico del estado Miranda, conforme a los gustos y expectativas de clientes potenciales, con distintas opciones para el entretenimiento de toda la familia como: piscinas, ríos artificiales, playa, museos, cuevas, plazas, jardines, exposiciones artesanales, práctica deportiva de escalada, atracciones mecánicas, zoológico de contacto, tascas-restaurant, discoteca, santuarios, y spa, entre otros atractivos, en un área de 4 hectáreas, cercano a la Playa Copey de Río Chico donde funcionaba anteriormente un Club, cuya infraestructura se encuentra en estado de abandono. El parque contará con siete sectores, cuya temática guarda relación con distintos aspectos del acervo cultural e Histórico del Estado Miranda.

Una parte de la demanda puede estar constituida por los turistas internos que se desplazan a Río Chico, según datos suministrados por el Ministerio del poder popular para el turismo 2.008, el promedio de turistas

entre los años 2.005 y 2.007 fue aproximadamente 2.332.610 turistas internos.

Al observar el servicio que se presta en algunos parques temáticos del país, se puede inferir la necesidad de fortalecer las estrategias y tácticas del mercadeo de servicios, así como un plan de gestión de calidad ya que, en algunos casos puede observarse la Inexistencia de cajeros automáticos, puntos de venta para Tarjetas de Debito, inexistencia de restaurantes en horas nocturnas para huéspedes, inexistencia de personal especializado para el cuidado de niños, inexistencia de sistema de transporte propio, entre otras situaciones que incomodan a los clientes.

7.1.3 Estudio Técnico

El terreno previsto para la construcción del parque deberá ser acondicionado por cuanto existen infraestructuras en estado de abandono, este terreno cuenta con servicio de agua potable, luz, vialidad, y es de fácil acceso lo que facilitaría el acceso de visitantes.

A efecto de economizar los costos por concepto de energía eléctrica y además garantizar el funcionamiento de las distintas atracciones del parque, es necesaria la adquisición de plantas eléctricas, y bombas para el procesamiento de agua y para surtir a todo el parque de agua potable.

En Venezuela contamos con empresas que se han dedicado a la confección de parques infantiles y mecánicos, así como, a la confección de simuladores 3D y robótica en general, por lo que estos atractivos podrá ser adquiridos dentro del país.

7.1.4 Estudio Económico – Financiero

La utilidad neta aumenta a lo largo de todos los años de la proyección realizada, lo cual garantiza el buen desempeño del flujo de caja del proyecto.

El valor agregado promedio es de 76%, lo cual indica la contribución del proyecto al crecimiento de la economía, a través de la demanda de bienes y servicios.

El punto de equilibrio promedio es de 13% sobre cualquier variable, este valor es considerado suficientemente bajo como para que el proyecto pueda soportar situaciones adversas durante su desarrollo.

El análisis del flujo de fondos arroja saldos de caja positivos suficientes para cubrir todas las obligaciones del proyecto con un excedente que podría alguna distorsión que se pudiera presentar eventualmente.

La tasa interna de retorno de la inversión total y la tasa interna de retorno de la inversión propia son muy superiores a la tasa de costo de capital. Los valores son 63,68%, 100,89%, y 9,00 %, respectivamente. Lo cual indica lo siguiente:

- Generan un valor presente neto positivo.
- Se confirma la capacidad financiera que tiene el proyecto para recuperar el capital invertido.

7.1.5 Análisis de Sensibilidad

El parámetro que resultó ser más vulnerable en el análisis de sensibilidad fue la estimación del promedio de visitante por día sobre la Capacidad Instalada. Aunque la capacidad instalada del parque está

concebida para recibir un total de 5.000 visitantes por día, y la capacidad utilizada va creciendo progresivamente cada año hasta alcanzar el 100%, estimando el inicio de las operaciones con apenas un 27,46% de la capacidad instalada, la aplicación de ese porcentaje durante el primer año de operaciones, representa un promedio de 1.374 visitantes por día, y aún cuando se consideraron porcentajes del 20% y el 40% de visitantes en las temporadas bajas y altas respectivamente, es difícil asegurar ese promedio al inicio de las operaciones, sin embargo ese nivel de afluencia está dentro de los niveles normales para un parque de esta categoría y al analizar este parámetro por separado en la fase 2 del estudio de sensibilidad para producir una TIR total igual a 0%, la **capacidad instalada** para visitantes al parque debería ser de apenas 231 personas por día, sufriendo una variación de rebaja de -95,38%, lo cual se consideraría una variación muy exagerada. Sin embargo es importante velar por asegurar altos niveles de afluencia al parque ya que de allí se derivan gran parte de los ingresos.

En la fase 3 del análisis de sensibilidad se combinaron otros parámetros conjuntamente con la estimación del promedio de visitante por día sobre la Capacidad Instalada, los cuales resultaron ser menos vulnerables hasta lograr una TIR total negativa.

- Estimación del promedio de visitante por día sobre la Capacidad Instalada de 5000 a 231,00, con una variación de -95,38%.
- Promedio incremento anual de la capacidad utilizada (Partiendo del 27,46% del primer año de producción), de 7,69% a -1,95% con una variación del -125,36%.
- Variación en la escala Tributaria de 34,00% a 95,00% con una variación de 179,41%.
- Días laborados al año de 292 a un 1 día con una variación de -99,66%,

7.2 RECOMENDACIONES

- Dentro de los límites establecidos, el proyecto presenta factibilidad de mercado, técnica, y económica financiera, por lo tanto se recomienda invertir en el mismo, previo cumplimiento de los requisitos de ley correspondientes.
- Las infraestructuras existentes en el terreno previsto para el desarrollo del Parque Temático Miranda Tierra Mágica, pudiesen ser reacondicionadas, y así rescatar su operatividad, lo cual permitiría complementar los recursos económicos necesarios para desarrollar un proyecto turístico de parque temático, a ser construido por etapas, donde sean aprovechados los valores culturales y los recursos naturales propios de su geografía, y además, sea ofrecido el confort y la seguridad, propios de una cultura orientada a satisfacer las necesidades de los clientes, desarrollando estrategias y tácticas propias del mercadeo de servicios, que hagan del mismo una alternativa competitiva, generadora de empleo y de un desarrollo sostenible en esa zona del Estado Miranda.
- Es importante que el costo de las entradas al parque no esté por encima de las posibilidades de pago de los potenciales clientes; y eso no quiere decir que el precio de sus servicios deba ser bajo, sino que el cliente sienta que paga un precio justo por el servicio recibido de acuerdo con sus expectativas. Es necesaria la congruencia entre lo que se ofrece a través de la publicidad y lo que realmente se brinda al prestar el servicio.
- Para tener éxito en la prestación del servicio, es importante pensar en la satisfacción de las necesidades del cliente. Por tal motivo se hace imperante tener claro en todo momento cuáles son sus necesidades, así como, tener la disposición de atenderle y complacerle, se

recomienda establecer estrategias para brindar en todo momento servicios de calidad.

- Se recomienda tener las permisologías al día, así como el pago oportuno de las obligaciones tributarias, y reintegros por el IVA retenido, producto de las ventas, para evitar el cierre innecesario de las actividades.
- Es necesario incentivar la afluencia de visitantes y huéspedes al parque mediante la planificación de actividades especiales como por ejemplo conciertos o cualquier otra actividad que incentiven las visitas al parque constantemente.
- Otra actividad que se podría desarrollar para incentivar los ingresos del parque es la creación de paquetes turísticos destinados a instituciones privadas, estudiantes, y público en general.
- Es conveniente establecer un plan de las comunicaciones para hacer efectiva la promoción del parque temático.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Aguiar, Asdrúbal (1.998), *Gran Enciclopedia de Venezuela* (Vol.11, pp. 60-61). Caracas: Globe.

Arvelo, Ángel (2.001). *Estudio de factibilidad económica para la construcción y funcionamiento del hotel Monte Avila Caracas*, Trabajo de Grado de Especialización no publicado, Universidad Católica Andrés Bello, Caracas-Venezuela.

Asoleando la basura (2.007), Recuperado en Enero 16 2.009, de http://www.cruiserheads.com/site/actualidad/conservación/asoleando_la_basura.htm>.

Baca, J (1.995). *Evaluación de Proyectos* (3ª ed.). México: Mc Graw Hill Interamericana.

Ballestrini, M (2.001). *Cómo se elabora el Proyecto de Investigación*. (5ª ed.). Caracas: Editorial BL. Consultores Asoc.

Banco Central de Venezuela (2.007). *Producto Interno Bruto Por Clase de Actividad Económica 1er Semestre 2.007*, Recuperado en Octubre 4, 2007, de http://www.bcv.org.ve/excel/5_2_4.xls.

Banco de Desarrollo Económico y Social de Venezuela (2.008), *Condiciones para el otorgamiento de crédito*, recuperado marzo 15 2.009, de <http://www.gobiernoenlinea.ve/docMgr/shharedfiles/Bandes.pdf>.

Blanco, Adolfo (2.006). *Formulación y Evaluación de Proyectos* (5ª ed., p.p. 25- 164) Caracas: Editorial Texto.

Cobra, M. (2.000). *Marketing de Servicios, estrategias para turismo, finanzas, salud y comunicación* (1ª ed.). Bogotá: Mc Graw Hill.

Consejo Superior de Investigaciones Científicas (1.998, Mayo). Los Nuevos Paraísos, Historia y Evolución de los Parques Temáticos, *Revista Arbor*, clx,629, Madrid España.

Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1.999).

Cowell, Donald W (1.991). *Mercadeo de Servicios, un Nuevo Enfoque Del Operativo al Perceptivo* (1ª ed.). Bogotá: Legis.

Dalmaso, Gianni (1.994). *Los Palmeros de Chacao, tradición y fe de una comunidad* (1ª ed., pp 7-11, 16-17), Caracas: Fundación Cultural Chacao.

Decreto con Fuerza de Ley Especial de Asociaciones Cooperativas.

Decreto Nro. 2.454 (Junio 11, 2.003). Gaceta Oficial Nro. 5.649.

Decreto Nro. 455 (Octubre 10, 1974). Gaceta Oficial Nro. 30.516.

Díaz, Manuel (2.008). *Estudio de factibilidad para la construcción y puesta en marcha de una posada turística*, Trabajo de Grado de Especialización no publicado, Universidad Católica Andrés Bello, Caracas, Venezuela.

Dime Porqué?. (2.007, Septiembre 12). *Diario La Voz*, Recuperado en febrero 20, 2008, de <http://www.diariolavoz.com>.

Economics Researcht Asociates (2.000). Características de los parques temáticos (Vol. 1). México: Autor.

El Universal.com, *La delincuencia aborda las busetas para cobrar vidas*, recuperado en Febrero 18, 2.009 de <http://www.eluniversal.com>.

El Universal.com, *Los Canales Bajo Patrullaje*, Recuperado en Octubre 15, 2007, de [://www.eluniversal.com](http://www.eluniversal.com).

Endless Vacation (1.995). *Los Parques Temáticos del País* (2^a ed.), Caracas: Publicaciones RCI.

Eroza, M. (1987). *Proyectos de Inversión e Ingeniería. Su Metodología* (1^a ed.). México: Editorial Limusa.

Foncied, Mercadeo de Servicios (2001), *Activando la Pasión por el Cliente* (1^a ed.). Caracas: Papiro.

Fundación Bigott (2005). *Atlas de Tradiciones Venezolanas* (1^a ed.). Caracas: Edit. El Nacional.

Fundación Escuela de Gerencia Social (2007). *Fuerza de Trabajo 2007*. Recuperado en Febrero 14, 2008, de http://www.gerencisocial.org.ve/bases_datos/gerenciasocial/cuadros/Empleo/empleohtm/entidadfederal.htm.

Garay, Juan (1997), *Legislación Laboral Práctica* (1^a ed.). Caracas: Editorial Librería Ciafre.

Gobernación del estado Miranda (2007). *Patrimonios naturales, culturales e históricos del estado Miranda*, recuperado en marzo 28, 2007, de <http://www.gobernaciondelestadomiranda.gov.ve>.

Grupo Océano. (2007), *Enciclopedia de Venezuela del Estudiante Exitoso* (1^a ed., pp. 158 – 159). Barcelona, España: Autor.

Hernández, R; Fernández C; Baptista L. (2003). Metodología de la Investigación (3^a ed.). México: Mc Graw-Hill.

Instituto Nacional de Estadística (2006). Actividad turística realizada por los residentes del país que viajan como visitantes sólo dentro del territorio nacional.

Instituto Nacional de Estadística (2007), *Distribución pobreza en Venezuela* 2007. Recuperado en Febrero 14, 2008, de http://www.ine.gov.ve/pobreza/hogares_pobres.asp?Ssmes=2&periodo=2007.

Instituto Nacional de Estadística, Turismo Nacional (2006). *Encuesta de Turismo Interno, Tercer Trimestre 2006*, Recuperado en Octubre 5, 2007, de <http://www.ine.gov.ve/ine/tripticos/TurismoNacional/C1TurismoNac.asp?periodo=N042006>.

La Montaña de los Sueños (2006), recuperado en noviembre 14, 2006 de <http://www.lamontanadelossuenos.net/historia.htm>.

La Venezuela de Antier (2006), recuperado en noviembre 14, 2006 de <http://www.lavenezueladeantier.net/historia.htm>.

Ley Orgánica del Turismo (Noviembre 26, 2001). Gaceta Oficial Nro. 37.332.

Ley de Creación del Fondo para el Desarrollo Endógeno.

Ley de Fomento y Protección Artesanal.

Ley de Impuesto Sobre la Renta (2001).

Ley Orgánica del Ambiente.

Ley Orgánica del Trabajo.

Ley Orgánica del Turismo.

Los Aleros (2006), recuperado en noviembre 14, 2006 de <http://www.losaleros.net/historia.htm>.

Los Fieles Piden Salud. (2000, Marzo 25). *Diario El Nacional*, p. C 4.

Lovelock, Christofer (1997). *Mercadotécnica de Servicios* (3^a ed, p.76). México: Pretinci Hall.

Luz del Mundo Betania de Las Aguas Santas. (2007, Marzo 27). *Diario 2.001*, p. 4.

Museum (1982, Junio), *Museos al aire libre* (Vol2). México: UNESCO.

Nectario, María (1975). *Los Indios Teques y el Cacique Guaicaipuro* (2^a ed., p.p. 9-18, 21-77). Madrid España: Villena.

Organización de Las Naciones Unidas para la Educación, Ciencia y Cultura (1982). *Museum* (Vol. XXXIV, 3^a ed., p.173). París: Autor.

Páez, Rafael (1983). *Los Hombres que han hecho Venezuela* (1^a ed., pp. 159-161). Caracas: Biosfera.

Producto on line, *Romper paradigmas, gerenciar los recuerdos* (2.007). Recuperado en Marzo 24 2.009, de <http://www.producto.com.ve/notas/montilla.html>.

Rebolledo, Castro (2005). *Estudio de factibilidad para la construcción y funcionamiento de una posada turística en Ciudad Bolívar, Estado Bolívar*. Trabajo de Grado de Especialización no publicado, Universidad Católica Andrés Bello, Puerto Ordaz, Venezuela.

Reglamento Ley Orgánica del Turismo.

Roa Gustavo (2006). *Apuntes de Clases de Formulación y Evaluación de Proyectos, Especialización en Gerencia de Proyectos*, UCAB.

Salazar, Luis (2003). *Fiestas y danzas folklóricas en Venezuela* (1^a ed., p.p. 51-68). Caracas: Monte Ávila Editores.

Santaella, Zuleyma (2006). *Guía para la elaboración formal de reportes de investigación* (1^a ed.). Caracas: Editorial Texto.

Sapag Chain N. y Sapag Chain R. (1995). Preparación y Evaluación de Proyectos (3a ed.). Santa Fe de Bogotá, Colombia: Mc Graw Hill Interamericana.

Ten, Antonio (1988). Historia y Evolución de los Parques temáticos (Vol. 1), Madrid: Revista Arbor.

Ucab (1999), *Proceso de la Cultura en Venezuela* (1ª ed.). Caracas: Autor.

Wikipedia, *Los parques Temáticos* (2.006). Recuperado en Enero 20, 2.009 de [http://www.wikipedia .com](http://www.wikipedia.com).

Zamorano, Francisco (2002). *Turismo Alternativo* (1ª ed., p.p. 13-97), México: Trillas.

Zeithaml, Valarie y Bitner Mary (2002), *Marketing de Servicios* (2ª ed., p.p. 3-6). México: Mc Graw Hill.

ANEXOS



UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO
VICERRECTORADO ACADÉMICO
DIRECCIÓN GENERAL DE LOS ESTUDIOS DE POSTGRADO
ÁREA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y DE GESTIÓN
POSTGRADO EN GERENCIA DE PROYECTOS

CUESTIONARIO PARQUE TEMÁTICO

APRECIADO CIUDADANO, EL PRESENTE INSTRUMENTO PERMITE MEDIR ***“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA EL DESARROLLO DE UN MODELO DE PARQUE TEMÁTICO, EN LA REGIÓN DE RÍO CHICO DEL ESTADO MIRANDA.”*** SUS RESPUESTAS SERÁN TRATADAS CON LA MAS ABSOLUTA CONFIDENCIALIDAD Y CON FINES DE LA INVESTIGACIÓN.

Muchas Gracias, por su colaboración

Lic. Carlos Ojeda
Tesisista

INSTRUCCIONES

Este instrumento consta de dos partes, la primera relacionada a los Datos Personales del visitante y/o turista. La segunda consiste en completar los datos de referencia que sustentaran la creación del parque temático propuesto marcando con una equis (x) los espacios en blanco.

PARTE I DATOS PERSONALES DEL VISITANTE Y/O TURISTA

EDAD _____ / SEXO _____ /

ESTADO CIVIL: _____ / NÚMERO DE HIJOS: _____ /

NÚMERO DE ACOMPAÑANTES: _____ /

Número de días que pasará en el parque: _____ /

Lugar de Residencia: y/o Lugar de donde nos visita:

País: _____ / Ciudad: _____ / Estado: _____ /

-¿Es primera vez que visita un parque? SI ___ NO ___

-Si no es el primer viaje, ¿cuántas veces ha visitado el destino?

Una vez ___ Dos veces ___ tres veces ___ más de cuatro veces ___
mayor a 5 veces ___

-¿Cuándo fue su último viaje a un parque temático?

Hace un mes ___ Hace tres meses ___ Hace seis meses ___

Un año ___ Dos años o más ___

1) Mencione los Parques Temáticos del país visitados por usted.

2) ¿Cuál es el Parque Temático de su preferencia?.

3) ¿Cuáles son las razones por las cuáles usted visita un Parque Temático?.

- 4) ¿A su criterio, cuál de las costumbres o tradiciones del estado Miranda, es la de mayor importancia?.

- 5) ¿Qué información relacionada con la cultura o con la historia del Estado Miranda, le gustaría conocer?.

PARTE II

Datos sobre el estado general de los parques temáticos en el país

6) Seleccione tres de las distintas atracciones ofrecidas en los Parques Temáticos del País, visitados por usted, de su preferencia.

a) Piscinas ().	g) Playas ().
b) Paseos a Caballo ().	h) Ríos artificiales ().
c) Paisajes ().	i) Competencias y Juegos Recreacionales y deportivos ().
d) Representaciones teatrales ().	j) Otros: Señalar
e) Cine ().	
f) Atracciones mecánicas ().	

7) Los parques temáticos prestan principalmente un servicio de índole recreacional al turista, y este servicio está conformado a su vez por un conjunto de sub-servicios, que le agregan valor al mismo, entre estos, se encuentran los cajeros automáticos, la seguridad, y hospedaje entre otros. En cuanto a la cantidad de sub-servicios ofrecidos en los Parques Temáticos que usted ha visitado, considera que los mismos son:

a)	Numerosos ()
b)	Suficientes ()
c)	Insuficientes ()
d)	Escasos ()
e)	Inexistentes ()

8) En cuanto a la calidad de los servicios ofrecidos en los distintos Parques Temáticos del país, considera usted que los mismos son:

- a) De optima calidad ()
- b) De calidad ()
- c) De mediana calidad ()
- d) De baja calidad ()
- e) De pésima calidad ()

9) Considera usted que se requiere de una mayor promoción y fortalecimiento del acervo cultural, e histórico, de la región del Estado Miranda?.

- a) Si ().
- b) No ().

10) La creación de un parque temático cuya línea argumental esté enfocada a promover y fortalecer los valores culturales e históricos de la Región Mirandina.

- a) Es altamente necesario ().
- b) Es necesaria ().
- c) Es moderadamente necesario ().
- d) No es tan necesario ().
- e) No es necesario ().

- f) Es muy atractiva para el turismo de la región ().
- g) Es importante para la región ().
- h) Es relativamente importante ().
- i) No es tan importante ().
- j) No es para nada atractiva para la región ().

11) De los servicios prestados en algunos parques temáticos del país, cuál es el más importante.

a) Cajeros Bancarios ().	e) Establecimientos para la venta de víveres y demás artículos. ().
b) Puntos de Venta ().	f) Servicios de lavandería ().
c) Servicio Telefónico. ().	g) Servicio de hospedaje ().
d) Restaurantes. ().	h) Otro, Señalar : _____

12) Los Parques temáticos del País...

- a) Son suficientemente Promocionados ().
- b) No cuentan con buena publicidad ().
- c) Son Prácticamente desconocidos ().
- d) Son desconocidos ().
- e) Son conocidos ().
- f) Son muy conocidos ().

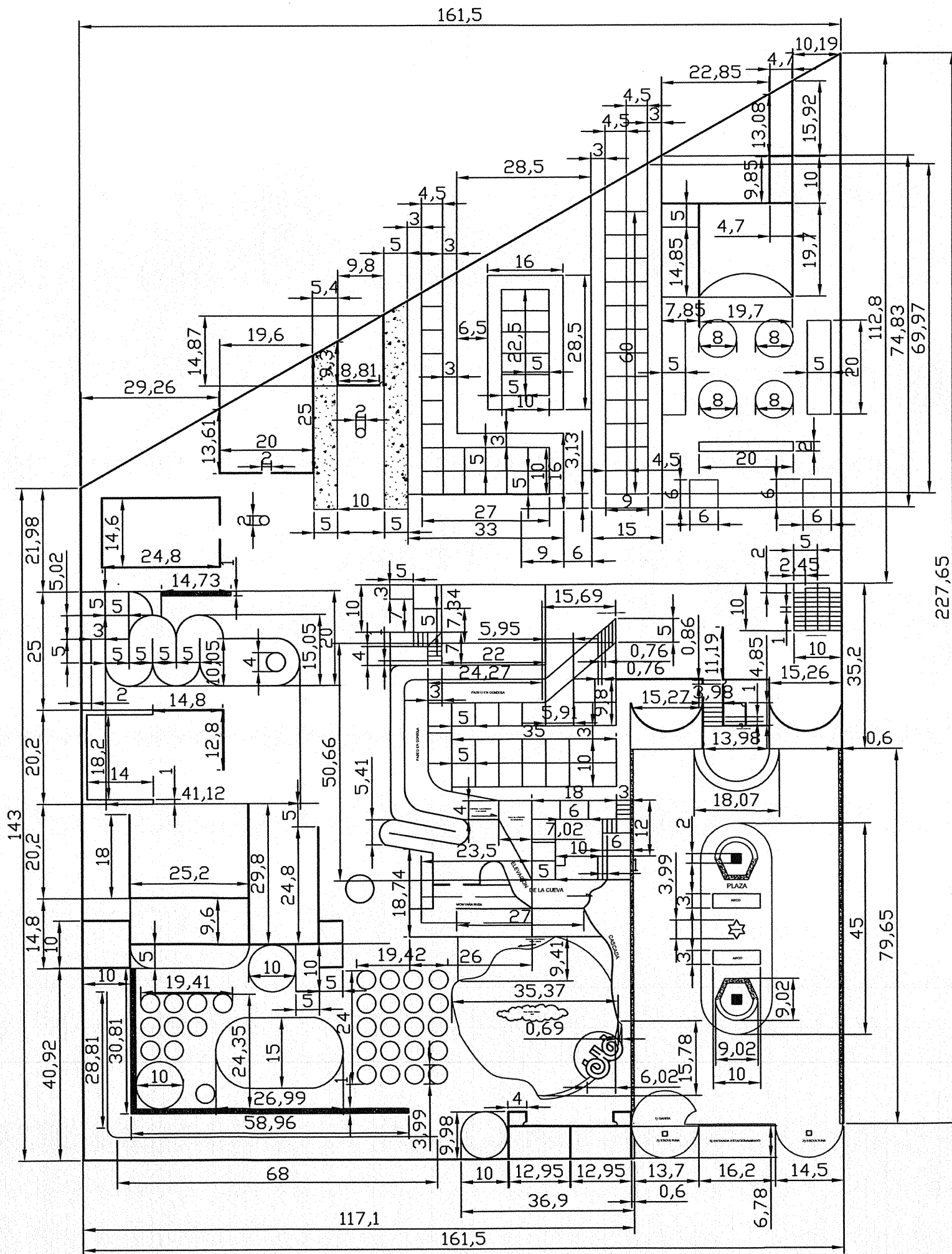
13) Cómo es el desarrollo turístico en la Región de Río Chico en el Estado Miranda?

- a) Inexistente ().
- b) Escaso ().
- c) Elevado ().
- d) Muy Elevado ().
- e) Regular ().

14) En cuanto a los temas para la creación de un modelo de parque temático, es de su preferencia:

- a) Una línea argumental inspirada en hechos ficticios. ().
- b) Una línea argumental inspirada en hechos reales, donde se promuevan los valores culturales e historias de algunas regiones del país ().
- c) Una línea argumental inspirada en adelantos tecnológicos donde se promueva el aprendizaje y la investigación ().
- c) Otra línea argumental, señalar:

PLANO DE PLANTA
PROYECTO PARQUE TEMATICO MIRANDA TIERRA MAGICA
ESTADO MIRANDA MUNICIPIO PAEZ
ESCALA 1:1



GERENTE DE PROYECTO :
LIC. CARLOS OJEDA

Sector 1: Entrada Principal Incluye: Fachada, Garitas, Estacionamiento, Plaza Principal, Castillo con Oficinas y Salas de exposición.

Concepto:	Medidas Escala 1:500	Mtros 2	Kilometros
	4,5 x 8,0	360	
Plaza Central	3x1,3x0,60	23,4	
Circunferencias Plaza Central 1.	$((3,14 \times (0,65 \times 0,65))/2) \times 0,60$	3,97995	
Circunferencias Plaza Central 2.	$((3,14 \times (0,65 \times 0,65))/2) \times 0,60$	3,97995	
Area Plaza Central	Total=	31,3599	
1/2 Circunferencia entrada Castillo:	$(3,14 \times (0,8 \times 0,8))/2$	10,048	
Estacionamiento		318,5921	0,3185921
Garitas	$3,14 \times (0,65 \times 0,65) \times 3,60$	13,2665	
Area Total Garitas	Total=	13,2665	
Area Verde fuente	$((0,1 \times 0,4) \times 3) \times 2$	2,4	
Area Verde arco	$(1 \times 0,3) \times 2$	6	
Total Area verde Plaza		8,4	
Area Verde Fachada	$4,3 \times 0,1$	4,3	
Total area verde entrada principal		12,7	
Muro Fachada Principal	$(3 \times 3,60)$	162	
Castillo (Incluye Oficinas)	$(4,5 \times 3,5) + (1,8 \times 2,5) + (3,14 \times (1,1)^2 / 2$	664,491	
Area Edificaciones (Plaza, Garitas Fachada Principal)		709,1174	

Sector 2 (Venecia): (Incluye: Río Artificial, Fachadas estilo Venecia, Hotel, Restaurante).

Concepto:	Medidas Escala 1:500	Mtros 2	Kilometros
Hotel:			
Sector Venecia	$(1,7 \times 2,1) + ((1,3 \times 0,7) / 2) + (0,7 \times 0,4)$	430,5	
	Area de hotel Venecia.	430,50	
Restaurant:			
Area Restaurant.	$(1,7 \times 2,2)$	374	
	Area Total Restaurant:	374	
Caminería sector Venecia:			
Caminería	$(0,3 \times 3) + (1,6 \times 0,3)$	138	
	Area Caminerías	138	
Rio Artificial Sector Venecia:			
Rio Artificial Sector Venecia:	$(0,5 \times 2,5) + (2,8 \times 0,5) + (1,5 \times 0,5)$	340	
	Area Río Artificial:	340	
	Area Total Sector Venecia:	1282,50	

**Profundidad
Mtr²**
1,5

Sector 3: Zona Arqueológica

Concepto:	Medidas Escala 1:500	Mtros 2	Kilometros
Cueva Rrecorrido a pie galerías.	$(0,3 \times 1,8) + (0,3 \times 1,4) + (1,8 \times 0,3) + (1,8 \times 0,3)$	204	
Cueva Rrecorrido a pie escalada.	$(8 \times 0,25) + (1,1 \times 0,1) + ((0,4 \times 0,3)/2) + ((0,4 \times 0,5)/2) + (0,2 \times 0,4) + (3 \times 0,00025) + ((0,35 \times 0,3)/2) + (41 \times 0,0025)$	297,75	
Recorrido cuevaa a pie (1	$(0,5 \times 0,6)/2$	15	
Recorrido cuevaa a pie (2	$(1,2 \times 0,6)$	72	
Recorrido cuevaa a pie (3	$(1,5 \times 0,7)$	105	
Recorrido cuevaa a pie (4	$(1,8 \times 0,7)$	126	
Recorrido cuevaa a pie (5	$(1,3 \times 0,5)$	65	
Recorrido cuevaa a pie (6	$(2,3 \times 0,3)$	69	
Recorrido cuevaa a pie (7	$((3,14 \times (0,28 \times 0,28)/2))$	12,3088	
Area Total Cuevas A pie		464,3088	
			Profundidad
			Mtr²
Lago subterraneo cuevas paseo gondolas	(3×2)	600	2
Area Total lago subterraneo		600	
Estructura para Montaña Rusa	$(0,5 \times 1,9) + (1,1 \times 2,1) + (0,2 \times 0,5) + (3,14 \times ((0,25 \times 0,25)/2))$	345,8125	
Area Total estructura para Montaña Rusa Techada.		345,8125	

Sector 4: Zona Indígena: (Incluye: Montaña para Escalada, Caballeriza, Piscina de adultos y niños, Río lento, Churuatas, Cascadas, Muelle, y Palafitos, Zonas para tomar el sol).

Concepto:	Medidas Escala 1:500	Mtros 2	Kilometros
Area Piscinas adultos y niños, Rio lento, incluye puentes y palatifos			Profundidad Mtr²
Area 1	(0,25 area de cuadros a escala x 49)	1225	1,5
	Area total piscina	1225	
Churuatas			
Churuatas (Fines comerciales).	$((3,14 \times (0,5 \times 0,5)) + (3,14 \times (0,5 \times 0,5)))$	157	
Churuatas para ser utilizados por visitantes.	$(3,14 \times (0,2 \times 0,2)) \times 32$	401,92	
	Area total churuatas.	558,92	
Area para tomar sol			
Area total incluyendo piscinas churuatas etc.	10,3 x 3,6	3708	
	Area de piscinas	1225	
	Area de churuatas	558,92	
Baños	$(1 \times 0,5) + (0,5 \times 0,5)$	75	
Entrada Iglesia de Yare	$(5 \times 0,5)$	250	
	Total area opara tomar el sol.	1599,08	
Paisajismo			
Area 1	(0,3x1,5)		
Area 2	$(6 \times 0,1) + (3,1 \times 0,1) + (1,5 \times 0,5) + ((0,5 \times 1) \times 2) + (0,5 \times 0,5)$	382	
	Total area paisajismo	382	
Vestidores			
Vestidores y guarda ropas	$(0,7 \times 2,6) + (0,3 \times 0,4 \times 2)$	206	
	Total vestidores y guarde ropas	206	
Caballeriza			
	(1x1)	100	
	Total Caballeriza	100	
Cerca Terreno para monta a Caballo.	3+7+3+6,5	195	
Duchas			
	(0,5x0,5)	25	
Montaña para escalada			
	(1,5x4)	60	

Sector 5 Nuestras Creencias: (Incluye: Réplica Fachada Iglesia San Francisco de Yare, Capilla, Galería Fotográfica, Museo Diablos de Yare, Zoologico de Contacto, Santuarios Virgen de Betania y Coromoto, Río Artificial, Zona para tomar el sol).

Concepto:	Medidas Escala 1:500	Mtros 2	Kilometros
Fachada Réplica Iglesia San Francisco de Yare.	2,5 x 0,36	90	
Capilla Réplica de Iglesia San Francisco de Yare.	(0,5x2,5)	125	
Galería, exposición pueblos del Estado Miranda.	(1 x 2,5)	250	
Sala Usos Múltiples.	1,5 x 3	450	
Museo Diablos de Yare.	2,5x1	250	
(Paisajismo) Zoologico de contacto.	(2,5x2)+(3x2)	1100	
Santuario Vírgenes de Betanea y Coromoto.	(0,5x2,5)	125	
Caminería hacia Santuarios.	(2,5x0,5)	125	
Río Artificial Santuarios.	$((3,14 \times (0,5 \times 0,5) / 2) \times 5,5) + (1,5 \times 0,5) + (0,6 \times 2) + (1,1 \times 1)$		
Area 1	$((3,14 \times (0,5 \times 0,5) / 2) \times 5,5)$	215,875	
Area 2	(1,5x0,5)	75	
Area 3	(0,6x2)	120	
Area 4	(1,1x1)	110	
	Total area Río Artificial	520,875	
Area para descansar y tomar el sol. (Piso arcilla acabado natural).	(0,5x0,5)x37	925	
Churuatas para el descanso.	(3,14x(0,2x0,2)) x 22	276,32	
Paisajismo.		693,75	
			Profundidad
			Mtr²
			1,5

Sector 6: Nuestra mayor cosecha "El Cacao y Nuestra Gente". (Incluye: Sembradíos de Cacao, Aldea del Chocolate, Choza Zona

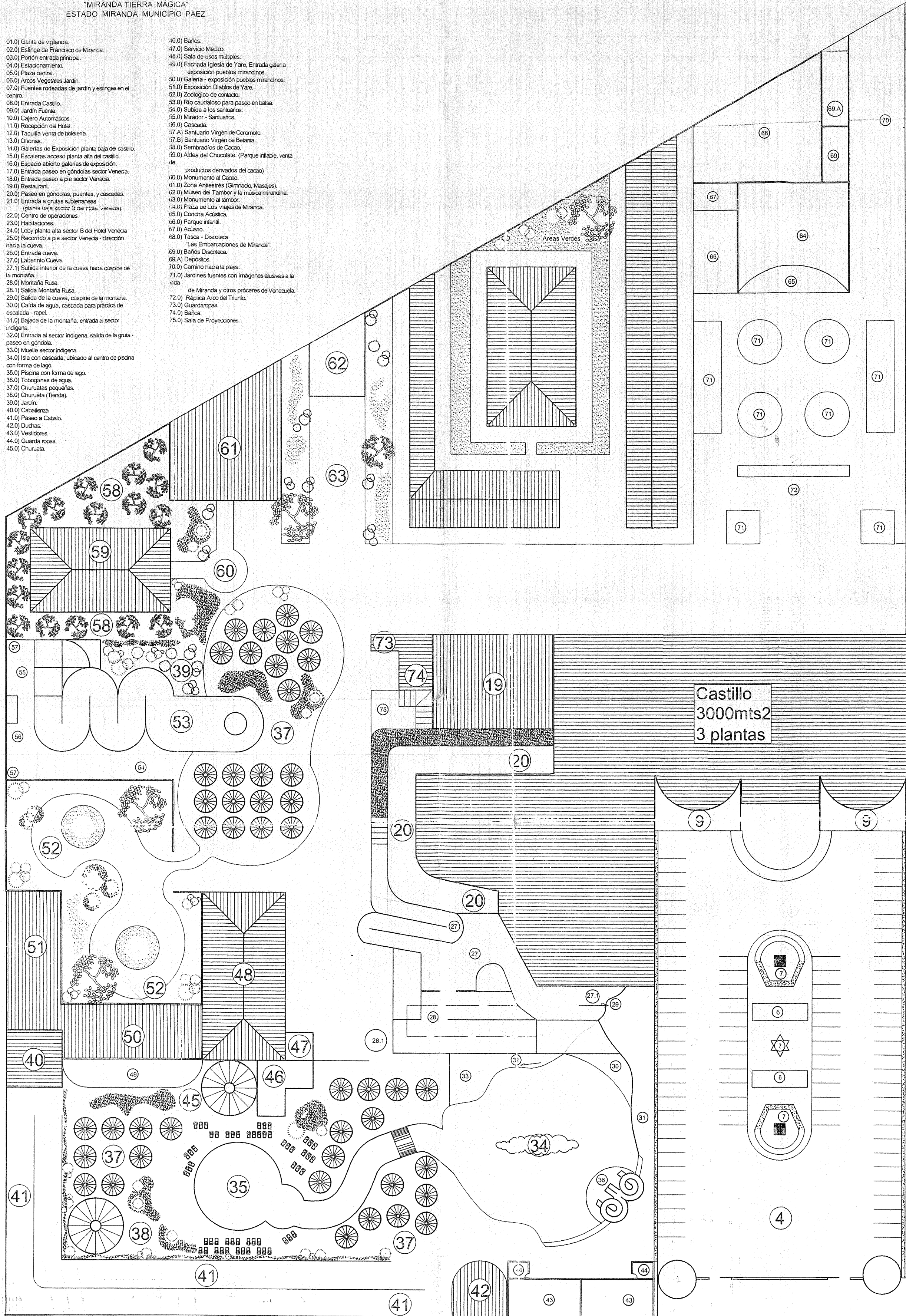
Concepto:	Medidas Escala 1:500	Mtros 2	Kilometros
Sembradío de Cacaos	$(3 \times 0,5) + (0,5 \times 1,5) + (0,2 \times 3) + ((3 \times 1,7)/2)$	540	
Aldea del Chocolate (Churuata).	$(1,5 \times 2,5)$	375	
Zona Antiestres (Churuata).	$(1,4 \times 2) + (2 \times 1,1)$	500	
Museo del Tambor. (Churuata)	$(1 \times 1) + ((1 \times 0,5)/2)$	125	
Monumento al tambor.	$(3,14 \times (0,1 \times 0,1) \times 3)$	11,3	
Zona de hospedaje hotel ambiente indigena.	$((1,6 \times 2,8) + (2,7 \times 1) + (3,5 \times 0,5) + 6,5 \times 0,9) + ((0,9 \times 0,5)/2) \times 2$	3001	
Paisajismo	$((2,45 \times 1,5)/2) + ((0,5 \times 3,5) \times 2) + (2,85 \times 0,2)$	590,75	

Sector 7: El eterno viaje de Miranda (Incluye: Réplica del Arco del Triunfo, Jardines, Fuentes, Plaza, Concha Acústica, Parque infantil, Acuario, Discoteca, Tasca-Restaurant).

Concepto:	Medidas Escala 1:500	Mtros 2	Kilometros
Réplica Arco del Triunfo.	$(0,2 \times 2)$	40	
Fuentes con Jardín.	$(0,6 \times 0,6) \times 2 + (0,5 \times 2) \times 2 + 3,14(0,4 \times 0,4) \times 4$	292,96	
Concha acústica.	$(0,5 \times 2) - (0,5 \times 1)$	50	
Plaza los viajes de Miranda.	$(2 \times 2) - (5)$	350	
Parque Infantil, piso	$(1,5 \times 0,8)$	120	
Cerca Prque infantil	$(1,5 \times 2) + (0,8)$	38	
Acuario.	$(0,5 \times 0,8)$	40	
Tasca Discoteca (Las Embarcaciones de Miranda).	$(1,1 \times 2,3) + ((1,2 \times 2,3)/2) + (0,5 \times 1)$	882	
Depositos.	$(0,5 \times 1,35) + ((0,25 \times 0,5)/2)$	73,75	
Area total del sector Paisajismo	$(7,5 \times 3,8) + (2,1 \times 3,8)$	3648	
Area de Paisajismo		1799,29	

PLANTA CONJUNTO
PROYECTO PARQUE TEMATICO
"MIRANDA TIERRA MÁGICA"
ESTADO MIRANDA MUNICIPIO PAEZ

- 01.0) Gama de vigilancia.
02.0) Estilge de Francisco de Miranda.
03.0) Porción entrada principal.
04.0) Estacionamiento.
05.0) Plaza central.
06.0) Arcos Vegetales Jardín.
07.0) Fuentes rodeadas de jardín y estilges en el centro.
08.0) Entrada Castillo.
09.0) Jardín Fuente.
10.0) Cajero Automático.
11.0) Recepción del Hotel.
12.0) Taquilla venta de boletería.
13.0) Oficinas.
14.0) Galerías de Exposición planta baja del castillo.
15.0) Escaleras acceso planta alta del castillo.
16.0) Espacio abierto galerías de exposición.
17.0) Entrada paseo en góndolas sector Venecia.
18.0) Entrada paseo a pie sector Venecia.
19.0) Restaurant.
20.0) Paseo en góndolas, puentes, y cascadas.
21.0) Entrada a grutas subterráneas (planta baja sector G del Hotel Venecia).
22.0) Centro de operaciones.
23.0) Habitaciones.
24.0) Lobby planta alta sector B del Hotel Venecia.
25.0) Recorrido a pie sector Venecia - dirección hacia la cueva.
26.0) Entrada cueva.
27.0) Laboratorio Cueva.
27.1) Subida interior de la cueva hacia cuepe de la montaña.
28.0) Montaña Rusa.
28.1) Salida Montaña Rusa.
29.0) Salida de la cueva, cuepe de la montaña.
30.0) Calda de agua, cascada para practica de escalada - rapel.
31.0) Bajada de la montaña, entrada al sector indígena.
32.0) Entrada al sector indígena, salida de la guía - paseo en góndola.
33.0) Muelle sector indígena.
34.0) Isla con cascada, ubicado al centro de piscina con forma de lago.
35.0) Piscina con forma de lago.
36.0) Toboganes de agua.
37.0) Churruatas pequeñas.
38.0) Churruata (Tienda).
39.0) Jardín.
40.0) Caballeriza.
41.0) Paseo a Cabalo.
42.0) Duchas.
43.0) Vestidores.
44.0) Guarda ropas.
45.0) Churruata.
46.0) Baños.
47.0) Servicio Médico.
48.0) Sala de usos múltiples.
49.0) Fachada Iglesia de Yare, Entrada galería - exposición pueblos mirandinos.
50.0) Galería - exposición pueblos mirandinos.
51.0) Exposición Diablos de Yare.
52.0) Zoológico de conato.
53.0) Río caudaloso para paseo en balsa.
54.0) Subida a los santuarios.
55.0) Mirador - Santuarios.
56.0) Cascada.
57.A) Santuario Virgen de Coronico.
57.B) Santuario Virgen de Belania.
58.0) Sembrados de cacao.
59.0) Aldea del Chocolate. (Parque inflable, venta de productos derivados del cacao).
60.0) Monumento al Cacao.
61.0) Zona Antiestrés (Gimnasio, Masajes).
62.0) Museo del Tambor y la música mirandina.
63.0) Monumento al tambor.
64.0) Plaza de usos múltiples de Miranda.
65.0) Corcha Acústica.
66.0) Parque infantil.
67.0) Acuario.
68.0) Tascas - Discoteca.
69.0) Baños Discoteca.
69.A) Depósitos.
70.0) Camino hacia la playa.
71.0) Jardines fuentes con imágenes alusivas a la vida de Miranda y otros próceres de Venezuela.
72.0) Réplica Arco del Triunfo.
73.0) Guardampas.
74.0) Baños.
75.0) Sala de Proyecciones.



Diseño Preliminar Esquemmatizado en 3D

Parque Temático Miranda Tierra Mágica

(Sólo a nivel Ilustrativo, no representa diseño definitivo).



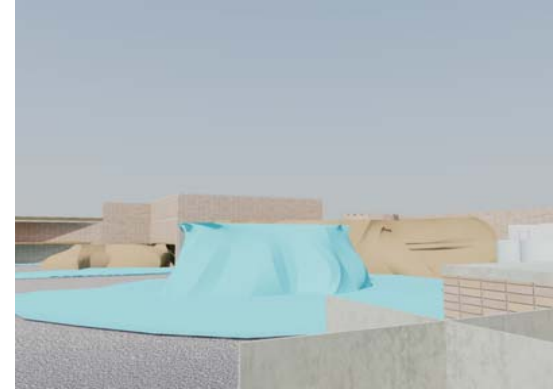
Entrada Principal



Vista Lateral
Entrada Principal



Vista Plaza Central,
Entrada Estacionamiento

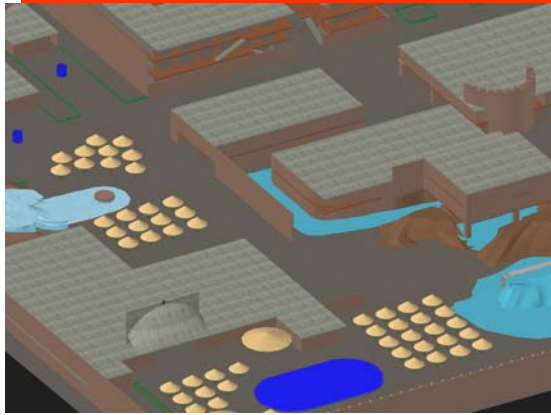


Río Corriente Rápida

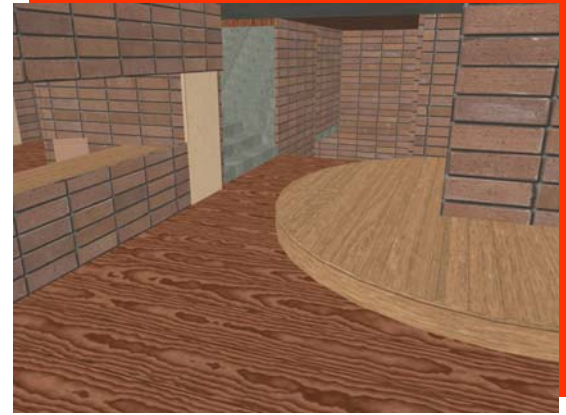
Diseño Preliminar Esquemático en 3D

Parque Temático Miranda Tierra Mágica

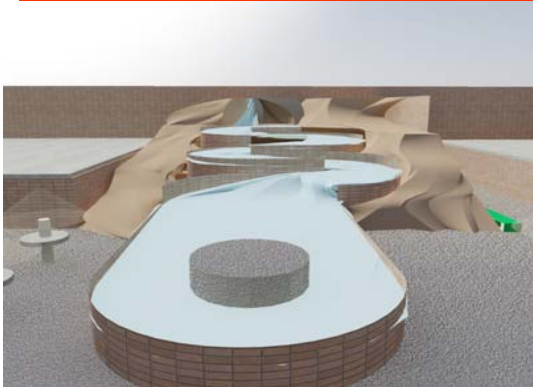
(Sólo a nivel Ilustrativo, no representa diseño definitivo).



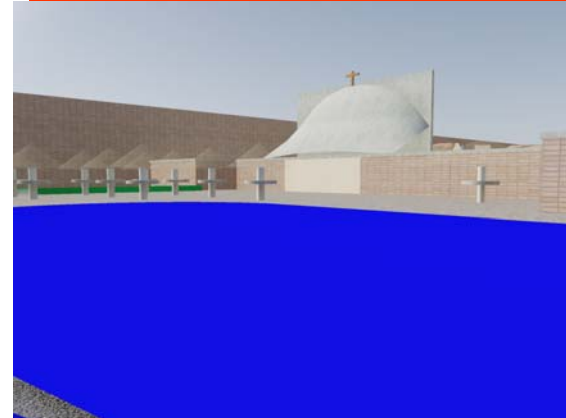
Vista Aérea



Vista Sector Lobby Castillo



Vista Aérea Río Artificial
Camino Hacia Santuarios



Vista Sector Nuestras Creencias

Cotización Nro.: LGCP000379

Fecha: 19/05/2009
 Para: **LIC. CARLOS OJEDA / MOPVI**
 Atención:
 Teléfono: 0414-3664396 / 0212-2013929
 E-mail: ojedacarlos2005@gmail.com

Vendedor:
 Tlf.:
 E-mail:
 Referencia:

Dirección:

Condición de Pago		Validez		Tiempo de Entrega		
CONTADO						
Reg.	Código	Descripción	Cantidad	Precio Unit.	IVA	Total
1	6001-056A0000	FILTRO FIBRA DE VIDRIO 56 0402	38,00	13.288,00	12,00	504.944,00
2	6101-0020A000	BOMBA BRONCE 7.5 HP/440V 30802	20,00	13.383,00	12,00	267.660,00
3	6101-0019A000	BOMBA BRONCE 5.5 HP/440V 30801	1,00	11.482,00	12,00	11.482,00
			Subtotal	Bs.		784.086,00
			Impuesto IVA 12.00%	Bs.		94.090,32
			Total	Bs.		878.176,32

1\$ = 2,15 Bs.

SECTOR	VOLUMEN	FILTROS	BOMBAS	CLORO GRANULADO 65%	CLORO ESTABILIZADO 90%	ALGUICIDA/ CLARIFICANTE LTRS.
Canal artificial Sector Venecia	510 m3	2 DE 56 PULGADAS	1 DE 7.5 HP	2.35 KG.	1.18. KG.	12 / 8
Lago Subterráneo Sector Arqueológico	1200m3	4 DE 56 PULGADAS	2 DE 7.5 HP	13.42 KG	6.71 KG.	24 / 16
Río Lento Sector Indígena	1837,50 m3	7 DE 56 PULGADAS	4 DE 7.5 HP	20.56 KG	10.28 KG.	44 / 30
Piscina Sector Indígena	5562 m3	22 DE 56 PULGADAS	11 DE 7.5 HP	62.25 KG	31.13 KG.	1308 / 872
Río Artificial (Corriente rápida)	781,31 m3	3 DE 56 PULGADAS	2 DE 7.5 HP Y 1 DE 5.5 HP	8.74 KG	4.37 KG.	18 / 12

Observaciones:

Monto:

OCHOCIENTOS SETENTA Y OCHO MIL CIENTO SETENTA Y SEIS Con 32/100

Cotización Nro.: LGCP000381

Fecha: 20/05/2009
 Para: **LIC. CARLOS OJEDA / MOPVI**
 Atencion:
 Teléfono:
 E-mail:
 Dirección:

Vendedor:
 Tlf.:
 E-mail:
 Referencia:

Condicion de Pago		Validez		Tiempo de Entrega		
CONTADO						
Reg.	Codigo	Descripcion	Cantidad	Precio Unit.	IVA	Total
1	6204-0001CH00	HIPOCLORITO CLEAR POLL 40 KG	11,00	1.624,00	12,00	17.864,00
2	6206-ESTABICH	COLORO ESTAB. CH 90% T-50 KG	5,00	1.699,00	12,00	8.495,00
3	6208-00075000	ALGUICIDA CARBOYA 20 LTS	284,00	263,00	12,00	74.692,00
4	6208-00096000	CLARIFICADOR LIQUIDO (20 LTS)	188,00	263,00	12,00	49.444,00
Subtotal					Bs.	150.495,00
Impuesto IVA 12.00%					Bs.	18.059,40
Total					Bs.	168.554,40

1\$ = 2,15 Bs.

SECTOR	VOLUMEN
Canal artificial Sector Venecia	510 m3
Lago Subterráneo Sector Arqueológico	1200m3
Río Lento Sector Indígena	1837,50 m3
Piscina Sector Indígena	5562 m3
Río Artificial (Corriente rápida)	781,31 m3

CLORO GRANULADO 65%	CLORO ESTABILIZADO 90%	ALGUICIDA/ CLARIFICANTE LTRS.
2.35 KG.	1.18. KG.	12 / 8
13.42 KG	6.71 KG.	24 / 16
20.56 KG	10.28 KG.	44 / 30
62.25 KG	31.13 KG.	1308 / 872
8.74 KG	4.37 KG.	18 / 12

Observaciones:

Depositos en Cuenta Corriente a Nombre de:

ADVANCE LABORATORIOS, C.A.
Banco Provincial 0108-000815-0100058123
Banco Banesco 0134-006012-0601041403

Monto: CIENTO SESENTA Y OCHO MIL QUINIENTOS CINCUENTA Y CUATRO Con 40/100



PROYECTO MIRANDA TIERRA MÁGICA DIRECTV HOTELES

DIRECTV® PLANES CORPORATIVOS



Usted siempre ha preocupado por ofrecer a sus clientes el más alto nivel de servicio y comodidad.

Ahora le podrá ofrecer también el más alto nivel de entretenimiento en televisión con el primer y mejor sistema digital por satélite del País.

DIRECTV® PLANES CORPORATIVOS



Y es que con DIRECTV.

Se sentirá como en su propia casa, porque podrán disfrutar con toda comodidad de la mejor programación mundial preparada para complacer el exigente gusto de sus clientes, con la más alta calidad digital en imagen y sonido.

DIRECTV® PLANES CORPORATIVOS



Para incrementar el valor del servicio que su hotel ofrece, DIRECTV® le ofrece lo mejor del entretenimiento en fabulosos paquetes creados para todos los gustos; noticias, películas, infantiles y deportes con calidad de imagen y sonido digital.

DIRECTV® Quiénes somos?



Galaxy Entertainment de Venezuela, C.A, (DIRECTV®) es una empresa transnacional subsidiaria de DIRECTV® Latín America que a su vez pertenece a DIRECTV® Group Inc. y opera en nuestro país con absoluta independencia de cualquier grupo económico, político o religioso que ratifica todo su esfuerzo humano y tecnológico en llevar siempre el mejor entretenimiento.

Igualmente DIRECTV® Venezuela, ha estado presente durante once (12) años en el mercado del país, reafirmandose como la operación estrella de Latinoamérica, alcanzando este año más de 800 mil suscriptores (hogares), con una penetración de más de 5.000 habitaciones hoteleras, clínicas y hospitales a lo largo de todo el territorio nacional y sentando precedentes en alta tecnología del entretenimiento.

Por qué con DIRECTV® ?



Por ser los únicos que a través de nuestra tecnología se puede manejar a discreción y conveniencia factores tan importantes como:

- 1.- Calidad de señal digital en audio y video, por transmisión satelital DTH.*
- 2.- Señal 100% digital hasta los receptores, eliminando cualquier tipo de interferencia externa.*
- 3.- Las interrupciones de transmisión debido a la lluvia son casi nulas, al integrar ciertas técnicas de instalación más adecuadas.*
- 4.- Programación exclusiva.*
- 5.- Los receptores permiten modular la señal, hacia las frecuencias de mejor selección para la optimización en la grilla de canales.*

DIRECTV® PLANES CORPORATIVOS



DIRECTV Hotel 1
25 Canales de Programación

DIRECTV Hotel 2
31 Canales de Programación

DIRECTV Hotel 3
36 Canales de Programación

DIRECTV Hotel 4
42 Canales de Programación

PAQUETES DE PROGRAMACIÓN

DIRECTV HOTEL 1

Precios Mensuales por Habitación
Bs.F. 8,60 (No incluye I.V.A.)



Canales Exclusivos



DIRECTV HOTEL 2

Precios Mensuales por Habitación
Bs.F. 12,80 (No incluye I.V.A.)



Canales Exclusivos



DIRECTV HOTEL 3

Precios Mensuales por Habitación
Bs.F. 17,09 (No incluye I.V.A.)



Películas Premium



Canales Exclusivos



DIRECTV HOTEL 4

Precios Mensuales por Habitación
Bs.F. 26,88 (No incluye I.V.A.)



Películas Premium



Canales Exclusivos



DIRECTV® PLANES CORPORATIVOS



Propuesta Comercial

DIRECTV® PLANES CORPORATIVOS



Es importante mencionar que la siguiente propuesta corresponde a las mensualidades del servicio por concepto de programación y alquiler de los decodificadores.

Debemos señalar que parte importante de este proyecto es la evaluación de la red de distribución con la que cuentan actualmente, ya que debemos garantizar una entrega de señal óptima en cada una de las habitaciones conectadas al sistema.

Igualmente los costos de inversión inicial por equipos y materiales deben ser asumidos por el cliente, manejando previamente presupuestos de acuerdo a las exigencias y necesidades encontradas.

Finalmente les informamos que somos la empresa líder del mercado Venezolano y Latinoamericano, capacitados en un 100% para ofrecerles nuestros excelentes productos, dispuestos a brindar la mejor asesoría.

DIRECTV® PLANES CORPORATIVOS



Propuesta Económica Mensualidad

Puntos Servidos (N° Habitaciones y otros)	125
Plan de Programación Sugerido, DIRECTV 4	BsF. 26,88
Costo Mensual Programación	BsF. 3.360,00
Cantidad de Decodificadores	25
Alquiler de Decodificadores c/u	BsF. 14,29
Costo Mensual Alquiler	BsF. 357,14
Costo Total Mensual	Bs.F. 3.717,14 *
Costo x Habitación (mensual)	Bs.F 29,74

(Precios sin IVA)

* Correspondiente a la mensualidad por concepto de programación y alquiler de equipos.

DIRECTV® PLANES CORPORATIVOS



Propuesta Económica HEAD END

ITEMS	DESCRIPCIÓN	CANT	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
1	ANTENA 0,6; LNB DUAL	1	250,00	250,00
2	SPLITTER, ALTA FRECUENCIA ,4 PUERTOS DC	8	45,84	366,72
3	MULTI-SWITCH , 8 PUERTOS HOLLAND	8	459,69	3.677,52
4	CONECTORES RG-6	600	3,00	1.800,00
5	DESCODIFICADORES DTV	25	0,00	0,00
6	MODULADORES CATV. BLONDER TONGUE	25	980,00	24.500,00
7	CONECTORES HEMBRA A RCA	58	4,00	232,00
8	SPLITTERS DOS VIAS PICO MACOM DSU-2	20	12,00	240,00
9	SPLITTERS OCHO VIAS PICO MACOM DSU-6	20	27,00	540,00
10	SPLITTERS CUATRO VIAS PICO MACOM DSU-4	16	25,00	400,00
11	RACK 1,50 MTS DE ALUMINIO ANODIZADO	3	760,00	2.280,00
12	BANDEJAS DE ALUMINIO ANODIZADO	14	280,00	3.920,00
13	CABLE RG-6 DUAL	100	3,43	343,00
14	CABLE RG-6 IMPORTADO (5- 750 MHz)	100	3,43	343,00
15	REGLETAS SEIS PUERTOS 110-V AC	8	85,00	680,00
16	AMPLIFICADOR CA-30 PICO MACOM	1	1.100,00	1.100,00
17	ATENUADORES VALORES VARIOS	20	10,50	210,00
18	TABLA, SILICON, TIE WRAPS, RAMPLUGS	1	150,00	150,00
19	MANO DE OBRA	1	7.800,00	7.800,00

* Correspondiente a la inversión para la instalación del Head End, sistema que entrega la señal a cada una de las habitaciones o puntos servidos. (UNICA INVERSIÓN)

SUBTOTAL	48.832,24
IVA 12%	5.859,87
TOTAL Bs.	54.692,11

DIRECTV® PLANES CORPORATIVOS



Propuesta Económica RED

ITEMS	DESCRIPCIÓN	CANT	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
1	RED DE VIDEO EN CATV	1	20.000,00	20.000,00
	SUMINISTROS E INSTALACION DE TAPS			
	CABLE RG -6, AMPLIFICADORES, CONECTORES			
	RG-6 DE PRESION Y CABLE RG-6			
	ESTA RED ES PARA ALREDEOR DE 130 PUNTOS			
	DE TELEVISION.			
			SUBTOTAL	20.000,00
			IVA 12%	2.400,00
			TOTAL Bs.	22.400,00

* Correspondiente a la inversión para la instalación de la red de distribución de la señal a cada uno de los puntos instalados en forma independiente. (UNICA INVERSIÓN)



Especificaciones Técnicas

Misceláneos

DIRECTV® PLANES CORPORATIVOS



Se debe instalar un decodificador por cada uno de los canales seleccionados.

Ejemplo:

Si se adquiere el Plan Básico 4 (42 Canales), se necesitan 42 Decodificadores. Cada Decodificador representa un Canal.

DIRECTV® PLANES CORPORATIVOS



De la misma forma, no es obligatorio adquirir la totalidad de los canales del plan que se desee.

Usted puede escoger el número de canales que más le convenga, siempre y cuando estén todos dentro en un mismo Plan Básico.

Si usted desea solo 10 canales del Plan Básico 4, solo tendrá que adquirir 10 decodificadores para soportar cada uno de los canales seleccionados.

DIRECTV® PLANES CORPORATIVOS



✓ *Las mensualidades varían dependiendo del Plan de programación que sea seleccionado y el número de Puntos activos que se instalen.*

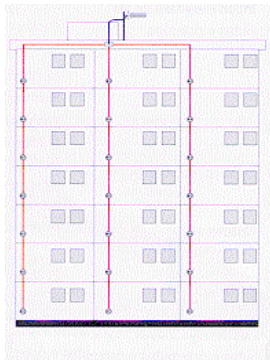
- *La mensualidad se compone por el número de Puntos Instalados multiplicados por el costo del Plan de Programación seleccionado más lo correspondiente por alquiler de cada equipo.*
- *Ejemplo:*
*50 Habitaciones * BsF. 26,88 (Costo Plan Básico 4) = Bs.F 1.344,00*

Costo de Alquiler de cada Decodificador es de Bs.F. 16,00 IVA incluido

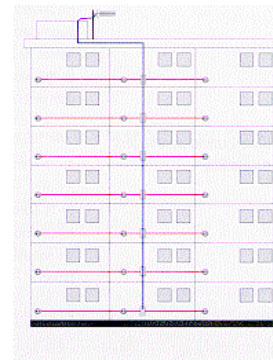
DIRECTV® PLANES CORPORATIVOS



- *La instalación del Headend se realiza en un cuarto dentro de las instalaciones de la clínica, en donde se conectará al sistema de transmisión de la señal.*
- *De esta manera la señal es directa en las habitaciones, sin la necesidad de colocar un decodificador en cada habitación o punto servido.*
- *Se recomienda que para garantizar una optima señal, el cuarto de comunicaciones debe cumplir con ciertas características básicas de control de temperatura y humedad.*



Derivación en Cascada



Derivación en Árbol- Rama

DIRECTV® PLANES CORPORATIVOS



- *El Rack o Chasis, es la estructura en donde se almacenan los decodificadores, moduladores, combinadores y demás componentes que permiten integrar la señal para ser enviada a cada uno de los puntos servidos.*
- *La señal de cada canal proviene de un decodificador distinto ubicado en el Rack, este decodificador es un dispositivo receptor integrado, que permite descodificar la señal proveniente del satélite.*

DIRECTV® PLANES CORPORATIVOS



- *Los moduladores de señal, son los equipos que convierten la señal independiente de cada decodificador y la canalizan a través de un solo cable hacia las habitaciones.*
- *Utilizando toda esta tecnología, sus clientes pueden disfrutar de la programación directamente en su televisión, sin la necesidad de usar el decodificador como intermediario.*
- *Además permite colocar la grilla de programación de acuerdo a su necesidad, escogiendo o agrupando canales de acuerdo a sus características de contenido.*



DIRECTV®

Giovanni Lattanzio López
Gerencia de Cuentas Corporativas