



**UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO
VICERRECTORADO ACADÉMICO
ESTUDIOS DE POSTGRADO
ÁREA DE CIENCIAS ECONOMICAS Y SOCIALES
POSTGRADO EN ECONOMIA EMPRESARIAL**

PROYECTO DE TRABAJO DE GRADO

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA INSTALACION DE UNA POSADA
TURISTICA EN LA LOCALIDAD DE HIGUEROTE, EN VENEZUELA
ESTADO MIRANDA”**

**Presentado por:
Econ. Alberto Enrique Reyes Marcano**

**para Optar al Título de
Especialista en Economía Empresarial**

Asesora

Ana Julia Guillen

Caracas, 2012

**UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO
VICERRECTORADO ACADÉMICO
ESTUDIOS DE POSTGRADO
ÁREA DE CIENCIAS ECONOMICAS Y SOCIALES
POSTGRADO EN ECONOMIA EMPRESARIAL**

PROYECTO DE TRABAJO DE GRADO

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA INSTALACION DE UNA POSADA
TURISTICA EN LA LOCALIDAD DE HIGUEROTE, EN VENEZUELA
ESTADO MIRANDA”**

**Presentado por:
Econ. Alberto Enrique Reyes Marcano**

**para Optar al Título de
Especialista en Economía Empresarial**

Asesora

Ana Julia Guillen Guédez

Caracas, 2012

UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO
ESTUDIOS DE POST GRADO
ÁREA DE CIENCIAS ECONOMICAS Y SOCIALES
POSTGRADO EN ECONOMIA EMPRESARIAL

ACEPTACIÓN DEL ASESOR

Por la presente hago constar que he leído el Trabajo especial de Grado, presentado por la ciudadano Alberto Enrique Reyes Marcano, titular de la cédula de identidad N° 11.901.636, para optar al grado de Especialista en Economía Empresarial, cuyo título es **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA INSTALACION DE UNA POSADA TURISTICA EN LA LOCALIDAD DE HIGUEROTE, EN VENEZUELA ESTADO MIRANDA”** y manifiesto que cumple con los requisitos exigidos por la Dirección General de los Estudios de Postgrado de la Universidad Católica Andrés Bello: y que, por lo tanto, lo considero apto para ser evaluado por el jurado que se decida designar a tal fin.

En la ciudad de Caracas a los _____ días del mes de octubre de 2012.

Ana Julia Guillén Guedez

CI 7.599.767



**UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO
VICERRECTORADO ACADÉMICO
ESTUDIOS DE POSTGRADO
ÁREA DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
POSTGRADO EN ECONOMÍA EMPRESARIAL**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA INSTALACION DE UNA POSADA
TURISTICA EN LA LOCALIDAD DE HIGUEROTE, EN VENEZUELA
ESTADO MIRANDA”**

Autor: Econ. Alberto Enrique Reyes Marcano.

Asesor: Prof. Ana Julia Guillén Guédez

Año: 2012

RESUMEN

Uno de los sectores económicos que ha tenido mayor dinamismo en el crecimiento económico en Venezuela entre 2006 y 2009, es el sector turístico, siendo el Estado Miranda una de las Entidades Federales con mayores atractivos naturales y culturales cercano a la Zona Metropolitana de Caracas; área de alto potencial de consumo, asiento del centro económico y político del país; donde destaca la ciudad de Higuerote como zona de esparcimiento de turismo de playa. Ante esta realidad se desea instalar una posada turística en esta ciudad, dirigido básicamente hacia las familias, y que a su vez sirvan sus instalaciones para el adiestramiento en servicio de hotelería a la población de la zona, por lo cual la meta principal de este estudio es realizar una evaluación técnica, económica y financiera. Para ello se aplicará un “Diseño de Investigación Descriptivo”, que permita finalmente determinar la viabilidad de este negocio. Una vez que se halle la situación técnica, así como los datos económicos y contables necesarios, se determinará el Valor Presente Neto y la Tasa Interna de Retorno. El presente estudio contribuirá con su análisis en el desarrollo de negocio, que de llevarse a cabo será un agente dinamizador de la actividad económica de la zona Higuerote, por los efectos multiplicadores que tiene el sector turístico, además del impacto social positivo hacia la comunidad.

PALABRAS CLAVES: Sectores Económicos, Sector Turístico, Estudio Técnico, Estudio Económico-Financiero, Factibilidad, Rentabilidad, Valor Presente Neto, Tasa Interna de Retorno

LÍNEA DE TRABAJO: Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión.

INDICE GENERAL

	Pág.
INTRODUCCION	
CAPITULO I PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	
1.1 Planteamiento del Problema	3
1.2 Objetivos del Proyecto	6
1.3 Justificación	7
1.4 Alcance	8
CAPITULO II MARCO TEORICO	
2.1 Antecedentes	9
2.2 Bases Teóricas	11
2.2.1 El Turismo	11
2.2.1.1 Antecedentes y Conceptualización del Turismo	11
2.2.1.2 Tipos de Turismo	12
2.2.1.3 Economía y Planeación del Turismo	23
2.2.1.4 Aspectos Históricos del Turismo en Venezuela	25
2.2.2 Aspectos Conceptuales de la Inversión	29
2.2.2.1 Inversión en Existencias	29
2.2.2.2 Inversión Fija de las Empresas	32
<ul style="list-style-type: none">• Desde el Enfoque Neoclásico• Desde los Proyectos de Inversión	
2.2.3 Evaluación de Proyectos	41
2.2.3.1 Definición de Proyectos de Inversión	42
2.2.3.2 Evaluación de Proyectos	42
2.2.3.3 Marco de Desarrollo	43

	Pág.
2.2.3.4 Estudio de Mercado	43
2.2.3.5 Estudio Técnico	44
2.2.3.6 Estudio Económico	45
2.2.3.7 Análisis y Administración de Riesgo	45
2.2.4 Análisis de Entorno y Cadena de Valor	46
2.2.4.1 Modelo de Diamante de Porter	46
2.2.4.2 Modelo de las Cinco Fuerzas de Porter	48
2.2.4.3 Escenarios de Negocios en Venezuela	53
2.2.4.4 Cadena de Valor	54
2.3 Marco Jurídico	56
2.3.1 Constitución de la República Bolivariana de Venezuela	56
2.3.2 Decreto con Rango y Fuerza de Ley Orgánica de Turismo	56
2.3.3 Ley de Crédito para el Sector Turismo	62
2.3.4 Decreto N° 2.454 de fecha 11/06/2003 Zona de Desarrollo Sustentable (ZEDES) de Barlovento	65
2.3.5 Normas sobre Posadas (MINTUR)	66
2.3.6 Ley del Ambiente	66
2.3.7 Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley Orgánica del Trabajo, los Trabajadores y las Trabajadoras	70
CAPITULO III MARCO METODOLOGICO	
3.1 Tipo de Investigación	72
3.2 Diseño de Investigación	72
3.3 Unidad de Análisis	73
3.4 Población y Muestra	73
3.5 Recolección de Datos.	74
3.6 Operacionalización de Objetivos	75
CAPITULO IV VENTANA DE MERCADO	
4.1 Misión	76

	Pág.
4.2 Visión	76
4.3 Descripción del Producto	78
4.4 Organización	81
4.5 Cadena de Valor	84
4.6 Diamante de Porter. Análisis de Competitividad Sectorial del Turismo en Higuero.	86

CAPITULO V ESTUDIO DE MERCADO

5.1 Alcance	96
5.2 Mercado Turístico Nacional (2006-2009)	97
5.2.1 Economía Real y Sector Turístico	97
5.2.2 Movimientos de Viajeros a Nivel Nacional	99
5.2.2.2.1 Por Edad	99
5.2.2.2.2 Por Sexo	100
5.2.2.2.3 Por Motivo Principal del Viaje	101
5.2.2.2.4 Por Tamaño de Grupo de Viaje	102
5.3 Mercado Turístico del Estado Miranda	103
5.3.1 Análisis de Demanda	103
5.3.2 Características Sociodemográficas	104
5.3.2.1 Por Sexo	104
5.3.2.2 Por Edad	105
5.3.2.3 Por Nivel de Ingreso Familiar	105
5.3.2.4 Por Entidad de Residencia	107
5.3.2.5 Por Tipo de Alojamiento	108
5.3.2.6 Por Transporte Utilizado	109
5.3.2.7 Gasto por Partida	110
5.3.2.8 Gasto Promedio por Persona de Acuerdo a Entidad de Residencia.	111
5.3.2.9 Opinión de Servicios Turísticos	111
5.4.1 Análisis de la Oferta	112

	Pág.
5.4.1.1 Oferta de Establecimientos de Alojamiento Turístico Estado Miranda	113
5.4.1.2 Estimación de la Oferta Turística Total	114
5.4.1.3 Localización	115
5.4.1.4 Capacidad Instalada y Utilizada	115
5.4.1.5 Calidad y Precio de los Productos	116
5.4.1.6 Características de la Oferta Turística de Podadas en Barlovento (Higuerote)	124
5.4.1.7 Demanda Potencial Insatisfecha	128
5.4.1.7-1 Permanencia	129
5.4.1.7-2 Promedio de Ocupación Esperado	130
5.4.1.7-3 Promedio de Camas Ocupadas	131
5.4.1.7-4 Lapso o Período Anual que Operan los Establecimientos Turísticos	131
5.4.1.7-5 Visitantes Esperados	132
5.4.1.8 Cálculo de Demanda Insatisfecha.	133

CAPITULO VI ESTUDIO TÉCNICO

6.1 Cronograma del Proyecto	134
6.2 Localización	135
6.2.1 Macrolocalización	135
6.2.2 Microlocalización	141
6.3 Procesos de Operación	143
6.4 Control de Calidad	146
6.5 Tecnología	147
6.6 Desechos	148
6.7 Nivel de Ocupación	148
6.8 Capacidad Instalada y Utilizada	149
6.9 Detalles Técnicos de la Ingeniería del Proyecto	150

	Pág.
CAPITULO VII ESTUDIO ECONOMICO Y FINANCIERO	
7.1 Inversión Inicial	157
7.1.1 Infraestructura	157
7.1.2 Maquinarias y Equipos de Producción	158
7.1.3 Capital de Trabajo	162
7.1.4 Estudios y Proyectos	162
7.1.5 Inversión Inicial	163
7.2 Presupuesto de Egresos	163
7.2.1 Gastos de Personal	163
7.2.2 Depreciación	169
7.2.3 Gastos Financieros	171
7.2.4 Presupuesto de Gastos	173
7.3 Presupuesto de Ingresos	183
7.4 Estado de Resultados	186
7.5 Evaluación Financiera	188
7.5.1 Tasa de Descuento	188
7.5.1.1 Cálculo de la Tasa de Descuento	191
7.5.1.1.1 Cálculo del CAPM	191
7.5.1.1.2 Cálculo del WACC (Tasa de Descuento)	192
7.5.2 Flujos de Caja	194
7.5.3 Evaluación Financiera	197
7.5.3.1 Evaluación Financiera del Activo	197
7.5.3.2 Evaluación Financiera del Accionista	198
 CAPITULO VIII ANALISIS DE SENSIBILIDAD	
8.1 Fase 1	200
8.2 Fase 2	201
8.2 Fase 3	203

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	Pág. 204
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	207
ANEXOS	209

INDICE DE GRAFICOS

	Pág.
Gráfico N° 2.2.2.2-1. Producto Marginal del Capital en Relación con el Nivel de Producción y con el Stock de Capital	34
Gráfico N° 2.2.2.2-2. El Stock de Capital Deseado en Relación con el Nivel de Producción y con el Costo de Uso del Capital	34
Gráfico N° 2.2.2.2-3. Diagrama de inversión	38
Gráfico N° 5.3.2.1-Características Sociodemográficas (Sexo)	104
Gráfico N° 5.3.2.2-Características Sociodemográficas (Edad)	105
Gráfico N° 5.3.2.3 Dólar Permuta en Venezuela 2005-2012	106
Gráfico N° 5.3.2.3-1 Nivel de Ingreso Mensual en el Estado Miranda	107
Gráfico N° 5.3.2.4-Entidad de Residencia	107
Gráfico N° 5.3.2.5-Tipo de Alojamiento	108
Gráfico N° 5.3.2.6-Transporte Utilizado	109
Gráfico N° 5.3.2.7-Gastos por Partidas	110
Gráfico N° 5.3.2.8-Gastos Promedio por Persona de Acuerdo a Entidad de Residencia	111
Gráfico N° 5.4.1.7-2A Ocupación Hotelera Estado Nueva Esparta Porcentaje de Ocupación	130

INDICE DE CUADROS

	Pág.
Cuadro: N° 4.5 Clasificación de las Actividades en la Cadena de Valor.	85
Cuadro N° 4.6 Análisis Sectorial de Competitividad (Diamante de Porter) Sector Turístico Higuerote.	94
Cuadro N° 5.2.1-Variables Macroeconómicas 2005-2009	97
Cuadro N° 5.2.2.1.Turismo interno. Visitantes internos, según grupo de edad (de los que declararon viaje dentro del país) 2006-2009	99
Cuadro N° 5.2.2.2 Turismo interno. Visitantes internos, según sexo (de los que declararon viaje dentro del país) 2006-2009	100
Cuadro N° 5.2.2.3 A Turismo interno. Visitantes internos, según motivo principal de viaje (de los que declararon viaje dentro del país) 2006-2009	101
Cuadro N° 5.2.2.3 B Turismo interno. Variación de visitantes internos, según motivo principal de viaje (de los que declararon viaje dentro del país) 2006-2009	102
Cuadro N° 5.2.2.4 Turismo interno. Visitantes internos, según tamaño del grupo (de los que declararon viaje dentro del país) 2006-2009	102
Cuadro N° 5.3.2.1-Características Sociodemográficas (Sexo)	104
Cuadro N° 5.3.2.2-Características Sociodemográficas (Edad)	105
Cuadro N° 5.3.2.3 Dólar Permuta en Venezuela 2005-2012	106
Cuadro N° 5.3.2.3-1 Nivel de Ingreso Mensual en el Estado Miranda	107
Cuadro N°5.3.2.4-Entidad de Residencia	107
Cuadro N° 5.3.2.5-Tipo de Alojamiento	108
Cuadro N° 6.3.2.6-Transporte Utilizado	109
Cuadro N° 5.3.2.7-Gastos por Partida	110
Cuadro N° 5.3.2.8-Gastos Promedio por Persona de Acuerdo a Entidad de Residencia	111
Cuadro N° 5.4.1.1-Oferta de Establecimiento de Alojamiento Turístico Estado Miranda	113

	Pág.
Cuadro N° 5.4.1.1-1 Prestadores de servicios turísticos registrados en el Registro Turístico Nacional por entidad federal según tipo de prestadores de alojamientos turísticos al 30 de noviembre 2011	113
Cuadro N° 5.4.1.2 Oferta Turística Total del Estado Miranda 2011	114
Cuadro N° 5.4.1.4 Capacidad Instalada y Utilizada Promedio Año. Establecimientos de Alojamiento Turístico Estado Miranda 2011	115
Cuadro N° 5.4.1.5 Requisitos de Categorización de Posadas en Venezuela	119
Cuadro N° 5.4.1.6 Características de la Oferta Turística Posadas Higuerote 2012	126
Cuadro N° 5.4.1.7 -1 Noches Promedio de Permanencia Estado Miranda 2006-2009 (Número de días por persona)	129
Cuadro N° 5.4.1.7 -2 Promedio de Ocupación Esperado	130
Cuadro N° 5.4.1.7 – 2B Ocupación Hotelera Promedio Trimestral Estado Nueva Esparta. Porcentaje de Ocupación (2006-2009)	131
Cuadro N° 5.4.1.7 -5 Visitantes Internos al estado Miranda 2006-2009 (Numero de Personas)	132
Cuadro N° 5.4.1.7 – 6 Oferta Turística Estado Miranda	132
Cuadro N° 5.4.1.8 Demanda Insatisfecha del Estado Miranda (Numero de Habitaciones) y Proyecciones	133
Cuadro N° 6.7 Ocupación Hotelera Promedio Trimestral del Estado Nueva Esparta, Porcentaje de Ocupación (2006-2009)	148
Cuadro N° 6.8 Capacidad Instalada y Utilizada	149
Cuadro N° 6.9 Cronograma de Trabajo de Inversión	154
Cuadro N° 7.1.1-A Elementos de Infraestructura y Estructura	157
Cuadro N° 7.1.2 Costo de Maquinaria y Equipos de Producción	158
Cuadro N° 7.1.3 Capital de Trabajo	162
Cuadro N° 7.1.4 Estudio y Proyectos	163
Cuadro N° 7.1.5 Inversión Inicial	163
Cuadro N° 7.2.1-A Cálculos de Personal	167
Cuadro N° 7.2.1-B Presupuesto de Personal	168
Cuadro N° 7.2.1-C Personal Fijo y Variable	169

	Pág.
Cuadro N° 7.2.2 Depreciación y Amortización	170
Cuadro N° 7.2.3- A Estructura de Financiamiento	171
Cuadro N° 7.2.3 –B Tabla de Amortización	172
Cuadro N° 7.2.3 –C Gastos Financieros	172
Cuadro N° 7.2.4 – A Presupuesto de Administración	174
Cuadro N° 7.2.4 – B Presupuesto de Alojamiento	176
Cuadro N° 7.2.4 – C Presupuesto de Restaurante	178
Cuadro N° 7.2.4 – D Estimación de Bebidas	179
Cuadro N° 7.2.4 – E Presupuesto de Bebidas	180
Cuadro N° 7.2.4 – F Presupuesto de Mantenimiento	182
Cuadro N° 7.3 Presupuesto de Ingresos	185
Cuadro N° 7.4 Estado de Resultados	187
Cuadro N° 7.5.1.1.1 Estimación del Costo del Accionista por Metodología Damodaram	191
Cuadro N° 7.5.1.1.2 Cálculo del WACC (Tasa de Descuento)	192
Cuadro N° 7.5.2.1-A Flujo de Caja Libre del Proyecto	194
Cuadro N° 7.5.2.1-B Flujo de Caja del Inversionista	195
Cuadro N° 7.5.2.1-C Flujo de Caja de la Deuda	196
Cuadro N° 7.5.3.1 Evaluación Financiera del Activo	197
Cuadro N° 7.5.3.2 Evaluación Financiera del Accionista	198
Cuadro N° 8.1 Análisis de Sensibilidad Fase I	200
Cuadro N° 8.2 Análisis de Sensibilidad Fase II	202
Cuadro N° 8.3 Análisis de Sensibilidad Fase III	203
Cuadro N° C.1 Resultados de la Evaluación Financiera	205
Cuadro N° C.2 Premisas	205

INDICE DE FIGURAS

	Pág.
Figura N° 2.2.4.1-1. Modelo de Diamante de Porter. (Análisis Sectorial)	48
Figura N° 2.2.4.1-2. Modelo de las cinco fuerzas de Porter. (Análisis Competitivo de la Industria)	49
Figura N° 4.4 Organigrama	83
Figura N° 4.5 Cadena de Valor de la Posada	85
Figura N° 6.2.1-A Venezuela	135
Figura N° 6.2.1-B Símbolos Estado Miranda	135
Figura N° 6.2.1-C Estado Miranda	136
Figura N° 6.2.1-D Municipio Brión	136
Figura N° 6.2.1-E Playas Estado Miranda	137
Figura N° 6.2.1-F Fuente Higuerote	137
Figura N° 6.2.1-H Iglesia Estado Miranda	138
Figura N° 6.2.1-I Pescadores Mirandinos	138
Figura N° Figura 6.2.1-A Ubicación del Terreno	141
Figura N° 6.2.1-B Plano del Terreno	142
Figura N° 6.2.1-B Plano del Conjunto	142
Figura N° 6.2-A Proceso de Servicios	142
Figura N° 6.2-B Proceso de Salida	146
Figura N° A1A Conjunto	147
Figura N° A1B Corte B-B Cabañas	211
Figura N° A1C Planta Baja Cabañas	212
Figura N° A1D Planta Alta y Planta Baja Cabañas	213

INTRODUCCION

La diversificación en el desarrollo de la actividad económica constituye una meta importante de cualquier país, ello significa mayor volumen de empleo, de producción de bienes y servicios y en general incremento de los niveles de bienestar. En este marco el postgrado de economía empresarial de la Universidad Católica Andrés Bello, constituye -un punto de referencia en el sentido de suministrar las herramientas teórico-prácticas más innovadoras en el ámbito empresarial, para que los emprendedores desarrollen iniciativas exitosas y aquellos que ya se encuentran en el desempeño económico, incrementen su eficiencia, e desarrollen e implanten mejoras en procesos y productos.

Dentro de este marco, se presenta el “Proyecto de Factibilidad para la Instalación de una Posada Turística en la Localidad de Higuerote, en Venezuela Estado Miranda”. Para el desarrollo de esta iniciativa empresarial, se utilizarán metodologías de análisis y proyecciones económicas, política de empresas y factibilidad, que permitan determinar la viabilidad económica del presente proyecto. Para ello se ha tomado como referencia los siguientes estudios de factibilidad desarrollados dentro de las áreas de Postgrado en la UCAB: “Estudio de Factibilidad para la Instalación de una Posada Ecoturística en el Pueblo de Chirimena en el Estado Miranda” por Gutiérrez (2008), “Estudio de Factibilidad para la Construcción y Funcionamiento de una Posada en Tucacas” por Mendes (2009), “Estudio de Factibilidad para la Apertura de un Restaurante en una Zona Industrial del Área Metropolitana” por Ramírez (2011), “Estudio de Factibilidad para la Creación de una Repostería que Permita Satisfacer Necesidades Dietéticas Especiales en la Ciudad de Guatire del Municipio Zamora” por Delgado (2009), “Estudio de Factibilidad para el Desarrollo de un Modelo de Parque Temático, en la Región de Rio Chico, Estado Miranda” por Ojeda (2009).

El presente Proyecto se estructurar en ocho (8) capítulos, desarrolladas en el siguiente orden: el Capítulo I, que consta básicamente sobre los planteamientos de proyectos, de manera de señalar el porqué se desarrolla el estudio de factibilidad e indicar los objetivos que se pretenden alcanza. El capítulo II se presenta el marco teórico que sustenta la investigación en cuanto al sector económico que aborda, que en este caso es el sector turístico, donde se presentan algunos aspectos conceptuales desde el punto de vista económico y financiero, incluyendo aspectos metodológicos de la evaluación de proyectos que conjuntamente con la metodología de Porter que permiten ubicar y analizar el entorno donde se desarrollará el proyecto. El capítulo III, referente al Marco Metodológico, define las líneas metodológicas para el desarrollo de la investigación. El Capítulo IV de ventana de mercado donde se desarrolla la presentación del servicio que se pretende prestar y perfilar las características que la empresa pretende afirmar para el desarrollo del negocio. En el Capítulo V se realizará un análisis tanto de la Oferta como de la Demanda turística para certificar la viabilidad del mercado. En referencia al Capítulo VI, referente a la evaluación técnica, se fijaron los parámetros de desarrollo de la infraestructura en cuanto a la construcción de la Posada. Siguiendo con el Capítulo VII corresponde al estudio económico y financiero, los cuales nos dará los resultados de la viabilidad financiera del proyecto. Y por último el capítulo VIII, donde se realizo el análisis de sensibilidad ante las principales variables que afectan la viabilidad del proyecto, permitiendo determinar los umbrales de tolerancia, en cuanto a la factibilidad económica y financiera, y por último las recomendaciones y conclusiones.

CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Venezuela es un país tropical con un gran potencial turístico a nivel de América Latina, que dispone de una geografía bastante diversa donde se presenta gran variedad de paisajes, que va desde las montañas nevadas, pasando por selvas, desiertos (médanos), llanos hasta nuestras costas con hermosas playas las cuales son aptas para el turismo y sobre la cual gira buena parte del turismo que se ha desarrollado en los últimos cincuenta años a nivel mundial. De igual manera dispone de los insumos necesarios (mano de obra, servicios), para el desarrollo del turismo, sin embargo esta se debe organizar mejor para ser más eficiente y se convierta en una actividad económica importante para la economía nacional; y genere los impactos positivos a la comunidad con la consecuente creación de empleos, incremento en los niveles de educación, elevación de los niveles de ingresos y riqueza, por la mayor demanda de bienes y servicios y con eso los efectos multiplicativos en la economía local, regional y nacional.

Ya no desde el punto de vista económico, sino como hecho humano, para mantener el equilibrio psicológico, como individuos, como sociedad, es necesario las actividades de recreación¹ y esparcimiento; entendida como aquel lapso de tiempo, donde los trabajadores y/o estudiantes, amas de casa, pueden jugar o descansar del tiempo agobiante de trabajo y jornadas pesadas de estudio (Castellanos 2010).; pues la recreación tiene una connotación de de diversión, entretenimiento o descanso que es formativa del ser humano. Tema dentro del cual se introduce el Turismo, el cual contempla el desplazamiento de las personas fuera de su lugar de residencia, por recreación, cultura u otros conceptos.

¹ Castellano Hernández, Eulogio. Turismo y Recreación (Bases teóricas, conceptuales y operativas), México 2010, Pág. 24.

El Gobierno Nacional, a través del Ministerio del Poder Popular para el Turismo, viene impulsando el desarrollo de este sector, promocionando la inversión en “Proyectos Turísticos”, y la formación y capacitación del personal para el sector a través de INATUR, el Instituto Autónomo Fondo Nacional de Promoción y Capacitación Turística. Por su parte la Gobernación del Estado Miranda, a través de su Dirección de Turismo desarrolla un programa de asesoría directa a los promotores turísticos para impulsar el crecimiento de esta actividad en su ámbito regional debido a su impacto multiplicador en la economía local y nacional. En este mismo orden de ideas, a nivel nacional se ha activado la cartera de créditos a este sector, a través de la banca privada, con tasas de interés subsidiadas, de manera de atender preferentemente esta área y propulsar su expansión, permitiendo el acceso de recursos a pequeños, medianos y grandes promotores turísticos. También se cuenta con la importante colaboración y asesoría de la Alcaldía de Brión, del Estado Miranda, los cuales están muy interesados en el desarrollo económico y social de la zona.

Esta actividad tan importante, el venezolano durante largo tiempo ha tenido alto poder adquisitivo por lo cual el turismo se desvió básicamente al exterior, sin embargo ante el deterioro de la capacidad compra de los últimos 25 años, la cesta de consumo nacional ha variado en cuanto a las preferencias del consumidor, orientándose al turismo nacional y dentro de este el turismo familiar parece constituir un nicho de mercado, debido a los altos costos que este representa, por lo cual pareciera no existir una oferta estructurada hacia este segmento de mercado. Sin embargo hay que tomar en cuenta que Venezuela se ha venido desarrollando especialmente entre los años 1998 al 2011, en un entorno político y económico bastante volátil, lo cual no ha permitido el establecimiento de un ambiente adecuado para la inversión.

Es así que el Estado Miranda² se considera como la segunda Entidad federal más poblada del país (donde se llevaría a cabo el proyecto turístico), con 2.987.968 personas, que representa el 10,36% de la población del país, donde el 96% de los habitantes vive en el eje urbano en torno a Caracas (Capital de la República), y en los municipios Sucre, Baruta, El Hatillo, Guaicaipuro, Plaza y Zamora.

Es bajo este contexto, donde una “Sucesión” que dispone de un lote de terrenos en el zona de Higuerote, en el Municipio Brión del Estado Miranda, cuya zonificación corresponde al área turística, tiene el interés en desarrollar de la instalación de una “Posada” como primer desarrollo; donde además de servir de alojamiento turístico y recreativo, sirvan sus instalaciones para dictar cursos de formación y capacitación en turismo, especialmente dirigidos a personas de la comunidad de Barlovento en general, de manera de ayudar a la comunidad y que a su vez exista un efecto expansivo altamente positivo, enmarcado dentro del concepto de responsabilidad social empresarial. También esto permitiría a los establecimientos turísticos de la zona, disponer de personal formado y capacitado para dar servicios turísticos.

Es por ello que vale la pena preguntar **“¿SERA RENTABE LA INSTALACION Y PUESTA EN FUNCIONAMIENTO DE UNA POSADA TURISTICA EN LA LOCALIDAD DE HIGUEROTE, EN EL ESTADO MIRANDA EN VENEZUELA?”**

² Editorial Cadena Capriles. “Descubre Miranda”, Impreso en Colombia 2011

1.2 OBJETIVOS DEL PROYECTO

1.2.1 OBJETIVO GENERAL

- Evaluar la factibilidad de la instalación de de una Posada Turística - Escuela, de Categoría tres (3) estrellas, en el Área de Higuerote, del Municipio Brión del Estado Miranda.

1.2.1 OBJETIVOS ESPECIFICOS

1.2.1 Analizar la factibilidad legal del emprendimiento.

1.2.2 Establecer la viabilidad de la existencia de un mercado sostenible.

1.2.3 Revisar el entorno económico de desarrollo del proyecto.

1.2.4 Determinar la factibilidad técnica.

1.2.5 Desarrollar la evaluación económica y financiera.

1.2.6 Estudiar el Análisis y administración de riesgo.

1.3 JUSTIFICACIÓN

La caída del Viaducto del Estado Vargas en el 2006; los problemas de lluvias y deslaves que sucedieron en ese Estado hacia 1999 y la extensión de la autopista de Oriente “Gran Mariscal Ayacucho” hasta Higuerote en el 2007, que permite llegar, en una (1) hora desde Caracas, son factores que han repotenciado la actividad turística en el litoral mirandino, y que en teoría garantizarían un mercado importante, lo que justifica el desarrollo del presente proyecto y con ello el Estudio de Prefactibilidad de la “Posada El Almendrón”

Para el año 2006³ se realizaron las primeras pruebas para el desarrollo de una ruta de Ferry entre Carenero y la isla de Margarita, también de acuerdo a la ⁴Cámara de Turismo del Estado Miranda, en el año 2007 se incrementó el turismo de la zona en un 26%, es decir de 58.000 personas que visitaron a la Zona de Higuerote aumentaron a 80.000 visitantes en promedio, sin tomar en cuenta que durante temporadas la cifra se incrementa sustancialmente.

A pesar de estos alentadores datos de demanda turística, es igualmente importante acotar que el desempeño macroeconómico ha sido negativo durante el año 2009-2010, afectando así el nivel de consumo de la familia venezolana y dentro de ella el gasto para turismo y recreación, en especial de los caraqueños y al mirandino; Adicionalmente se tiene como circunstancia adversa, que partir del año 2009, Venezuela ha tenido una

³ Radio Nacional de Venezuela. Nueva Esparta y Miranda unidos vía marítima. “Activarán ruta del ferry de Carenero a Margarita”. <http://www.mv.gob.ve/noticias/index.php?act=ST&f=19&t=37184>. (Consulta 25/05/11)

⁴ Club Turístico Higuerote. “Biografía del Club Centro Turístico Higuerote”. <http://clubcth.foroactivo.com/biografia-del-club-centro-turistico-higuerote-f6/municipio-brion-t20.htm>. (Consulta 03/04/11)

situación climática caracterizada por fuertes lluvias que han mermado las visitas a la costa venezolana y que han dejado un número importante de damnificados especialmente a raíz de las lluvias del año 2010, donde se les obligó por parte del Ejecutivo Nacional mediante Decreto Presidencial a los establecimientos turísticos a albergar a los damnificados con cargo económico por cuenta de los propietarios de los mismos, y sin ayuda del Estado, afectando la capacidad de ocupación, la imagen y costos del sector, por lo cual existe la precepción que a partir de allí no se ha logrado despegar la actividad turística, que se encuentra en esta situación, sin que a la fecha se haya resuelto esta situación. Esto ha tenido un impacto negativo en la rentabilidad y atractivo del sector para la inversión. **Por lo cual se hace necesario desarrollar especialmente en este sector, el estudio de factibilidad, a los fines de evaluar ante diferentes escenarios la viabilidad económica financiera del presente proyecto.**

Es importante resaltar, que dentro de los propulsores del presente proyecto, se encuentra un miembro de la sucesión que trabajó por muchos años en las áreas de planificación turística y clasificación y categorización de empresas de alojamiento turístico a nivel nacional, por lo cual dispone de una importante experiencia en el área, lo que coadyuva al éxito de la presente propuesta

1.4 ALCANCE

La presente investigación trata de establecer la viabilidad económica y financiera de una posada turística en la localidad de Higuerote, en el Estado Miranda, esto contempla, los estudios de mercado, técnico, económico y financiero. Este documento servirá de base para la toma de decisión por parte de los emprendedores, en cuanto al arranque del proyecto, por lo cual el estudio en si no conlleva a la ejecución del mismo, y dada las limitaciones de tipo económico, no presentara el detalle de ingeniería básica del mismo.

CAPÍTULO II. MARCO TEORICO

2.1 ANTECEDENTES

Dentro de las referencias para la realización del presente trabajo de investigación se encuentran las siguientes:

Ramírez (2011). Estudio de factibilidad para la apertura de un restaurante en una zona industrial del Área Metropolitana. Este proyecto consiste en la instalación de un restaurant tipo bufet de comida casera en la zona de los Ruices (este de la ciudad de Caracas), la cual consta de muchas industrias, y por lo tanto de altísimo potencial para la demanda de este tipo de servicio, ya que por la zona no hay este concepto.

Delgado (2010). Estudio de factibilidad para la creación de una repostería que permita satisfacer necesidades dietéticas especiales en la ciudad de Guatire del Municipio Zamora. Un grupo importante de la población está sometido a regímenes alimenticios especiales, o de personas que desean cuidar su salud o su figura; dada la oferta actual del mercado les es difícil encontrar este tipo de alimentos, y más en los municipios satélites de la ciudad de Caracas, como lo es la zona de Guatire, especialmente en el área de repostería donde generalmente estos productos son de alto contenido calórico. Ante esta situación el proyecto de Delgado pretende el desarrollo de una “Repostería” para personas con necesidades dietéticas especiales en la ciudad de Guatire.

Ojeda (2009). Estudio de factibilidad para el desarrollo de un modelo de Parque Temático, en la Región de Río Chico, Estado Miranda. El desarrollo “Parque Temático

Miranda Tierra Mágica”, se ubicaría en la zona de Río Chico, la cual está dotada de bellezas naturales, bañadas por bellas playas; es una región de fácil acceso, y con la realización de este parque temático, que versa sobre la historia del Estado Miranda y sus bellezas naturales, incrementaría aun más el atractivo de este importante polo turístico de la entidad mirandina.

Gutiérrez (2008). Estudio de la factibilidad para la instalación de una posada Ecoturística en el pueblo de Chirimena ubicado en el Estado Miranda. Ante la inexistencia en esa localidad de establecimientos de alojamiento turístico con una calidad aceptable, la propuesta de este proyecto es la instalación de una posada con las comodidades suficientes para larga estancia, y bajo el concepto ecológico tanto de sus instalaciones, como del disfrute del turismo ecológico de la zona.

Mendes (2009). Estudio de factibilidad para la construcción y funcionamiento de una posada en Tucacas. Con el estudio e instalación de esta posada en el Estado Falcón se espera realizar un aporte significativo a la comunidad y a la economía local de esa región.

2.2 BASES TEORICAS

2.2.1 EL TURISMO

2.2.1.1 ANTECEDENTES Y CONCEPTUALIZACION DEL TURISMO

De acuerdo a Castellanos (2010), los primeros desplazamientos humanos fueron por motivos religiosos, políticos, guerras, culturales, exploraciones, de estudios entre otros motivos.

Las comunidades más antiguas se destacaban por las prácticas del juego, descanso físico, festejos religiosos, celebraciones místicas y mágicas, sacras, exploraciones. Por ejemplo los griegos efectuaban movilizaciones para asistir a festividades públicas, teatros, gimnasios, diversiones, juegos, danzas y adoraciones a dioses mitológicos, fiestas y eventos deportivos y olimpiadas.

Los romanos resaltaron por ser el gran imperio bélico y conquistador, se viajaba para asistir al gran circo romano, arena, pantomima, hipódromo, ternas, baños públicos con salas de vapor, piscinas, salas de reposo, gimnasios, masajes, bibliotecas y jardines. En el imperio se construyeron muchos caminos, aunque en malas condiciones, y todos los caminos conducían a Roma. Los romanos fueron los que iniciaron los traslados a las ciudades de playas (Costas de Campania) y a los centros termales que contaban con diversas instalaciones (saunas, masajes, lecturas, descanso).

En la Edad Media destacan los viajes religiosos a través de Tierra Santa, con elevado contenido religioso y de conquista. En estos tiempos se inician los servicios de alojamiento rudimentarios y se fomentan las peregrinaciones a lugares santos. Entre otras actividades resaltan la práctica de tiro al blanco con carreras de caballos, visitas a playas donde se efectuaban torneos caballerescos.

Un sitio importante son las playas, donde se encontraban las catedrales, centro importante de carácter político, como religioso; otro sitio de levada importancia fue el Ayuntamiento, donde se llegaron a celebrar bodas, bailes, y recepciones que ofrecían las familias de los mercaderes. Los baños públicos tenían una particular importancia, ya que estos sitios de aguas termales propiciaban importantes desplazamientos para asistir a visitas curativas y masajes corporales. En la Edad Medieval los viajes más resaltantes se realizaron por las peregrinaciones a Santiago de Compostela, las Cruzadas de Europa a Tierra Santa, las travesías de Marco Polo en el siglo XIII a Mongolia a China.

Ya con el renacimiento volvió nuevamente el desarrollo y el avance en el campo de la cultura, las artes, las letras y la ciencia que coadyuva a la generación de nuevo conocimiento y tecnología. En este sistema económico se comenzó a consolidar el capitalismo. El humanismo renacentista que catapultó de forma considerable el trabajo intelectual e industrial; los viajes se hacían de una comarca a otra, o de una ciudad a otra, a pesar de lo malo de las vías de comunicación y de los climas extremos. En esos momentos es que se originan los viajes de aventura, debido a que se estaba expuesto a asaltos, fenómenos naturales y a la carencia de mapas que orientaran. Entre los viajeros se caracterizaban los artistas, artesanos, mecenas, actores y juglares, estudiantes y científicos que hicieron extensos recorridos por Europa, con el fin de construir palacios, iglesias, pinturas, ofrecer cátedras, y todos ellos se comenzaron a alojar en casa que denominaban **hotel**. El primer hotel que se construyó para ese fin, fue el famoso hotel **de Padua** (1.450) en Italia.

En el siglo XII, en el período Barroco hasta el Romanticismo destacaron la construcción de casas de campo, donde se desarrollaba la horticultura, la jardinería y el paisajismo. Se construyeron las mejores avenidas, con sus respectivas banquetas, lo que propició la creación de tiendas departamentales con aparadores, para después dar lugar a los centros comerciales y así surgen los tours de tiendas y compras.

Para el siglo XVIII, imbuidos en el pensamiento cartesiano y enciclopédico, se continúa con el fenómeno de las artes y de las letras, y con ello el culto a la naturaleza. Salirse de las grandes ciudades a sitios de naturaleza, constituyó un reencuentro espiritual de los parroquianos al realizar viajes de campo o picnic. Destacaron en 1777 Bouainville, por su viaje de circunnavegación lo que inspiró la obra; viaje alrededor el mundo; en 1768. James Cook realizó expediciones a Oceanía, 1799 Humboldt realizó viajes alrededor del mundo, pasando por América, en este siglo se consolidaron los viajes a balnearios, pero también a las costas.

Con la llegada del siglo XIX, se consolida la Revolución Industrial, la fábrica absorbe al obrero, se da más horas de trabajo que tiempo libre, las ciudades siguen creciendo, crece la burguesía y su capital. Aparece la clase media con cierto poder adquisitivo, que demanda, servicios, viajes y recreo, y por ese motivo se multiplican las grandes tiendas y galerías, antecedentes de los malls estadounidenses que hoy en día llegan a nuestro país como grandes centros y plazas comerciales.

Otro acontecimiento que favoreció los desplazamientos masivos fue la llegada del ferrocarril.

Ya en el siglo XX, se puede denominar el siglo del turismo, y su consolidación en todos los sentidos. El aspecto que desarrolló este siglo al turismo en sí, sin duda es el progreso económico de la sociedad, su industrialización, el trabajo bien remunerado, conquista del tiempo libre, la tecnificación del transporte (ferrocarril, avión, barco, autobús, automóvil). En esta centuria los servicios turísticos lograron su especialización y elevada competitividad, lo cual se produjo en casi todas las empresas de viajes y transporte, empresas de alimentos y bebidas, empresas de alimentación y complementarios. Todos ellos registraron grandes cambios, de pequeños establecimientos a enormes empresas y consorcios multinacionales, empleando un sinnúmero de personal especializado e inmenso capital financiero.

Varios estudiosos del turismo afirman que después de la segunda guerra mundial aparece el turismo masivo en diferentes modalidades, tal cual como lo conocemos hoy. Aparecen y se desarrollan sitios, ciudades turísticas, los gobiernos planean centros y polo de desarrollo turístico con énfasis en la explotación de playas, ya que atraen muchas corrientes turísticas. Los gobiernos diseñan políticas en función de que el turismo propicie el desarrollo económico, captación de divisas, generación de empleos, infraestructura de servicio y obras, el intercambio cultural, la promoción de la paz, el equilibrio de la balanza de pagos entre otros argumentos, afirmando que su desarrollo es prioridad nacional.

Desde otro enfoque, Sedek (2006), divide la historia del turismo más bien de acuerdo a la propuesta de Juan Foster Lareu, en tres grandes épocas:

- a) La que transcurre entre 1800 a 1914
- b) 1919 a 1934.
- c) 1948 a la actualidad.

Esta división tiene su fundamentación en cuanto al primer período (1800 a 1914), en el inicio de la época del ferrocarril, y el inicio de la primera guerra mundial; el segundo período (1919 a 1934) lo que transcurre entre el fin de la primera guerra mundial y el inicio de la segunda; y el último período desde el fin de la segunda guerra hasta nuestros días. Donde en términos generales se asocia el desarrollo del turismo al desarrollo del transporte, al punto que de acuerdo a la evolución de los medios de transportes, donde se multiplica la cantidad de personas que viajan.

2.2.1.2 CONCEPTO DE TURISMO

De acuerdo al origen de las palabras, el vocablo turismo viene su significado del latín Tourm y Turn, Tornus (torno), Tornare (girar), (Castellanos 2010), lo que hace referencia a un viaje circular. En otro sentido Haulut, le da una orientación bíblica, y

señala que tour se refiere a viaje de vanguardia, ya que Moisés envió a Canoan a ciertos exploradores. Los originarios del país Galo emplean esta palabra, la cual aplican en muchos países sobre todo los de habla inglesa que significa realizar viaje de ida y vuelta.

De la Torre apunta que el Shorter Oxford Dictionary de 1811 incluía: “Tourist (turista) es la persona que hace excursiones, que lo hace por recreación, por placer, cultura u otro motivo. Tourim (Turismo) la teoría y práctica de viajar, viajando por placer”.

Sin embargo tenemos que de acuerdo a la Organización Mundial de Turismo (OMT), define el Turismo como un desplazamiento fuera del lugar de residencia habitual, por un mínimo de 24 horas y máximo de 180 días, motivado por razones no lucrativas. Es importante acotar que todos los viajeros relacionados con el turismo se denominan visitantes, elemento que se utiliza como concepto básico en el sistema de estadísticas de turismo. Los visitantes de acuerdo a la OMT. Los visitantes se suelen clasificar de acuerdo en:

- a) Visitante internacional: persona que viaja por un período no mayor de 12 meses a un país distinto en el que tiene a su residencia habitual cuyo principal motivo de la visita es no ejercer una actividad que remunere en el país visitado. Se incluye a los pasajeros en los cruceros, como a los propietarios pasajeros de yates y los pasajeros que participan en un grupo y están alojados en un tren.
- b) Visitante interno: residente de un país y viaja dentro de este, por una duración mayor a 12 meses, a un lugar distinto al uso habitual y cuyo motivo de visita no es ejercer una actividad que lo remunere en el lugar.
- c) Turista (visitante que pernocta): visitante que permanece que permanece en medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar visitado una noche por lo menos.
- d) Visitante de día (excursionista): visitantes que no pernoctan en un medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar visitado.

2.2.1.2 TIPOS DE TURISMO

La clasificación o tipos de turismo es muy diversa, por lo cual nombraremos aquellas que de acuerdo a nuestro criterio sean las más importantes o que implican mayor movilización o uso en el mercado.

Turismo Tradicional o Convencional

Es el tipo de turismo que hoy en día es el más importante por su volumen económico y de movilización. Tuvo sus orígenes a partir del siglo XIX y se estructuró aun más en el siglo XX. Este tipo de turismo pertenece al modelo industrial o industria turística; sus objetivos son los aspectos económicos y cuantitativos; y está dirigido a la planeación de polos de desarrollo o megaproyectos turísticos, en otras palabras, a la creación de grandes ciudades turísticas, los denominaremos centros turísticos, en nuestro país por ejemplo el Estado Nueva Esparta, como polo de desarrollo con estas características.

El encuentro se da entre el turismo extranjero y el anfitrión de las comunidades receptoras, mediante el paquete turístico. Es decir, al turista solo le interesa la prestación de servicios turísticos con elevados estándares de calidad, competitivas a nivel internacional , y jamás la interacción con los lugareños, el cual no es un aspecto principal del viaje y menos el intercambio cultural. Por lo tanto el turista es anónimo, despersonalizado, altamente depredador, pasivo, psicocéntrico, en busca de seguridad, lujo y comodidad accidentales, con frecuencia se mueve en grupo, le interesa ser parte del turismo masivo, por lo cual tiene un poder adquisitivo suficiente para adquirir servicios turísticos de calidad, sus motivaciones están enfocadas al placer, descanso o playas.

El producto turístico está conformado por una oferta primordial de atractivos naturales o culturales en menor grado. En realidad el paquete turístico se centra en las 4 “s” (sun, sea, sport y sex), así como los hoteles de calidad turística, restaurantes de comida

internacional y nacional en menor medida, centros de diversión nocturna, “la vida loca” o diversión extrema, donde el alcohol y el sexo son abundantes. Las agencias de viaje con frecuencia están acaparadas por los tour de operadoras ubicadas en los países de origen, y desde ahí diseñan y operan producto turísticos utilizando las agencias nacionales como intermediarias o peor con agencias vendedoras de paquetes turísticos o boletos. El turismo con este producto es un negocio importante para la sociedad emisora de turismo. En general la empresa turística es de gran tamaño, con capital extranjero, es tradicional y utiliza en sus mandos directivos a personal calificado provenientes de sus países, los insumos, materias primas, asimismo la tecnología que utiliza se corresponde a sus países de origen.

Turismo Social

Las instituciones como el Buro Internacional de Turismo Social establecen este tipo de turismo como un conjunto de relaciones y fenómenos que provienen de la participación de estratos sociales económicamente débiles para hacer turismo, lo cual implica la concepción de un turismo no lucrativo.

Castellanos (2010) lo sitúa como desplazamientos breves en el marco del tiempo libre por grupo de trabajadores, estudiantes, amas de casa, infantes, campesinos y miembros de organismos oficiales, sindicatos y clubes a precios accesibles.

En conclusión cuando se toca el tema de turismo social, se hace énfasis en un turismo distinto al de altos ingresos, al comercial y dirigido básicamente a la población de escasos recursos y con menores posibilidades de viajar al exterior, dirigido a la adecuada distribución de la riqueza nacional y regional cuyo objetivo es la recreación, animación, cultural, ambiental y de conocimiento.

Ecoturismo

El “Ecoturismo” se contextualiza dentro del turismo alternativo, que posee distintas modalidades tales como el turismo de naturaleza, turismo verde, turismo de bajo impacto o sustentable.

De acuerdo a Ceballos (1998), es una modalidad turística ambientalmente responsable, se refiere a viajar o visitar zonas naturales sin alterarlas, de forma de disfrutar los atractivos naturales (paisajes, flora, fauna) en estas áreas, la cual también pueden incluir las manifestaciones culturales de la región, promoviendo la conservación cultural y ambiental a la vez, lo cual presenta un bajo impacto ambiental, permitiendo involucrarse activamente a los pobladores locales en el beneficio socioeconómico.

Dentro del ecoturismo encontramos lo que se denomina el turismo sustentable, turismo sensible al medio ambiente, (Chávez 1991, 2005) y el turismo orientado a la naturaleza que entre otras características presenta las siguientes:

- a) El turista es conservador, educado, responsable, con amplia condición física, activo, y busca contacto con la naturaleza.
- b) El significado de la conservación se refiere a la preservación del suelo, flora, fauna, aire, agua etc.
- c) Tiene bajo impacto ambiental de los sitios y atractivos.
- d) Existen códigos de ética para el turista y prestador de servicios turísticos.
- e) Se refiere a empresas turísticas de pequeña escala, operadas por la comunidad local para su beneficio.
- f) Utiliza enotécnicas para el ahorro de energía, agua, etc.
- g) Implica educación cultural y ambiental.
- h) Planifica y opera los ordenamientos ecológicos.

Turismo de Salud

El turismo de salud tiene sus orígenes en los spa romanos, que significa salute per aqua, compuesto por aguas termales y minerales, sitio donde se practicaba la balneoterapia y el termalismo romano. Esta misma práctica la realizaron con alguna diferencia los egipcios y griegos, al utilizar estos baños con fines curativos. En las culturas prehispánicas también practicaron la balneoterapia mediante los temascalli. Luego en el tiempo se utilizó tanto la balneoterapia como la herbolaría se utilizaron para la sanación.

Los spas modernos se ubican en sitios de playa, aguas termales u orillas de los ríos y lagos con propiedades minerales, marinas, algas con propiedades curativas, para la balneoterapia o hidroterapia, y cuentan con áreas médicas deportivas (gimnasio y piscinas), balneoterapia (algas, masajes, saunas, vapor), Tratamiento (masajes, lodos, algas, hierbas), belleza (dietas).

Turismo rural

Este turismo no es de lujo, sino una opción de desarrollo turístico español tradicional, que permite aprovechar la captación de divisas, donde el espacio rural se concibe como zonas con pequeños núcleos de poblaciones, de litoral, de campo, de montaña o agrarios, con menos de 15.000 habitantes, con visión de actividad turística interior, el cual se asocia con el agroturismo, actividad de campesinos y agricultores, la cual aprovecha de enseñar la vida rural aprovechando la hospitalidad del campesino en el alojamiento a partir de ancestrales edificios rurales en espacios disponibles para el camping. El enfoque español de turismo rural, se orienta al turismo en los pueblos, que cuentan con recursos naturales y socioculturales que disponen de amplios espacios de reposo y tranquilidad, bellos paisajes, patrimonios arquitectónicos, fiestas populares, recursos naturales y gastronómicos, fiestas populares, recursos naturales y gastronómicos, los cuales tienen demanda tanto nacional como internacional.

Turismo Religioso

A lo largo de la historia, es bien sabido que uno de los principales motivos de desplazamientos fue por motivos religiosos. Desde que el hombre comenzó a explicar los fenómenos naturales a través de deidades, como los de la mitología griega y romana, los dioses que veneraban los aztecas, las poblaciones asistían donde se practicaban los ritos. Con el advenimiento de la cultura hispánica a la América, y con ello el establecimiento de la religión católica, y la construcción de iglesia, catedrales y santuarios se comenzó a venerar a los santos, apóstoles, vírgenes, esto produce turismo religioso.

La mayor parte de América latina y con ello en Venezuela, se profesa la religión católica, y para importante festividades se realizan amplias movilizaciones de población, donde se contratan transporte, alojamiento, alimentos y bebidas, como son las festividades de la Divina Pastora en Barquisimeto, La Virgen del Valle en Margarita y La Chiquinquirá en Maracaibo.

Turismo de Negocio

Lo practican viajeros cuya principal actividad son los negocios y requieren servicios turísticos de alta calidad y competitividad. Este tipo de turismo está vinculado a actividades laborales, profesionales y comerciales que se realizan eventos para estos propósitos, tales como congresos, exposiciones, convenciones, viajes de incentivos y ferias.

Este tipo de turismo es importante porque:

- Regulariza la estacionalidad de la demanda turística.
- Mejora la ocupación hotelera en temporadas bajas.
- Contribuye a elevar el gasto promedio de los visitantes.

- Aumenta la generación de ingresos por turismo en las localidades.

Turismo Cinegético

Se refiere a los desplazamientos de turistas (cazadores) que tienen como motivo la caza en sitios con abundantes animales, ya sean de pelo o de plumas, con el propósito de beneficiar a las comunidades rurales.

Turismo Cultural

Este tipo de turismo está adquiriendo mucha relevancia, ya que las corrientes turísticas internacionales están viajando por motivos de culturales (costumbres, tradiciones, lenguas, grupos étnicos, zonas arqueológicas, monumentos históricos, museos teatros, conciertos, festividades, folklor, artesanías, edificios, pueblos y ciudades). Los países que cuentan con estos atributos tendrán ventajas competitivas.

La Organización Mundial del Turismo (1985) define el turismo cultural como los movimientos de personas con motivaciones esencialmente culturales como viajes de estudios, viajes culturales, viajes de festividades y otros eventos culturales, visitas a sitios y monumentos, para estudiar la naturaleza, el folklor y/o peregrinaciones

Turismo de Aventura

Es uno de los modelos más importantes dentro del modelo alternativo. Las actividades de este tipo de turismo son peligrosas y de alto riesgo. La persona que lo practica necesita una condición física suficiente, así como dominio de técnicas deportivas. Se practica generalmente en montañas, ríos, lagos, rocas, mar, bosques, acantilados etc. El turista por lo general es activo, dinámico, aventurero, intenso, apasionado, en pocas

palabras alocéntrico, además conoce y maneja equipos altamente especializado, y domina los diversos tipos y formas de terrenos y espacios turísticos.

El turismo de aventura también se conoce como turismo deportivo, turismo de adrenalina, turismo de reto, turismo intenso, turismo extremo, turismo de alto riesgo o turismo explosivo. Algunas de las actividades de este turismo son:

- Trekking: que son caminatas o expediciones de larga duración, y rafting que es descenso en ríos, de este varían los tipos de acuerdo al riesgo.
- Kayak: se practica en embarcaciones ligeras de fibra de vidrio y se práctica en el mar.
- Alpinismo: incluye ascenso a las montañas bajas, medianas y altas, escalando en terrenos arenosos, rocosos o nevados.
- Ciclismo de montaña se practica en las montañas y se necesita una bicicleta adecuada y casco.
- Parapente o Hang glober: paracaídas grandes con sillas, arnés y controles altímetros y barómetros.
- Buceo: exploraciones del mundo marino con visor, snorkel, chaleco, salvavidas y aletas.
- Surfing: nadar en tabla, remar con los brazos, parase en la tabla deslizarse hasta que termine la ola.
- Paracaidismo: saltar de un avión en paracaídas y volar durante segundos.
- Globos aerostáticos: volar en globos gigantes acondicionados para tal fin

Turismo de Cruceros

Dentro del turismo náutico están comprendidos todos los desplazamientos turísticos que utilizan de alguna forma el transporte en barcos trasatlánticos, cruceros o similares.

Se describe el turismo de cruceros por ser el más importante y trascendentes. Los cruceros son una travesía que reúne el atractivo de visitar diferentes ciudades y países con la comodidad de hacerlo en un barco convertido en un centro de recreo de lujo (hotel-ciudad flotante).

Turismo de Consumo

Se le conoce como de juego de azar, o turismo de juego y recreativo. Los casinos se suponen que generan empleos, captan más turismo y divisas para el país, sin embargo existen impactos negativos como narcotráfico, prostitución, delincuencia, crimen organizado, lavado de divisas, corrupción, jugadores compulsivos y perversiones.

Un casino es un centro de atracción y recreación turística familiar con servicios reglamentarias, autorizados, controlados, vigilados, donde se permite el juego de apuestas, sorteos de maquinas de juego y mesas de apuestas. Existen casinos universales, casinos hotel, casino bar, casino aviones y casinos rurales.

2.2.1.3 ECONOMIA Y PLANEACION DEL TURISMO

De acuerdo con Castellanos (2010), se dice que con la consolidación del sector turístico del turismo, como el caso de México y como es el caso de Venezuela, es uno de los elementos indicativos del logro de estar en vías de alcanzar el desarrollo económico; más sin embargo cuando analizamos el comportamiento del sector pudiéramos decir que se mantiene la relación centro periferia, tantas veces discutida en las teorías del desarrollo. Uno de los elementos que afirma esta teoría, es que los países pobres son dependientes de los países ricos o emisores, en este caso las grandes corrientes turísticas provienen de los países desarrollados con alto poder adquisitivo, y más aún en esta industria que se ha internacionalizado y está totalmente transnacionalizada. Se cree como es el caso de México, y en general en los países en vías de desarrollo que la globalización ha producido una mundialización de las actividades económicas cultivadas

desde los países ricos, perdiendo la idiosincrasia propia, por lo cual a planificación turística debe reorientarse hacia modelos turísticos alternativos.

Los investigadores en esta área, han observado la incorporación de grandes cadenas y corporaciones hoteleras, de viaje, transporte, alimentos, bebidas, recreación, tour, operadores de origen que están controlando el turismo y que en la actualidad controlan el mercado. En el caso mexicano por cada dólar que entra en turismo, sale el 70% de ese país.

Sin embargo los organismos financieros de los países desarrollados, han otorgado prestamos a la nación Azteca, con el fin de desarrollar turismo en las regiones más deprimidas, de manera que su población alcance los mayores niveles de desarrollo y niveles de bienestar, mejorando la calidad de vida de la población, sin embargo se mantienen fuertes contrastes de pobreza y riqueza.

Analizando el caso mexicano, que es un país con importante desarrollo turístico, desde los años 20 hasta la fecha, se le ha dado prioridad a los aspectos económicos, de tal forma que las variables cuantitativas con mayor peso en este sector son:

- Balanza de Pagos
- Captación de Divisas
- Rentabilidad Económica
- Productividad
- Ingresos
- Desarrollo
- Crecimiento
- Número de Empleos
- Alta Competitividad Internacional
- Corrientes Turísticas Internacionales
- Corrientes Turísticas Nacionales
- Estadísticas
- Desarrollos Turísticos
- Megaproyectos Turísticos
- Número de Cuartos en Unidades Hoteleras
- Cantidad de Agencias de Viajes
- Número de Medios de Transporte

Es necesario que para desarrollar una planeación turística y con ello el ordenamiento económico, administrativo, espacial y social debe ser óptimo, a partir de la discusión de un modelo turístico sustentable.

2.2.1.4 ASPECTOS HISTORICOS DEL TURISMO EN VENEZUELA

Sedek (2006), en su libro “Introducción a la Teoría y Técnica del Turismo” señala que en Venezuela el turismo no se ha visto como una actividad importante de la economía a lo largo del tiempo, por lo que no es muy rica en acontecimientos.

La actividad viajera y de esparcimiento del país, y con ello el movimiento de turistas bien sean nacionales o venidos del extranjero fueron generando incipientes infraestructuras tales como posadas, pensiones y hoteles a lo largo del país. Algunas veces eran los agentes viajeros los que demandaban estos servicios, o aquellos que buscaban cambiar de ambiente o de temperar en climas más fríos o más cálidos, sin dejar de recordar aquellos visitantes (sobre todo después de Humboldt en 1799), que vinieron con el fin de conocer y estudiar nuestras bellezas naturales.

Como en otros lugares del mundo, en la medida que aparecieron las vías y medios de comunicación, los transportes y los alojamientos, fue aumentando los deseos de viajar interna y externamente. Nuestro país con el transcurrir del tiempo, mantiene una constante pero creciente número de personas como turistas, que tanto cualitativa, como cuantitativamente, han ido entendiendo la importancia del turismo y sus efectos positivos.

Con el devenir del desarrollo petrolero, surgió el reflejo de lo que se llama CULTURA PETROLERA, caracterizada por el facilismo, acompañada de un torrente de divisas, donde el Estado se transforma en un ente paternalista (burocracia, subsidios, gratuidad), olvidando acometer grandes actividades como es el impulso empresarial, es necesario la profesionalización en las áreas media, técnica y artesanal. En el devenir del tiempo en

Venezuela decayó el campo, y con ello el éxodo rural y altas concentraciones demográficas en las ciudades, el aumento desmesurado de la importación, por la poca producción nacional y falta de competitividad.

Ante la avalancha de recursos petroleros, el descuido de las otras áreas de país, comenzó tarde el desarrollo de la actividad industrial, mientras que otros países con la ausencia de materias primas, iniciaban la industrialización como un modelo de desarrollo para sus economías.

Es importante resaltar que mientras el petróleo trae dinero, no genera muchos empleos, con la respectiva inestabilidad en el flujo de ingresos, “EL TURISMO TRAE DINERO Y CREA EMPLEO”.

A inicios del siglo XX, ante la agobiante crisis económica producida por la deuda pública, constituyo una venganza de los países desarrollados por las imposiciones petroleras sin olvidar que se había dado un elevado tráfico de créditos bancarios, por lo cual no tuvimos alternativas económicas como el turismo para responder a las fuertes y elevadas acreencias.

Es en agosto de 1938, cuando se promulga en Venezuela, la primera Ley de Turismo, de acuerdo a la Gaceta Oficial N° 1966 del 18/08/1938. Entre otros aspectos esta Ley establece lo siguiente:

1. La regulación de las actividades que tiene que ver con turismo se adscriben al Ministerio de Fomento y a las autoridades nacionales, estatales y municipales, dándole facilidades a las empresas o personas inscritas en la Oficina de Turismo para el emprendimiento de negocios en esta área, y se crea la Oficina Nacional de Turismo.
2. Se exonera el pago de derechos fiscales a los buques que transporten turistas.
3. El Ejecutivo Federal determina los sitios, lugares y regiones de zonas de turismo.
4. Aprobación de la construcción de edificios turísticos

5. Tarifa y fiscalización de precios de alojamientos, viajes y transporte
6. Organización de las ferias eventos para la promoción del turismo.
7. Creación del registro turístico: “Oficina Nacional de Turismo”.

Posteriormente se inician planes de Crédito para la construcción de hoteles en el interior del país y la exoneración de impuestos de importación de bienes destinados al sector.

En Caracas no existía un hotel de categoría internacional y se construye el HOTEL AVILA en San Bernardino; de igual manera se edifican nuevos hoteles en el interior de la República, como por ejemplo en Barinas, Miranda (en Coro), Bella Vista (en Margarita), Humboldt (en la montaña del Ávila), Cumanagoto (en el estado Sucre), Río (en Mérida), Aguas Calientes (en Ureña, estado Táchira), todos con capital de la Corporación Nacional de Hoteles de Turismo C.A. (CONANHOTU), la cual los opera y administra.

Para 1958, se construye los Hoteles Tamanaco en Carcas, y Lago en Maracaibo, operados por la Cadena Intercontinental. Más tarde con capital mixto, el Hotel Tacarigua (Intercontinental) en Valencia. Para ese mismo año publicaron varios decretos de zonas turísticas en varias regiones del país.

Se crea la Junta de Fomento Turístico, adscrita a la Corporación Venezolana de Fomento, la cual tenía como misión otorgar créditos para el desarrollo turístico. Esta Junta también se dedica a restaurar monumentos y adquirir bienes para el patrimonio turístico (Museo de Armas de Puerto Cabello, Replica de la Nave Santa María de Colón en el Parque del este en Caracas).

Sin embargo el problema de acuerdo al autor de este tipo de instituciones manejadas por el Estado, es que su gestión en muchos casos era producto de improvisaciones, producto de la ignorancia en planificación, que los conllevó a la obsolescencia y falta de eficiencia.

Por primera vez, el turismo en 1970 se integra al Plan de la Nación (El IV Plan). Se integra la estructura organizativa del turismo en CONAHOTU, es decir se fusiona, la Dirección de Turismo de Fomento con el ente que regula la administración hotelera, esto con el fin de darle mayor rango a la actividad turística, mediante la autonomía más allá de la Dirección de un Ministerio, lo que da lugar a la promulgación de una nueva Ley de Turismo en junio de 1973, con la que se crea la CORPORACION DE TRUSIMO DE VENEZUELA, organismo administrativo mayor en Venezuela, que se le delegó la función de estimular, planificar , desarrollar, y coordinar la actividad turística en el territorio nacional.

Al analizar la actividad turística en Venezuela, es importante destacar, que nuestro país se encuentra situado en una situación geográfica privilegiada, como es la entrada natural de la América del Sur, el cual presenta la mezcla de ser un país andino como caribeño, con variados recursos naturales, clima estable, lo cual genera que con una organización se disponga un verdadero despegue turístico.

Una política turística implica continuidad y permanencia, que indique que aunque cambien las autoridades, amerita el empeño en el desarrollo del sector, lo que permita generar confianza en el inversionista, generando estímulos en el sector privado.

De manera progresiva se realizan nuevas infraestructuras, hoteles, complejos turísticos, clubes, etc. Se propone la privatización de la red hotelera del Estado. Se propagan los institutos y centros de formación turística. En esa época llegan muchos turistas al país, atraídos por las ofertas y por el cambio de la moneda y también se robustece el turismo interno. Sin embargo a pesar de este repunte, sube el déficit habitacional, se discute la calidad del turista que viene a Venezuela, la financiación del sector carece de fluidez, se observa que el turismo municipal carece de conocimiento, las autopistas son pocas y carecen de servicios y mantenimiento, la animación turística no es tratada, así como los planes de inversión. Ya para el año 1987, se contabilizaban 614.000 turistas, y la cifra tiende a aumentar, aunque en 1989 cayó a 480.000 personas, producto de la publicidad de los sucesos del 27 y 28 de febrero.

Sin proponérselo, el turismo se está convirtiendo en el segundo o tercer rubro generador de divisas (US\$ 500.00), sin embargo o se observan planes para incluir el turismo como actividad de prioridad.

2.2.2 ASPECTOS CONCEPTUALES DE LA INVERSIÓN

De acuerdo a Dornbusch y Fisher (1996), el gasto de inversión es normalmente en promedio inferior al 20% del Producto Nacional Bruto en los Estados Unidos. Es de tener en cuenta, que la **inversión** fluctúa mucho más que el **consumo**, su importancia es entender cómo funcionan las fluctuaciones, durante el ciclo económico, ya que presenta gran variabilidad. La inversión es el determinante del crecimiento a largo plazo, y de la productividad de la economía. En todas las recesiones, un poco antes de que esta comience, la participación porcentual en el PNB disminuye fuertemente, y luego, comienza a mejorarse a medida que avanza la recuperación.

2.2.2.1 INVERSIÓN EN EXISTENCIAS

Los componentes de las existencias son las materias primas, bienes en proceso, transformación y productos o bienes terminados para la venta. Las empresas tienen en promedio en existencias o inventarios lo que suponen las ventas finales de tres o cuatro meses tradicionalmente para el caso de los Estados Unidos.

Las razones:

- Las empresas mantienen inventarios para preveer las demandas futuras porque los bienes no pueden producirse de forma inmediata para satisfacer la demanda.
- Para una empresa es menos costoso hacer pedidos menos frecuentes.

- Las empresas deberían mantener inventarios (existencias) con el propósito de estabilizar la producción. Es costoso cambiar el ritmo de la producción en cadena de fabricación y los empresarios prefieren fabricar a un ritmo más o menos constante, aunque haya fluctuado la demanda, aumentando la demanda cuando es débil y disminuyéndola cuando es elevada.

Hay que tener varios elementos importantes con respecto al comportamiento de la inversión:

- Cuanto menor es el costo de los pedidos y su velocidad de reposición menor relación hay entre las existencias y las ventas.
- Si hay alta incertidumbre respecto a la demanda de bienes, mayor es la relación entre existencia y ventas.
- Los tipos de interés son importantes ya que para incrementar y mantener existencias es importante el dinero, por lo cual si sube las tasas de interés disminuye la relación entre ventas y existencias.

La inversión en existencias planeadas frente a las no planeadas

La inversión en existencias puede ser elevada en dos circunstancias. Primero si las ventas son inesperadamente bajas, si las unidades productoras se encuentran con que los bienes no vendidos se están acumulando, lo cual representa una inversión en existencias no planeadas. En el segundo caso, si la inversión en existencias es para rellenar los inventarios vacíos.

Las existencias en el ciclo económico

La inversión en existencias, fluctúa en un rango durante el ciclo económico, proporcionalmente más que otra variable de la demanda agregada. En todas las recesiones de postguerra en los Estados Unidos habido una disminución de las

existencias, o al final de cada recesión también las empresas han reducido sus existencias.

El papel desempeñado por las existencias en el ciclo económico es la combinación de la variación de las existencias planeadas y no planeadas. Por ejemplo a inicios de 1981, las empresas comenzaron a acumular existencias de bienes al ser la producción menor a las ventas. Las empresas preveían que las ventas futuras serían mayores y decidieron acumular existencias. Sin embargo las ventas comenzaron a caer a principios del 84, pero el PNB se mantuvo alto, hasta que en el tercer trimestre las empresas tomaron conciencia de la situación y frenaron la producción.

Antes de la recesión se produjo una disminución de la demanda agregada, producto de la disminución de las ventas. Pero la producción no reacciona adecuadamente y las existencias siguen aumentando en forma no intencionada. Es cuando las empresas reaccionan y reducen los inventarios disminuyendo la producción, de manera de permitir la desacumulación intencional de existencias. En casi todas las recesiones de postguerra ha habido una etapa en que la producción disminuye fuertemente a medida que las empresas recortan intencionalmente para reducir el tamaño de las existencias.

Para ser más explicativo, Dornbush y Fisher (1996) introducen el siguiente ejemplo: Si un vendedor de autos, vende 30 vehículos al mes, mantiene en existencias 30 unidades. Suponiendo que las ventas se reducen a 25, y el vendedor tarda en ajustarse dos meses, las existencias, se ubicarán en 40. Pero en el futuro el vendedor decidirá tener 25. Por lo cual el próximo mes reducirá los pedidos a 10 vehículos, por lo cual la variación de inventarios es más fuerte que las variaciones del PNB.

2.2.2.2 INVERSIÓN FIJA DE LAS EMPRESAS

Enfoque Neoclásico

La maquinaria, el quipo y las estructuras utilizadas en la producción de bienes y servicios constituyen el capital fijo de las empresas. El primer aspecto importante es determinar cuánto capital vamos a utilizar debemos utilizar para que la empresa, dados los costos y el rendimiento de su utilización y el nivel de producción que espera obtener. Sin embargo puesto que se tarda tiempo entre que se pide la maquinaria y que entra en funcionamiento, por lo cual las empresas no pueden ajustar inmediatamente el stock de capital a la producción. La velocidad de ajuste precisa cuanto gastan las empresas en cada periodo en aumentar el stock de capital, es decir el ritmo de la producción.

El Stock de Capital deseado: una visión de conjunto

Las unidades de producción al determinar cuánto capital van a utilizar para producir tienen que comparar lo adicional que un aumento de capital va a suponer para sus ingresos con el costo de utilizar más capital. El producto marginal del capital, es el aumento del producto obtenido utilizando una unidad adicional de capital en producción. El costo de uso del capital, es el costo de utilizar una unidad adicional de capital en la producción.

Para determinar el costo del capital supondremos que la empresa, financia la compra de capital a crédito, a un tipo de interés i , es decir que por cada unidad monetaria de capital que adquiriera la empresa, deberá pagar en cada periodo, un interés i por cada unidad monetaria, que se utilizó en adquirir ese capital. El valor del producto marginal del capital es el incremento del valor de la producción obtenido al utilizar una unidad adicional del capital. En una empresa competitiva es igual al resultado de multiplicar el precio de la producción por el producto marginal del capital. Siempre que el valor del producto marginal del capital sea mayor que el costo de uso. “Se continuará invirtiendo

hasta que el valor de la producción obtenido con una cantidad de capital adicional sea igual al costo de utilizar ese capital, es decir a su costo de uso”.

Existe equilibrio cuando:

VALOR DEL PRODUCTO MARGINAL DEL CAPITAL= COSTO DE USO DEL CAPITAL

La Productividad Marginal del Capital

Para establecer la productividad marginal del capital hay que tener en cuenta que las unidades de producción pueden sustituir trabajo por capital para obtener el producto. Para llegar a un determinado nivel de producción pueden utilizarse distintas combinaciones de capital y trabajo. Si el trabajo es relativamente barato, la empresa querrá utilizar relativamente más trabajo que capital.

La relación general entre el stock de capital deseado (K^*), el costo de uso del capital (CU) y el nivel de producción.

$$K^* = g(Cu, Y) \quad (1)$$

La ecuación (1) señala que el stock de capital deseado, está en función del costo de uso del capital y del volumen de producción. De igual manera pudiéramos decir que las empresas quieren disponer de más capital si necesitan producir mayor cantidad de bienes y servicios.

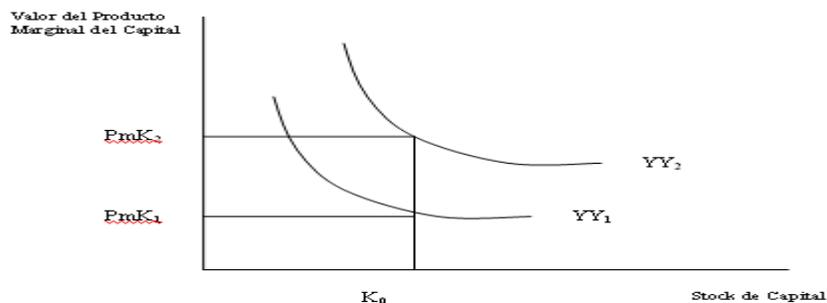


Gráfico N° 2.2.2.2-1. Producto Marginal del Capital en Relación con el Nivel de Producción y con el Stock de Capital

Fuente: Dornbusch y Fisher (1996)

En la gráfica N° 2.2.2.2-A se observa la relación entre el Producto Marginal del Capital PMK, el nivel de producción y el Stock de capital. El producto marginal del capital disminuye a medida que para producir un determinado nivel de producción se utiliza relativamente más capital. Por tanto las curvas YY_1 y YY_2 son decrecientes. Dado el nivel de capital utilizado K_0 , cuanto mayor es el nivel de producción, más elevado es la productividad marginal del capital. La curva YY_2 corresponde al nivel de producción Y_2 , mayor que Y_1 .

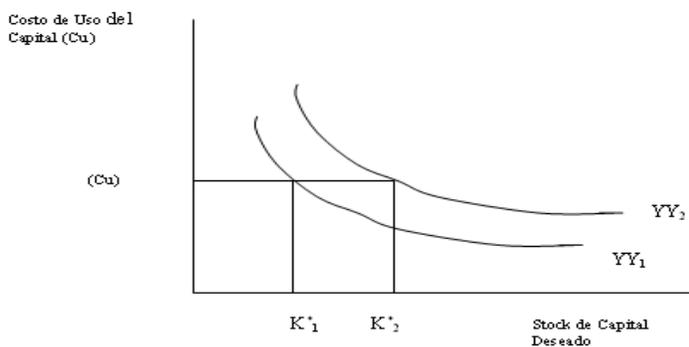


Gráfico N° 2.2.2.2-1. El Stock de Capital Deseado en Relación con el Nivel de Producción y con el Costo de Uso del Capital

Fuente: Dornbusch y Fisher (1996)

En la gráfica N° 2.2.2.2-B es similar a la gráfica N°1, muestra que la relación entre el stock de capital deseado, y su relación con el coste de uso del capital y con el nivel de producción. Tenemos así que el Stock de capital deseado por la empresa se elige en el punto en el que el producto marginal de capital es igual al costo de uso. Con un costo de uso (C_u) y un nivel de producción Y_1 , el stock de capital deseado es K_1^* , es un incremento del nivel de producción Y_2 , eleva el costo del capital a K_2^* . Un aumento del costo de uso del costo del capital, reducirá el stock de capital deseado a cualquier nivel de producción.

La relación entre el costo del capital, Stock de capital deseado y nivel de producto se puede reflejar a través de la siguiente ecuación basada en la función Cobb Douglas:

$$K^* = \frac{\delta Y}{C_u} \quad (2)$$

Donde δ es una constante, lo que pudiéramos afirmar que el Stock de Capital deseado K^* varía proporcionalmente a la producción e inversamente proporcional al Costo de Uso.

De los siguientes análisis se puede sacar las siguientes conclusiones:

- a) La demanda de capital de la empresa (el stock de capital deseado K^* depende del Costo de Uso (C_u), y del nivel de producción esperado (Y).
- b) Las empresas contrapesan los costos y beneficios de utilizar el capital. Cuanto menor es el costo del capital mayor es su nivel óptimo en relación con la producción. Esta relación indica, la disminución de la productividad marginal del capital se da cuando se utiliza con mayor intensidad este.

- c) A medida que se hace el mayor nivel de producción, mayor es el stock de capital deseado. La empresa precisa su stock de capital, en función de la producción esperada en el futuro.

Costo de uso del capital

Se identifica el costo de uso del capital (Cu), con el tipo de interés, teniendo en cuenta que las empresas tienen que endeudarse para financiar la utilización o la adquisición de capital. Podríamos decir que el costo de uso del capital consiste en el costo de los intereses más la depreciación. Suponiendo que la tasa de depreciación es una constante (d), suponiendo que en cada período el capital se deteriora en una proporción fija, podríamos decir que:

$$Cu = i + d \quad (3)$$

El tipo de interés real

Es necesario hacer la distinción entre el tipo de interés real y el nominal, entendiéndose que el tipo de interés real es el tipo de interés nominal (observado) menos la tasa de inflación. El tipo real de interés esperado, es el que se va a tomar en cuenta para el costo de uso del capital, debido a que la empresa se está endeudando para producir bienes que se producirán en el futuro. En promedio se debe tomar en cuenta que todas las empresas venderán bienes cuyos precios aumentarán paralelamente al nivel general de precios. Por tanto es de suponer que el valor de la producción aumentara con el nivel de precios, mientras que la cantidad nominal de intereses que debe devolver como consecuencia del endeudamiento no lo hará. El valor real de la deuda en el tiempo disminuirá como consecuencia de la inflación, y al calcular la cantidad de capital que se desea emplear, se debe tener en cuenta esta reducción del valor real de sus deudas pendientes.

La ecuación (3) se puede expresar, incluyendo la inflación esperada a una tasa π^e .

$$C_u \equiv r + d \equiv i - \pi^e + d \quad (4)$$

Donde (r) es el tipo de interés real; (i) es el tipo de interés nominal y

$$r \equiv i - \pi^e \quad (5)$$

Como sin duda se puede deducir, el gasto de inversión tiende a ser mayor cuando el costo de uso del capital es menor. Es importante fijar que la diferencia entre los tipos de interés real y nominal no equivale a decir que la inversión es mayor cuando el tipo de interés nominal es menor.

La inversión desde el punto de vista de Proyectos

De acuerdo a Blanco (2010) la inversión total del proyecto está constituido por el monto del capital, tanto los propios como los de terceros que se emplean tanto para la instalación como para la puesta en marcha. Del proyecto. La inversión está constituida tanto por el activo tangible, como por el intangible, y por supuesto por el capital de trabajo. La disponibilidad de capital lo forman los recursos que aportan los promotores del proyecto, como aquellos que provienen de la capacidad crediticia del mismo.

En las PYMI (Pequeñas y Medianas Empresas), la inversión se realiza durante el primer año de proyección. En grandes empresas o proyectos, la etapa de inversión puede representar, varios años al inicio de la proyección. Blanco (2010) señala que el año de inversión del proyecto debe incluirse dentro de los años de la proyección y no tomarlo como un punto de arranque 0, de manera que el valor de la inversión total se realiza a lo largo de todo el año de instalación y no solo al principio solamente.

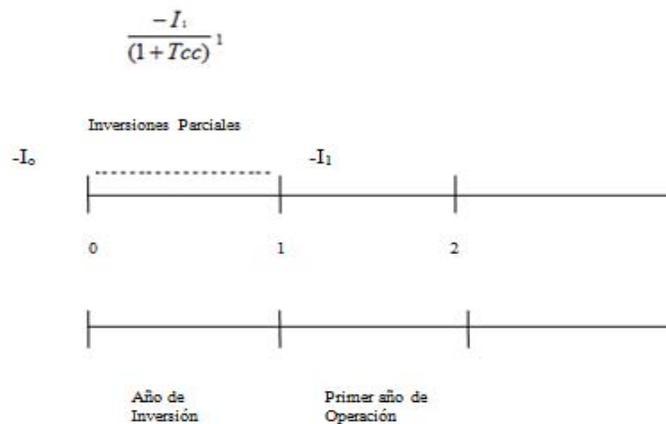


Gráfico N° 2.2.2.2-3. Diagrama de inversión

Fuente: Blanco (2010)

La línea del tiempo señala que el primer año de la proyección, se corresponde con la inversión, mientras que el segundo año se corresponde con el primer año de operación, de igual manera se observa que hay una inversión registrada como $-I_0$ al comienzo del año 1, por lo cual a partir de esta inversión se van a generar una serie de inversiones parciales a través del primer año, como por ejemplo la adquisición de maquinarias y equipo, la contratación de estudios de ingeniería, la construcciones de galpones etc. La sumatoria de todas esas inversiones se registran al final del año 1 como $-I_1$.

Para determinar el monto de la inversión realizada durante el año 1, y compararlo con los saldos de caja, es necesario igualar el valor de $-I_1$, por lo cual este valor se deberá descontar, de la misma manera que se descuentan los valores futuros de los saldos de caja.

La cual quedaría expresada en la siguiente fórmula:

$$I = \left[I_0 + \frac{I_1}{(1+Tcc)} \right] \quad (6)$$

Si esta (la inversión) se realiza en varios períodos, se aplica la siguiente fórmula de los montos invertidos a través de los valores presentes invertidos en cada período

$$VPN = - \left[I_0 + \frac{I_1}{(1+Tcc)} + \dots + \frac{I_n}{(1+Tcc)^n} \right] \quad (7)$$

Donde Tcc es la tasa del costo del capital, donde normalmente se utiliza una combinación ponderada de la tasa activa vigente que cobra el banco y la tasa que renuncia el promotor cuando retira su capital del banco para invertirlo (tasa pasiva).

Afirma Blanco (2010) que para América Latina se recomienda utilizar como Tc (tasa de costo de capital), a la tasa activa promedio del mercado, aunque esta castiga el proyecto al incrementar el monto de los intereses de amortización pagados por el banco, pero refleja más nuestra realidad financiera cotidiana.

Los métodos de evaluación más usados para la evaluación de proyectos de inversión son dos:

A) El Valor Presente Neto (VPN)

El VPN sirve para determinar la rentabilidad de los proyectos. Para calcular se hace uso de la inversión $-I$ y del VPD o Valor Presente Descontado de los flujos de caja, con lo cual se obtiene el Valor Presente Neto $VPN = -I + VPD$. El motivo por el cual se resta la inversión (I) y se le suma Valor Presente Descontado (VPD), se debe a que en Matemáticas Financieras las salidas de dinero son negativas y las entradas son positivas.

Escrito en formula se expresar de la siguiente manera:

$$VPN = -[I_0 + \frac{I_1}{(1+Tir)^1}] + [\frac{VF_1}{(1+Tir)^1} + \frac{VF_2}{(1+Tir)^2} + \dots + \frac{VF_n}{(1+Tir)^n}] \quad (8)$$

Con lo cual se puede tener tres resultados o reglas de decisión:

- 1) Si $VPD > I$, el $VPN > 0$ y el inversionista recupera el capital invertido más una riqueza adicional, por lo cual se acepta el proyecto.
- 2) Si $VPD = I$, el $VPN = 0$, el inversionista solo recuperará el capital invertido, por lo cual puede aceptar o rechazar el proyecto.
- 3) Si $VPD < I$, donde $VPN < 0$ o negativo lo que indica que el inversionista recuperara parcialmente el capital invertido, por lo cual deberá rechazar el proyecto.

B) Tasa Interna de Retorno (TIR)

Se puede definir como aquella tasa de interés (r), que iguala el Valor Presente Descontado VPD a la inversión realizada, por lo cual el VPN se hace cero $VPN = 0$.

Lo cual se puede llegar a la siguiente fórmula:

$$VPN = - [I_0 + \frac{I_1}{(1+Tir)}] + [\frac{VF_1}{(1+Tir)} + \frac{VF_2}{(1+Tir)^2} + \dots + \frac{VF_n}{(1+Tir)^n}] = 0 \quad (9)$$

Donde estas son las reglas de decisión:

- 1) Si $TIR > Tcc$, el valor presente descontado (VPD) será mayor que la inversión I realizada, y el valor presente neto VPN será $VPN > 0$, por lo cual debe aceptar la inversión.
- 2) Si la $TIR = Tcc$, el valor presente descontado VPD será igual a la Inversión I realizada y el VPD será igual a cero. $VPN = 0$, lo cual implica que el inversionista decidir si invierte o no.
- 3) Si la $TIR < Tcc$, el valor presente descontado será menor que la inversión I realizada, y el valor presente será negativo $VPN < 0$.

2.2.3 EVALUACIÓN DE PROYECTOS

La evaluación de proyectos de acuerdo a Bacca (1990), es una materia interdisciplinaria que interviene en su construcción, tales como estadística, investigación de mercados, investigación de operaciones, ingeniería de proyectos, contabilidad, economía. Sin embargo el Profesor Bacca Urbina nos presenta un esquema sencillo de lo que es Formulación y Evaluación de Proyectos, esquema que desarrollaremos a continuación.

2.2.3.1 DEFINICIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN

El Proyecto de Inversión se puede definir como “un plan, que se le asigna determinado monto de capital y se le proporciona insumos de varios tipos, para producir un bien o servicio, útil al ser humano o a la sociedad en general”, Urbina (1990).

Siempre que exista una necesidad humana en cuanto a un bien o servicio, hay necesidad de invertir, para obtener estos bienes y servicios. Sin embargo para que esa inversión tenga éxito es necesario estudiar primero de la existencia de esa necesidad, en qué términos, es decir justificar la decisión de la inversión, para luego estructurarla forma de llevarlo a cabo, evaluando previamente su rentabilidad. De allí nace la necesidad de elaboración de un proyecto.

2.2.3.2 EVALUACIÓN DE PROYECTOS

Se podría definir la evaluación del proyecto como aquella que “tiene por objeto conocer su rentabilidad económica y social, de tal manera que asegure resolver una necesidad humana en forma eficiente, segura y rentable.

En proyectos de inversión lucrativos surgen a medida que se va realizando el estudio, múltiples alternativas sobre tamaño, localización, tecnologías, organización, etc,etc que se pueden aplicar. Se puede decir que esta misma situación surge en proyectos públicos o de carácter social. Inclusive si se aplican dos grupos técnicos para elaborar el mismo proyecto, los resultados serían diferentes. Por tanto durante el análisis de los proyectos surgen datos, juicios de valor, prioridades que se diferenciaran en la decisión final.

2.2.3.3 MARCO DE DESARROLLO

EL Marco de Desarrollo o de Referencia, no es más que ubicar el contexto donde se piensa desarrollar el proyecto, es decir bajo qué condiciones económicas y sociales se piensa emprenderlo, a quien va dirigido, y que problema específico piensa resolver.

El Marco de Desarrollo en si comprende los siguientes objetivos:

- a) Determinar la existencia de un mercado potencial que no ha sido satisfecho, indicando si es viable desde el punto de vista operativo introducir en un mercado el producto que se piensa desarrollar.
- b) Verificar que hay tecnología disponible para producir ese producto, y que hay disponible los insumos necesarios para producirlo.
- c) Procesar que es económicamente rentable, llevar a cabo su realización

2.2.3.4 ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado básicamente trata de determinar la oferta y la demanda, los precios y la comercialización potencial del producto. Es posible por fuentes de información secundaria la cuantificación de la oferta y la demanda, sin embargo es recomendable ir directamente a la fuente de la información primaria ya que se obtienen datos actualizados y relevantes de las necesidades del mercado. Por otro lado, este estudio nos da información sobre la mejor forma de comercialización y política de precios, que garantice el éxito del producto.

2.2.3.5 ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico pudiera dividirlo en cuatro elementos:

- a) Determinación del tamaño óptimo de la planta
- b) Determinación de la localización
- c) Ingeniería del proyecto
- d) Análisis administrativo

Donde:

- a) La determinación óptima del tamaño del proyecto, depende de la porción del mercado que se piensa cubrir, de la tecnología disponible, el número de turnos o nivel de ocupación proyectado que se espera alcanzar (No hay un método preciso que nos de una regla de decisión).
- b) La determinación de la localización, los cuales se escoge de acuerdo a los costos de transporte de la materia prima, y producto terminado, disponibilidad de servicios, debiendo de tomar en cuenta los aspectos cualitativos como los incentivos fiscales, clima, actitud de la comunidad y de las autoridades.
- c) Ingeniería del Proyecto: implica los detalles técnicos para la elaboración de la infraestructura, elección y puesta en funcionamiento de la maquinaria y tecnología, de acuerdo a la disponibilidad de capital, la distribución física de la planta y el cálculo de las áreas de las empresas.
- d) Análisis administrativos implica una propuesta inicial de la factibilidad organizativa y administrativa de la empresa, donde se debería definir el personal del personal a ingresar, el organigrama de la empresa con su manual de funciones y procedimientos, así como aquellos elementos legales que afecta el funcionamiento de la empresa.

2.2.3.6 ESTUDIO ECONÓMICO

El estudio económico implica el ordenamiento y sistematización de la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores, y los cuadros necesarios para la evaluación económica. Esta etapa contempla la determinación de los costos totales de la inversión inicial, sobre la base de los estudios de los ingenieros y tecnologías seleccionadas. Otro elemento importante es el cálculo del capital de trabajo, como parte de la inversión inicial. Es necesario igualmente de necesitar el financiamiento, averiguar las distintas opciones y desarrollar el cronograma de pago de intereses y de capital.

Aquí se proyectan los ingresos y gastos, para determinar el flujo de caja, para luego proceder al cálculo del punto de equilibrio, donde se determina la cantidad mínima de bienes y servicios a vender para cubrir los costos del proyecto y su funcionamiento.

En esta sección se contempla mediante el Valor Presente Neto (VPN) y Tasa Interna de Retorno (TIR), para determinar la rentabilidad del proyecto.

2.2.3.7 ANÁLISIS Y ADMINISTRACIÓN DE RIESGO

Esta etapa consiste en la variación de distintos parámetros técnicos y financieros que permitan determinar la fortaleza del proyecto, ante un entorno económico cambiante, y ante variaciones de los elementos técnicos; y observar así el margen de maniobrabilidad del proyecto, ante el riesgo de bancarrota.

2.2.4 ANÁLISIS DE ENTORNO Y CADENA DE VALOR

2.2.4.1 ⁵Modelo de Diamante de Porter

El Modelo del Diamante de Porter, junto con las cinco fuerzas competitivas, permite armar la estrategia de la empresa, para el desarrollo de un negocio exitoso dentro de un sector específico de la economía. El Modelo del Diamante, señala cuatro grupos determinantes principales y dos determinantes secundarios.

Dentro de los grupos determinantes, tenemos:

1. Disponibilidad de factores
2. Características de la demanda
3. Industrias relacionadas y de apoyo
4. Rivalidad del sector y estrategias de las empresas.

Los factores secundarios son:

1. Gobierno
2. Hechos Fortuitos

Disponibilidad de factores: se refiere a los factores de producción en cuanto si estos son heredados o creados.

1. Heredados:
 - Recursos naturales

⁵ Francés, Antonio. Estrategia para empresa en América Latina. Ediciones IESA, Caracas 2001. Pág. 70-72

- Ubicación geográfica
- Disponibilidad de mano de obra calificada

2. Creados

- Infraestructura
- Desarrollo tecnológico
- Desarrollo del sistema financiero
- Recursos humanos capacitados

Características o Condiciones de Demanda: se refiere básicamente a las características, tamaño y grado de exigencia de la demanda ya sea de bienes o de servicios, ya que una demanda exigente, mejora la calidad del producto.

Industrias relacionadas y de apoyo: es relevante en la competitividad, ya que la cercanía geográfica de los proveedores, ayuda o colabora donde los procesos de innovaciones o mejora continua.

Rivalidad del sector y estrategias de las empresas: en este aspecto se refiere a dos elementos, uno es la estructura y organización del sector y el otro su grado de rivalidad. Es importante destacar que la estrategia de la empresa es individual, y que una alta rivalidad permite mejorar los productos.

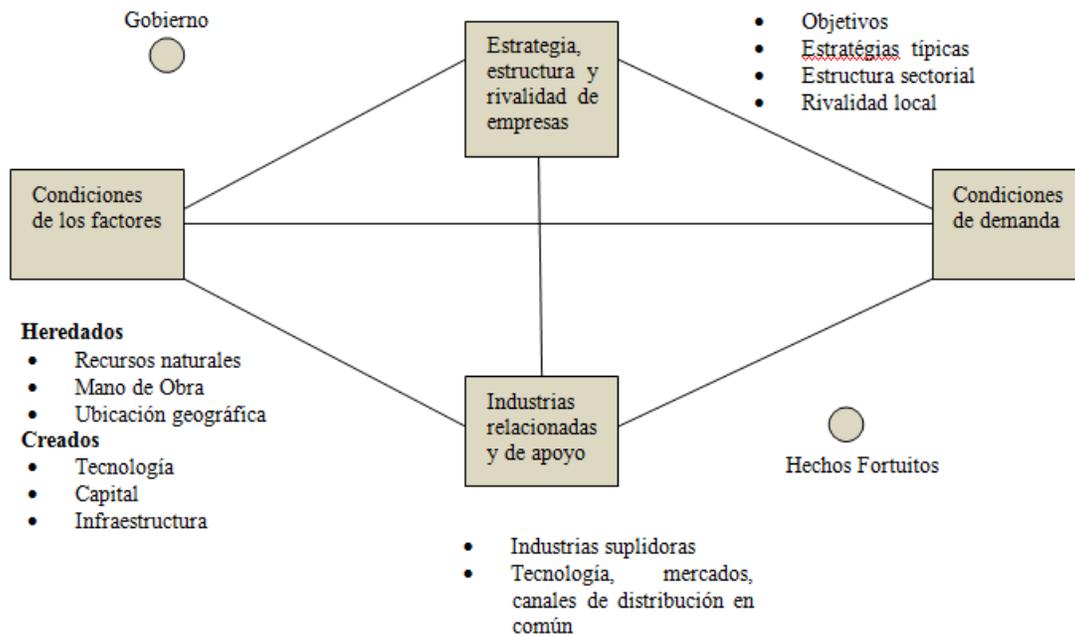


Figura N° 2.2.4.1-1. Modelo de Diamante de Porter. (Análisis Sectorial).

Fuente: Frances (2001)

2.2.4.2 MODELO DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER

Las ⁶cinco fuerzas competitivas, permite realizar un análisis estructural de la industria y así mediante estrategias competitivas, cambiar las reglas a favor de la empresa. Las reglas de la empresa están contenidas en las cinco fuerzas a saber:

1. Entrada de nuevos competidores
2. Amenazas de sustitutos
3. Poder de negociación de los compradores

⁶ Porter, M. "Ventaja Competitiva". Editorial Continental. México. 1998.

4. Poder de Negociación de los proveedores.
5. Rivalidad entre competidores existentes.

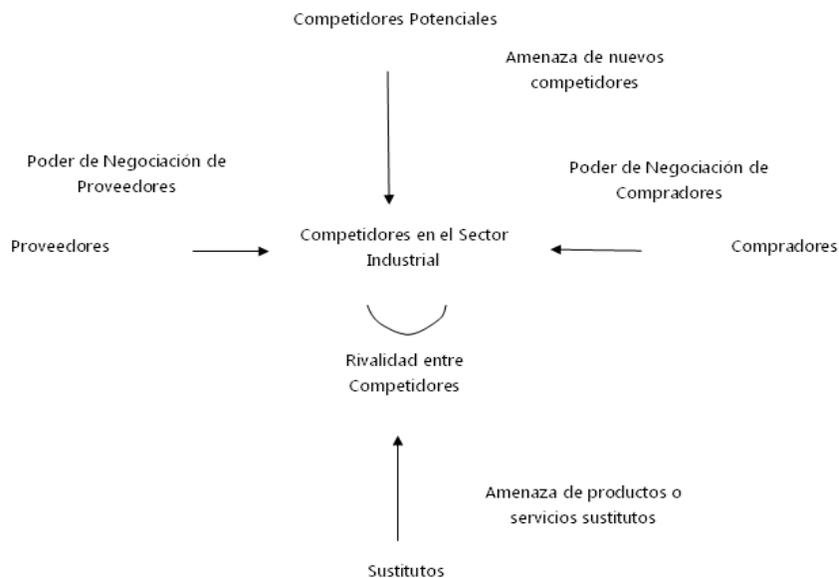


Figura N° 2.2.4.1-2. Modelo de las Cinco Fuerzas de Porter. (Análisis Competitivo de la Industria)

Fuente: Porter (1998)

Las cinco fuerzas competitivas en conjunto cuando son favorables, permiten a una empresa en determinado sector industrial ganar en promedio una mayor tasa interna de retorno que el costo del capital. Por ejemplo, estos sectores pueden ser el farmacéutico, refrescos, condición de la base de datos, donde muchos productores en el mundo ganan márgenes elevados. Una utilidad alta en un determinado sector industrial depende de su estructura. Las cinco fuerzas son importantes porque influyen en los precios, los costos, que son componentes del retorno de la inversión.

Describiendo estos componentes tenemos:

1. La amenaza de ingresos, determina la inversión requerida para desanimar a los entrantes.
2. El poder del comparador influye en el precio que la empresa puede colocar a su producto, y depende de la existencia de productos sustitutos.
3. El poder de negociación de los proveedores: precisa el costo de las materias primas y de otros insumos.
4. El nivel de rivalidad influye en los costos de competir tales como desarrollo de productos, publicidad y fuerza de ventas.

Las cinco fuerzas competitivas se pueden visualizar de la siguiente manera:

Competidores Potenciales

Para analizar a los nuevos ingresos o competidores potenciales debemos analizarlas siguientes variables:

Economías de escala

1. Diferenciación propias del producto
2. Costos intercambiables
3. Requerimientos de capital
4. Acceso a la distribución
5. Ventajas absolutas:
 - Curva de aprendizaje del propietario
 - Acceso a los insumos necesarios
 - Diseño propio de productos
6. Políticas gubernamentales

7. Retornos esperados

Determinantes del Proveedor

1. Diferenciación de insumos
2. Costos intercambiables de proveedores y empresas en el sector industrial
3. Presencia de insumos sustitutos
4. Concentración de proveedores
5. Importancia de volumen para el proveedor
6. Coto relativo a las compras totales
7. Impacto de insumos en el costo
8. Amenaza de integración hacia adelante y hacia atrás

Determinante de Amenazas de Sustitución

1. Desempeño del precio relativo de los sustitutos
2. Costos intercambiables
3. Propensión del comprador a sustituir

Determinantes para el poder del comprador

Palanca negociadora

1. Concentración de compradores contra la concentración de empresas
2. Volumen de compra
3. Negociación para la absorción de costos por parte del comprador o

Sensibilidad al precio

1. Precio/compras totales
2. Diferencias en productos
3. Identidad de la marca
4. Impacto sobre calidad /desempeño

- | | |
|--|--|
| proveedor | 5. Utilidad del comprador |
| 4. Capacidad de integrarse hacia atrás | 6. Incentivo e los tomadores de decisión |
| 5. Productos sustitutos | |

Determinantes de la rivalidad

1. Crecimiento de la industria
2. Costos fijos (almacenamiento)/Valor Agregado
3. Sobrecapacidad intermitente
4. Diferencias del producto
5. Identidad de la marca
6. Costos intercambiables
7. Complejidad de la información
8. Diversidad de competidores
9. Plataforma empresarial
10. Barreras de salida

Es importante destacar que en el marco de estas cinco fuerzas competitivas, señala los factores determinantes para la competencia en ese sector industrial, así como identifica las innovaciones estratégicas, que mejorarían al sector industrial y la propia.

2.2.4.3 ESCENARIOS DE NEGOCIOS EN VENEZUELA

Escenarios Situacionales

Los escenarios situacionales se realizan en base a las fuerzas motoras que pueden cambiar las situaciones en un minuto dado. Es así como el grupo de planificadores de la empresa Shell logro en la década de los 70's pronosticar el enfrentamiento árabe-israelí, y armar las estrategias, para así obtener las mayores ganancias.

Al construir estos escenarios es importante identificar acontecimientos inexorables, tales como envejecimiento de la población, agotamiento de minas, y yacimientos en agotamientos.

Escenarios Macroeconómicos a Mediano Plazo

El escenario macroeconómico, describe las situaciones económicas las cuales están altamente relacionadas con las políticas económicas del gobierno, dadas unas situaciones del entorno. En el caso venezolano que se encuentre este año dentro de un período electoral es necesario formular los escenarios de acuerdo al candidato y la política que adoptaría cada uno. De igual manera habría que partir de los escenarios del mercado petrolero mundial. También es necesario introducir elementos de desempeño de política monetaria, fiscal y financiera.

De acuerdo a Francés (2001) los escenarios macroeconómicos para Venezuela estarían dispuestos en Venezuela, de acuerdo a la siguiente estructura:

Escenario petrolero

- Volúmenes de Ventas
- Precios

Escenarios de Política Económica

- Política Cambiaria
- Política Monetaria
- Política Fiscal
- Gasto Público
- Inversión
- Política Financiera (Deuda)
- Política Laboral
- Política Comercial
- Política Industrial
- Política Agrícola

Escenarios de Desempeño Económico

- Tasa de Cambio
- Inflación
- Crecimiento del PIB
- Tasa de desempleo
- Balanza de Pagos
- Tasas de Interés
- Reservas Internacionales
- Exportaciones no tradicionales
- Tasa de desempleo

2.2.4.4 CADENA DE VALOR

La Cadena de Valor se estructura para verificar las ventajas competitivas, para lo cual se requiere dividir las actividades económicas y tecnológicas de la empresa en forma aislada, en forma de unidades de negocio.

La Cadena de Valor de acuerdo a Frances (2001) se basa en los siguientes conceptos:

Valor: es el precio que el comprador está dispuesto a pagar por el producto (en su sentido amplio), con base en la utilidad que este le proporcione, en una situación de mercado.

Costo: es la suma de todos los bienes y servicios internos y externos utilizados hasta disponer del bien o servicio que se ofrece.

Margen: es la diferencia entre el valor y el costo; para maximizar el margen, existen dos estrategias alternas como lo son la diferenciación (aumentar el valor) y la reducción de costos.

Cadena de Valor: está conformada por una serie de etapas de agregación de valor, de aplicación al proceso productivo.

La Cadena de Valor Permite:

- Esquema coherente para determinar la posición de la empresa con respecto a sus competidoras.
- Definir las acciones para desarrollar las ventajas competitivas sostenibles
- Valor agregado: se crea cuando las actividades que se realizan incrementan el precio a pagar por el comprador por el producto.

2.3 MARCO JURIDICO

2.3.1 CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA

El Artículo 310 de la “Carta Magna”, le da rango constitucional a la actividad turística, como coadyuvante de la diversificación y desarrollo económico del país. Siendo el Estado un facilitador para su crecimiento y fortalecimiento.

2.3.2 DECRETO CON RANGO Y FUERZA DE LEY ORGÁNICA DE TURISMO

Esta Ley Orgánica es la principal norma que rige para el sector turístico, la cual fue aprobada, mediante Decreto N° 5.999, de fecha 15/04/08 y Publicada en Gaceta Oficial Extraordinaria de la República Bolivariana de Venezuela N° 5.889, del 31/08/08.

Objeto de la Ley

El objeto o la función de esta Ley, de acuerdo a su artículo N° 1, es promover, organizar y normar la actividad turística. Un elemento importante de la Ley es que ordena la cooperación y organización de los entes y órganos de la administración pública para el desarrollo de este importante sector.

Ámbito de Aplicación

Como lo expresa en su Artículo 3, esta ley rige tanto para el sector público como privado, que tienen que ver con la actividad turística.

Competencias del Sistema Turístico Nacional

El Artículo 6, indica ente otros elementos la definición del Sistema Turístico Nacional (STN), indicándolo como el conjunto de sectores, los cuales relacionados entre sí contribuyen al desarrollo de la actividad turística. En este sentido se indica que el mismo está conformado por:

- a) Los órganos y entes de la administración pública nacional, estatal y regional que participan en este sector.
- b) Los prestadores de servicios turísticos y las asociaciones que la conformen, siempre y cuando estén registradas en el Registro Turístico Nacional
- c) Los turistas o usuarios del servicio
- d) Las comunidades organizadas.

Órgano Rector

El órgano rector de la materia es el Ministerio con competencia en el área, que en el presente es el Ministerio del Poder Popular para Turismo el cual tiene las siguientes competencias:

- a) Elaborar el Plan Turístico Nacional, y orientar la elaboración y ejecución de los planes regionales y municipales, que son atribuciones de las gobernaciones de estados y alcaldías.
- b) Fijación con otros órganos de la República relacionados, los precios y tarifas de los servicios turísticos, cuando así lo requiera.

- c) Establecer la inscripción en el “Registro Turístico Nacional (RTN), así como el otorgamiento de permisos, y licencias que autorizan la prestación de los servicios turísticos.
- d) La aprobación de los proyectos de inversión turística, los cuales serían sujetos de los beneficios que indica la Ley.
- e) Clasificación, categorización y certificación de los prestadores de servicios turísticos.
- f) El fomento de la capacitación en el área.
- g) La determinación de las Zonas de Interés Turístico, para el desarrollo de zonas del país como actividad económica privilegiada.
- h) Actualizar el RTN
- i) Participar al Ministerio con competencia en el área ambiental, los estudios de impacto sobre el ambiente, de los proyectos turísticos a desarrollar.

De este Artículo se desprende que el Proyecto a desarrollar debe:

1. Ser certificado a través de la “Ficha de Factibilidad Socio Técnica”, para poder ser sujeto de los beneficios que indica la Ley. El proyecto de inversión debe contemplar el estudio de impacto ambiental y ser notificado al Ministerio con competencia en esa área.
2. Posteriormente con las puesta en funcionamiento se debe categorizar el establecimiento y certificarlo, y verificar si al momento en que entra en funcionamiento se han regulado las tarifas del sector, y desde luego haberse inscrito en el Registro Turístico Nacional

Instituto Nacional de Turismo (INATUR)

De acuerdo a esta Ley se crea el Instituto Nacional de Turismo (INATUR), adscrito al Ministerio del Poder Popular para el Turismo, que tiene como fin la capacitación y el

adiestramiento del personal a trabajar en esa área, y para su mantenimiento los prestadores de servicios turísticos debe pagar el 1 % de los ingresos brutos mensuales, y ser entregado con carácter mensual a este Instituto.

Para este proyecto es importante reseñar, tiene como objeto prestar sus instalaciones para la capacitación del personal de la zona de Barlovento, en especial de Higuerote., y de las personas que habitan en esas localidades, por lo cual se trabajará conjuntamente con INATUR e Institutos educativos de la zona.

De las atribuciones de los Estados y Municipios

De acuerdo a los Artículos 30 y 31, respectivamente ambas instancias de Poder deben:

- a) Asesorar a las comunidades para el desarrollo de la actividad turística.
- b) Promover la coordinación de todos los entes con competencia en la materia, con los promotores e inversionistas para el incentivo y mejor funcionamiento de la actividad turística.
- c) Elaborar y mantener actualizada las estadísticas turísticas.
- d) Garantizar los bienes y la seguridad de los prestadores de los servicios turísticos.
Como de sus usuarios.

Para el proyecto: implica que se debe trabajar con juntamente con las autoridades regionales y municipales para la promoción, operatividad y seguridad de la actividad turística.

Factibilidad Socio Técnica

De acuerdo a los Artículos 47 y 53 de la Ley Orgánica de Turismo, es de obligatorio cumplimiento para el desarrollo de la inversión de la infraestructura turística, la aprobación de parte del Ministerio de la ficha socio técnica, así como contar con la previa aprobación de las comunidades organizadas sobre el proyecto de inversión. De no cumplirse con este requisito hay sanciones previstas en la Ley.

Zona de Interés Turístico (ZIT)

El capítulo VIII de la Ley establece que se pueden declarar ciertas zonas del país como Zonas de Interés Turístico, debido a sus características culturales, ecológicas, geoestratégicas los fines de desarrollar la actividad turística, obligando a su mantenimiento, sustentabilidad ambiental y equilibrio turismo.

En estas zonas el Ministerio con competencia en turismo podrá conformar unidades administrativas de gestión para coordinar la promoción y articulación de las políticas turísticas. En estas áreas se incentivarán las inversión para la construcción de valedas, servicios básicos etc., que coadyuven al desarrollo de la actividad.

Para el proyecto: de encontrarse el proyecto en estas zonas, facilita el proceso de elaboración del proyecto, y dándole mayor valor a la inversión.

Planes de Promoción Turística

El capítulo X de la Ley contempla que el Ministerio con competencia en el área, no solo diseña sino que ejecuta planes de promoción tal como:

- a) La modernización de las empresas del sector referente tanto a la renovación de la infraestructura como de los sistemas que utilizan.
- b) Difusión y promoción cultural, bellezas naturales y zonas de interés turístico.
- c) Cualquier otra actividad que promueve la oferta turística nacional en el país.

Incentivos a la Actividad Turística

De acuerdo al Artículo 74 de la Ley Orgánica del Turismo, señala que el Presidente de la República puede otorgar los siguientes beneficios a los prestadores de servicios turísticos:

- a) Rebaja de hasta 75% del impuesto sobre la renta del monto incurrido de nuevas inversiones, para la construcción de alojamientos turísticos, prestación de servicios turísticos, reequipamiento de instalaciones.
- b) Exoneración de tributos para la importación de buques, aeronaves y vehículos con fines turísticos.
- c) Establecimiento de tarifas especiales para el suministro de servicios públicos que estén a cargo del Estado.

Fijación de Cartera Crediticia y Tasas de Interés

De acuerdo al capítulo XII de la Ley, la banca nacional destinará entre el 2,5 y el 7% de la cartera crediticia al sector turístico, al cual se le otorgará a una tasa preferencial fijada por el Banco Central de Venezuela.

2.3.3 LEY DE CRÉDITO PARA EL SECTOR TURISMO

Esta Ley fue publicada en Gaceta Oficial N° 39.251 del 27 de agosto de 2009, por lo cual es de creciente creación.

Objeto de la Ley

Esta Ley determina los mecanismos para la promoción de la actividad turística a través del financiamiento.

Definiciones

En su Artículo N° 2, se establecen las definiciones que aplican en esta norma jurídica, sin embargo procederemos a indicar, aquellas que a criterio de la investigación son más relevantes.

- Factibilidad socio técnica: acto administrativo donde el Ministerio del Turismo aprueba un proyecto turístico.
- Conformidad Turística: es el acto administrativo, basado en la Ley y comunicado mediante oficio, donde se aprueba que determinados prestadores de servicios turísticos, están autorizados para ello.
- Establecimientos Turísticos: señala la Ley que se refiere a todo espacio natural o construido, destinado a prestar servicios turísticos, tales como alojamiento, gastronómico, también aquellos dedicados a la promoción, comercialización y mercadeo, parques temáticos etc., que cumplan con las normativas del Decreto Ley Orgánica de Turismo.

- Zonas de desarrollo endógeno turístico: áreas con potencial turístico que puedan ser desarrollados por la comunidad organizada, consejos comunales y cualquier forma de participación popular.
- Zonas con potencial turístico: zonas son alto potencial turístico, que están bajo régimen de administración especial, con escaso desarrollo económico y social, escasa infraestructura, y poca inversión turística, susceptible de ser desarrollada.

Cartera de Crédito

De conformidad con los Artículos 3 y 4 las instituciones financieras tanto comerciales, como universales deben destinar entre 2,5% y 7% de cartera de créditos para financiar al sector turístico; lo que se denomina banca de desarrollo , no podrá destinar un monto menor al 2,0% de su cartera crediticia para las actividades turística.

Tasa Preferencial

La tasa preferencial del sector turístico, será fijada por el BCV, conjuntamente con el ministerio de Turismo de acuerdo al Artículo 5.

Financiamiento

El Artículo 6 de esta Ley señala las actividades a las cuales se les puede otorgar crédito, entre las cuales se encuentran:

- a) Aquellos que por motivo del crédito se inicien como prestadores de servicios turísticos.
- b) Dotación, equipamiento y reparación de:

- Alojamientos turísticos
 - Fincas, fundos y hatos, así como unidades agropecuarias que se unan a la oferta turística.
 - Unidades de transporte turístico
 - Agencia de viajes
 - Parques temáticos
 - Insumos para la capacitación
- c) Ampliación y remodelación de establecimientos turísticos.
- d) Adquisición y construcción de inmuebles destinados a prestar servicios turísticos.

Clasificación

El Artículo 7 establece la segmentación del crédito, de acuerdo a los ingresos brutos percibidos o esperados de los prestadores potenciales a establecer, tenemos así que:

- a) Segmento A, de los ingresos facturados anualmente menores a 20.000 unidades tributarias.
- b) Segmento B ingresos facturados anualmente superiores a 20.000 unidades tributarias y menores de 100.000.
- c) Segmento C: ingresos brutos percibidos en el año superiores a 100.000 unidades tributarias.

Amortización

Se establecen los períodos de amortización de acuerdo al artículo 9, de la siguiente manera:

- Para la elaboración de proyectos turísticos de dotaciones y equipamientos 5 años.

- Para ampliación y remodelación de establecimientos turísticos, adquisición de transporte terrestre y proyectos turísticos presentados por las comunidades 10 años.
- La adquisición y construcción de inmuebles turísticos, así como la compra de medios de transporte aéreo y acuático, tendrán una duración de 15 años para la amortización del crédito.

Período de Gracia

El período de gracias de acuerdo a la Ley para cualquier segmento será de uno hasta tres años. Es decir que se pagara intereses solamente en el período.

Tasas fijas

Se establece de acuerdo al Artículo 11 que la tasa será fija y solo se modificará para favorecer al prestatario y cuyas cuotas serán iguales, consecutivas y mensuales.

2.3.4 DECRETO N° 2.454 DE FECHA 11/06/2003 ZONA DE DESARROLLO SUSTENTABLE (ZEDES) DE BARLOVENTO

De acuerdo a la página electrónica del gobierno venezolano: <http://www.zedes.gob.ve/introd/introduc.htm> las ZEDES son zonas del país, que se pueden impulsar, en un corto plazo, para su despegue como zonas de desarrollo socioeconómico, que por sus características físico-naturales y geopolíticas, condiciones de habitabilidad, potencialidades y ámbito de influencia dentro de los ejes de desarrollo delimitados estratégicamente por el Ejecutivo Nacional, por lo cual se realizarán los esfuerzos necesarios para lograr este desarrollo y su vez se les otorga créditos a través de

FONZEDES. Es así que en Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela Extraordinaria N° 5.649 de fecha 06/08/2003, Decreto N° 5.649 de la misma fecha, se crea como Zona Especial de Desarrollo Sustentable Barlovento, lo que impulsa aun más la actividad turística de esta zona.

Esta situación aunado a que ya en el año 1974, ya la zona de Barlovento se había decretado como Zona de Interés Turístico, entendiéndose esta como la franja de costa hasta 500 metros a partir del punto de marea baja, le dan a esta región características especiales a nivel legal para la promoción y desarrollo de la actividad turística.

2.3.5 NORMAS SOBRE POSADAS (CORPORACIÓN DE TURISMO DE VENEZUELA)

Las ⁷Normas sobre Posadas, son normas técnicas en Venezuela, donde se indican todas las especificaciones para la construcción y funcionamiento de este tipo de alojamiento, la cual se presentó en el XIII Congreso Interamericano de Turismo en Caracas en el año 1977, el cual fue oficializado por la Corporación de Turismo de Venezuela.

2.3.6 LEY ORGÁNICA DEL AMBIENTE

Objeto de la Ley

El objeto de la Ley de acuerdo a su Artículo N°1 es desarrollar las garantías y derechos ambientales establecidos en la Constitución.

⁷ Consultado el 31/03/2012, en la página <http://www.cortulara.gob.ve/pdf/normaposadas.pdf>. Página electrónica del Gobierno de Venezuela.

Definiciones

Esta norma establece una serie de conceptos, que sirven para entender este instrumento legal, por lo cual solo nombraremos aquellos que sean los más relevantes para esta investigación. Las definiciones se establecen en el Artículo 3.

- 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 condiciones la existencia de los seres humanos y demás organismos vivos, que interactúan permanentemente en un espacio y tiempo determinado.
- 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.
- 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 capacidad de regeneración.
- 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.
- 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.
- Capacidad de carga: máximo valor posible de elementos o agentes internos o externos, que en un espacio geográfico o lugar determinado puede aceptar o soportar por un periodo de tiempo determinado, sin que se produzcan daños, degradación o impida la recuperación natural en plazos y condiciones normales o reduzca significativamente sus funciones ecológicas.

- **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.
- **Contaminación:** liberación o introducción al ambiente de materia, en cualquiera de sus estados, que ocasiona modificaciones al ambiente en su composición natural o la degrade.
- **Contaminante:** toda materia, energía o combinación de estas, de origen natural o antrópico, que al liberarse o actuar sobre la atmósfera, agua, suelo, flora, fauna o cualquier elemento del ambiente, altere o modifique su composición natural o la degrade.
- **Daño ambiental:** toda alteración que ocasiona pérdida, disminución, degradación, deterioro, detrimento, menoscabo o perjuicio al ambiente o a alguno de sus elementos.
- **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 las 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.
- **Ecosistema:** sistema complejo y dinámico de componentes abióticos, energía que interactúan como una unidad fundamental
- **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.
- **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.

- 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.
- 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 del ambiente sano, seguro y ecológicamente equilibrado, cuya observancia es obligatoria.
- Preservación: aplicación de medidas para mantener las características actuales de diversidad biológica, demás recursos naturales y elementos del ambiente.
- Riesgo ambiental: probabilidad de ocurrencia de daños en el ambiente, por efecto de un hecho, una acción u omisión de cualquier naturaleza.

Gestión ambiental

De acuerdo a los Artículos 8 y 10, se establece que la gestión ambiental se aplica sobre el ecosistema y las actividades que pueden degradar al ambiente y que por tanto necesitan la evaluación de sus efectos. En cuanto a sus objetivos contemplan la prevención y control de las actividades dañinas al ambiente, reducir o eliminar las fuentes de contaminación, asegurar la conservación de un ambiente sano y promover los estudios e incentivos económicos en función de utilizar tecnologías limpias

Calidad Ambiental

El estado y la sociedad deben asegurar el mejoramiento de los ecosistemas, la conservación de los recursos naturales y demás procesos ecológicos (Artículo 10).

Referente al Desarrollo del Proyecto de factibilidad

Para desarrollar la Posada, debe contar con un estudio de impacto ambiental, contemplado en el Artículo 85, para poder solicitar la “Constancia Ambiental”, que certifique el cumplimiento de la normativa ambiental (Artículo 94), el cual será emanado de la autoridad ambiental.

Incentivos

De acuerdo al Artículo 103, existen una serie de incentivos para promover las tecnologías limpias, o que anulen efectos contaminantes, o mejoren el ambiente, entre los cuales se contemplan (Artículo 104):

- De tipo crediticio financiado por el Estado
- Exoneración del pago de impuestos, tasas y contribuciones
- Cualquier otro incentivo que permita establecer la Ley.

2.3.7 DECRETO CON RANGO, VALOR Y FUERZA DE LEY ORGÁNICA DEL TRABAJO, LOS TRABAJADORES Y LAS TRABAJADORAS

Objeto de la Ley

El objeto de este decreto ley es el de regular las situaciones y relaciones jurídicas derivadas del proceso de producción de bienes y servicios, entre los trabajadores y los patronos.

Esta es una Ley de reciente promulgación (30 de abril del 2012), el cual tiene un alto impacto en los costos de las empresas, ya que contempla el cálculo de las prestaciones sociales en base al último salario devengado, es decir es una indexación, la cual había sido eliminada en la anterior legislación, por sus impactos negativos en los incrementos salariales percibidos por los trabajadores. Los aspectos relevantes para este proyecto de esta Ley se contemplan más adelante.

CAPÍTULO III. MARCO METODOLOGICO

Este capítulo se refiere a los métodos y técnicas a utilizar para abordar la investigación, de manera que cumpla con los parámetros universalmente aceptados y que le den validez al estudio.

3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

El precedente estudio trata de determinar la factibilidad de la instalación de una posada turística en la localidad de Higuero, por lo cual de acuerdo a Valarino (2010), es una investigación de tipo Evaluativa donde ⁸“tiene como propósito determinar sistemáticamente la calidad o valor de programas, proyectos, planes e intervenciones”. Es decir, se pretende recolectar información disponible tanto de tipo económica como técnica, que permita mediante ello diagnosticar la conveniencia o no de construir y poner en funcionamiento la posada.

3.2 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

El diseño de investigación para el desarrollo de este proyecto contempla el de tipo bibliográfico; ya que se pretende utilizar toda la información disponible en textos y en especial la data estadística publicada por el Instituto Nacional de Estadística (INE), y el Ministerio para el Poder Popular para el Turismo (MINTUR), así como aquella proveniente de instituciones privadas referentes al mercado turístico nacional, del Estado Miranda y específicamente de la localidad de Higuero.

⁸ Valarino, E. y Otros. “Metodología de la Investigación paso a paso”. Editorial Trillas. México 2010 Pág. 70.

3.3 UNIDAD DE ANÁLISIS

La unidad de análisis es el turista o potenciales turísticas, que visitan al Estado Miranda.

. 3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA

Se utilizaran los resultados de la encuesta de MINTUR “Temporada Carnaval 2009. Resultados por Estado” enfocándonos en los resultados del Estado Miranda. La población que se analizó en esta encuesta realizada por el Ministerio de Turismo es a los turistas que visitan el Estado Miranda. Es importante destacar que el turismo que se practica en esta entidad federal es de playa, por lo cual sus resultados son válidos extrapolarlos a la ciudad de Higuero. En cuanto a la muestra. El método de muestreo utilizado fue el método no probabilístico (muestreo por cuota), donde ⁹ “en las muestras de este tipo; la elección del sujeto no depende de que todos tienen la misma probabilidad de ser elegidos, sino de la decisión del investigador o grupo de encuestadores”.

⁹ Hernández Sampieri, Roberto y Otros. “Metodología de la Investigación”. McGraw Hill. México 1991. Págs. 231-233.

Ficha Técnica (Encuesta)

Ficha Técnica

NOMBRE DE LA OPERACIÓN ESTADÍSTICA:

Encuesta en Sitios de Interés Turístico, Temporada Carnaval 2009

FINALIDAD:

Obtener un marco de información que permita hacer un análisis efectivo para la planificación y ejecución de políticas que contribuyan al desarrollo de este sector.

OBJETIVO GENERAL:

Conocer las características sociodemográficas de los visitantes residentes y no residentes, así como un conjunto de indicadores referidos al perfil y gasto turístico.

COBERTURA:

Anzoátegui, Apure, Aragua, Barinas, Carabobo, Cojedes, Delta Amacuro, Distrito Capital, Lara, Mérida, Miranda, Monagas, Portuguesa, Sucre, Táchira, Trujillo, y Zulia.

ESTADOS NO PARTICIPANTES:

Amazonas, Bolívar, Falcón, Guárico, Nueva Esparta, Vargas y Yaracuy

PERÍODO DE RECOLECCIÓN:

Del 21 al 24 de Febrero del año 2009.

VARIABLES:

Sexo, Edad, Estado de Residencia, Nivel de Ingreso Mensual, Tipo de Alojamiento, Noches Promedio de Permanencia, Gasto, Medio de Transporte, Tamaño del Grupo Viajero, Satisfacción del Viaje.

UNIDAD DE INVESTIGACIÓN:

El grupo viajero.

UNIDAD DE ANÁLISIS:

El visitante.

UNIDAD DE OBSERVACIÓN:

El jefe de grupo.

TIPO Y CLASE DE MUESTREO:

No probabilístico, empleando el muestreo por cuotas.

ORGANISMOS PARTICIPANTES:

Corporaciones, Direcciones y Fondos Mixtos de Turismo

3.5 RECOLECCION DE DATOS

La recolección de información para este proyecto provendrá de publicaciones tanto oficiales como privadas, y contempla, desde leyes o normativas en materia turística, así como bibliografía disponible tanto electrónica como física que pueden aportar información valiosa que permita completar el proyecto.

3.6 OPERACIONALIZACIÓN DE OBJETIVOS

Variable	Objetivos Específicos	Dimensiones	Indicadores	Fuentes
Factibilidad de instalación de Posada Turística – Escuela de Categoría de Tres (3) Estrellas en Higuerote Estado Miranda	Analizar la Factibilidad Legal del Emprendimiento.	Estudio Legal.	Nivel de incentivo legal para la promoción de emprendimientos turísticos.	Leyes, Decretos y Ordenanzas del Gobierno Nacional, Estatal y Municipal.
	Establecer la Viabilidad de la Existencia de un Mercado Sostenible.	Estudio de Mercado.	Nivel de Oferta y Demanda Turística	Estadísticas: -MINTUR -INE
	Revisar el Entorno Económico de Desarrollo del Proyecto.	Estudio del Entorno	-Modelo del Diamante de Porter -Cinco Fuerzas de Porter -Escenarios Macroeconómicos	-Artículos de Prensa -Revistas del Mercado Turístico Venezolano -Fuente Primaria.
	Determinar la Factibilidad Técnica y Ambiental.	Estudio Técnico	-Ubicación de Infraestructura -Tipo de Construcción -Descripción de Procesos -Calidad de Servicios	-Alcaldía de Brion -Ministerio del Ambiente -Servicios de Ingeniería
	Desarrollar la Evaluación Económica y Financiera	Estudio Económico y Financiero	-Valor Presente Neto -Tasa Interna de Retorno	-Valoración de Recursos en el Mercado
	Estudiar Análisis de Administración y Riesgo	Análisis de Sensibilidad	-Variación de la TIR y VPN ante Cambios en Variables Fundamentales del Proyecto.	-Fuente Primaria

CAPÍTULO IV. VENTANA DE MERCADO

4.1 MISION

De acuerdo al Profesor ¹⁰ Vallejo, entendemos como misión el propósito del negocio, donde se define el cómo, el porqué y el para que se desea realizar la visión. Mientras el ¹¹ Francés describe el mismo concepto como el área de actividad donde se ubica el negocio tanto en el presente como en el futuro, indicando las necesidades a satisfacer del mercado, donde desde el punto de vista corporativo se debe especificar las necesidades y clientes a ser atendidos.

Siendo así se define la misión de la posada como:

- “Proporcionar servicio de alojamiento y esparcimiento a las familias que acuden a la ciudad turística de Higuerote, integrando la cultura local y el medio ambiente; sirviendo de plataforma para la formación de recurso humano en la actividad hotelera para los habitantes de la zona; generando el mayor valor agregado para la empresa, sus empleados, la comunidad y el medio ambiente”.

4.2 VISION

La visión es la situación futura hacia donde se quiere llegar, donde el negocio debe definirse a partir del cliente y mejor aún del consumidor o usuario final (Vallejo 2003). Este autor explica que la visión se debe enfocar en el largo plazo, donde se refleje con claridad el compromiso, la coherencia y convicción para lograrlo; en el cual deben estar

¹⁰ Mejía P. “**Competencia Estratégica Empresarial**”. Pontificia Universidad Javeriana. Editorial Javergraf. Bogotá 2003. Pág. 168.

¹¹ Frances A. “**Estrategias para la Empresa en America Latina**”. Instituto de Estudios Superiores de Administración. Ediciones IESA. Caracas 2001. Pág. 38.

identificada toda la organización. Es importante resaltar que la visión desde el punto de vista empresarial debe buscar:

- La coordinación y optimización de los recursos productivos.
- Ajuste de la empresa al mercado objetivo
- Satisfacer las necesidades del mercado
- Introducir innovaciones que generen valor agregado

De acuerdo a Antonio Francés (2001) tiene el concepto que la visión es un retrato futuro y que se debe centrar a las características que pretende llegar la empresa. De igual manera hace una descripción de la visión de acuerdo al Cuadro de Mando Integral bajo las cuatro perspectivas:

- **Perspectiva de los Accionistas:** Nivel a alcanzar; logro de los fines.
- **Perspectiva de Clientes:** Determinar el grado de diversificación dentro de la misión, así como determinar la cobertura geográfica.
- **Perspectiva de Procesos:** señalar el tamaño relativo a alcanzar. Grado de Internacionalización.
- **Perspectiva de Capacidades:** determinar el nivel de excelencia que se aspira, así como las capacidades medulares distintivas.

Basados en estos conceptos, podemos señalar que la visión de la Posada Turística es la siguiente:

- “Posicionarnos como la mejor posada de alojamiento y esparcimiento de turismo familiar de la ciudad de Higuero, a nivel nacional e internacional, a través de la innovación en servicios, y logrando la mayor generación de recursos para lograr la expansión y aumento de los servicios turísticos, en conjunción con la cultura local, el medio ambiente y la comunidad”.

4.3 DESCRIPCION DEL PRODUCTO

El Proyecto consiste en la construcción de un establecimiento de alojamiento turístico, bajo la modalidad de posada¹² en el área de Higuero, con el fin de aprovechar la demanda de alojamiento turístico y recreacional de playa, que tiene esta zona del litoral mirandino, la cual está dirigida en especial a las familias que viven en el Área Metropolitana de Caracas. Esta es una empresa de tipo familiar, de pequeña escala.

El proyecto está concebido para 20 cabañas, con capacidad para 5 personas. Sin embargo en cuanto al tipo de cabaña, esta podrá variar su modalidad, de acuerdo a lo que dicte la demanda en el mercado..

Un elemento importante de este proyecto, es el aporte a la comunidad, ya que sobre el efecto multiplicador que genera la actividad turística desde el punto de vista económico, las instalaciones servirían bajo el concepto de “POSADA-ESCUELA”, donde se dictarían cursos de capacitación de formación de personal para el área turística tales como:

- **Camareros**
- **Barman**
- **Cocina**
- **Otros**

Del mismo modo, los alumnos realizarían las pasantías en las instalaciones de la posada, bajo un tutor. Esta oferta estaría dirigida principalmente para habitantes de la zona de Barlovento, con apoyo de la Gobernación del Estado Miranda, Instituto Universitario Barlovento y del Ministerio del Poder Popular para el Turismo.

¹² De acuerdo a lo establecido en el documento “NORMAS SOBRE POSADAS”, dictadas por el Ministerio del Poder Popular para el Turismo (MINTUR), de la República Bolivariana de Venezuela, <http://www.mintur.gob.ve/descargas/normaposadas.pdf>, (Consulta 20/03/11).

Arquitectura

La arquitectura de la instalaciones sería de tipo rustico, estilo “Rancho Barloventeño”, respetando y promoviendo a la vez, la identidad cultural de la zona.

Descripción de Instalaciones y Servicios

El servicio de alojamiento estaría constituido por:

Cabañas con servicios de:

- Baño
- Camas dobles y sencillas
- Kitchenette
- Aire Acondicionado
- Parrillera y ducha exterior

Otros Servicios:

- Piscina
- Comedor
- Estacionamiento
- Salón de Usos Múltiples
- Minimercado (Minimarket tipo PDV)

Ubicación

El proyecto se desarrollaría en el Estado Miranda, Zona de Barlovento, Municipio Brión, específicamente en la zona rural de la carretera Higuero-Curiepe, sector Pantano. El

Estado Miranda¹³ tiene una superficie de 7.950 Km. cuadrados, Barlovento tiene una superficie de 3.150 Km. cuadrados, ocupando las dos quintas partes de la superficie del Estado Miranda y constituyendo una unidad geográfica y cultural con alto espectro turístico. Esta zona de clima tropical lluvioso cuenta además con una alta potencialidad agrícola, cuyo cultivo más importante es el Cacao; también dispone de un extenso litoral apto para el turismo de playa.

Desde el punto de vista cultural Barlovento tiene entre otros atractivos, actividades tradicionales,¹⁴ religiosas y culturales como: la Cruz de Mayo, los Repiques del tambor de San Juan, la Feria del Lebranche y la Celebración de la Misa AfroCaribeña. Esta unidad ¹⁵geográfica-cultural está conformada por los municipios:

Municipio Acevedo, capital Caucagua.

Municipio Brión, capital Higuero.

Municipio Buroz, capital Mamporal.

Municipio Andrés Bello, capital San José de Barlovento.

Municipio Páez, capital Río Chico.

Municipio Pedro Gual, capital Cúpira.

Figura: 4.3. Estado Miranda

¹³Fondo Nacional para el Financiamiento de las Zonas Especiales de Desarrollo Sustentable. **Zonas Especiales de Desarrollo Sustentable (Barlovento).** <http://www.zedes.gob.ve/zonas/Barlov.htm>. (Consulta 20/03/11).

¹⁴.Club Turístico Higuero. “Biografía del Club Centro Turístico Higuero”. <http://clubcth.foroactivo.com/biografia-del-club-centro-turistico-higuero-f6/municipio-brion-t20.htm>. (Consulta 03/04/11)¹⁴

¹⁵ García, Jesús. Barlovento nuestro patrimonio cultural” <http://encontrarte.aporrea.org/media/34/barlovento.pdf>. (Consulta 20/03/11)



4.4 ORGANIZACION

De acuerdo a ¹⁶ Hernández (2010), los departamentos de una organización hotelera se dividen en operacionales y funcionales. Los operacionales son aquellos que generan ingresos a la empresa y que constituyen líneas de producción. Los departamentos funcionales son los que no producen ingresos, pero que son indispensables para la adecuación y funcionamiento de todo el sistema.

Basados en esta información los departamentos se distribuirían de acuerdo al autor de la siguiente manera:

¹⁶ Hernández E. Proyectos Turísticos Formulación y Evaluación. Editorial Trillas. México 2010. Pág. 90.

Operacionales

- Habitaciones
- Alimentos
- Bebidas
- Otros Servicios

Funcionales

- Administración y Gestión
- Publicidad y Promoción
- Servicios
- Mantenimiento

Entendiendo que esta posada es una empresa de tipo familiar de pequeña escala, la organización estaría estructurada de la siguiente manera:

- **Directorio:** estaría conformado por los accionistas del proyecto y son los encargados de desarrollar los planes y políticas de trabajo.
- **Presidencia:** se corresponde con la gerencia principal, la cual tiene las funciones de tomar todas las decisiones operativo. Esta área se encargaría de la supervisión y evaluación de la eficiencia del personal, organización y coordinación de las actividades de todos los departamentos; así como de estar vigilante del buen servicio y confort de los clientes.
- **Administración:** se encargara de realizar y dirigir el proceso contable y de tesorería, así como estará a cargo de la formulación del presupuesto y control de la ejecución. Incluye la ejecución del marketing, conjuntamente con la estrategia de precio, productos y publicidad.
- **Alojamiento:** el departamento de alojamiento estará dividido en dos áreas:
 - a) Recepción: donde se realizara el recibimiento de los huéspedes, las reservaciones y las cobranzas.
 - b) Limpieza: que tendría como función el control del aseo y ornato de las instalaciones, teniendo a su cargo la conservación y renovación y lavado de la ropa de cama y decoración de las habitaciones.

- **Alimentos:** este departamento se encargara del restaurante, la cocina y la administración del almacén de alimentos.
- **Bebidas:** tiene como función la administración del bar y de las bebidas alcohólicas y no alcohólicas.
- **Mantenimiento y Seguridad:** esta área de la organización se dedicara a la supervisión y realización de labores de limpieza, seguridad y control de los servicios de aire acondicionado, albañilería, refacciones de tuberías, agua caliente, agua fría, pintura, y mantenimiento de las instalaciones en general. En cuanto a la seguridad, coordinaría el servicio de vigilancia, transporte, piscina.

Nota: los servicios jurídicos y de seguridad se contratarían.

Organigrama

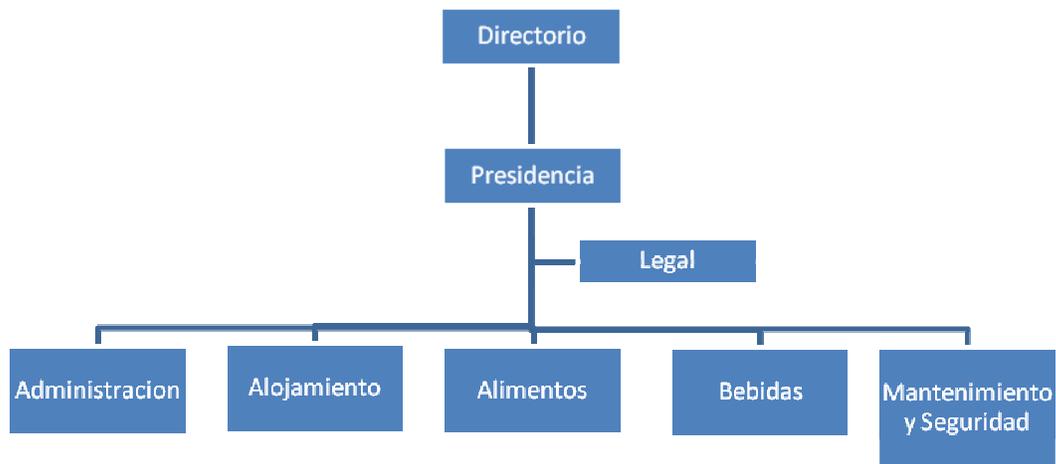


Figura: 4.4 Organigrama de la Posada.

4.5 CADENA DE VALOR

¹⁷ Porter (1998) en su libro “Ventaja Competitiva”, trata el tema de cómo una empresa puede crear y mantener una ventaja competitiva, entendiéndose como tal, el valor que una empresa es capaz de crear para sus compradores o clientes, el cual se logra a través de las estrategias genéricas, y las cuales se logran mediante la agregación de muchas actividades. Las estrategias que señala Porter son:

- a) Liderazgo en Costos: por ejemplo una empresa puede lograr el liderazgo en costos mediante un sistema de distribución de bajo costo, o un proceso de ensamblaje altamente eficiente.
- b) Diferenciación: la diferencia puede lograrse por ejemplo mediante el abastecimiento de una materia prima única, o de altísima calidad, por lo cual podemos decir que la diferenciación se refiere básicamente al producto.
- c) Enfoque o Focalización: cuando la empresa se concentra en abastecer a un grupo particular de comprador, un segmento especial del mercado.

Dentro de la Ventaja competitiva tiene como instrumento la Cadena de Valor, donde se desagrega las actividades de la empresa, el cual permite comprender el comportamiento de los costos, y las fuentes de diferenciación potenciales.

Las actividades de la Cadena de Valor se pueden dividir en dos: actividades primarias y actividades de apoyo. Las actividades primarias van en la base, que corresponde con las que se organizan de forma vertical que comprende aquellas que generan ingresos o valor, y que están vinculadas directamente a la creación o generación del bien o servicio. Las actividades de apoyo son las que sustentan a la actividades primarias proporcionando tecnología, recursos humanos y que son de aplicación a todas las áreas de la organización. De acuerdo Francés (2001), las actividades de la Cadena de Valor se pueden clasificar como:

¹⁷ Porter M. “Ventaja Competitiva”. Editorial Continental. México 1998. Pág. 31 a 57.

Cuadro: 4.5 Clasificación de las Actividades en la Cadena de Valor.

Tipo de Actividad	Característica
• Directo	• Agrega Valor
• Indirecto	• Gerencia a las Actividades Directas
• Calidad	• Asegura las Exigencia de los Clientes

En cuanto a las estrategias genéricas que describe Porter, la “posada” desarrollaría la de Focalización o de Enfoque, ya que el segmento de mercado hacia dónde va dirigido es básicamente al turismo familiar, la cual sería el elemento diferenciador y en base a este se formularan las estrategias para el desarrollo organizacional.

Basados en estos conceptos la Cadena de Valor de la Posada Turística se estructuraría de la siguiente manera:



Figura: 4.5 Cadena de Valor de la Posada.

Cada una de las actividades fue explicada en el punto “4.4 Organización”.

4.6 DIAMANTE DE PORTER. ANALISIS DE COMPETITIVIDAD SECTORIAL DEL TURISMO EN HIGUEROTE

El análisis de competitividad sectorial de acuerdo a Michael Porter, permite determinar la capacidad de un sector para colocar exitosamente un producto en el mercado nacional o internacional de forma exitosa, en condiciones de libre competencia (Francés 2001).

Las determinantes principales de la competitividad sectorial son cuatro:

1. Condiciones de los factores de producción.
2. Estrategias, Estructuras y Rivalidad de las Empresas.
3. Condiciones de la Demanda
4. Industrias Relacionadas y de Apoyo

Los determinantes secundarios son:

1. Gobierno
2. Hechos Fortuitos

Pasaremos analizar cada uno de estos elementos, al final como valor agregado se realizará una ponderación de cada uno de estos factores, para determinar el nivel de competitividad del sector turístico de esta región.

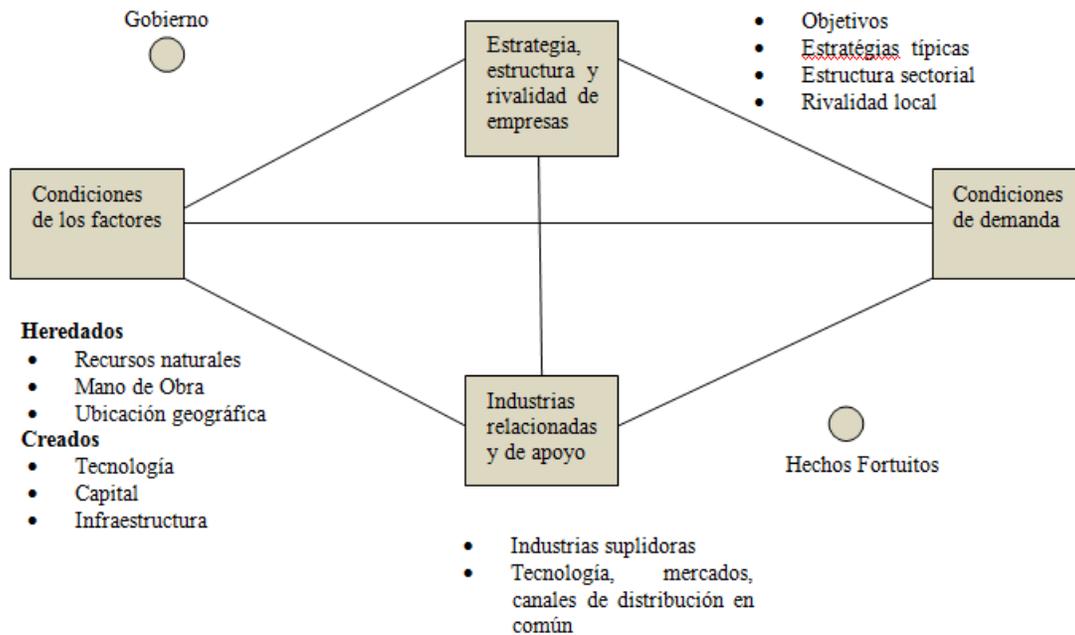


Figura: 4.6 Modelo de Diamante de Porter.

Fuente: Francés 2001

1-Condiciones de los Factores de Producción

- Factores Heredados:

- **Recursos Naturales:** De acuerdo con la publicación de la Cadena Capriles “**Descubre Miranda**” (2011), el clima de la región barloventeña donde se encuentra ubicada la localidad de Higuero tiene una temperatura promedio anual de 26 grados Celsius, el cual disfruta de el sol durante la mayor parte del año, con una pluviosidad media de 1.300 a 1.500 mm. En cuanto al relieve, el municipio Brión dispone de un amplio litoral el cual da hacia el mar Caribe, el cual presenta hermosas playas, las cuales conjuntamente con la cultura, la gastronomía y el folklore ,

constituye el principal atractivo de la zona. La vegetación de esta área presenta un verdor exuberante propio de las zonas tropicales.

Entre las playas más hermosas y con una fuerte demanda turística se encuentran:

- Playa Puerto Francés: la cual es una bahía poco profunda, con poco oleaje, la cual presenta restaurante, estacionamiento y zonas para acampar. Se encuentra ubicada al occidente de la zona higueroña.
 - Playa Majagua: ideal para surfistas y cerca de la playa Caimán. Se localiza al este de Chirimena.
 - Playa Chirere: playa de gran extensión, alrededor de 3 Km. aproximadamente, también es apta para la práctica del surf, más enfocada al segmento joven.
 - Bahía de San Francisquito: es una playa rodeada de abundante vegetación, poco oleaje, dispone de estacionamientos, restaurantes, baños, duchas, alquiler de toldos.
 - Playa los Totumos: se encuentra rodeada de cocoteros, es poco profunda, de muy bajo oleaje, por lo cual la hace apta para niños y el disfrute familiar.
 - Hay otras playas importantes como lo son: Buche, los Cocos (en la Bahía de Carenero). Todas ideales para el disfrute familiar.
- **Maño de Obra:** Higuero dispone de maño de obra calificada para el ejercicio de la actividad turística, allí se encuentra el Instituto Universitario de Barlovento, Núcleo Higuero; el cual se encuentra ubicado en la Avenida Universidad, Sector San Luis, vía al Hospital General de Higuero, donde se dictan entre otras carreras técnicas la de

Turismo y también Hotelería. Es pertinente resaltar que la idea de este proyecto contempla un convenio con esa institución universitaria, de manera que las instalaciones de la posada se realice adiestramientos en Hotelería y Turismo, que complemente la formación de los estudiantes de la zona. De igual manera, es importante resaltar, que debido a la cercanía de la Ciudad de Higuerote a la zona metropolitana de Caracas y en la misma ciudad barloventeña, existe disponibilidad de maño de obra calificada y no calificada.

- **Ubicación Geográfica:** la ubicación de la ciudad de Higuerote es privilegiada, ya que es la puerta de entrada al litoral de hermosas playas, y se encuentra aproximadamente a una hora de Caracas, donde existe un mercado turístico potencial y efectivo importante.

- **Factores Creados:**

- **Tecnología:** dentro de los servicios tecnológicos, la zona posee servicios de telecomunicación con buena cobertura, televisión por cable, elementos que son importantes tanto para el turismo familiar como corporativo.
- **Capital:** en concordancia a la Feria de Promoción Turística de Higuerote realizada en el año 2011 por el Ministerio del Poder Popular para Turismo, se presentaron instituciones financieras tanto públicas como privadas, ofreciendo capital financiero para el desarrollo del sector turístico de la zona, con amplias ventajas dentro de la normativa que rige para el sector turístico en Venezuela.

- **Infraestructura y Servicios:** la zona de Higueroate posee en términos generales una cuidada y bien dotada infraestructura vial; tanto interna como externa, para las personas provenientes de la capital de la Republica. También dispone de un fuerte desarrollo de infraestructura turística, como hoteles, posadas y condominios vacacionales.

2-Estrategia, Estructura y Rivalidad de Empresas:

- **Objetivos:** el objetivo del sector en la zona, es básicamente la captación de turistas que se encuentra o pernocta en el Área Metropolitana de Caracas, y las ciudades de Guarenas y Guatire.; donde se puede segmentar en tres grandes mercados:
 - El de condominios turísticos: que son apartamentos en la ciudad de Higueroates o aledaños a las playas, son de tipo familiar vacacional, de manera que estas pernocten de forma ocasional y no de manera permanente, para que disfruten de piscinas o de las playas de la zona.
 - Hoteles, posadas y pensiones: para las personas que deseen pernoctar en la zona y no poseen propiedades. De acuerdo a la revisión realizada, se dispone de distintas calidades y precios de acuerdo con el bolsillo de cada familia.
 - El tercer mercado objetivo son aquellas personas que van ida por vuelta, que demandan servicio de restaurante, comidas, toldos, duchas, estacionamientos.
- **Estrategias Típicas:** en vista de la experticia de esta investigación la oferta turística se realiza básicamente a través de vallas publicitarias y a

través de la WEB. No se ha encontrado indicios importantes del uso intensivo de radio o televisión para la promoción de los servicios turísticos de la zona, lo cual se explica quizás por la fuerte demanda inercial que tiene este litoral.

- **Rivalidad Local:** se tiene la percepción que la rivalidad es alta, ya que existe una amplia oferta turística, de alta calidad, con buenos servicios; sin embargo también se puede observar que existe también diversas calidades y precios. En el caso de las posadas, estas rivalizan con el sector de condominios de alquiler, que si bien no se encuentran registradas dentro del Registro Turístico Nacional como oferentes de alojamientos turísticos, en la práctica lo son, dada la gran cantidad de condominios familiares turísticos que dispone la zona.

3-Condiciones de Demanda:

Los datos arrojados de la Demanda de acuerdo a la información más reciente que se dispone, es la correspondiente a los Carnavales 2009. Para entender y poder extrapolar algunos se debe tener en cuenta como punto de referencia, que para esa fecha regía el salario mínimo 2008, el cual se ubicaba en Bs. 799,5. La encuesta Carnavales 2009, arrojó los siguientes datos sobre los turistas que visitaron al Estado Miranda:

- El 77,15% de los turistas se encuentra en edades comprendidas entre 15 y 44 años.
- El 59,58% de sus ingresos oscila entre 1,25 y 2,5 veces el salario mínimo.
- De los Turistas por zona de origen el 85,58% provienen del Distrito Capital y Estado Miranda.

- En cuanto al tipo de alojamiento el 52,11% pernoctó en viviendas de familiares y amigos, en segundo lugar en hoteles (14,13%), en tercer lugar en Carpas (12,66%) y en cuarto lugar las posadas (7,17%).
- En promedio el tiempo de alojamiento fue de 3 noches.
- En referencia al transporte utilizado el 51,41% de las personas consultadas arrojó que se trasladó en carro particular, mientras que el 37,19% lo hizo en autobús y transporte público.
- El gasto realizado arrojó que el 64,65% fue en alimentos y bebidas, y el 20,59% fue en alojamiento.
- El gasto promedio diario por persona proveniente del Distrito Capital y Estado Miranda arrojó Bs. 119,43, que corresponde a 14,9% del salario mínimo.
- Sobre la calidad del servicio de alojamiento un 51,88% dijo que era excelente y el 38,55% que era bueno, ambos ítems sumaron un 94,43%.
- En alimentos y bebidas indicaron que el servicio era bueno un 50,91%.
- En transporte en cuanto a su calidad indicaron que el servicio era bueno (47,79%) y el 28,41% que era regular.
- Los servicios turísticos señalaron que el 43,70% era bueno y que el 39,0% era regular.
- En cuanto a la calidad de la actividad turística, los mismos indicaron que era bueno, el 64,76% de las personas encuestadas.

4-Industrias Relacionadas al Turismo:

En referencia a las industrias relacionadas al turismo tales como:

- Restaurante
- Automercados
- Farmacias
- Transporte

- Salud
- Servicio de gasolinera
- Ropa y trajes de baño
- Licorerías

Se observa sin lugar a dudas que la zona o localidad de Higuero se encuentra bien surtida y que complementa de forma importante la actividad turística.

Determinantes secundarios son:

1. Gobierno: el gobierno local, (Municipal), al igual que la comunidad se encuentra consciente que la actividad económica de la ciudad de Higuero se sustenta sobre el turismo, por lo cual tiene un fuerte apoyo a la actividad.

En cuanto al gobierno nacional, existe una importante dualidad; por un lado se da un elevado apoyo al sector turístico con incentivos en el financiamiento, tasas de interés preferenciales, adiestramiento, asesorías, congresos; pero por el otro lado se desincentiva al sector al imponerle altos costos cuando se le obliga a los establecimientos turísticos a aceptar por largos periodos de tiempo el alojamiento de damnificados sin el sufragar sus gastos por parte del Estado, y con la atenuante de perjudicar el atractivo de la imagen y sensación de seguridad de los posibles turistas de utilizar los establecimientos turísticos.

2. Hechos fortuitos: El año 1999 con el deslave que ocurrió en el Estado Vargas, el cual es un importante centro turístico de playa cercano a la capital, volcó la demanda de turismo de playa hacia el litoral mirandino, en especial hacia las playas de la zona de Barlovento (Higuero), y de allí fue cobrando un fuerte impulso que se ha mantenido hasta ahora.

En cuanto a los hechos fortuitos que ha jugado en contra del sector turístico en el Estado Miranda, ha sido las lluvias, las cuales en varias oportunidades ha interrumpido las vías y generado damnificados, lo cual ha impedido el disfrute de

la playa, y la ocupación de los hoteles por parte de los damnificados, lo cual ha golpeado fuertemente el sector.

Ponderación de Competitividad Sectorial

Para determinar el nivel de competitividad sectorial se determino la siguiente escala:

- 3 Alto
- 2 Medio
- 1 Bajo

Análisis Sectorial de Competitividad (Diamante de Porter) Sector Turístico Higuerote.

Cuadro 4.6

<u>Determinantes</u>	<u>Ponderación</u>
1-Condiciones de los factores de producción	2.7
2-Estrategias, Estructuras y Rivalidad de las Empresas	2.6
3-Condiciones de Demanda	2.5
4-Industrias Relacionadas y de Apoyo	2,8
Promedio	2.7

De acuerdo a este resultado 2.7, se puede afirmar que el sector turístico de Higuerote es altamente competitivo, lo que impulsa a las empresas a realizar continuas innovaciones para generar ganancias, y mejoras continuas de sus procesos y productos.

CAPÍTULO V. ESTUDIO DE MERCADO

Para poder participar en cualquier área de negocios, es imprescindible conocer las características del mercado en el cual se quiere participar, conocer sus complejidades. En el caso de este estudio, se abordan las características del sector turístico en Venezuela; en donde se analizará información del comportamiento del mercado turístico venezolano, tanto a nivel nacional, como a nivel regional, cuyos resultados permiten definir o reafirmar el mercado objetivo. En este mismo orden de ideas, nos permite identificar el mercado desde el punto de vista de la oferta, y con ello ir perfilando las estrategias de desarrollo y crecimiento empresarial, que junto con el análisis de precios y los canales de comercialización, dará un panorama completo de información que guiará en como emprender en esta área de negocio.

Desde el punto de vista de la demanda, proporcionara los datos, de la estacionalidad turística nacional, así como información de los gustos y preferencias del consumidor en este mercado. Todo esto nos permitirá proyectar tanto la oferta como la demanda turística, para este caso regional, que garantice un mercado sostenible y en crecimiento.

5.1. ALCANCE

El estudio abarca un nivel de análisis nacional y uno regional; específicamente a nivel del Estado Miranda, que es donde se ubicaría el proyecto. Es importante destacar que no se dispone al detalle de la data estadística a nivel de localidad, sin embargo el turismo del Estado Miranda, es básicamente turismo de playa, lo cual es un buen proxy al comportamiento al movimiento local propiamente dicho.

5.2-MERCADO TURÍSTICO NACIONAL (2006-2009)

5.2.1-ECONOMÍA REAL Y SECTOR TURÍSTICO

Cuadro 5.2.1

Variables Macroeconómicas 2005-2010

Variables	2005	2006	2007	2008	2009	2010
PIB Real (Millones de Bs.)	48.523.649,00	51.116.533,00	55.283.504,00	57.927.000,00	56.022.729,00	55.263.967,00
Crecimiento PIB %	10,30	9,90	8,15	4,78	-3,29	-1,35
PIB Turístico (Millones de Bs.)	1.581.804,07	1.835.083,53	2.056.546,35	2.270.738,40	2.229.704,61	2.197.761,39
Crecimiento PIB Turístico %	-	16,01	12,07	10,42	(1,81)	(1,43)
Inflación IPC Caracas %	14,36	14,88	22,46	31,90	26,91	27,37
Tipo de Cambio S/Bs.	2,15	2,15	2,15	2,15	2,15	4,30
Cesta Petrolera Venezolana BL/\$	46,15	56,4	64,7	86,5	64,7	

Fuente: BVC y cálculos propios.

Año 2006: En el año 2006 la actividad económica interna experimentó un crecimiento del 9,87%. La misma se produjo por un elevado aumento de la demanda agregada; producto de una expansión del gasto fiscal y de tasas de interés bajas. Es importante mencionar que el que crecimiento del sector se ubicó para ese ejercicio en 16,01%.

Año 2007. La economía nacional experimentó un crecimiento de 8,15%, que correspondió a una desaceleración de 1,72% con respecto al año 2006. Este crecimiento económico vino impulsado por un aumento de la inversión y consumo del área de no transable. El sector turístico tuvo una expansión de 12,07%. Sin embargo el sector turístico nacional tuvo una disminución de 0,7% en el número de personas, por lo cual se presume que esta situaciones es producto de la sobrevaluación del tipo de cambio, lo cual sugiere un incrementó el número de viajeros nacionales al extranjero.

Año 2008. Para el 2008, el crecimiento de la economía se ubicó en 4,78%, impulsando básicamente por el consumo final tanto del sector público como privado; esto permitió que la expansión del sector turístico se ubicara en 10,42%. Para el año 2008 se restringe más que en el año precedente al acceso de las divisas, por lo cual a nivel nacional aumenta el flujo de viajeros en un 28,0%.

Año 2009. Para el año 2009, la economía nacional presentó una contracción económica de 3,29%; esto producto de la desaceleración de la actividad del sector real de los países industrializados (altos déficits fiscales, y debilitamiento del sector inmobiliario y bancario de esos países), que produjo una contracción del precio del barril de petróleo durante la mayor parte del 2009, aunado a la disminución de la cuota de producción impuesta por la OPEP. En el caso del sector turístico, la contracción fue de 1,81%, disminuyendo el número de viajeros nacionales con respecto al 2008 en 25,2%, esto impulsado también por el elevado nivel de las lluvias de ese año, que generó caída de puentes, deslizamiento de la infraestructura vial.

2010. En ese año, persiste la contracción económica a nivel global por la secuela de la crisis internacional del año 2008-2009. En el 2010 la economía nacional presentó una desaceleración de alrededor de 1,35% producto de un deterioro progresivo del sector petrolero nacional y (disminución de la producción), así como del sector no petrolero. En este mismo orden de ideas que el sector turístico, tuvo una contracción de 1,43%. El turismo fue fuertemente golpeado debido a la orden presidencial de ocupar las posadas y hoteles por los damnificados 2009-2010, por lo cual el sector no ha logrado levantar cabeza, ya que la estancia de estas personas es sin la cancelación por parte del Estado.

A pesar de la contracción de los últimos años, se observa que en términos generales el crecimiento del sector turístico es mayor que el promedio, y su contracción por debajo de los demás sectores lo cual obedece a las siguientes causas¹⁸:

1. El sector ha sido declarado como prioritario por parte del Ejecutivo Nacional.
2. No existe ninguna restricción en la participación del capital privado extranjero o nacional.
3. ¹⁹Venezuela es signatario de tratados nacionales de protección y fomento de la inversión extranjera en esta área

5.2.2 MOVIMIENTO DE VIAJEROS A NIVEL NACIONAL

5.2.2.1 POR EDAD

Cuadro 5.2.2.1

TURISMO INTERNO
VISITANTES INTERNOS, SEGÚN GRUPOS DE EDAD
(DE LOS QUE DECLARARON VIAJES DENTRO DEL PAÍS)
2006 - 2009

GRUPOS DE EDAD	2006	2006%	2007	2007%	2008	2008%	2009	2009%	Promedio %	Tasa de Crecimiento % 1006-2009
Menores de 15 años	3.694.524	21,27	3.396.071	19,69	4.222.277	19,12	3.959.578	23,96	21,01	1,7
De 15 a 24 años	5.565.350	32,04	5.658.626	32,81	7.238.100	32,77	2.858.670	17,30	28,73	(15,3)
De 25 a 44 años	2.849.673	16,40	2.820.187	16,35	3.858.231	17,47	5.874.772	35,54	21,44	19,8
De 45 a 64 años	489.424	2,82	505.620	2,93	759.940	3,44	3.245.076	19,63	7,21	60,5
Mayores de 64 años	4.772.627	27,47	4.867.368	28,22	6.006.314	27,20	589.878	3,57	21,61	(40,7)
TOTAL	17.371.598	100	17.247.872	100	22.084.862	100	16.527.975	100	100	(1,2)

Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE) y cálculos propios.
Encuesta de Turismo Interno en Hogares. 1ro al 4to trimestre, 2006 - 2009
Ministerio del Poder Popular Para el Turismo
Elaborado por: Oficina de Estadísticas Turísticas

¹⁸ Consejo Nacional de Promoción de Inversiones (CONAPRI) Turismo (Resumen Ejecutivo 2006).

¹⁹ Para el año 2012 el gobierno nacional ha manifestado la voluntad de retirar a Venezuela de la Comisión de Arbitraje Internacional (CIADI), y de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos. Situación esta que frenaría la inversión extranjera.

Como se observa en el cuadro 5.2.2.1, la población que realiza mayor turismo a nivel nacional es aquella comprendida entre 15 y 44 años, que en promedio representa el 50,7% de la población viajera. Estos rangos coinciden con la edad de turismo familiar. Sin embargo, las personas entre 45 y 64 años, son las que presentan la mayor tasa de crecimiento interanual, que es alrededor de 60,5%, seguida de la población comprendida entre 25 y 44 años de edad con 19,8% y por último la población infantil con 1,7%.

5.2.2.2 POR SEXO

Cuadro 5.2.2.2

**TURISMO INTERNO
VISITANTES INTERNOS, SEGÚN SEXO
(DE LOS QUE DECLARARON VIAJES DENTRO DEL PAÍS)
2006 - 2009**

SEXO	2006	2006%	2007	2007%	2008	2008%	2009	2009	Total Promedio %	Tasa de Crecimiento interanual % 2006-2009
Femenino	9.268.594	53,35	8.872.102	51,44	11.913.229	53,94	7.966.173	48,20	51,73	(3,7)
Masculino	8.103.005	46,65	8.375.770	48,56	10.171.634	46,06	8.561.801	51,80	48,27	1,4
TOTAL	17.371.598	100,00	17.247.872	100,00	22.084.862	100,00	16.527.975	100,00	100,00	(1,2)

Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE) y cálculos propios.
Encuesta de Turismo Interno en Hogares. 1ro al 4to trimestre, 2006 - 2009
Ministerio del Poder Popular Para el Turismo
Elaborado por: Oficina de Estadísticas Turísticas

En el cuadro 5.2.2.2, se evidencia que en promedio, el sexo femenino como proporción de viajeros nacionales es mayor (51,73%) que el masculino (48,27%). Sin embargo ante la coyuntura climática y económica actual, la tasa de crecimiento interanual de la población masculina es positiva en 1,4%, mientras que el sexo femenino se contrajo a un ritmo de 3,7% interanual.

Interpretando este cuadro, el turismo femenino está asociado mayormente con el turismo familiar, que representa el mayor porcentaje de viajeros; e igualmente se explica su comportamiento contractivo si asimilamos que la disminución de viajeros femeninos podría ser producto de que el nivel de lluvias acaecidas en el país complicando el traslado de los niños y adolescentes, de igual manera el impacto en inflación y ende contracción de la actividad económica influye más negativamente en el núcleo familiar, que en el viajero individual.

5.2.2.3 POR MOTIVO PRINCIPAL DEL VIAJE

Cuadro 5.2.2.3 A

**TURISMO INTERNO
VISITANTES INTERNOS, SEGÚN MOTIVO PRINCIPAL DE VIAJE
(DE LOS QUE DECLARARON VIAJE S DENTRO DEL PAÍS)
2006 - 2009**

MOTIVO PRINCIPAL DE VIAJE	2006	2006%	2007	2007%	2008	2008%	2009	2009%	Total Promedio %
Ocio, recreo y vacaciones	6.441.033	37,08	6.527.766	37,85	9.301.293	42,12	6.676.852	40,40	39,36
Visita a familiares y amigos	8.387.938	48,29	8.179.566	47,42	10.062.977	45,57	8.200.997	49,62	47,72
Negocios y motivos profesionales	1.083.134	6,24	1.027.082	5,95	1.315.870	5,96	696.891	4,22	5,59
Tratamientos de salud	696.648	4,00	674.428	3,91	950.289	4,30	593.304	3,59	3,96
Religión / Peregrinaciones	138.948	0,80	244.239	1,42	243.297	1,10	183.969	1,11	1,11
Estudios	87.466	0,50	87.960	0,51	121.157	0,55	90.200	0,55	0,53
Deportes	63.422	0,37	62.256	0,36	70.916	0,32	52.843	0,32	0,34
Otros motivos	474.021	2,73	444.595	2,58	19.063	0,08	32.918	0,20	1,40
TOTAL	17.371.600	100,00	17.247.872	100,00	22.084.862	100,00	16.527.975	100,00	100,00

Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE) Y Cálculos Propios.
Encuesta de Turismo Interno en Hogares. 1ro al 4to trimestre, 2006 - 2009
Ministerio del Poder Popular Para el Turismo
Elaborado por: Oficina de Estadísticas Turísticas

De acuerdo al cuadro 5.3.2.3 , el motivo principal de viaje entre los años 2006 y 2009 fueron los conceptos: Ocio, recreo, vacaciones y visitas a familiares y amigos, la cual concentro entre ambos conceptos, alrededor del 87,1%. Es importante destacar que a pesar de la contracción económica sufrida en 2009, ocio, recreación y vacaciones tuvieron un crecimiento interanual 0,9% y la visita de familiares y amigos fue el que presento la menor contracción 0,6%.

Cuadro 5.2.2.3 B

TURISMO INTERNO
VARIACION DE VISITANTES INTERNOS, SEGÚN MOTIVO PRINCIPAL DE VIAJE
(DE LOS QUE DECLARARON VIAJES DENTRO DEL PAÍS)
2006 - 2009

MOTIVO PRINCIPAL DE VIAJE	2006	2007	VAR 2007%	2008	VAR 2008%	2009	VAR 2009%
Ocio, recreo y vacaciones	6.441.033	6.527.756	1,35	9.301.293	42,49	6.676.852	(28,22)
Visita a familiares y amigos	8.387.938	8.179.566	(2,48)	10.062.977	23,03	8.200.997	(18,50)
Negocios y motivos profesionales	1.083.134	1.027.082	(5,17)	1.315.870	28,12	696.891	(47,04)
Tratamientos de salud	695.648	674.428	(3,05)	950.289	40,90	593.304	(37,57)
Religión / Peregrinaciones	138.948	244.239	75,78	243.297	-0,39	183.969	(24,39)
Estudios	87.456	87.960	0,58	121.157	37,74	90.200	(25,55)
Deportes	63.422	62.256	(1,84)	70.916	13,91	52.843	(25,48)
Otros motivos	474.021	444.595	(6,21)	19.063	-95,71	32.918	72,68
TOTAL	17.371.600	17.247.872	(0,74)	22.084.862	28,04	16.527.975	(25,16)

Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE) Y Cálculos Propios.
 Encuesta de Turismo Interno en Hogares: 1ro al 4to trimestre, 2006 - 2009
 Ministerio del Poder Popular Para el Turismo
 Elaborado por: Oficina de Estadísticas Turísticas

5.2.2.4 POR TAMAÑO DE GRUPO VIAJE

Cuadro 5.2.2.4

TURISMO INTERNO
VISITANTES INTERNOS, SEGÚN TAMAÑO DEL GRUPO
(DE LOS QUE DECLARARON VIAJES DENTRO DEL PAÍS)
2006 - 2009

TAMAÑO DE GRUPO	2006	2006%	2007	2007%	2008	2008%	2009	2009%	Total %	Tasa de Crecimiento interanual% 2006-2009
1	2.844.825	16,38	10.983.560	63,68	3.358.471	15,21	2.628.708	15,90	27,79	(2,0)
2	3.282.265	18,78	3.553.750	20,60	3.911.633	17,71	3.270.859	19,79	19,22	0,1
3	3.329.737	19,17	1.708.301	9,89	4.565.282	20,67	3.370.808	20,39	17,53	0,3
4	3.786.596	21,68	638.351	3,70	4.756.307	21,54	3.396.858	20,55	16,87	(2,5)
5	2.213.533	12,74	201.173	1,17	2.961.764	13,41	1.824.871	11,04	9,59	(4,7)
6	869.806	5,01	59.937	0,35	1.152.700	5,22	1.054.778	6,38	4,24	4,9
7	598.968	3,45	45.725	0,27	807.625	3,66	540.157	3,27	2,66	(2,6)
8	203.587	1,17	21.834	0,13	278.147	1,26	302.976	1,83	1,10	10,4
9	138.029	0,79	18.048	0,10	54.559	0,25	68.434	0,41	0,39	(16,1)
10 y más	144.253	0,83	19.193	0,11	238.373	1,08	69.526	0,42	0,61	(16,7)
TOTAL	17.371.598	100,00	17.247.872	100,00	22.084.862	100,00	16.527.975	100,00	100,00	(1,2)

Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE) y cálculos propios.
 Encuesta de Turismo Interno en Hogares: 1ro al 4to trimestre, 2006 - 2009
 Ministerio del Poder Popular Para el Turismo
 Elaborado por: Oficina de Estadísticas Turísticas

Al observar el cuadro de Visitantes Internos por Tamaño de Grupo (5.2.2.4), se observa que los grupos conformados entre 2 y 5 personas se corresponden en promedio para el

lapso estudiado a 63,21% del total de movimiento turístico nacional, y la tasa de crecimiento interanual de este rango entre el 2006 a 2009 fue negativa de 1,4%; sin embargo desglosando por tamaño individual se tiene que los grupos conformados por 2 y 3 personas tuvieron tasas de crecimiento positivas de 0,1% y 0,3% respectivamente, y la tasa más negativo del rango referenciado fue la conformada por 5 personas con un menos 4,7%.

5.3-MERCADO TURÍSTICO DEL ESTADO MIRANDA

5.3.1-ANÁLISIS DE LA DEMANDA

La información que se dispone más actualizada realizada por el Ministerio del Poder Popular para Turismo es “Temporada Carnaval 2009. Resultados por Estado”, la cual de acuerdo a la ficha técnica se realizó en base a la “Encuesta en Sitios Turístico, Temporada de Carnaval 2009”, cuyo objeto general fue la de conocer las características sociodemográficas de los visitantes residentes y no residentes (turista), lo que permite en su conjunto capturar su perfil. Las variables que se incluyen en este estudio son:

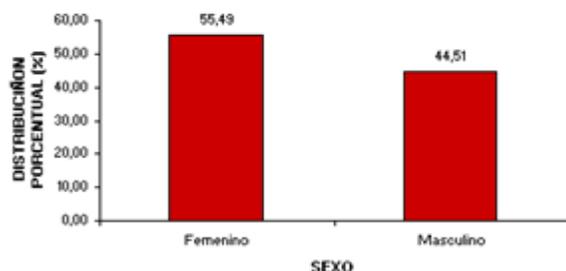
- | | |
|--------------------------|---|
| 1. Sexo | 6. Transporte Utilizado |
| 2. Edad | 7. Noches Promedio de Permanencia |
| 3. Entidad de Residencia | 8. Gasto por Partida |
| 4. Ingresos Mensuales | 9. Gasto Promedio por Persona de Acuerdo a Entidad de Residencia. |
| 5. Tipo de Alojamiento | 10. Opinión de los Servicios Turísticos |

La unidad de análisis fue el visitante, y el tipo y clase de muestreo fue el no probabilístico, empleando el muestreo por cuotas.

Es importante señalar que se analizará el Estado Miranda en base o asociado a las características del proyecto y su mercado objetivo. Se tiene la limitación de que solo se refiere a la temporada de carnaval y no al promedio anual del comportamiento de las variables estudiada. Sin embargo constituye un buen proxy de información, y sus resultados se pueden extrapolar al mercado turístico de Higuero.

5.3.2-CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS

5.3.2.1-POR SEXO



Cuadro 5.3.2.1

Sexo	(%)
Femenino	55,49
Masculino	44,51

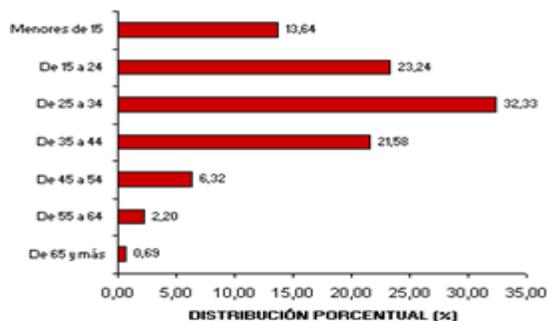
Fuente: Ministerio del Poder Popular para el Turismo

Gráfico 5.3.2.1

Fuente: Ministerio del Poder Popular para el Turismo

De acuerdo al Gráfico 5.3.2.1, se tiene que el 55,49% de los turistas que visitaron al Estado Miranda durante el carnaval 2009, fueron del sexo femenino. Siendo que el proyecto de la posada está dirigido básicamente al turismo familiar y que la mayor presencia de población femenina está asociada a este tipo de turismo, en teoría refleja el enfoque acertado del mercado objetivo.

5.3.2.2-POR EDAD



Cuadro 5.3.2.2

Edad (Años)	(%)
Menores de 15	13,64
De 15 a 24	23,24
De 25 a 34	32,33
De 35 a 44	21,58
De 45 a 54	6,32
De 55 a 64	2,20
De 65 y más	0,69

Gráfico 5.3.2.2

Fuente: Ministerio del Poder Popular para el Turismo

Fuente: Ministerio del Poder Popular para el Turismo

Como se observa en el cuadro y gráfico 5.3.2.2, la población que acudió a las actividades carnestolendas 2009 del Estado Miranda, en un 77,5%, se encuentra en una edad comprendida entre 23 y 44 años; siendo que estas edades se corresponden en promedio a las conformadas por las familias (grupos de personas conformadas por padres e hijos), lo que señalaría que el mercado objetivo de la posada constituye a la mayoría de los visitantes del Estado Miranda.

5.3.2.3-NIVEL DE INGRESO FAMILIAR

Los datos reflejados en esta encuesta se encuentran a bolívares corrientes del año 2009, para poder extrapolar los datos al 2012 se utiliza el tipo de cambio paralelo, el cual es el que rige a nivel internacional, ya que el dólar oficial se encuentra fijo y controlado desde el año 2002. El anclaje de tipo cambiario producen en la actividad turística efectos indeseables, como es el de encarecer los servicios de alojamiento, entretenimiento etc., tanto para el turista nacional como para el no residente.

Con el cálculo del rango del dólar paralelo o permuta, de alguna manera permite corregir el valor de moneda en cuanto al poder adquisitivo interno y externo, tanto por el efecto inflacionario, como por la depreciación del tipo de cambio producto de la dinámica económica. La fuente que se utilizó fue el artículo:”²⁰Precios Históricos del dólar paralelo o dólar permuta en Venezuela”, inicialmente el valor bolívar-dólar se realizaba mediante el valor equivalente de las acciones CANTV que se tranzaban en la Bolsa de Nueva York y la Bolsa de Valores de Caracas. A medida que fue desapareciendo el mercado de capitales en Venezuela, se utilizó los bonos que el gobierno nacional cotizaba en el mercado internacional y por último el más utilizado actualmente es el valor Bolívar-Peso Colombiano y Peso Colombiano-Dólar.

Cuadro 5.3.2.3

Dólar Permuta en Venezuela 2005-2012 (Tipo de Cambio BsF./US\$)								
Concepto	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Cambio Permuta	2,65	2,78	4,62	4,37	6,12	7,71	8,65	9,26
Cambio Oficial	2,15	2,15	2,15	2,15	2,15	4,3	4,3	4,3

Fuente: BCV, WEB: <http://dolar-permuta.com> y cálculos propios

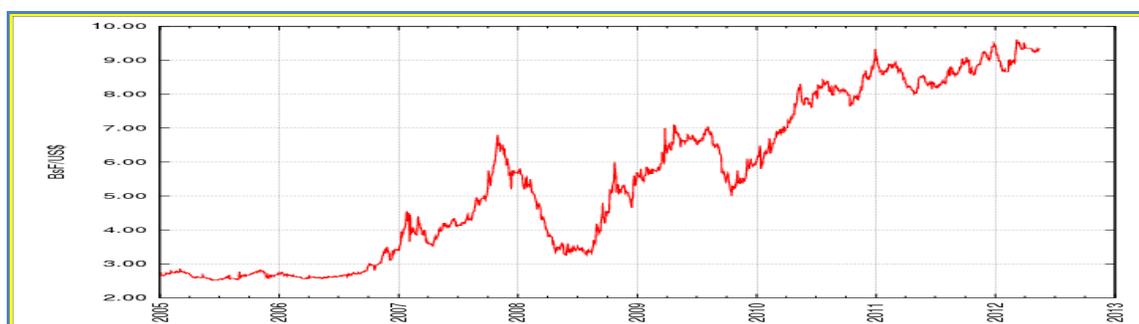
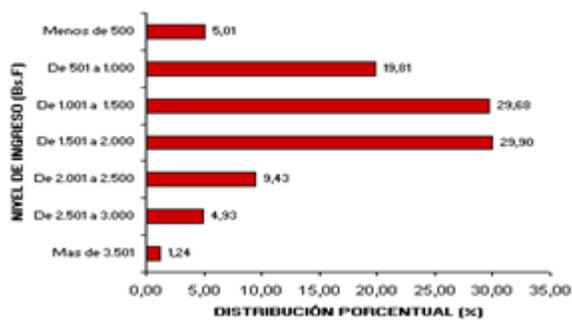


Gráfico 5.3.2.3. Dólar Permuta en Venezuela 2005-2012

Fuente: WEB <http://dolar-permuta.com>

²⁰ Artículo: “Precios Históricos del dólar paralelo o dólar permuta en Venezuela”. Página: <http://dolar-permuta.com/historico-dolar?f=2005-01-03&t=2012-07-31&tr=on>. y Pagina de Banco Central de Venezuela: <http://www.bcv.org.ve/c7/pdf/prensa1080610.pdf>. Consultas realizadas 31-07-2012



Cuadro: 5.3.2.3-1

Nivel de ingreso mensual (Bs.F.) (*)	(%)
Menos de 500	5,01
De 501 a 1.000	19,81
De 1.001 a 1.500	29,68
De 1.501 a 2.000	29,90
De 2.001 a 2.500	9,43
De 2.501 a 3.000	4,93
Más de 3.501	1,24

Gráfico: 5.3.2.3-1

Fuente: Ministerio del Poder Popular para el Turismo

Fuente: Ministerio del Poder Popular para el Turismo

Como lo refleja el cuadro 5.3.2.3-1, para el año 2009, la población turística del Estado Miranda en alrededor de un 78,39% devengaba un ingreso mensual entre Bs. 501 y 1.500. Si se lleva a dólar permuta este rango se ubicaría entre 81,86 y 245,09 dólares. Esto equivaldría a indicar que este rango de población (78,39%), devenga ingresos en bolívares del 2012, comprendidos entre Bs. 758 y 2.269,5.

5.3.2.4-POR ENTIDAD DE RESIDENCIA



Cuadro: 5.3.2.4

Entidad de Residencia	(%)
Aragua	1,35
Depend. Federales	1,70
Distrito Capital	40,48
Merida	1,23
Miranda	45,10
Vargas	2,81
Otros	7,32

Gráfico: 5.3.2.4

Fuente: Ministerio del Poder Popular para el Turismo

Fuente: Ministerio del Poder Popular para el Turismo

De acuerdo a lo que se puede observar el 85,58% de los turistas que hacen vida en el estado Miranda provienen del Distrito Capital y del mismo Estado Miranda, por lo cual la estrategia publicitaria se debe realizar enfocada al Área Metropolitana de Caracas y las ciudades de Guarenas, Guatire y los Teques como principal mercado. Enfocarse en otros mercados representaría elevar los costos de mercadeo, con pocas expectativas de retorno.

5.3.2.5-POR TIPO DE ALOJAMIENTO



Gráfico: 5.3.2.5

Fuente: Ministerio del Poder Popular para el Turismo

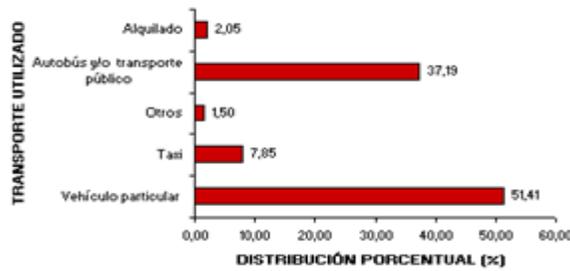
Cuadro: 5.3.2.5

Tipo de alojamiento	(%)	Noches promedio
Hotel	14,13	3
Posada	7,17	3
Vivienda alquilada	3,95	3
Aire libre o carpa	12,66	3
Vivienda de familiares y amigos	52,11	3
Vivienda propia	8,17	3
Resort	1,81	5
Promedio (noches)	100,00	3

Fuente: Ministerio del Poder Popular para el Turismo

El cuadro 5.3.2.5 señala que el principal sitio de alojamiento turístico fueron las viviendas de familiares y amigos con un 52,11%, mientras que las posadas fueron de los 7 tipos de alojamiento turístico el número 5, con un 7,17% del mercado. Lo que quiere decir que la principal competencia de las posadas, son los condominios turísticos, por lo cual hay que ser muy competitivo en cuanto a precios y servicios, establecer estrategias muy innovadoras para captar mercado, para que sea más atractivo alojarse en una posada que en un condominio turístico.

5.3.2.6-TRANSPORTE UTILIZADO



Cuadro: 5.3.2.6

Transporte utilizado	(%)
Alquilado	2,05
Autobús y transporte público	37,19
Otros	1,50
Taxi	7,85
Vehículo particular	51,41

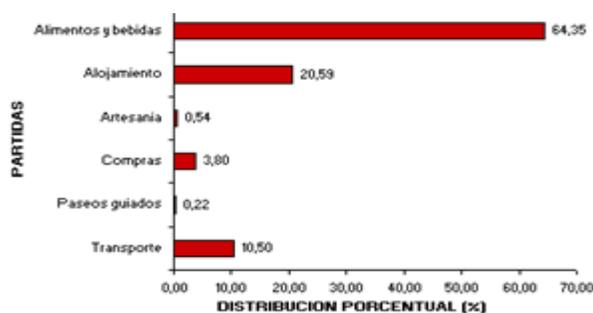
Gráfico: 5.3.2.6

Fuente: Ministerio del Poder Popular para el Turismo

Fuente: Ministerio del Poder Popular para el Turismo

La posada que plantea este proyecto se encuentra ubicada a la entrada de la ciudad de Higuerote, lo que exige en un primer momento que los usuarios dispongan de vehículos particulares. Es así como la encuesta sobre transporte utilizado arrojó que el 51,41% de los turistas se desplazaron en automóviles particulares; mientras que el 37,19% se movilizó en transporte público. En ambos casos la ciudad de Higuerote cumple con ambos parámetros, ya que dispone de buenas vías y transporte público tanto interno, como desde la ciudad de Caracas; por lo cual ambos segmentos pueden ser cubiertos por la posada. No se descarta la contratación de un servicio de transporte, de manera de captar de turistas en especial a nivel internacional.

5.3.2.7-GASTOS POR PARTIDAS



Cuadro: 5.3.2.7

Gastos por partida	(%)
Alimentos y bebidas	64,35
Alojamiento	20,59
Artesanía	0,54
Compras	3,80
Paseos guiados	0,22
Transporte	10,50

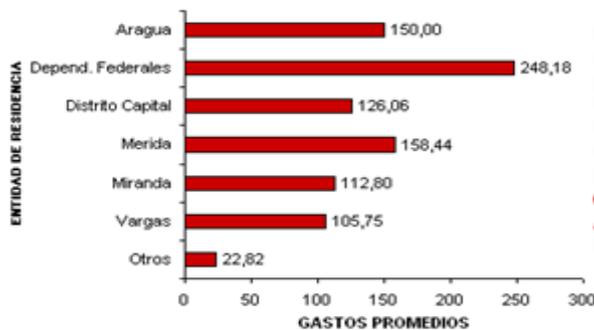
Gráfico: 5.3.2.7

Fuente: Ministerio del Poder Popular para el Turismo

Fuente: Ministerio del Poder Popular para el Turismo

Por lo que se puede observar del anterior cuadro, entre alojamiento, alimentos y bebidas constituyeron el 84,94% del gasto del presupuesto de los turistas visitantes a la entidad mirandina para los carnavales 2009; siendo que el alojamiento constituyó el 20,59%, mientras que alimentos y bebidas fue el 64,35%. Es importante resaltar, que adicional a los servicios de restaurantes en las instalaciones de la posada se tiene contemplado un MINIMARKET o mini mercado, donde los turistas se pueden abastecer de alimentos para la su estadía en la playa, teniendo en cuenta que las cabañas poseen Kichinet. Basados en este perfil de mercado este agregado le da mayor nivel de competitividad a la posada, adicionalmente compensaría la disminución de los ingresos durante los periodos de temporada baja.

5.3.2.8-GASTOS PROMEDIO POR PERSONA DE ACUERDO A ENTIDAD DE RESIDENCIA



Cuadro: 5.3.2.8

Gasto Promedio por Entidad de Residencia	Bs.F/ por persona
Aragua	150,00
Depend. Federales	248,18
Distrito Capital	126,06
Merida	158,44
Miranda	112,80
Vargas	105,75
Otros	22,82
Promedio (gasto)	129,18

Gráfico: 5.3.2.8

Fuente: Ministerio del Poder Popular para el Turismo

Fuente: Ministerio del Poder Popular para el Turismo

En cuanto el gasto promedio por persona de acuerdo a su residencia de origen, se tiene que en el caso del Distrito Capital y Estado Miranda, que son los principales emisores de turistas para la entidad mirandina, tienen un gasto promedio de Bs. 126,06 o \$ 20,59 y Bs. 112,80 o \$ 18,43 respectivamente. Haciendo la conversión para actualizar los datos a bolívares del 2012, se tiene que los turistas provenientes del Distrito Capital tienen un gasto promedio por persona de Bs. 190,6, y los del Estado Miranda Bs. 170,66. Ponderando ambas entidades, se tiene que el gasto promedio de los turistas provenientes de la Zona de Metropolitana de Caracas es de \$19,51 y en bolívares a precios del 2012 Bs. 180,66.

5.3.2.9-OPINIÓN DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS

La opinión en cuanto a los siguientes servicios:

1. Alojamiento,
2. Alimentos y bebidas,
3. Transporte dentro del destino,
4. Precios y servicios turísticos,
5. Seguridad y actividad turística,

Arrojo en términos promedios las encuestas arrojaron que estos servicios turísticos son buenos en el Estado Miranda.

5.4.1-ANÁLISIS DE LA OFERTA

ESTUDIO DIAGNOSTICO DE LA OFERTA

Al igual que la demanda, la oferta que se va analizar de acuerdo a la información suministrada por el Ministerio del Poder Popular para el Turismo, ya que no se tuvo acceso a la información específica de la localidad de Higuero. La oferta de turismo de playa en el Estado Miranda, no solo se circunscribe al litoral higuero, también incluye otras ciudades como los son Río Chico, Buche, Puerto Francés, Carenero, Tacarigua de Mamporal y Paparo. Sin embargo Higuero constituye prácticamente la puerta de entrada de todas estas ciudades, lo que le da una ubicación estratégica a la hora del disfrute del turismo de playa en el Estado Miranda; siendo que la ciudad que más rivaliza con Higuero es Río Chico. Es importante resaltar que Higuero, constituye la ciudad como el polo de desarrollo turístico más activo del Estado Miranda, a juzga por la velocidad de crecimiento, quizás explicada por su mayor cercanía con la ciudad de Caracas, lo cual le da mayores ventajas competitivas comparativamente.

5.4.1.1-OFERTA DE ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO ESTADO MIRANDA

Cuadro 5.4.1.1

Oferta de Establecimientos de Alojamiento Turístico
Estado Miranda

Año	Establecimientos	Var	Var %	Cre. Inter %	Habitaciones	Var	Var %	Cre. Inter %	Camas	Var	Var %	Cre. Inter %
2009	135				6.190				14.212			
2011	157	22	16,296296	7,84	8.432	2.242	36,22	16,71	17.992	3.780	26,3972	12,52

Como se puede observar en el cuadro 5.4.1.1, entre el año 2009 y 2011, hubo un crecimiento interanual en el número de establecimientos de 7,84% para ubicarse en 157 unidades. En cuanto al número de habitaciones ofrecidas en el Estado Miranda, tuvieron un aumento interanual de 16,71 %, colocándose en un total de 8.432 habitaciones. Por último en cuanto a las camas disponibles en el Estado, estas alcanzaron 17.992, cuya variación interanual para el período estudiado fue de 12,52%. Lo que se puede observar que el crecimiento de la oferta en infraestructura es elevada, lo cual es producto de la fuerte presión de demanda.

Cuadro 5.4.1.1-1

**PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS INSCRITOS EN EL REGISTRO TURÍSTICO NACIONAL
POR ENTIDAD FEDERAL SEGÚN TIPO DE PRESTADORES DE ALOJAMIENTO TURÍSTICOS
AL 30 DE NOVIEMBRE 2011**

ENTIDAD FEDERAL	APARTA-HOTEL	CABAÑAS	CAMPAMENTO	COOPERATIVA DE CAMPAMENTO	COOPERATIVA DE POSADA	ESTANCIA	HACIENDA	HATO	HOSPEDAJE	HOTEL	HOTEL RESIDENCIA	MOTEL	MULTIPROPIEDAD Y TIEMPO COMPARTIDO	PENSION	POSADA	Total general
MIRANDA		3	3		3				4	95	5	8	1	1	34	157

Las cifras corresponden al 30 Noviembre 2011
Fuente: Ministerio del Poder Popular para el Turismo.

Del cuadro 5.4.1.1-1 sobre los prestadores de servicios turísticos registrados en el Registro Turístico Nacional (RTN), se observa que de la totalidad de los establecimientos turísticos del Estado Miranda, el 60,51% se corresponde a Hoteles, es

decir 95 establecimientos, mientras que la segunda modalidad de la oferta turística fueron las posadas, las cuales disponían de 34 establecimientos para colocarse en 21,66%.

5.4.1.2-ESTIMACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA TOTAL

Basados en el cuadro 5.3.2.5 sobre tipo de alojamiento utilizado durante la temporada de carnaval 2009, se tiene que el 23,11% de los temporadistas se quedaron en establecimientos de tipo turístico como hoteles y posadas etc., mientras que el 66,04% de los turísticas se hospedaron en alojamientos no turísticos o no registrados en el Registro Turístico Nacional (RTN) (Viviendas de Alquiler, de familiares y amigos etc.). Teniendo en cuenta que la oferta turística registrada en el año 2011, corresponde a 157 establecimientos, donde se disponían de 8.432 habitaciones y 17.992 camas; se tiene que aplicando regla de tres simple, se obtiene el número de camas y habitaciones no registradas por el gobierno nacional con fines turísticos; claro está que es una estimación.

Cuadro 5.4.1.2

Oferta Turística Total Estado Miranda 2011

Tipo de Establecimientos	Habitaciones	Camas
Establecimientos Turístico RTN	8.432	17.992
Establecimientos Turístico No RTN	51.141	24.095
Total	59.573	42.087

Fuente: Ministerio del Poder Popular para el Turismo y Cálculos Propios

Del cuadro 5.4.1.2 se deriva que la principal competencia para la Posada son las viviendas con usos turísticos, más que los mismos establecimientos turísticos

5.4.1.3-LOCALIZACIÓN

Por motivos de restricción de información en cuanto a la data estadística, se trabajo con la información de la oferta turística disponible para el Estado Miranda.

5.4.1.4-CAPACIDAD INSTALADA Y UTILIZADA

En cuanto a la capacidad utilizada de acuerdo al Promedio del Nivel de Ocupación del Estado Nueva Esparta para los años 2006-2009 (se utilizo la información del Estado Nueva Esparta, ya que para este concepto el Ministerio no dispone data estadística del Estado Miranda, siendo que esta entidad federal presenta turismo de playa, por lo cual es criterio del autor de este trabajo de investigación la entidad territorial que más se asemeja al comportamiento del Estado Miranda), donde se obtuvo un promedio anual de ocupación hotelera entre el 2006 y 2009 de 70,59%. Basado en esta información y con los datos disponibles de la oferta turística de Miranda para el año 2011, se obtuvieron los siguientes resultados.

Cuadro 5.4.1.4

Capacidad Instalada y Utilizada Promedio Año
Establecimientos de Alojamiento Turístico
Estado Miranda 2011

Concepto	Establecimientos	Habitaciones	Camas
Capacidad Instalada	157	8.432	17.992
Capacidad Utilizada	111	5.952	12.701

Fuente: Ministerio del Poder Popular para el Turismo y Cálculos Propios

5.4.1.5-CALIDAD Y PRECIOS DE LOS PRODUCTOS

La calidad de los establecimientos en Venezuela, se realiza de acuerdo al tipo de acuerdo a la clasificación por número de estrellas (1 a 5), siendo 1 estrella los de menor categoría. En este sentido la normativa que rige la materia es el “Reglamento Parcial de la Ley Orgánica sobre Establecimientos de Alojamientos Turísticos”, bajo el Decreto Presidencial N° 3.094 de fecha 09 de diciembre de 1998, y publicado en Gaceta Oficial 36.607, de fecha 21 de diciembre de ese mismo año.

- De acuerdo al Artículo 10 del mencionado reglamento estos serían los tipos de establecimientos turísticos en Venezuela:

“a) Hotel de Turismo: aquel establecimiento que presta en forma permanente el servicio de alojamiento en habitaciones con servicio sanitario privado, ofreciendo al huésped servicios básicos y complementarios, según su categoría, siendo su tarifa diaria de alojamiento por tipo de habitación y número de ocupantes.

b) Hotel-Residencia de Turismo: aquel establecimiento que presta en forma permanente el servicio de alojamiento en apartamentos o cabañas, ofreciendo al huésped un mínimo de servicios básicos y complementarios según su categoría; siendo sus tarifas de alojamiento, diarias y especiales para estancias prolongadas, por tipo de apartamento o cabaña y número de ocupantes.

c) Motel de Turismo: aquel establecimiento que presta en forma permanente el servicio de alojamiento en habitaciones con servicio sanitario privado, ofreciendo al huésped servicios básicos y complementarios según su categoría; ubicados generalmente en las proximidades de las vías automotores, fuera de las zonas urbanas, con estacionamiento contiguo o próximo a las unidades habitacionales y cuya disposición de planta física permita a los huéspedes el acceso individual, principal y directo a sus habitaciones desde el área de estacionamiento, siendo sus tarifas de alojamiento diarias por tipo de habitación y número de ocupantes.

d) Hospedaje o Pensión de Turismo: aquel establecimiento que presta en forma permanente el servicio de alojamiento en habitaciones privadas, colectivas, con servicio sanitario privado o colectivo; el cual podrá ofrecer servicios de alimentación, debiendo cumplir con los requisitos mínimos según su categoría, teniendo una tarifa de alojamiento que podrá ser periódica, diaria, semanal, quincenal o mensual por tipo de habitación o por cama.

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

f) Campamento de Turismo: aquel establecimiento que presta en forma periódica o permanente servicio de alojamiento y actividades al aire libre; que facilita el pernoctar en tiendas de campaña, remolques habitables, cabañas u otros alojamientos de índole similar.

g) Estancia de Turismo: aquel establecimiento similar a una Posada de Turismo que se encuentra cercano a la ciudad, en áreas rurales, con ambiente campestre.

h) Hato, Finca o Hacienda de Turismo: aquel establecimiento localizado en áreas rurales que presta en forma periódica o permanente servicios de alojamiento y alimentación, realizando actividades dirigidas, propias de estos establecimientos y de ecoturismo.

i) Establecimiento Especial de Alojamiento de Turismo: aquel establecimiento que preste en forma periódica o permanente el servicio de alojamiento cuyas características y condiciones de las instalaciones son diferentes a las anteriormente señaladas y pueda ser considerado como establecimiento de alojamiento turístico.”

En cuanto a la “Categorización de los Establecimientos de Alojamiento Turístico”, se tiene que el Artículo 11 señala lo siguiente:

“Artículo 11: La Corporación de Turismo de Venezuela establecerá según el procedimiento del Capítulo IV la Categoría de los establecimientos de alojamiento turístico por estrellas o por clase de la siguiente manera:

- a) Hotel de Turismo: De una (1) a cinco (5) estrellas.
- b) Hotel Residencia de Turismo: De una (1) a cinco (5) estrellas.
- c) Motel de Turismo: De una (1) a tres (3) estrellas.
- d) Hospedaje o Pensión de Turismo: De una (1) a dos (2) estrellas.
- e) Posada de Turismo: De una (1) a cuatro (4) estrellas.
- f) Estancia de Turismo: De una (1) a cuatro (4) estrellas.
- g) Hato, Finca o Hacienda de Turismo: De una (1) a cuatro (4) estrellas.
- h) Campamento de Turismo: De tercera (3a.) a primera (1ra.) clase.

Cuando la categoría se establece por el otorgamiento de estrellas, la escala menor es de una (1) estrella y la máxima de cinco (5) estrellas.

Cuando la categoría se establece por clase, la escala inferior es la tercera (3a.) clase y la superior es la primera (1ra.) clase.”

En cuanto a las Posadas, en las “Normas sobre Posadas” dictadas por Corpoturismo en el año 1980 se señala los requisitos necesarios para la categorización de este tipo de establecimiento:

Cuadro 5.4.1.5. Requisitos de Categorización de Posadas en Venezuela

1	INDICES REQUISITOS ARQUITECTONICOS	CLASE CATEGORIA	POSADAS TURISTICAS					
			***	**	*	OBSERVACIONES		
2	ESTACIONAMIENTO							
1.1	PUBLICO							OPCIONAL, SE ESTIMAN DE 25 A 30 m ² POR VEHICULO, INCLUYENDO CIRCULACION
2	RECEPCION							
2.1	ENTRADA PRINCIPAL	X		X		X		NIVEL ACCESO
2.2	VESTIBULO Y ESTAR PRINCIPAL	X	16.00	X	14.00	X	12.00	AREA MINIMA (m ²)
2.3	TELEFONOS PUBLICOS	X	1 Tif.	X	1 Tif.	X	1 Tif.	
2.4	SANITARIOS PUBLICOS	X	S.N.S.	X	S.N.S.	X	S.N.S.	COVENIN N° 1320-78, 1466-79, 1666-80 DAMAS/CABALLEROS
2.5	RECEPCION-REGISTRO-CAJA	X	3.00	X	2.25	X	1.80	
3	DEPENDENCIA SERVICIOS PUBLICOS							
3.1	COMEDOR	X	1.60	X	1.40	X	1.80	NUMERO DE HABITACIONES POR INDICE IGUAL AREA. AREA MINIMA 1.20 m ² x COMENSAL
3.2	SANITARIOS PUBLICOS	X	S.N.S.	X	S.N.S.	X	S.N.S.	COVENIN N° 1320-78, 1466-79, 1666-80 DAMAS/CABALLEROS
4	OFICINAS DE ADMINISTRACION							
4.1	OFICINA DEL ADMINISTRADOR	X	9.00	X	6.00			AREA MINIMA
5	DEPENDENCIA SERVICIOS GENERALES							
5.1	ENTRADA DE SERVICIO PEATONAL	X						NIVEL ACCESO
5.2	VESTUARIOS/SANITARIOS EMPLEADOS		S.N.S.		S.N.S.		S.N.S.	COVENIN N° 1320-78, 1466-79, 1666-80 DAMAS/CABALLEROS
5.3	DESPENSA GENERAL DE ALIMENTOS	X		X		X		
5.3.1	DESPENSA SEGUN N° DE HABITACIONES	X	0.20	X	0.20	X	0.20	N° DE HABITACIONES POR INDICE IGUAL AREA
5.3.2	DESPENSA SEGUN AREA DE LA COCINA	X	2 / 5	X	2 / 5	X	2 / 5	DEL AREA DE LA COCINA
5.4	CONGELADORES Y REFRIGERADORES	X		X		X		
5.4.1	CAVAS SEGUN N° DE HABITACIONES	X	0.20	X	0.20	X	0.20	N° DE HABITACIONES POR INDICE IGUAL AREA
5.4.2	CAVAS SEGUN AREA DE LA COCINA	X	2 / 5	X	2 / 5	X	2 / 5	DEL AREA DE LA COCINA
5.5	DEPOSITO LAVANDERIA	X		X		X		
5.5.1	DEPOSITO ROPA LIMPIA	X	0.12	X	0.10	X	0.10	N° DE HABITACIONES POR INDICE IGUAL AREA
5.5.2	DEPOSITO ROPA SUCIA	X	0.12	X	0.10	X	0.10	N° DE HABITACIONES POR INDICE IGUAL AREA
5.6	DEPOSITO BASURA HERMETICA	X	0.12	X	0.10	X	0.10	N° DE HABITACIONES POR INDICE IGUAL AREA
5.7	DEPOSITO DE LIMPIEZA	X	0.10	X	0.10	X	0.10	N° DE HABITACIONES POR INDICE IGUAL AREA
6	COCINA	X		X		X		
6.1	COCINA SEGUN N° DE HABITACIONES	X	0.50	X	0.45	X	0.40	N° DE HABITACIONES POR INDICE IGUAL AREA
6.2	COCINA SEGUN AREA A SERVIR	X	1 / 3	X	1 / 3	X	1 / 3	DEL AREA A SERVIR

1	INDICES REQUISITOS ARQUITECTONICOS	CLASE CATEGORIA	POSADAS TURISTICAS				OBSERVACIONES
			***	**	*		
7	MANTENIMIENTO	X					
7.1	DEPOSITO GENERAL	X	0.20	X	0.15		Nº DE HABITACIONES POR INDICE IGUAL AREA
7.2	TALLER GENERAL DE MANTENIMIENTO	X	0.25				Nº DE HABITACIONES POR INDICE IGUAL AREA
8	ZONA HABITACIONAL						
8.1	HABITACIONES	X		X		X	
8.1.1	HABITACIONES SENCILLAS	X	9.00	X	8.00	X	7.00 (m²)A ESTA AREA SE LE INCREMENTARA EL AREA DEL BAÑO
8.1.2	HABITACIONES DOBLES	X	12.00	X	10.00	X	9.00 (m²)A ESTA AREA SE LE INCREMENTARA EL AREA DEL BAÑO
8.1.3	HABITAC. COMUNES O COLECTIVAS	X	5.00	X	4.50	X	4.50 (m² /cama) POR CADA CAMA INDIVIDUAL O LITERA MAXIMO 6 PLAZAS POR HABITACION
8.2	BAÑOS (*)	X	2.50	X	2.50	X	2.50 (m²) COVENIN N° 1320-78, 1466-79, 1666-80
8.3	CAMAS						
8.3.1	CAMAS INDIVIDUALES	X		X		X	0.90 m x 1.90 m
8.3.2	CAMAS MATRIMONIALES	X		X		X	1.40 m x 1.90 m
8.3.3	LITERAS	X		X		X	0.90 m x 1.90 m (DOS PLAZAS)
8.4	ALTURA DE HABITACIONES	X		X		X	MINIMO 2.40 m LIBRES
8.5	ARMARIO EMPOTRADO (CLOSET)	X		X		X	1.00 m x 0.70 m
8.6	ANCHO PASILLO HABITACION	X		X		X	NORMA COVENIN N° 810-74, 1.20 MINIMO
8.7	ANCHO PUERTAS	X		X		X	0.80 m LIBRES, NORMA COVENIN 810-74
9	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS						
9.1	SALON USOS MULTIPLES	X	1.60				Nº DE HABITACIONES POR INDICE IGUAL AREA
9.2	LAVANDERIA	X		X			OPCIONAL
9.2.1	ZONA DE LAVADORAS	X	0.75	X	0.60		SERVICIO OPCIONAL Nº DE HABITACION POR INDICE IGUAL AREA
9.2.2	ZONA DE SECADORAS	X		X			INCLUIDA DENTRO DEL AREA DE LA LAVANDERIA
9.2.3	ZONA DE PLANCHADO	X		X			INCLUIDA DENTRO DEL AREA DE LA LAVANDERIA
9.2.4	LOCAL COMERCIAL	X					VENTA DE ARTESANIA
(*) PARA LAS HABITACIONES COLECTIVAS EL AREA MINIMA DEL BAÑO SERA DE 4.00 m²							

Fuente: Ministerio del Poder Popular para el Turismo.

De manera genérica, de acuerdo a la página electrónica <http://www.viajeros.com/article903.html>, consultada el día 06/08/2012, la clasificación de las estrellas, en base a la Organización Mundial de Turismo es la siguiente:

Hoteles de una estrella

Estos hoteles siempre son los más económicos y los que menos servicios tienen. Tienen una habitación privada, algunas veces con baño privado y otras con baño compartido. Son estrictamente funcionales –sólo para dormir y seguir viaje– y no cuentan con servicio de limpieza. Los muebles suelen ser una cama y una silla, y a veces puedes tener un ropero y una mesa de luz. Los hoteles de una estrella son generalmente espacios pequeños y sin vistas espectaculares, pero donde se puede asegurar el descanso. Los servicios como TV y teléfono se pueden compartir en el hall central del edificio. Gran parte de los hoteles de esta categoría están situados en residencias o pequeños edificios y no tienen una gran estructura para el ocio. Finalmente, suelen estar ubicados en zonas distantes del centro o casco urbano de la ciudad, pero el costo por estar allí justifica la distancia muchas veces.

Hoteles de dos estrellas

Estos hoteles de mediana categoría se ofrece baño privado y un espacio habitacional más amplio con algún mobiliario extra, como ropero o mesa y sillas. Generalmente cuentan con servicio de alimentos y bebidas, aunque en horarios cortados y con menús básicos. Están ubicados casi siempre en la zona céntrica de la ciudad, aunque el paisaje que ofrecen no es de lo más atractivo. Siguen siendo hoteles funcionales, para viajeros de paso o que llegan hasta el hotel solo para descansar y disfrutar su viaje fuera del hotel. Estos hoteles incluyen en su servicio un teléfono privado y el desayuno. También suelen ofrecer una caja de seguridad para guardar las pertenencias y datos e información turística de la región donde se encuentra localizado.

Hoteles de tres estrellas

Estos hoteles tienen un costo medio. Cuentan con amplios espacios en cada habitación y un mobiliario completo con sillas, mesas, armarios, televisor, teléfono privado y baños confortables. Algunos incluso poseen una pequeña heladera que ya viene con bebidas que se pagan al final de la estadía en caso de que se consuma. Siempre están bien ubicados, sea porque están en el casco céntrico de la ciudad o por encontrarse en lugares turísticos cerca de grandes atracciones. Generalmente cuentan con servicio de comidas al estilo de bares, en los horarios de mañana, tarde y noche, además de una amplia oferta turística para los viajeros mediante excursiones. La mayoría incluye el servicio de botones, servicio de cuarto 24 horas, conserjes y servicio bilingüe en el espacio designado a la recepción de los huéspedes. Son hospedajes donde se opta a un descanso extra gracias a sus comodidades.

Hoteles de cuatro estrellas

Estos hoteles están considerados de primera clase: son lujosos, con comodidades amplias como habitaciones grandes y lujosamente decoradas, que incluyen accesorios tales como secador de pelos, gel de baño y TV por Cable. También ofrecen una serie de facilidades como: tienda del estilo duty free, servicio de lavandería, centro de reuniones de negocios y empresariales y centros de ocio, como mesas de billar o cartas. Cuentan con personal altamente capacitado que incluye chefs, botones y parqueadores plurilingües y hasta guías que ofrecen recorridos y visitas por la región. Siempre poseen servicio de bar y comidas que se pueden recibir directamente en la habitación, e incluso algunos tienen su parte de restaurante abierta al público. Suelen tener salas de conferencias para eventos empresariales o de cualquier otro tipo, además de una excelente ubicación, con suites de lujo, jacuzzi y buenas vistas panorámicas. Ideal para disfrutar tanto fuera como dentro del hotel para el viajero que busca descansar, pero también realizar actividades de todo tipo mientras se encuentra allí.

Hoteles de cinco estrellas

Estos hoteles de lujo se caracterizan por ofrecer la mejor atención y la más amplia gama de servicios, que van desde espacio para piscinas, salones de gimnasia con profesores y animadores infantiles incluidos, hasta un servicio de guardería para niños, shows y eventos casi todas las noches. Tienen un espacio para las comidas y veladas con música en vivo, además de una carta desarrollada por varios chefs especializados en la gastronomía de la región. Las habitaciones son las más cómodas de todas las que puedas encontrar, con espacios muy amplios y todas las comodidades que van desde TV por cable hasta servicio de limpieza y atención personalizada las 24 horas, además de ofrecerte ubicaciones inmejorables con vistas increíbles. Suelen incluir un servicio de cóctel gratuito y entradas con descuentos especiales para los eventos de la región. En estos hoteles suelen organizarse congresos y reuniones especiales dada su amplia capacidad y la cantidad de servicios que ofrece.

Las habitaciones de casi todos los hoteles tienen más de una clase de cuarto. Normalmente están denominados como: •

- Estándar: la categoría más sencilla.
- Superior: con más prestaciones y comodidades.
- Deluxe: posee todas las comodidades. La diferencia entre los tipos de habitaciones está determinada básicamente por el espacio que ocupan, la decoración, los equipamientos y comodidades con las que cuenta y los paisajes que se pueden ver por sus ventanas.”

5.4.1.6-CARACTERÍSTICAS DE LA OFERTA TURÍSTICA POSADAS DE BARLOVENTO (HIGUEROTE)

Para este punto, se tomo los datos de la “²¹Guía de Campamentos, Posadas y Cabañas en Venezuela 2011”, de Elizabeth Klines, información que no necesariamente coincide con el Registro Turístico Nacional, pero que sin embargo nos da un contexto de los servicios turísticos y precios ofrecidos por las posadas de Higuerote y las zonas más cercanas. Es importante señalar, que sólo se tomó la información de aquellos establecimientos, con características similares al del proyecto de la posada que se quiere desarrollar.

Para entender las tarifas se seguirá la siguiente nomenclatura indicada en la “Guía Klines”:

Tipo de Habitación y Cama:

(S): Sencilla:	Con una cama individual.
(M) Matrimonial:	Cama matrimonial.
(D) Doble	Dos camas individuales.
(Q) Queen	Cama tamaño extra grande.
(K) King	Cama súper grande.
Suite:	Habitación más grande de lo normal, frecuentemente con sala de estar aparte.
Familiar::	Normalmente para cuatro o más personas, pero muchas veces con litera aparte, de una cama matrimonial.
Múltiple:	Habitación estilo dormitorio con muchas camas en el mismo espacio.
Trilitera:	Una litera con 3 niveles.
Duplex:	Cama normal que tiene abajo un colchón.
Nota:	M+S, indica una cama matrimonial y una individual. La separación con una coma indica habitación.

²¹Klines E.”Guía de Campamentos, Posadas y Cabañas en Venezuela 2011-2012”. Editorial Colson, Edición N° 11 2011.

Formas de Pago:

(EF):	Solo Efectivo
(CH):	Cheques Conformables
(TD):	Tarjetas de Crédito
(V) :	Visa
(M)	Master Card

Otras Nomenclaturas:

(pp):	Por persona
(pn):	Por noche
(pd):	Por día
(1N/2N) :	N cantidad de noches/ D cantidad de noches

Otras Precisiones:

Posada:	Tiene cuartos como un hotel, pero generalmente se trata de una operación pequeña, atendido por un solo dueño, muchas veces en una casa de familia, y por lo general un trato mucho más personalizado.
Residencia/Hospedaje/Pensión::	Es un nivel inferior a la posada
Cabaña:	Normalmente es una casita aparte, muchas veces tiene más de una pieza y cocina.
Churuata:	Construcción indígena, generalmente con paredes de bahareque y techo de palma.
Bohío/Choza:	Estructura similar a la churuata pero más pequeña
Caney::	Un techo (usualmente de hojas de palma), apoyados en troncos o postes sin paredes, en muchos lugares se encuentran los restaurantes:

Cuadro 5.4.1.6

Características de la Oferta Turística Posadas Higuerote 2012														
Numero	Nombre	Dirección y Telefonos	Email	Cuartos	Baños/Ducha	Aire Acondicion	TV	Piscina	Restaurant	Otros	Precios			Tipo de Pago
											Habitación	Semana Bs.	Fin de Semana	
1	Posada El Portal	A la derecha, al lado del distribuidor Las Lapas de la Autopista. Llegando a Higuerote Telf. 0234-511.5918	hotelrestauranteportaldehiguerote.com	38	Corona	Si	Normal	En construcción, para el 2012 lista	Sábados/Domingos		M	200	500	V/M/TD
											K/T	230	550	
											2M/M+bunk /litera	270	650	
											3M	450	800	
2	Posada Hierba Buena	Distribuidor las Lapas de la Autopistas, tomando la salida para Tacarigua-Caracas. A 3Km un aviso indica Mi querencia. Cruce aqui y en la T, hacia la derecha que se una a 25 ma una calle asfaltada. Telf. 0234 808.3112-511.0974, 0416 412.7973	www.turismodeplaya.com/hierbabuena	4 apartamentos, todos con M/T y cocinita	Fria	Si	Directv	Si		Caney+Parri llera y mesa	Apto 2 Personas	300	300	EF
											Cuarto	200	200	
											Persona Extra Adulto/Nino	100/50	100/50	
3	Posada Santa Isabel	En la ruta via Caucagua Higuerote, cruce hacia el este en la salida de Sotillo. Telf. 0234 514.9987-511.5737		18	Agua Caliente, champú	si	Cable	Piscina-jacuzzi, sombrias, mesas, sillas, cancha de arena.	De lunes a jueves de 8:30 a 4:30, viernes de 7am a 11 pm. Servicio de Cuarto	Caney/bar. Con tiendita playera. Salón para eventos.	2M	280	300	V, M, TD, CH
											2M+5	300	400	

Cuadro 5.4.1.6

Características de la Oferta Turística Posadas Higuerote 2012														
Numero	Nombre	Dirección y Teléfonos	Email	Cuartos	Baños/Ducha	Aire Acondición	TV	Piscina	Restaurant	Otros	Precios			Tipo de Pago
											Habitación	Semana Bs.	Fin de Semana	
4	Posada Sol y Playa	Av Principal mesa grande, frente a la escuela. Desde la carretera via Higuerote, tome la salida para Curiepe, segunda calle a la izquierda (a 1 km del CC Flamingo) Telf 0234 323.2738-0414 293.0110		32 + 6 apartamentos (para 6 personas tipo estudio, cocina, barra, comedor)	Agua caliente	Si	Normal	2	Tasca Restaurant, solo temporada alta.	Parrillera, estacionamiento interno.				V,M,CH
											M	250	350	
											M+bunk/lit era	320	420	
											2M	350	450	
											M,M	400	520	
											5	390	490	
											6+Kitchen/cocina	520	680	
											8	520	780	
											Kitchen/cocina: 6		1200	
Kitchen/cocina: 8		1370												
5	Posada el Palmar	2da Av., al Lado de la Guardia Nacional, frente a la Playa de Higuerote. Telf. 0234 323.0382		44 muy simples	Corona		Cable		tasca, restaurant	Estacionamiento	M	250	250	EF, CH
											T(M+S)	280	280	
											4(M+2S)	300	300	
6	Villa Golefa	Via Carenero, a una cuadra de Playa Publica		18	Fria	Si	Normal	Si		Caney	2	250	250	EF
											4	400	400	

5.4.1.7-DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA

De acuerdo a Bacca (1990), se denomina demanda potencial insatisfecha a la cantidad de bienes y servicios, la cual ningún productor actual podrá satisfacer, si prevalecen las condiciones actuales en la que se hizo el cálculo.

Para el cálculo de la demanda insatisfecha actual y futura, se han tenido algunas limitaciones por la falta de información, por lo cual para los datos faltantes se ha realizado una serie de supuestos.

Demanda

Para determinar la demanda, se ha tomado como parámetro el número de habitaciones, calculándose de acuerdo a la fórmula sugerida por ²²Hernández (2010):

$$HD = \frac{V * R}{P * R * LA} \quad (10)$$

Donde:

- (HD): Habitaciones Demandadas
- (V): Visitantes Esperados (Número de Personas)
- (E): Permanencia (Número de Días por Visitantes)
- (P) : Promedio de Ocupación esperado (Promedio de ocupación de Instalaciones Turística)
- (R): Promedio de camas Ocupadas (Número de Personas por Habitación)
- (LA) Lapso o Período Anual em que Operan los Establecimientos

²² Hernández D. “Proyectos Turísticos”. Editorial Trillas. México 2010. Pág. 72

Tasa de Crecimiento interanual

Para la proyección de datos se utilizó la tasa de crecimiento interanual²³, utilizando la siguiente fórmula:

$$r = \sqrt[N]{\frac{Pn}{Po}} - 1 \quad (11)$$

Donde:

- (r): Tasa de Crecimiento Interanual
- (Pn): Valor Final
- (Po): Valor Inicial
- (N) : Diferencia de períodos entre Pn y Po

5.4.1.7 -1 (E) PERMANENCIA:

Cuadro 5.4.1.7-1

Noches Promedio de Permanencia Estado Miranda 2006-2009
(Número de días por persona)

2006				2007				2008				2009				Promedio
I	II	III	IV													
3,70	3,40	5,20	4,80	2,50	2,50	3,70	3,70	1,60	1,80	7,60	4,40	2,80	2,10	5,50	4,40	3,73

Fuente: Ministerio del Poder Popular para el Turismo y Cálculos Propios

La permanencia se refiere al tiempo promedio que pernoctan los turistas que en este caso van al Estado Miranda. De acuerdo a los cálculos realizados se determinó que en promedio entre el primer trimestre 2006 y IV trimestre 2008 fue de 3,73 días.

²³Negrin A. “Iniciación a la Estadística”. Editorial José Martí. Caracas 1990. Pág. 292.

5.4.1.7 -2 (P) PROMEDIO DE OCUPACIÓN ESPERADO:

Cuadro 5.4.1.7-2A

Ocupación Hotelera Estado Nueva Esparta
Porcentaje de Ocupación
(2006-2009)

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Promedio
2006	75,00	92,00	74,00	95,00	73,00	72,00	85,00	96,00	91,00	82,29	86,00	96,80	84,84
2007	76,00	94,00	75,00	58,19	45,44	48,27	64,13	83,26	70,21	58,71	57,85	68,28	66,61
2008	78,11	95,11	78,83	60,20	48,31	47,14	61,41	87,28	71,45	60,93	58,16	65,00	67,66
2009	68,49	78,21	78,02	40,29	39,82	36,31	62,37	79,30	73,27	52,01	63,08	87,90	63,26
Promedio	74,40	89,83	76,46	63,42	51,64	50,93	68,23	86,46	76,48	63,49	66,27	79,50	70,59

Fuente: Ministerio del Poder Popular para el Turismo y Cálculos Propios.

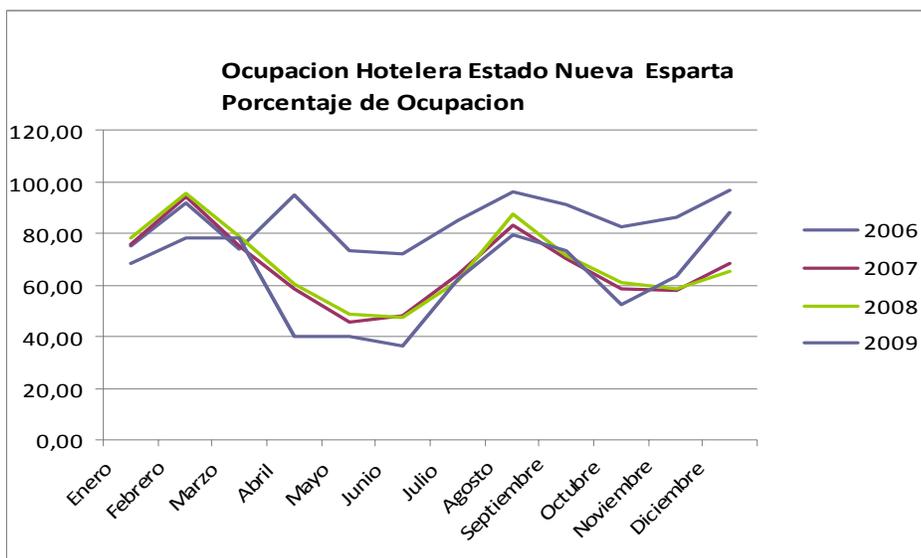


Gráfico 5.4.1.7-2A

Del promedio de ocupación esperado, no se dispone los datos del Estado Miranda, sin embargo se tomará como un Proxy, el comportamiento de la ocupación hotelera del Estado Nueva Esparta, ya que al igual que el Estado Miranda, la isla de Margarita tiene como actividad turística principal, el turismo de playa.

Como se observa en la gráfica 5.4.1.7-2 A la ocupación hotelera en el Estado Nueva Esparta tiene dos temporadas altas bien marcadas, primero el periodo diciembre-marzo y el segundo julio-septiembre. El promedio de ocupación hotelera 2006-2009 fue del 70,59% de las instalaciones turísticas.

Cuadro 5.4.1.7-2B

Ocupación Hotelera Promedio Trimestral Estado Nueva Esparta
Porcentaje de Ocupación
(2006-2009)

	I Tri	II Tri	III Tri	IV Tri	Año
2006	80,33	80,00	90,67	88,36	84,84
2007	81,67	50,63	72,53	61,61	66,61
2008	84,02	51,88	73,38	61,36	67,66
2009	74,91	38,81	71,65	67,66	63,26
Promedio	80,23	55,33	77,06	69,75	70,59

5.4.1.7 -3 (R) PROMEDIO DE CAMAS OCUPADAS

Esta variable se refiere al número de personas promedio por habitación. Este dato no se posee, por lo cual se tomará como referencia $R = 1,8$ (personas por habitación), de acuerdo a lo establecido en el ejemplo del profesor Hernández 2010, ya antes citado.

5.4.1.7-4 (LA) LAPSO O PERÍODO ANUAL QUE OPERAN LOS ESTABLECIMIENTOS

Las instalaciones turísticas funcionan los 365 días Del año.

5.4.1.7 -5 (V) VISITANTES ESPERADOS

De acuerdo a MINTUR, en el lapso 2006-2009 el número de visitantes fue:

Cuadro 5.4.1.7-5

Visitantes Internos al Estado Miranda 2006-2009 (Numero de Personas)

2006	2007	2008	2009
878.653	1.093.981	1.816.714	1.236.087

Fuente: Ministerio del Poder Popular para el Turismo

La tasa de crecimiento interanual del número de visitantes fue de 12,05%.

Cálculo de Otros Datos:

Cuadro 5.4.1.7-6

Oferta Turística Estado Miranda

Año	Establecimientos	Habitaciones	Camas
2009	135	6.190	14.212
2011	157	8.432	17.992

Fuente: Ministerio para el Poder Popular para el Turismo

En base a la información del cuadro 5.4.1.7 -6, la tasa de crecimiento interanual 2009-2011 de la oferta de habitaciones es 16,71%.

5.4.1.8 CÁLCULO DE LA DEMANDA INSATISFECHA

Cuadro 5.4.1.8

Demanda Insatisfecha del Estado Miranda
(Número de Habitaciones)

Año	Visitantes	Permanencia	Ocupación	Promedio Camas Ocupadas	Periodo Anual que Opera	Habitaciones Demandadas	Habitaciones Ofertadas	Demanda Insatisfecha	Demanda a Cubrir por el Proyecto	Porcentaje a cubrir %
2006	878.653	3,73	0,71	1,8	365	7.069	6.190	-879		
2007	1.093.981	3,73	0,71	1,8	365	8.801	6.190	-2.611		
2008	1.816.714	3,73	0,71	1,8	365	14.616	6.190	-8.426		
2009	1.236.087	3,73	0,71	1,8	365	9.944	6.190	-3.754		

Proyecciones

Año	Visitantes	Permanencia	Ocupación	Promedio Camas Ocupadas	Periodo Anual que Opera	Habitaciones Demandadas	Habitaciones Ofertadas	Demanda Insatisfecha	Demanda a Cubrir por el Proyecto	Porcentaje a cubrir %
2010	1.385.031	3,73	0,71	1,8	365	11.143	7.225	-3.918		
2011	1.551.923	3,73	0,71	1,8	365	12.485	8.432	-4.053		
2012	1.738.924	3,73	0,71	1,8	365	13.990	9.841	-4.149		
2013	1.948.459	3,73	0,71	1,8	365	15.676	11.486	-4.190	20	0,48
2014	2.183.241	3,73	0,71	1,8	365	17.564	13.406	-4.159	20	0,48
2015	2.446.315	3,73	0,71	1,8	365	19.681	15.646	-4.035	20	0,50
2016	2.741.087	3,73	0,71	1,8	365	22.052	18.261	-3.791	20	0,53

Fuente: Cálculos Propios

Nota: como no se dispónó información de la oferta de habitaciones del 2006, 2007 y 2008, se tomó la del año 2009 para esos años.

Efectivamente se demuestra la existencia de una demanda insatisfecha, y que el proyecto solamente viene a cubrir el déficit de habitaciones turísticas del Estado de alrededor de menos del 1%, por lo cual hay mercado para continuar expandiendo el proyecto.

CAPÍTULO VI. ESTUDIO TECNICO

El estudio técnico de acuerdo a ²⁴Sapag (1993) indica que sirve para definir la función de producción que optimiza la utilización de los recursos disponibles en la producción del bien o servicio del proyecto, obteniendo información de las necesidades de capital, mano de obra y recursos materiales, tanto para la construcción como para la puesta en funcionamiento del Proyecto.

6.1. CRONOGRAMA DEL PROYECTO

Se tiene estimado una proyección de diez (10 y 2 meses) años, de los cuales para el primer año se corresponde con la FASE 1, la cual tiene una duración entre 12 y 14 meses, se corresponde con la construcción de las instalaciones, compra y dotación de maquinarias y mobiliario, contratación de servicios y todo el proceso que implique adecuación de la infraestructura para la puesta en funcionamiento. La FASE 2 comprende el arranque y operación de la posada, que contempla un período de 9 años.

Figura 6.1



El criterio utilizado para determinar el tiempo del proyecto, fue la duración de la depreciación del activo fijo.

²⁴ Sapag, N y Sapag R. "Preparación y Evaluación de Proyectos". Editorial Mc Graw Hill. Colombia 1993. Pág. 30.

6.2 LOCALIZACIÓN

6.2.1 MACROLOCALIZACIÓN

El proyecto de la posada estará ubicado en el Municipio Brión del Estado Miranda.



Figura 6.2.1-A_Venezuela



Figura 6.2.1-B Símbolos Estado Miranda

Miranda es un estado (de los 23 existentes), situado en la zona del Litoral Central de Venezuela. Forma parte de la denominada Región Capital junto con el Distrito Capital y el Estado Vargas. Limita al norte con el estado Vargas, al sur con el estado Guárico, al este con el Mar Caribe y por el oeste el estado Aragua y el Distrito Capital. Debe su nombre al prócer de la independencia, el Generalísimo y Almirante Francisco de Miranda, primer venezolano universal que luchó en pro de la libertad de Venezuela y toda América.

El estado cuenta con una gobernación estatal, 21 alcaldías municipales y una Alcaldía Mayor, que gobierna sólo en cuatro de los municipios del estado, que son los que pertenecen a la aglomeración metropolitana de la ciudad de Caracas (Baruta, Chacao, El Hatillo y Sucre), sector al cual suele llamarse Este de Caracas. La capital del estado es Los Teques, principal ciudad y asiento del Gobierno del estado. Otras ciudades

importantes del Estado Miranda son: Guarenas, Guatire, Charallave, Santa Lucía, Cúa, Higuerote y Río Chico.

El Estado tiene una serie de tradiciones arraigadas desde la época de colonial y que se han hecho parte de las manifestaciones culturales de Venezuela. Algunas de ellas están ligadas a expresiones religiosas que surgieron de ese mestizaje que se dio hace más de 300 años entre indios, españoles y negros. Algunas de ellas son: los Diablos Danzantes de Yare, las Fiestas de San Pedro, la Noche de San Juan, entre otros.

Es el segundo estado en población de Venezuela, después del Zulia, aproximadamente 3.028.965 (2011), esto es debido a que gran parte de Caracas se encuentra en Miranda. Además este Estado cubre 7.950 km², por lo cual es uno de los más densamente poblados de Venezuela.

Miranda es centro importante de actividades socio-políticas, económicas, culturales y comerciales. Su una economía basada en la industria, el comercio, la agricultura y el turismo, además de poseer varias empresas multinacionales que distribuyen desde ahí a toda Venezuela los productos y mercancías.

Municipio Brión



Figura 6.2.1-C Estado Miranda



Figura 6.2.1-D Municipio Brion

El Municipio Bolivariano de Brión es un municipio situado en el este del estado Miranda de la República Bolivariana de Venezuela. Tiene una superficie de 531 km² y cuenta con una población de 50.211 habitantes según el censo 2008.

Limita al norte y al este con el mar Caribe, al sur con los municipios de Páez, Acevedo y Buroz y al oeste de nuevo con Acevedo y con el Estado Vargas. El noroeste del municipio es el punto este del Cordillera de la Costa, y lo demás sur es el norte de la llanura de Barlovento. Sus principales poblaciones son Higuerote, Curiepe y Tacarigua de Brión. Este municipio tiene como monumento el Cabo Codera (Higuerote), la Fuente de Higuerote, el Tambor de Curiepe, Monumento Natural Cueva Alfredo Jahn (Birongo), sus parroquias tienen una plaza Bolívar en cada parroquia.

Algunas de las ²⁵imágenes de este municipio:



Figura 6.2.1-E Playas Estado Miranda



Figura 6.2.1-F Fuente Higuerote

²⁵ Imágenes cortesía de Google .Página Electrónica consultada el 28/08/2012.
<http://www.google.es/search?q=Municipio+Brion+del+Estado+Miranda&hl=es&prmd=imvns&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&ei=wxI9UPXdL9L46QH9ooHoAg&ved=0CD4QsAQ&biw=1280&bih=675>



Figura 6.2.1-H Iglesia Estado Miranda



Figura 6.2.1-I Pescadores Mirándinos

Dentro de la macrolocalización se describen los siguientes aspectos:

a) Mercado.

Lo atractivo de este proyecto es que se ubica cerca de un gran mercado como lo es la Zona Metropolitana de Caracas y los municipios con más potencial económico del Estado Miranda, como los son Zamora (Guatire), Plaza (Guarenas), Guaicaipuro (Los Teques), Los Salías (San Antonio de los Altos), los cuales constituyen el principal mercado para el turismo de playa del Estado Miranda. Esta cercanía permite captar a los turistas de la capital de la República, que es el asiento de los poderes públicos y el centro financiero del país, lo cual redundará en que su población tenga una apreciable capacidad adquisitiva.

b) Disponibilidad de Mano de Obra.

Debido a que la ciudad de Higuero existe el Instituto Universitario de Barlovento (IUB), donde se imparten carreras relacionadas con el sector turístico; y la cercanía con la zona metropolitana se dispone de mano de obra especializada y no especializada. Como ya se indicó, la posada prestará sus instalaciones para la formación de personal en el área de hotelería, cuyas coordinaciones se realizarían con el instituto universitario.

En cuanto a la política de recursos humanos, tenemos con la introducción de la Nueva “Ley Orgánica del Trabajo, las Trabajadoras y los Trabajadores (LOTTT)”, cambiaron los parámetros sobre el cálculo de los beneficios laborales en Venezuela; esta ley fue publicada en la Gaceta Oficial Extraordinaria de la República Bolivariana de Venezuela N° 6.076, de fecha 07 de mayo de 2012. Para los recursos humanos de la posada se seguirán las siguientes especificaciones:

- Los beneficios laborales a implementar son los básicos determinados en la legislación laboral venezolana. Una vez que la posada inicie operaciones generando la rentabilidad esperada, se realizaría una revisión de la política de personal, ya que se está consciente de que con motivación y una buena remuneración hay mayor rendimiento y sentido de apropiación de las personas que laborarían en la empresa.
- Jornada laboral se implementará de acuerdo al Artículo 173 de la LOTT); en el caso de la recepción se cubrirían los 2 turnos (24 horas) de acuerdo a la normativa de posadas de CORPOTURISMO.
- Se contempla los incrementos salariales de todo el personal en base a los aumentos del salario mínimo.
- Prestaciones Sociales (Artículos 141 y 142 de la LOTTT)
 - Se depositará por trimestre vencido 15 días calculados en base al último salario.
 - Se depositara dos (2) días de salario adicionales por cada año trabajado hasta llegar a 30 días.
- Bono Vacacional y Vacaciones (Artículo 190 de la LOTTT): se dispone de inicialmente quince (15) días hábiles de vacaciones remuneradas y un día adicional por año trabajado hasta cumplir quince (15) día hábiles.
- Bono de Fin de Año (Artículo 131 de la LOTTT), se pagaran treinta (30) días de bonificación de fin de año.
- Bono de Productividad: el único beneficio adicional a la ley del trabajo que se le pagara al personal, es el bono de productividad, que equivale al 5% del salario.

c) Suministro de Agua.

El suministro del servicio de agua en el Municipio Brión está a cargo de Hidrocapital. Sin embargo dada la alta demanda del servicio en la zona, se prevé para el proyecto la construcción de un tanque subterráneo de manera de garantizar la constancia del servicio.

d) Suministro de Electricidad.

El suministro del servicio eléctrico de esta región del Estado Miranda es realizado por CORPOELEC, sin embargo por las constantes interrupciones del servicio, se contempla la adquisición de una planta eléctrica.

e) Deposición de Desechos.

El servicio de aseo Urbano lo realiza la Alcaldía del Municipio Brión por lo cual está garantizado. En cuanto a las aguas servidas que se pueden recuperar, serán utilizadas mediante un sistema de riego para la jardinería de la posada, dado el carácter ecológico de las instalaciones. En cuanto al vital líquido que no se puede aprovechar se verterá en un pozo séptico.

f) Otros Servicios Públicos.

El municipio y en especial la ciudad de Higuerote cuentan con los siguientes servicios:

- Policía Municipal
- Hospital
- Servicio de Cable (Televisión)
- CANTV
- Automercado

6.2.2 MICROLOCALIZACIÓN

Los terrenos a construir se encuentran dirigiéndose por la Avenida Principal de Higuero, a la altura de la bomba de gasolina y Centro Comercial Flamingo, se cruza a la derecha vía Curiepe, hasta la entrada de Ranchos de Aurimar. El terreno se encuentra entre la vía a Curiepe y la entrada de Ranchos de Aurimar.



Figura 6.2.2-A Ubicación

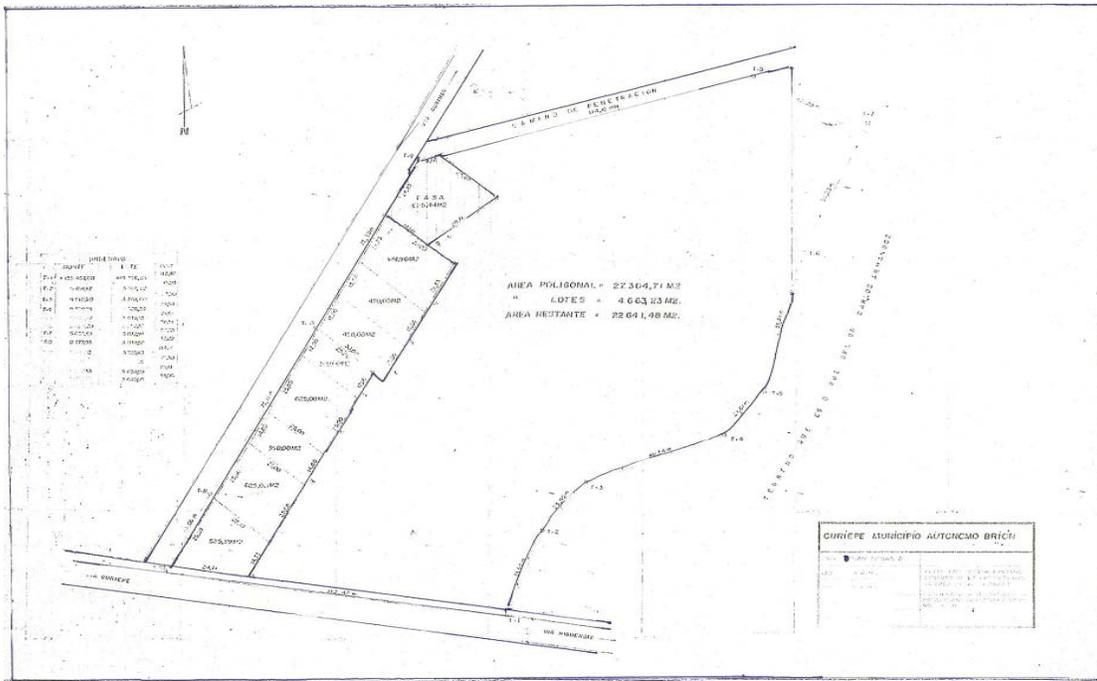


Figura 6.2.2-B Plano del Terreno

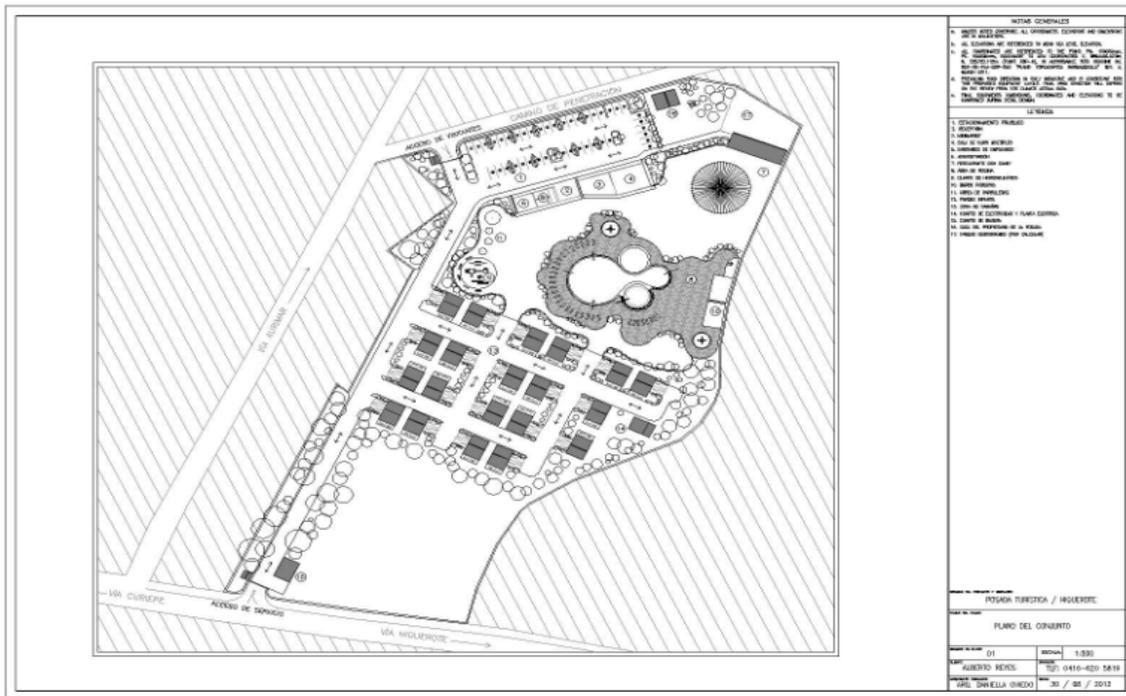


Figura 6.2.2-C Plano del Conjunto

6.3 PROCESO DE OPERACIÓN

a) Oferta de Servicio.

La oferta de servicio se realizaría por varios medios donde se incluye los siguientes:

- Página WEB de la Posada: donde se incluye la ubicación, servicios que se prestan, descripción de las instalaciones, teléfonos, planes, tarifa.
- Publicidad en Publicaciones de Turismo.
- Páginas Amarillas.
- Información a mayorista de turismo.

b) Modalidad de Pago y Reservación.

- Modalidades de Pago:
 - Efectivo.
 - Tarjeta de Débito
 - Tarjeta de Crédito
 - Cheques Conformables
 - Vía Electrónica
- Reservaciones:
 - Personalmente: el turista se dirige a la recepción y verifica la disponibilidad de habitaciones. Realiza la reservación indicando los datos de las personas que van a pernoctar. Realizan el pago de la reserva, e ingresan.
 - Vía Web: en la página de la posada dispondrán de un mail de contacto, donde se da información de las habitaciones y fechas disponibles. En la página estaría toda la información necesaria para realizar la reservación; siendo que por esta misma vía se confirmaría la misma, enviando el comprobante de pago, y toda la información necesaria para la reserva.

- Vía Telefónica: el turista se pondría en comunicación vía telefónica, donde se le llenaría la planilla de reserva, e igualmente se le exigiría el comprobante de pago para formalizar la reservación
- c) Servicios: el turista solicita a los empleados bien sea vía telefónica o personalmente los servicios del restaurante, piscina, limpieza de habitación, wi fi, control del televisor. Para cada caso se registra su uso y costo según sea el caso, a la habitación respectiva.
- e) Otros servicios
- Entre otros servicios se incluye:
 - Convenciones
 - Información de Playas de la Zona
 - Traslados a las Playas
 - Servicios de Taxis

Proceso de Servicios

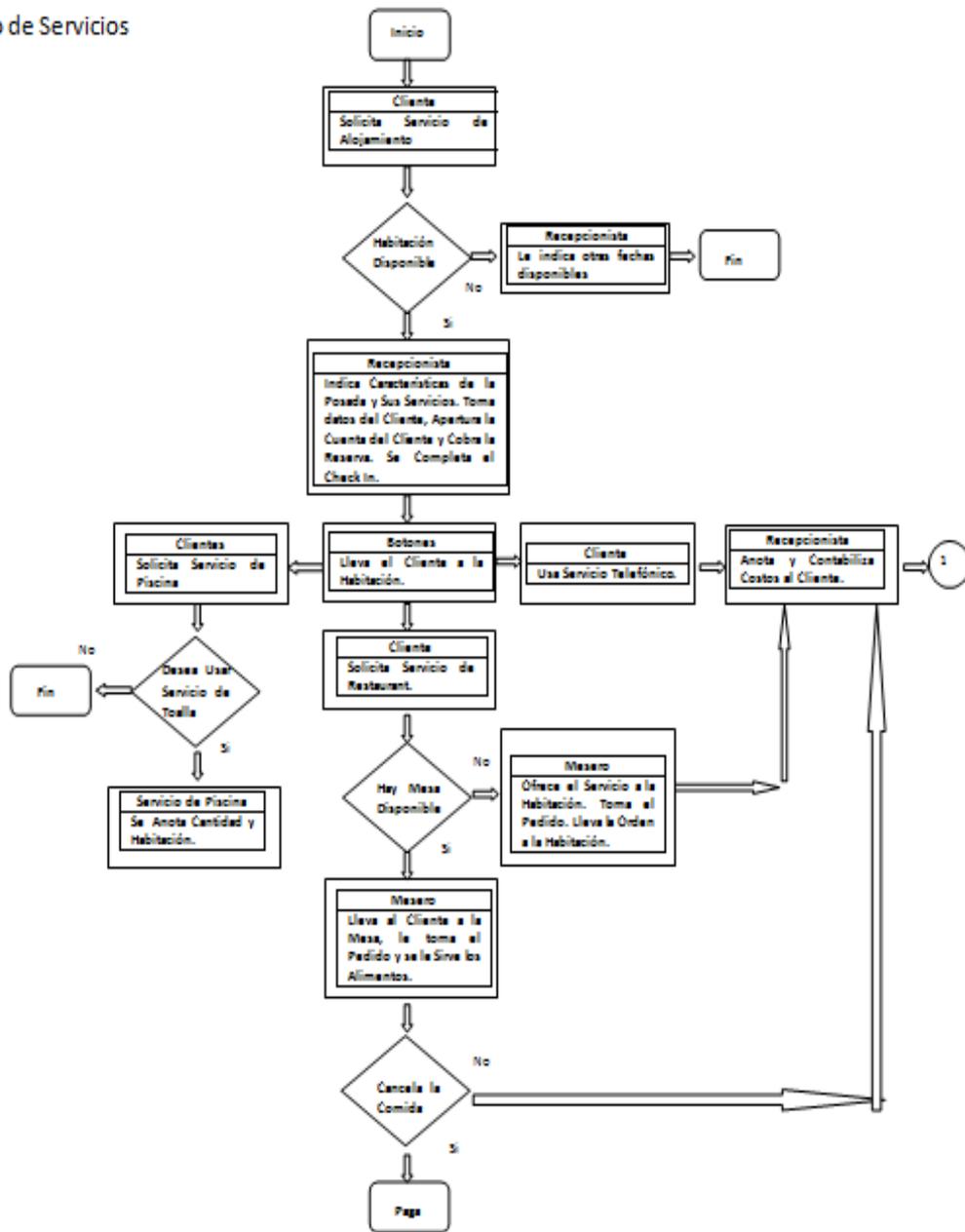


Figura 6.3-A

Proceso de Salida

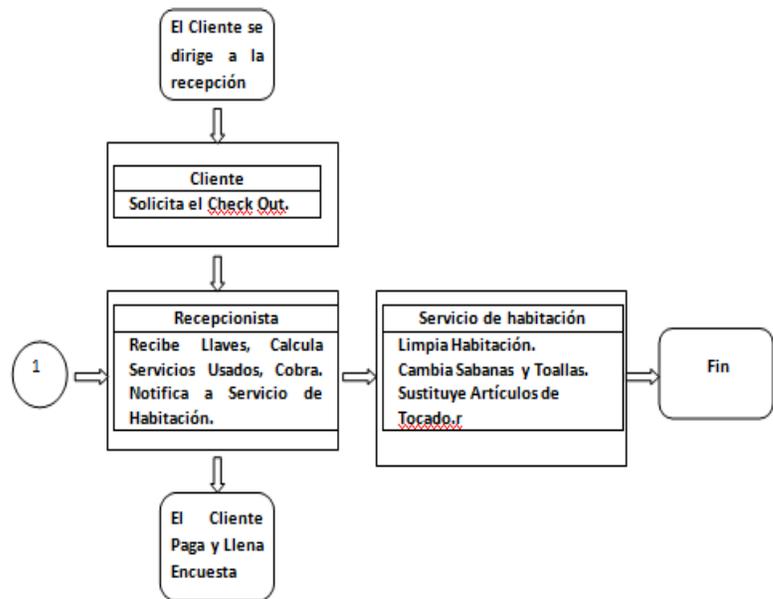


Figura 6.3-B

6.4 CONTROL DE CALIDAD

El control de calidad se ejercería a través de un proceso de evaluación del personal y a través de encuestas a los clientes; para detectar el nivel de servicios y reforzar los aspectos positivos y corregir las debilidades que se presenten. La evaluación del personal se realizaría de forma trimestral, mientras que la tabulación y presentación de los resultados de la encuesta se haría mensual, poniéndose a la orden de la gerencia para que tome los correctivos correspondientes.

La encuesta versaría sobre la calidad de los servicios:

- Servicio de Alojamiento
- Restaurante
- Piscina
- Recreación

Otros aspectos:

- Amabilidad de los empleados
- Limpieza
- Tiempo de satisfacción de los requerimientos

6.5 TECNOLOGÍA

Para los procesos operativos la posada contrataría un servicio informático para lo siguiente:

- Realización de la Página WEB: incluye proceso electrónico de reservación e información de la posada.
- Sistemas a desarrollar:
 - Contabilidad
 - Reservación
 - Inventario
 - Ordenes de Servicio
 - Facturación

Es importante indicar que los procedimientos se llevarían tanto de forma electrónica como manual.

- La posada contaría con servicio WI FI, tanto para los turistas como para el área administrativa.
- Para los servicios de televisión se contrataría servicio de televisión por cable.

6.6 DESECHOS

Los desechos sólidos serían procesados por el Aseo Urbano de la ciudad de Higuerote que consistiría en residuos de:

- Alimentos
- Papel Higiénico
- Artículos de Oficina
- Artículos de Limpieza

Los desechos líquidos serían vertidos en un pozo séptico, y el agua de lluvia es reutilizable y se utilizara para el riego de la jardinería.

6.7 Nivel de Ocupación

Como se indico en el estudio de mercado se va a utilizar como referencia el Estado Nueva Esparta sobre los niveles de ocupación, ya que se asemeja al tipo de turismo que se dispone en el Estado Miranda (Turismo de Playa). De acuerdo al cuadro 6.7, se observa que el promedio de ocupación entre el año 2006 y 2009 fue de 70,59%, siendo que el segundo y cuarto trimestre del año poseen los niveles más bajos de ocupación al tener un promedio de 55,33% y 69,75% respectivamente.

Para efectos del cálculo se tendrá como máximo nivel de ocupación el 71%, que es el promedio mostrado en el cuadro 6.7.

Cuadro 6.7

Ocupación Hotelera Promedio Trimestral Estado Nueva Esparta					
Porcentaje de Ocupación					
(2006-2009)					
	I Trl	II Trl	III Trl	IV Trl	Año
2006	80,33	80,00	90,67	88,36	84,84
2007	81,67	50,63	72,53	61,61	66,61
2008	84,02	51,88	73,38	61,36	67,66
2009	74,91	38,81	71,65	67,66	63,26
Promedio	80,23	55,33	77,06	69,75	70,59

Fuente: MINTUR y cálculos propios.

6.8 CAPACIDAD INSTALADA Y UTILIZADA

Cuadro 6.8

Capacidad Instalada y Utilizada												
	Base de Cálculos	Fase 1 Cero año	Primer año	Segundo año	Tercer año	Cuarto año	Quinto año	Fase 2 Sexto año	Séptimo año	Octavo año	Noveno año	Décimo año
Volumen de Ocupación (Capacidad Instalada)												
En porcentaje	100%		100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Servicio de Alojamiento												
Habitaciones												
Número de habitaciones disponibles por día	20		20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Número de habitaciones disponibles por año	7.300		7.300	7.300	7.300	7.300	7.300	7.300	7.300	7.300	7.300	7.300
Servicio de Alimentos												
Platos												
Número de platos servidos por día	300		300	300	300	300	300	300	300	300	300	300
Número de platos servidos por año	109.500		109.500	109.500	109.500	109.500	109.500	109.500	109.500	109.500	109.500	109.500
Servicio de Bebidas												
Bebidas no alcohólicas (Vaso)												
Número de vasos servidos por día	180		180	180	180	180	180	180	180	180	180	180
Número de vasos servidos por año	65.700		65.700	65.700	65.700	65.700	65.700	65.700	65.700	65.700	65.700	65.700
Bebidas alcohólicas (Vaso)												
Número de vasos servidos por día	160		160	160	160	160	160	160	160	160	160	160
Número de vasos servidos por año	58.400		58.400	58.400	58.400	58.400	58.400	58.400	58.400	58.400	58.400	58.400
Volumen de Ocupación (Capacidad Utilizada)												
En porcentaje	100%		35%	40%	45%	50%	60%	61%	71%	71%	71%	71%
Servicio de Alojamiento												
Habitaciones			35%	40%	45%	50%	60%	61%	71%	71%	71%	71%
Número de habitaciones disponibles por día	20		7	8	9	10	12	12	14	14	14	14
Número de habitaciones disponibles por año	7.300		2.555	2.920	3.285	3.650	4.380	4.453	5.183	5.183	5.183	5.183
Servicio de Alimentos												
Platos												
Número de platos servidos por día	200		70	80	90	100	120	122	142	142	142	142
Número de platos servidos por año	73.000		25.550	29.200	32.850	36.500	43.800	44.530	51.830	51.830	51.830	51.830
Servicio de Bebidas												
Bebidas no alcohólicas (Vaso)												
Número de vasos servidos por día	120		42	48	54	60	72	73	85	85	85	85
Número de vasos servidos por año	43.800		15.330	17.520	19.710	21.900	26.280	26.718	31.098	31.098	31.098	31.098
Bebidas alcohólicas (Botellas)												
Número de botellas servidos por día	200		70	80	72	80	96	98	114	114	114	114
Número de botellas servidos por año	73.000		25.550	29.200	26.280	29.200	35.040	35.624	41.464	41.464	41.464	41.464
OP Parámetros												
Porcentaje de cap. Instalada por año.	100%											
Habitaciones por día	20											
Platos servidos por día	200											
Vasos bebidas no alcohólica servidos por día	120											
Vasos bebidas alcohólica servidos por día	200											
Porcentaje de cap. Utilizada 2do año.	40%											
Turnos de trabajo (excepto recepción)	1											
Días laborables por mes	22											
Días laborables por año	12											
Días laborables por año	264											

En el cuadro 6.8 se señalan los parámetros de capacidad instalada y utilizada de cada una de las áreas operativas y funcionales de la posada; establecimiento como máximo nivel de capacidad utilizada el 71% promedio año, donde para los primeros años se fue bastante conservador en cuanto a esta variable. En los cuadros de evaluación financiera se narra los detalles de los parámetros de cálculos utilizados para la capacidad utilizada.

6.9 DETALLES TÉCNICOS DE INGENIERÍA DEL PROYECTO

PROYECTO: Posada Higuerote

Ubicada en El Estado Miranda, Municipio Brión, específicamente en la zona rural de la carretera Higuerote – Curiepe, Sector Pantano.

Descripción General:

La arquitectura de las instalaciones de la posada es de tipo rústico, estilo “Rancho Barloventeño”, respetando la identidad de la zona y utilizando materiales locales preferiblemente. Con base a que la posada estaría en la clasificación de tres estrellas (***) , Mintur establece que la misma, debe prever las siguientes áreas:

Zona de servicios:

-Zona de recepción	100 M ²
-Comedor Principal (Restaurante)	200 M ²
-Sanitarios públicos (damas y caballeros)	30 M ²
-Oficina de administración	100 M ²
-Entrada y zona de servicio	50 M ²

-Vestuarios / sanitarios de empleados (damas y caballeros)	100 M ²
-Zona de depósitos y almacenes varios (próximos a la cocina)	120 M ²
-Cuarto de basura	40 M ²
-Zona de mantenimiento	100 M ²
-Cuarto del Hidroneumático y tanque subterráneo	50 M ²
-Cuarto para la planta de electricidad de emergencia.	30 M ²
-Salones de usos múltiples (adicional a los solicitado por MINTUR)	300 M ²
-Minitiendas donde se podrá adquirir víveres básicos no perecederos y - enseres necesarios para el uso diario de las cabañas, trajes de baño, toallas, etc.	80 M ²
Total áreas de servicio en 1º etapa	1.300 M²

Nota: Las áreas de servicio están diseñadas previendo una segunda (2º) etapa, en la ampliación a futuro y reclasificación como hotel, para un número de cabañas que pudiesen rondar en 40 unidades.

La zona habitacional comprenderá:

- Área habitable por piso/por cabaña: 36,3 m² (dos pisos) / Área total por cabaña: 88,23 m², incluye estacionamiento, porche, parrillera, duchas.
- La cabaña prevé una habitación privada doble o matrimonial para dos (2) personas ubicada en el piso superior.
- Prevé un área de camas colectivas (camas gavetas para 4 personas) en el piso superior.
- Un baño completo común en P.B.
- Closet empotrado (ubicado bajo la escalera) y otro pequeño en la habitación privada.
- Kitchenette con mesón comedor, incluye nevera y cocina, en P. B.
- Ventilación natural y aire acondicionado central para la cabaña

- Área de parrillera y ducha exterior
- Estacionamiento privado frente a la cabaña.

Otras especificaciones:

- Las edificaciones se han diseñado, con tubos metálicos estructurales, tipo Conduven de perfil cuadrado de 150 mm por lado.
- El techo de las cabañas y las áreas de servicio serán a dos aguas, revestido con tejas de arcilla criolla.
- Las paredes exteriores tienen 15 cm de espesor, sin tomar en cuenta, el espesor del friso de acabado rustico exterior y liso interior.
- Las puertas serán de madera entamborada, con marcos de madera.
- Los marcos de las ventanas serán igualmente de madera.
- La escalera en estructura metálica embutida en concreto, con peldaños de madera y pasamanos de madera.
- El closet bajo la escalera será en madera.
- El piso en todas las áreas menos en el baño será en cemento pulido tratado.
- En el baño el piso será de cerámica, tipo rústica.
- Las jardineras, cominerías y la parrillera en ladrillos de arcilla.
- Toda la posada estará rodeada de un muro de concreto frisado y combinado con ladrillos huecos cuadrados y reforzados en las vigas y columnas.

Se ha tomado en cuenta la recolección de aguas de lluvia para el riego interno de la vegetación, promoviendo así la ecología y generando ahorro de agua, en la temporada de lluvias; en la temporada de sequía se ha previsto un sistema de riego sencillo que permite que las aguas bajen por gravedad, en las áreas que están en pendiente.

En todo el complejo se ha previsto, los sistemas de detección y prevención de incendio, especificados por las normas y leyes venezolanas.

Cronograma de Inversión

En cuanto al cronograma de trabajo e inversión, donde se estipulan los tiempos estimados para la definición del alcance, elaboración del proyecto, permisología y ejecución del proyecto incluyendo la puesta en marcha de los equipos y sistemas. Se ha previsto 6 (seis) meses para la elaboración del alcance, el diseño y los trámites de la permisología para la construcción y aprobación. La construcción de la posada se ha estimado en 8(ocho) meses hasta la terminación y puesta en marcha del mismo. En los tiempos antes mencionados no se incluye el tiempo necesario para la aprobación de la habitabilidad u otros referentes a requerimientos relativos a los permisos del Mintur para el funcionamiento y operatividad, ni los costos asociados a dichos permisos.

La Construcción de la posada, comenzará con la ejecución del movimiento de tierra, según lo previsto en los planos de topografía y movimiento de tierra, donde se indican las cotas y áreas requeridas para la implantación de las cabañas, el área de servicio, piscina, áreas comunes, estacionamiento y vialidades. Esta actividad se ha estimado en mes y medio.

Seguidamente se construirán las vialidades y el estacionamiento de los visitantes, los cuales están diseñados con un pavimento compuesto por piedra picada en la base y mezclas asfálticas P401 en el rodamiento y tipo III en la capa intermedia. Es relevante ejecutar las vialidades para facilitar el traslado de los materiales de construcción de las edificaciones de servicio y cabañas. Para esta actividad se ha estimado un lapso de dos (2) meses, solapado con los últimos 15 días del movimiento de tierra.

Se ha previsto la construcción de un sistema de drenajes en las vialidades y los estacionamientos, de manera de desalojar el agua de lluvia que pueda perjudicarlos; estas aguas se recogerán, recolectándose en un tanque de aguas de lluvias que posteriormente se bombeará para el riego de la vegetación y jardines, junto con las aguas que se recojan en las áreas verdes y los techos de las edificaciones. Los drenajes se ejecutarán durante la construcción de las vías y los estacionamientos.

Se ha diseñado un sistema de aguas blancas empotrado al Sistema Barlovento de Hidrocapital, agua que se almacenará en el tanque, diseñado para 40 cabañas (previéndose la posible ampliación de cabañas y los servicios correspondientes o sea, la capacidad máxima). El agua del tanque de agua potable, se bombeará hacia las áreas requeridas, mediante una bomba hidroneumática. Por otro lado, se ha diseñado un sistema de aguas negras y un pozo séptico para recoger las aguas servidas y tratarlas. Se ha previsto un pozo séptico hasta que se pueda empotrar a las cloacas municipales. Este se debe limpiar y mantener periódicamente.

El sistema de electricidad, está diseñado para que se conecte a la línea de alta tensión más cercana, y de donde CORPOLEC pueda derivar, previo pago, la conexión donde se haga la transformación a 220 volt. También se diseñará e instalará un sistema de iluminación, de las áreas de estacionamiento, las áreas comunes y las cabañas.

El muro perimetral se construirá inmediatamente después que se termine el movimiento de tierra, con la finalidad de proteger las áreas en construcción y los materiales que se

almacenen. El mismo se llevará a cabo en cuatro (4) meses, pudiéndose instalar una cerca provisional mientras se termine el muro.

Las áreas de servicio y las cabañas se construirán en cinco meses, solapándose un mes con la construcción del sistema de electricidad. Se ha previsto una planta de electricidad conectada a las áreas de mayor relevancia, como son la recepción, restaurant y cocina, depósitos de comida perecedera y neveras, pasillos de alto tránsito, en el momento que falla el suministro de energía eléctrica.

La piscina y su entorno, se comenzarán a construir en el tercer mes de la etapa de construcción, prolongándose su ejecución durante cinco meses.

CAPÍTULO VII. ESTUDIO ECONOMICO Y FINANCIERO

²⁶El estudio económico se refiere a la determinación del monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, incluyendo tanto los costos de construcción de operación de la posada; mientras que el estudio financiero surge de la necesidad de determinar la rentabilidad económica del mismo.

7.1. INVERSIÓN INICIAL

7.1.1 INFRAESTRUCTURA

La infraestructura de acuerdo a la memoria descriptiva desarrollada por la ingeniería del proyecto, presenta los siguientes costos:

Cuadro: 7.1.1-A					
ELEMENTOS DE INFRAESTRUCTURA Y ESTRUCTURA					
(En Bolívares Fuertes)					
PROYECTO: Posada Higuerote Ubicada en El Estado Miranda, Municipio Brión, específicamente en la zona rural de la carretera Higuerote – Curiepe, Sector Pantano.					Fecha: 23/08/2012
PRESUPUESTO ESTIMADO					
Part.		Und	Cantidad	P.U.	Total
1	TOPOGRAFÍA, ESTUDIO DE SUELOS Y ELABORACIÓN PROYECTO	SG	1,00	2.727.948,72	2.727.948,72
2	PERMISOLOGÍA Y REVISIÓN DE PROYECTO	SG	1,00	380.000,00	380.000,00
3	DEFORESTACIÓN, MOVIMIENTO DE TIERRA, TRANSPORTES	SG	1,00	1.383.839,84	1.383.839,84
4	VIALIDAD Y ESTACIONAMIENTO	SG	1,00	1.356.374,08	1.356.374,08
5	SISTEMA DE AGUAS NEGRAS	SG	1,00	453.200,00	453.200,00
6	SISTEMA DE DRENAJES DEL TERRENO Y LAS ÁREAS	SG	1,00	711.500,00	711.500,00
7	SISTEMA DE AGUAS BLANCAS	SG	1,00	186.500,00	186.500,00
8	SISTEMA ELECTRICIDAD E ILUMINACIÓN	SG	1,00	249.120,00	249.120,00
9	MURO PERIMETRAL	ML	400,00	2.808,00	1.123.200,00
10	ÁREAS VERDES	M2	2.200,00	20,00	44.000,00
11	EDIFICACIONES DE SERVICIO:	M2	1.000,00	3.490,00	3.490.000,00
12	20 CABAÑAS	M2	1.400,00	2.070,00	2.898.000,00
13	SISTEMA DE DETECCIÓN DE INCENDIO	SG	1,00	15.000,00	15.000,00
14	SISTEMA CONTRA INCENDIO	SG	1,00	8.000,00	8.000,00
15	PLANTA DE ELECTRICIDAD	UD	1,00	7.500,00	7.500,00
16	ÁREA DE PISCINA 850 M2 + PISCINA (320 M2)	SG	1,00	38.000,00	38.000,00
17	RECOLECCIÓN AGUAS DE LLUVIA PARA RIEGO	SG	1,00	17.500,00	17.500,00
19	OTRAS OBRAS CIVILES		1,00	981.111,28	981.111,28
Total esta Hoja >>>					16.070.793,92
Acumulado >>>					16.070.793,92
IVA 12%					1.928.495,27
Monto Total					17.999.289,19

²⁶G. Bacca. “Evaluación de Proyectos”, Mc Graw Hill. México 1992. PAgS166 y 219.

Resumen: Como el costo total de la infraestructura es de diecisiete millones novecientos noventa y nueve mil doscientos ochenta y nueve millones con diecinueve céntimos, y la construcción tendrá una duración aproximadamente entre 12 y 14 meses.

7.1.2 MAQUINARIA Y EQUIPOS DE PRODUCCIÓN

La posada necesita para iniciar sus operaciones una serie de maquinarias y equipos; para esta sección se tomaron los precios de referencia del mercado y se dividió en las áreas funcionales en cuanto al equipamiento. El monto total del equipamiento es de tres millones seis mil setenta y nueve bolívares (Bs.F 3.006.079).

Cuadro: 7.1.2				
Costo de Maquinaria y Equipos de Producción				
(En Bolívares Fuertes)				
Recepción	Características	Unid.	P. Unit	Precio Total
			BsF.	BsF.
Mostrador	Para hotel	1	8.000	8.000
Juego de recibo	2 sofás de 1 puesto y 1 de 4 puestos	1	15.000	15.000
Televisor	LCD 42 pulgadas	1	8.000	8.000
Computadora	Laptops	2	6.000	12.000
Impresora	Multifuncional	1	3.590	3.590
Caja para llaves	Mueble para llaves	2	1.000	2.000
Archivo	De 4 Gavetas	1	1.250	1.250
Cestos de Basura	Dos para recepcionistas y dos para recepción	4	100	400
Dispensadores de Agua	Para el personal y para visitantes	2	3.500	7.000
Nevera	Pequeña	1	1.500	1.500
Microondas		1	600	600
Juego de mesa pequeña y cuatro sillas		1	900	900
Mueble de Vestuario		1	3.000	3.000
Teléfonos	Central telefónica	1	4.000	4.000
Aire Acondicionado	Multi Split Lg 48000btu Con 3 Consolas	1	15.000	15.000
Silla	Para recepcionista	2	300	600
Software Informático		1	30.000	30.000
Registradora	Caja Registradora Fiscal Aclas Cr68afj Auditoria Electrónica	1	4.420	4.420
Subtotal				117.260
Administración	Características	Unid.	P. Unit	Precio Total
Escritorio grande		1	4.500	4.500
Escritorio mediano		1	1.050	1.050
Computadora		2	4.290	8.580
Impresora	Multifuncional	1	3.590	3.590
Archivos		3	1.100	3.300
Teléfonos		2	800	1.600
Microondas		1	600	600
Sillas		4	250	1.000
Cestos de basura		2	100	200
Dispensadores de agua	Para el personal y para visitantes	1	3.500	3.500
Aire acondicionado	12.000 BTU	2	2.800	5.600
Televisor	22" pulgadas	1	1.720	1.720
Subtotal				35.240

Cuadro: 7.1.2**Costo de Maquinaria y Equipos de Producción****(En Bolívaes Fuertes)**

Restaurante	Características	Unid.	P. Unit	Precio Total
Cocina				
Cocina	Cocinas Industriales Marca Mstar Y Coldelec, 8 hornillas, 2 planchas.	1	15.000	15.000
Nevera	Nevera Industrial	1	10.000	10.000
Mueble de cocina		1	70.000	70.000
Juegos de Utensilios de Cocina	Profesionales	3	800	2.400
Juego de Sartenes y ollas	Juego De Ollas Cuisinart Chef Clásica 17 Piezas Acero Inox !	2	4.800	9.600
Horno Industrial	Horno De Ventilación Forzada. Comedores. Restaurantes.	1	25.525	25.525
Sillas		4	250	1.000
Cesto de Basura		2	750	1.500
Aire acondicionado	12.000 BTU	2	2.800	5.600
Microondas	Grande	2	900	1.800
Licuadaora	Licuadaora Cuisinart Con Procesador	4	1.350	5.400
Campana Industrial	Campana Industrial Para Restaurantes (de Pared)	1	4.350	4.350
Teléfonos		2	800	1.600
Subtotal				153.775
Comedor		Unid.	P. Unit	Precio Total
Comedor	6 puestos	22	3.490	76.780
Manteles	Individuales, dotación un año	154	100	15.400
Vajillas	Vajilla 16piezas Corelle 1069983 (coproelca)	75	780	58.500
Copas de Agua	Vidrio	200	150	30.000
Copas de Vino		80	180	14.400
Vasos Whisky		45	30	1.350
Cubiertos	Súper Set De Cubiertos 45 Pzas Acero Inoxidable Para 8 P	39	179	6.981
Vasos jugo		200	70	14.000
Teléfonos		2	800	1.600
Registradora	Caja Registradora Fiscal Aclas Cr68afj Auditoria Electrónica	1	4.420	4.420
Subtotal				223.431
Total Restaurante				377.206
Lavandería	Características	Unid.	P. Unit	Precio Total
Lavadora	Lavadora Industrial En Acero Inoxidable	1	20.000	20.000
Secadora	Secador De Aire Industrial De 600 Scfm	1	35.000	35.000
Planchas	Industrial	2	10.000	20.000
Contedores		2	450	900
Mueble		1	10.000	10.000
Silla		2	250	500
Escritorio mediano		1	1.050	1.050
Subtotal				87.450
Jardinería	Características	Unid.	P. Unit	Precio Total
Maquina Podadora	Desmalezadora Motosierra Y Podadora 3 En 1 American Boss	1	2.360	2.360
Utensilios de Jardinería	Varios	1	3.000	3.000
Subtotal				5.360

Cuadro: 7.1.2				
Costo de Maquinaria y Equipos de Producción				
(En Bolívares Fuertes)				
Habitaciones	Características	Unid.	P. Unit	Precio Total
Cama Matrimonial	Oferta!!! Juego De Cuarto Matrimonial C/ Baúl Y 6 Gav	21	9.500	199.500
Colchones Matrimoniales	Colchón Simmons Ortopédico Maxipedic Twin Envió Gratis Ccs	21	2.385	50.085
Almohadas		120	70	8.400
Cubrecamas matrimoniales	Set Cubrecama Edredón Matrimonial Tipo Patchwork 3 Piezas	40	1.200	48.000
Sábanas Matrimoniales	Juego Sábanas Matrimonial Logan & Mason 100% Algodón	140	220	30.800
Juego de cuarto doble	Dos camas y dos mesas de noches	40	6.000	240.000
Colchones individuales		40	900	36.000
Lámparas de mesas		80	250	20.000
Sábanas Individuales	Edredón / Cubrecama Cama Individual-1 Funda Almohada Vac12	280	350	98.000
Cocina eléctrica 2 hornilla		21	345	7.245
Neveras	Nevera Ejecutiva Isonic 92l Gris Garantía 12 Meses Nueva!!!	21	3.000	63.000
Aire Acondicionado	Multi Split Lg 48000btu Con 3 Consolas	40	15.000	600.000
Mueble cocina Kichinet		21	3.000	63.000
Muebles	(2 Closet, Despensa)	20	10.000	200.000
Juego de Vajilla	Vajilla 16piezas Corelle 1069983 (coproelca)	30	780	23.400
Juego de ollas	Juego De Ollas Acero Carbonizado C/teflón Tapa De Vidrio 7pz	30	230	6.900
Juego de Cubiertos	Juego De Cubiertos De Acero Inoxidable... De Regalo...	30	250	7.500
Cestos de basura	Cubo De Basura Inox. Herrajes Y Accesorios De Cocina.	63	100	6.300
Juego de Cocina	Juego De Cuchillos 25 Pzas+ Base + Reloj + Tazas De Medida	30	320	9.600
Televisores	Tv Lcd 32 Sony Kdl32bx330 Bravia Nuevo 2 Anos Garantía	42	3.790	159.180
Teléfonos		21	800	16.800
Sofá Camas	Sofá Cama Mascheroni En Piel Negra Marrón Beigue Nav11	21	2.350	49.350
Sub total				1.943.060
Almacén	Características	Unid.	P. Unit	Precio Total
Estantes	19942 Estante Plástico Uso Rudo, 4 Repisas Truper Pdr12	20	733	14.660
Escritorio mediano		1	1.050	1.050
Teléfonos		1	800	800
Computadora	Computadora Intel Dual Core 3 Ghz 2gb Ram Disco 500gb LCD 19	1	4.694	4.694
Impresora	Impresora Hp 1000 + Sistema Tinta Continua Para Hp Antiderra	1	749	749
Subtotal				21.953

Cuadro: 7.1.2				
Costo de Maquinaria y Equipos de Producción				
(En Bolívares Fuertes)				
Bar	Características	Unid.	P. Unit	Precio Total
Mueble del Bar		1	20.000	20.000
Licuada	Licuada Cuisinart Con Procesador	2	1.350	2.700
Copas de Vino		80	180	14.400
Vasos Whisky		45	30	1.350
Congelador de cocina	Freezer Congelador Horizontal De 5.1 Pies Garantía 6 Meses	1	2.600	2.600
Subtotal				41.050
Servicio de Aseo	Características	Unid.	P. Unit	Precio Total
Carritos de limpieza	Carrito Multi Uso De Limpieza O Carrito De Conserje	3	1.500	4.500
Artículos de limpieza	Varios (Escobas, Coletos, Trapos, Guantes)	1	3.000	3.000
Subtotal				7.500
Servicio de Transporte	Características	Unid.	P. Unit	Precio Total
Pickup		1	200.000	200.000
Van		1	170.000	170.000
Subtotal				370.000
Sala de Usos Múltiples	Características	Unid.	P. Unit	Precio Total
Sillas	Silla Visitante Silvana Negro Nueva En Valencia	60	250	15.000
Tarima y escenario		1	60.000	60.000
Aire acondicionado	12.000 BTU	8	2.800	22.400
Equipo de Sonido	Teatro Casero Panasonic Sc-pt22 330w Rms De Potencia	2	2.250	4.500
Micrófonos	Micrófono Inalámbrico Sony Sn-368a Profesional Eventos	2	199	398
Retroproyector	Retroproyector Epson Powerlite S12+ 2800 Lumens Mom12.	1	5.390	5.390
Televisores	Televisor Tv LCD 40 Samsung Full Hd 1080p Nuevos Mom12	4	5.890	23.560
Subtotal				
Total Equipos Maquinaria y Equipos de Producción				3.006.079

7.1.3 CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo (cuadro 7.1.3) en la inversión inicial, de acuerdo a los parámetros de estudio de proyectos, se calculó para tres meses y tendrá un costo de un millón quinientos treinta y cuatro mil noventa y dos bolívares con sesenta y dos céntimos (Bs. 1.534.092,62); se corresponde a los gastos operativos de la posada, tiempo que permitirá arrancar el proyecto

Cuadro: 7.1.3		
Capital de Trabajo		
(En Bolívares Fuertes)		
Concepto	1 er año	
	Mensual	3 meses
Gastos Administrativos	204.130,96	612.392,89
Gastos Alojamiento	93.212,80	279.638,40
Gastos Restaurant	127.878,78	383.636,33
Gastos Bebidas	86.141,67	258.425,00
Total	511.364,21	1.534.092,62

7.1.4 ESTUDIOS Y PROYECTOS

Ya una vez aprobado el proyecto de parte de la entidad financiera se necesitara desarrollar la posada a nivel de la ingeniería de detalle, de igual manera es necesario determinar el impacto ambiental que tendrá sobre los recursos naturales. Estos estudios tienen un costo estimado de ciento diez mil bolívares (Bs. 110.000), los cuales se han tomado en cuenta dentro de la inversión inicial.

Cuadro: 7.1.4					
Estudios y Proyectos					
(En Bolívares Fuertes)					
Concepto	Unidad	Número	Costo	Costo Total	
Ingeniería de Detalle	Estudio	1	100.000,00	100.000,00	
Estudio Ambiental	Estudio	1	10.000,00	10.000,00	
Total		2	110.000,00	110.000,00	

7.1.5 INVERSIÓN INICIAL

Cuadro: 7.1.5	
Inversión Inicial	
(En Bolívares Fuertes)	
Concepto	Bolívares
Estudios	110.000,00
Infraestructura	17.999.289,19
Maquinaria y Equipos	3.006.079,00
Capital de Trabajo	1.534.092,62
Total	22.649.460,81

Una vez estimado los elementos de la inversión inicial, se tiene que el proyecto de la posada tiene un costo de veintidós millones seiscientos cuarenta y nueve mil cuatrocientos sesenta bolívares con ochenta y un céntimos (Bs.F 22.649.460,81).

7.2 PRESUPUESTO DE EGRESOS

7.2.1 GASTOS DE PERSONAL

Para los gastos de personal se siguieron los siguientes parámetros:

Inces

²⁷El INCES es un aporte que deben realizar las empresas del país, al Instituto Nacional de Capacitación y Educación Socialista, el cual tiene por objeto formular, coordinar, evaluar, dirigir y ejecutar programas educativos de formación y capacitación integral.

- Aporte: se realiza bajo el Artículo 15 de la Ley del INCES, y se calcula sobre el 2% del salario del trabajador

Régimen Prestacional de Vivienda y Hábitat o Política Habitacional (LPH)

La ²⁸Ley del Régimen Prestacional de Vivienda y Hábitat o lo que se conocía anteriormente como Ley política habitacional (LPH), es un instrumento legal que asegura a los trabajadores el derecho a la vivienda, a través de financiamientos preferenciales al trabajador.

- Aportes sobre el salario del trabajador acuerdo al Artículo 30 de este régimen es de la siguiente manera:
 - Trabajador 1%.
 - Patrón 2%

Seguro Social Obligatorio

El régimen de seguridad social se rige en Venezuela por la ²⁹Ley del Seguro Social, que rige ocasión de la protección de la Seguridad Social a sus beneficiarios en las contingencias de maternidad, vejez, sobrevivencia, enfermedad, accidentes, invalidez, muerte, retiro y cesantía o paro forzoso.

²⁷ Ley del Instituto Nacional de Capacitación y Educación Socialista INCES. Gaceta Oficial N° 38.958 del 23 de junio de 2008. Decreto N° 6.068 14 de mayo de 2008.

²⁸ Rango, Valor y Fuerza de Ley del Régimen Prestacional de Vivienda y Hábitat. Decreto N° 6.072, Gaceta Oficial N° 5.889 Extraordinario de la, del 31 de julio de 2008.

²⁹ Ley del Seguro Social. Gaceta Oficial N° 4.322 Extraordinario, de fecha. jueves 3 de octubre de 1991

- Aporte: sobre salario de acuerdo a los Artículos 66 y 67 de la mencionada Ley son:
 - Trabajador 4%.
 - Patrón 12% (riesgo medio).

Régimen de Paro Forzoso

El paro forzoso en Venezuela se rige por la ³⁰Ley del Régimen Prestacional de Empleo el cual norma la atención integral a las personas en situación de desempleo, a través de la “Red de Servicios de Atención Integral a la Persona en Situación de Desempleo”. El mismo permite remunerar al desempleado hasta 5 meses después de la pérdida del empleo.

- Aporte: de acuerdo al Artículo 46 es del 2,5% y se distribuye de la siguiente manera
 - Trabajador 0,5%.
 - Patrón 2% (riesgo medio).

Cesta Ticket

La cesta ticket es una ayuda para la alimentación de los trabajadores y sus familias, se rige por la ³¹Ley de Alimentación para los Trabajadores y las Trabajadoras.

- Aportes en concordancia con el Artículo 5 es el siguiente:
 - Debe ser su cancelación entre un 25% a un 50% de la unidad tributaria.

Ley del trabajo

³⁰ Ley del Régimen Prestacional de Empleo. Gaceta Oficial N° 38.281 del 27 de septiembre de 2005.

³¹ Ley de Alimentación para los Trabajadores y las Trabajadoras, Decreto N° 8.189 03 de mayo de 2011, Gaceta Oficial N° 39.666 del 4 de mayo de 2011.

El régimen laboral en Venezuela se rige a través ³²Ley Orgánica del Trabajo, las Trabajadoras y los Trabajadores (LOTTT), la cual establece los términos de relaciones laborales entre trabajadores y patrones.

- Jornada laboral se implementará de acuerdo al Artículo 173 de la LOTT); de 8 horas diarias, no más de 40 semanales
 - En recepción se cubrirán las 24 horas.
- Prestaciones Sociales (Artículos 141 y 142 de la LOTTT)
 - 15 días por trimestre vencido calculados en base al último salario.
 - 2 días de salario adicionales por cada año trabajado hasta llegar a 30 días.
- Bono Vacacional y Vacaciones (Artículo 190 de la LOTTT):
 - 15 días hábiles de vacaciones remuneradas
 - 1 día adicional por año trabajado hasta cumplir quince (15) día hábiles.
- Bono de Fin de Año (Artículo 131 de la LOTTT),
 - 30 días de bonificación de fin de año.
- Bono de Productividad:
 - 5% del salario (este beneficio es otorgado por la empresa).

Factor de Ajuste

El factor de ajuste salarial utilizado fue del 35%.

³² Decreto con Rango y Fuerza de Ley Orgánica del Trabajo, las Trabajadoras y los Trabajadores. Decreto N° 8.938 30 de abril de 2012. Gaceta Extraordinaria 6.076 del 7 Mayo 2012

Cuadro: 7.2.1-A

Cálculos de Personal

Personal de la Empresa

Área	Cargo	Número	Sueldo Unitario	Sueldo	INCES Trabajador	INCES Patronal	LPH Trabajador	LPH Patronal	IVSS Trabajador	IVSS Patronal	Paro Forzoso Trabajador	Paro Forzoso Patronal	Cesta Ticket	Bono de Productividad 5% del Salario	Bono Vacacional	Bono Vacacional 1 día Adicional	Bono de Fin de Año	Prestaciones Sociales	Prestaciones Sociales 2 días Adicionales	Total Remuneraciones Anual
					0,50%	2,00%	1,00%	2,00%	4,00%	12,00%	0,50%	2,00%	1/2 * UT	5,0%	15 días	9 días	1 mes	60 días	18 días	
Presidencia	Gerente	1	7.500	7.500	37,50	150,00	75,00	150,00	300,00	900,00	37,50	150,00	1.822,50	375,00	3.750,00	2.250,00	625,00	15.000,00	4.500,00	164.095,00
	Subtotal	1	7.500,00	7.500,00	37,50	150,00	75,00	150,00	300,00	900,00	37,50	150,00	1.822,50	375,00	3.750,00	2.250,00	625,00	15.000,00	4.500,00	164.095,00
Administración	Administrador	1	5.600	5.600	28,00	112,00	56,00	112,00	224,00	672,00	28,00	112,00	1.822,50	280,00	2.800,00	1.680,00	466,67	11.200,00	3.360,00	128.064,67
	Secretaría	1	2.800	2.800	14,00	56,00	28,00	56,00	112,00	336,00	14,00	56,00	1.822,50	140,00	1.400,00	840,00	233,33	5.600,00	1.680,00	74.967,33
	Motorizado	1	2.800	2.800	14,00	56,00	28,00	56,00	112,00	336,00	14,00	56,00	1.822,50	140,00	1.400,00	840,00	233,33	5.600,00	1.680,00	74.967,33
	Subtotal	3	11.200,00	11.200,00	56,00	224,00	112,00	224,00	448,00	1.344,00	56,00	224,00	5.467,50	560,00	5.600,00	3.360,00	933,33	22.400,00	6.720,00	277.999,33
Alojamiento	Recepcionista	3	3.000	9.000	45,00	180,00	90,00	180,00	360,00	1.080,00	45,00	180,00	5.467,50	450,00	4.500,00	2.700,00	750,00	18.000,00	5.400,00	236.280,00
	Ama de Llaves	2	2.700	5.400	27,00	108,00	54,00	108,00	216,00	648,00	27,00	108,00	3.645,00	270,00	2.700,00	1.620,00	450,00	10.800,00	3.240,00	146.142,00
	Lavandería	1	2.500	2.500	12,50	50,00	25,00	50,00	100,00	300,00	12,50	50,00	1.822,50	125,00	1.250,00	750,00	208,33	5.000,00	1.500,00	69.278,33
	Camareras	3	2.500	7.500	37,50	150,00	75,00	150,00	300,00	900,00	37,50	150,00	5.467,50	375,00	3.750,00	2.250,00	625,00	15.000,00	4.500,00	207.835,00
	Botones	1	2.500	2.500	12,50	50,00	25,00	50,00	100,00	300,00	12,50	50,00	1.822,50	125,00	1.250,00	750,00	208,33	5.000,00	1.500,00	69.278,33
	Subtotal	10	13.200,00	26.900,00	134,50	538,00	269,00	538,00	1.076,00	3.228,00	134,50	538,00	18.225,00	1.345,00	13.450,00	8.070,00	2.241,67	53.800,00	16.140,00	728.813,67
Alimentos	Jefe de Cocina	1	4.500	4.500	22,50	90,00	45,00	90,00	180,00	540,00	22,50	90,00	1.822,50	225,00	2.250,00	1.350,00	375,00	9.000,00	2.700,00	107.205,00
	Ayudante	2	3.000	6.000	30,00	120,00	60,00	120,00	240,00	720,00	30,00	120,00	3.645,00	300,00	3.000,00	1.800,00	500,00	12.000,00	3.600,00	157.520,00
	Mesonero	2	3.000	6.000	30,00	120,00	60,00	120,00	240,00	720,00	30,00	120,00	3.645,00	300,00	3.000,00	1.800,00	500,00	12.000,00	3.600,00	157.520,00
	Cajero	1	3.000	3.000	15,00	60,00	30,00	60,00	120,00	360,00	15,00	60,00	1.822,50	150,00	1.500,00	900,00	250,00	6.000,00	1.800,00	78.760,00
	Subtotal	6	13.500,00	19.500,00	97,50	390,00	195,00	390,00	780,00	2.340,00	97,50	390,00	10.935,00	975,00	9.750,00	5.850,00	1.625,00	39.000,00	11.700,00	501.005,00
Bebidas	Barman	2	3.000	6.000	30,00	120,00	60,00	120,00	240,00	720,00	30,00	120,00	3.645,00	300,00	3.000,00	1.800,00	500,00	12.000,00	3.600,00	157.520,00
	Subtotal	2	3.000,00	6.000,00	30,00	120,00	60,00	120,00	240,00	720,00	30,00	120,00	3.645,00	300,00	3.000,00	1.800,00	500,00	12.000,00	3.600,00	157.520,00
Mantenimiento	Reparaciones	1	3.000	3.000	15,00	60,00	30,00	60,00	120,00	360,00	15,00	60,00	1.822,50	150,00	1.500,00	900,00	250,00	6.000,00	1.800,00	78.760,00
	Jardinería	1	3.000	3.000	15,00	60,00	30,00	60,00	120,00	360,00	15,00	60,00	1.822,50	150,00	1.500,00	900,00	250,00	6.000,00	1.800,00	78.760,00
	Jefe de Almacén	1	3.000	3.000	15,00	60,00	30,00	60,00	120,00	360,00	15,00	60,00	1.822,50	150,00	1.500,00	900,00	250,00	6.000,00	1.800,00	78.760,00
	Piscina	2	3.002	6.004	30,02	120,08	60,04	120,08	240,16	720,48	30,02	120,08	3.645,00	300,20	3.002,00	1.801,20	500,33	12.008,00	3.602,40	157.595,85
	Transporte	1	2.700	2.700	13,50	54,00	27,00	54,00	108,00	324,00	13,50	54,00	1.822,50	135,00	1.350,00	810,00	225,00	5.400,00	1.620,00	73.071,00
	Jefe de Sala Usos Múltiplos	1	2.700	2.700	13,50	54,00	27,00	54,00	108,00	324,00	13,50	54,00	1.822,50	135,00	1.350,00	810,00	225,00	5.400,00	1.620,00	73.071,00
	Jefe de Mantenimiento	1	4.000	4.000	20,00	80,00	40,00	80,00	160,00	480,00	20,00	80,00	1.822,50	200,00	2.000,00	1.200,00	333,33	8.000,00	2.400,00	97.723,33
	Subtotal	8	21.402,00	24.404,00	122,02	488,08	244,04	488,08	976,16	2.928,48	122,02	488,08	14.580,00	1.220,20	12.202,00	7.321,20	2.033,67	48.808,00	14.642,40	637.741,19
	Total	30	69.802,00	95.504,00	477,52	1.910,08	955,04	1.910,08	3.820,16	11.460,48	477,52	1.910,08	51.030,00	4.775,20	47.752,00	28.651,20	7.958,67	191.008,00	57.302,40	2.467.174,19

Cuadro: 7.2.1-B

PRESUPUESTO DE PERSONAL											
Premisas											
Inflación: 35%											
Ajuste Salarial: Inflación*80%											
Factor de ajuste 35%											
Area	Cargo	Periodos	1	2	3	4	5	6	7	8	9
			Remuneración Anual	Remuneración Anual	Remuneración Anual	Remuneración Anual					
Presidencia	Gerente	1	164.095,00	221.528,25	299.063,14	403.735,24	545.042,57	735.807,47	993.340,08	1.341.009,11	1.810.362,30
Subtotal		1	164.095,00	221.528,25	299.063,14	403.735,24	545.042,57	735.807,47	993.340,08	1.341.009,11	1.810.362,30
Administración	Administrador	1	128.064,67	172.887,30	233.397,86	315.087,10	425.367,59	574.246,25	775.232,43	1.046.563,79	1.412.861,11
	Secretaria	1	74.967,33	101.205,90	136.627,97	184.447,75	249.004,47	336.156,03	453.810,64	612.644,36	827.069,89
	Motorizado	1	74.967,33	101.205,90	136.627,97	184.447,75	249.004,47	336.156,03	453.810,64	612.644,36	827.069,89
Subtotal		3	277.999,33	375.299,10	506.653,79	683.982,61	923.376,52	1.246.558,31	1.682.853,71	2.271.852,51	3.067.000,89
Alojamiento	Recepcionista	3	236.280,00	318.978,00	430.620,30	581.337,41	784.805,50	1.059.487,42	1.430.308,02	1.930.915,82	2.606.736,36
	Ama de Llaves	2	146.142,00	197.291,70	266.343,80	359.564,12	485.411,57	655.305,61	884.662,58	1.194.294,48	1.612.297,55
	Lavandería	1	69.278,33	93.525,75	126.259,76	170.450,68	230.108,42	310.646,36	419.372,59	566.153,00	764.306,55
	Camareras	3	207.835,00	280.577,25	378.779,29	511.352,04	690.325,25	931.939,09	1.258.117,77	1.698.458,99	2.292.919,64
	Botones	1	69.278,33	93.525,75	126.259,76	170.450,68	230.108,42	310.646,36	419.372,59	566.153,00	764.306,55
Subtotal		10	728.813,67	983.898,45	1.328.262,91	1.793.154,93	2.420.759,15	3.268.024,85	4.411.833,55	5.955.975,29	8.040.566,64
Alimentos	Jefe de Cocina	1	107.205,00	144.726,75	195.381,11	263.764,50	356.082,08	480.710,80	648.959,59	876.095,44	1.182.728,85
	Ayudante	2	157.520,00	212.652,00	287.080,20	387.558,27	523.203,66	706.324,95	953.538,68	1.287.277,22	1.737.824,24
	Mesonero	2	157.520,00	212.652,00	287.080,20	387.558,27	523.203,66	706.324,95	953.538,68	1.287.277,22	1.737.824,24
	Cajero	1	78.760,00	106.326,00	143.540,10	193.779,14	261.601,83	353.162,47	476.769,34	643.638,61	868.912,12
Subtotal		6	501.005,00	676.356,75	913.081,61	1.232.660,18	1.664.091,24	2.246.523,17	3.032.806,28	4.094.288,48	5.527.289,45
Bebidas	Barman	2	157.520,00	212.652,00	287.080,20	387.558,27	523.203,66	706.324,95	953.538,68	1.287.277,22	1.737.824,24
Subtotal		2	157.520,00	212.652,00	287.080,20	387.558,27	523.203,66	706.324,95	953.538,68	1.287.277,22	1.737.824,24
Mantenimiento	Reparaciones	1	78.760,00	106.326,00	143.540,10	193.779,14	261.601,83	353.162,47	476.769,34	643.638,61	868.912,12
	Jardinería	1	78.760,00	106.326,00	143.540,10	193.779,14	261.601,83	353.162,47	476.769,34	643.638,61	868.912,12
	Jefe de Almacén	1	78.760,00	106.326,00	143.540,10	193.779,14	261.601,83	353.162,47	476.769,34	643.638,61	868.912,12
	Piscina	2	157.595,85	212.754,40	287.218,44	387.744,90	523.455,61	706.665,08	953.997,85	1.287.897,10	1.738.661,09
	Transporte	1	73.071,00	98.645,85	133.171,90	179.782,06	242.705,78	327.652,81	442.331,29	597.147,24	806.148,78
	Jefe de Sala Usos Multp	1	73.071,00	98.645,85	133.171,90	179.782,06	242.705,78	327.652,81	442.331,29	597.147,24	806.148,78
	Jefe de Mantenimiento	1	97.723,33	131.926,50	178.100,78	240.436,05	324.588,66	438.194,69	591.562,84	798.609,83	1.078.123,27
Subtotal		8	637.741,19	860.950,60	1.162.283,31	1.569.082,47	2.118.261,34	2.859.652,81	3.860.531,29	5.211.717,24	7.035.818,27
Total		30	2.467.174,19	3.330.685,15	4.496.424,96	6.070.173,69	8.194.734,48	11.062.891,55	14.934.903,59	20.162.119,85	27.218.861,80

Cuadro: 7.2.1-C				
PERSONAL FIJO Y VARIABLE				
Area	Cargo	Total Personal	Personal Fijo	Personal Variable
Presidencia	Gerente	1	1	0
Subtotal		1	1	0
Administración	Administrador	1	1	0
	Secretaria	1	1	0
	Motorizado	1	1	0
Subtotal		3	3	0
Alojamiento	Recepcionista	3	2	1
	Ama de Llaves	2	1	1
	Lavandería	1	1	0
	Camareras	3	2	1
	Botones	1	1	0
Subtotal		10	7	3
Alimentos	Jefe de Cocina	1	1	0
	Ayudante	2	1	1
	Mesonero	2	1	1
	Cajero	1	1	0
Subtotal		6	4	2
Bebidas	Barman	2	2	0
Subtotal		2	2	0
Mantenimiento	Reparaciones	1	1	0
	Jardinería	1	1	0
	Jefe de Almacén	1	1	0
	Piscina	2	2	0
	Transporte	1	1	0
	Jefe de Sala Usos Multpl.	1	1	0
	Jefe de Mantenimiento	1	1	0
Subtotal		8	8	0
Total		30	25	5

7.2.2 DEPRECIACIÓN

Los cálculos de la depreciación se tomaron aplicando el siguiente criterio: la infraestructura tendrá un período de depreciación de 10 años, mientras que los equipos, maquinarias y mobiliarios 5 años. Los resultados se muestran en el cuadro 7.2.2.

Cuadro: 7.2.2**Premisas**

Activo Fijo:

Infraestructura: depreciación 10 años

Maquinaria y Equipo : depreciación 5 años

Depreciación y Amortización

Conceptos	Fase 1	Fase 2										Comprobación
Período	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Infraestructura		1.799.928,92	1.799.928,92	1.799.928,92	1.799.928,92	1.799.928,92	1.799.928,92	1.799.928,92	1.799.928,92	1.799.928,92	1.799.928,92	17.999.289,19
Maquinaria y Equipos		601.215,8	601.216	601.216	601.216	601.216						3.006.079,00
Total Depreciación y Amortización		2.401.145,72	2.401.146,72	2.401.147,72	2.401.148,72	2.401.149,72	1.799.934,92	1.799.935,92	1.799.936,92	1.799.937,92	1.799.938,92	21.005.368,19

7.2.3 GASTOS FINANCIEROS

El sector turístico tiene preferencia en cuanto al financiamiento, de acuerdo a la ³³Ley de Crédito para el Sector Turismo. Para la construcción de establecimientos turísticos se tiene un plazo de pago de hasta 15 años, un período de gracia (cancelación de intereses más no de capital de hasta 3 años), una tasa preferencial fija la cual notificara el Banco Central de Venezuela, que a la fecha es de 11% anual.

Para los efectos de este proyecto se estableció como período de pago 10 años (criterio tomando en base al tiempo de depreciación del activo fijo), una tasa de interés de 14% (sugerencia del personal del banco mercantil), y un período de gracia de tres (3 años).

La estructura de financiamiento es la siguiente:

Cuadro: 7.2.3-A		
Estructura de Financiamiento		
Financiamiento	%	BsF.
Propio	35%	7.927.311,28
Bancario	65%	14.722.149,52
Total	100%	22.649.460,81

A continuación se presenta la tabla de amortización y el cuadro de gastos financieros.

³³ Ley de Crédito para el Sector Turismo. Gaceta Oficial N° 39.251 del 27 de agosto de 2009.

Cuadro: 7.2.3-B				
Tabla de Amortización de la Deuda				
Cálculo de la Cuota Anual		3.433.093,05		
Tabla de amortización		Cuota	Intereses	Capital
Año 0				Saldo
				14.722.150
	1		2.061.101	14.722.150
	2		2.061.101	14.722.150
	3		2.061.101	14.722.150
	4	3.433.093	2.061.101	1.371.992
	5	3.433.093	1.869.022	1.564.071
	6	3.433.093	1.650.052	1.783.041
	7	3.433.093	1.400.426	2.032.667
	8	3.433.093	1.115.853	2.317.240
	9	3.433.093	791.439	2.641.654
	10	3.433.093	421.608	3.011.485
				0

Cuadro: 7.2.3-C											
Gastos Financieros											
Períodos	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Gastos Financieros		2.061.101	2.061.101	2.061.101	2.061.101	1.869.022	1.650.052	1.400.426	1.115.853	791.439	421.608
Gastos de Capital					1.371.992	1.564.071	1.783.041	2.032.667	2.317.240	2.641.654	3.011.485
Total Pagos Financieros		2.061.101	2.061.101	2.061.101	3.433.093	3.433.093	3.433.093	3.433.093	3.433.093	3.433.093	3.433.093

7.2.4 PRESUPUESTO DE GASTOS

A continuación se presenta los presupuestos por áreas operativas, funcionales y administrativas. Es importante tener en cuenta que se tomo como factor de ajuste tanto salarial como inflacionario anual de 35% y un IVA del 12%. Se tomo en cuenta para los costos fijos y variables el personal que se contrataría adicional en temporada alta de acuerdo al cuadro 7.2.1-C:

Presupuesto de Administración

El presupuesto de administración se realizó tomando en cuenta los gastos operativos que generarían las áreas de Presidencia y Administración propiamente. Se concentro en los gastos administrativos la cancelación de servicios de agua, electricidad, vigilancia de toda la posada. Los detalles se suministran en el cuadro 7.2.4-A.

Cuadro: 7.2.4-A

PRESUPUESTO DE ADMINISTRACION

(En Bolívares Fuertes)

PRESUPUESTO DE ADMINISTRACION															
(En Bolívares Fuertes)															
Premisas															
Capacidad Utilizada			100,00%	100,00%	100,00%	35%	40%	45%	50%	60%	61%	71%	71%	71%	
Inflación (anual)			35%												
IVA			12%												
2.012															
Gastos de Administración	Tipo	Numero	Costo Unitario	Mensual	Anual	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Gastos Totales de Administración			681.462,46	160.759,54	1.929.114,49	2.449.571,55	3.306.921,59	4.464.344,15	6.026.864,60	8.136.267,21	10.983.960,73	14.828.346,99	20.018.268,44	27.024.662,39	36.483.294,23
Costos Fijos			671.462,46	150.759,54	1.809.114,49	2.287.571,55	3.088.221,59	4.169.099,15	5.628.283,85	7.598.183,20	10.257.547,32	13.847.688,88	18.694.379,99	25.237.412,98	34.070.507,53
Costos Variables			10.000,00	10.000,00	120.000,00	162.000,00	218.700,00	295.245,00	398.580,75	538.084,01	726.413,42	980.658,11	1.323.888,45	1.787.249,41	2.412.786,70
01 Gastos de Personal			9.910,30	37.307,86	447.694,33	449.654,33	607.033,35	819.495,02	1.106.318,28	1.493.529,68	2.016.265,07	2.721.957,84	3.674.643,08	4.960.768,16	6.697.037,02
Costos Fijos			9.910,30	37.307,86	447.694,33	449.654,33	607.033,35	819.495,02	1.106.318,28	1.493.529,68	2.016.265,07	2.721.957,84	3.674.643,08	4.960.768,16	6.697.037,02
Costos Variables															
Sueldos y Salarios	Personas	4	9.210,30	36.841,19	442.094,33	442.094,33	596.827,35	805.716,92	1.087.717,85	1.468.419,09	1.982.365,77	2.676.193,79	3.612.861,62	4.877.363,19	6.584.440,31
Uniformes	Uniforme	4	700,00	466,67	5.600,00	7.560,00	10.206,00	13.778,10	18.600,44	25.110,59	33.899,29	45.764,05	61.781,46	83.404,97	112.596,71
02 Materiales, Suministros y Mercancías			552,16	2.451,68	29.420,16	39.717,22	53.618,24	72.384,63	97.719,25	131.920,98	178.093,32	240.425,99	324.575,08	438.176,36	591.538,09
Costos Fijos			552,16	2.451,68	29.420,16	39.717,22	53.618,24	72.384,63	97.719,25	131.920,98	178.093,32	240.425,99	324.575,08	438.176,36	591.538,09
Costos Variables															
IVA			59,16	262,68	3.152,16	4.255,42	5.744,81	7.755,50	10.469,92	14.134,39	19.081,43	25.759,93	34.775,90	46.947,47	63.379,08
Papelera	Resmas	5	40,00	200,00	2.400,00	3.240,00	4.374,00	5.904,90	7.971,62	10.761,68	14.528,27	19.613,16	26.477,77	35.744,99	48.255,73
Vasos	Paquete	3	60,00	180,00	2.160,00	2.916,00	3.936,60	5.314,41	7.174,45	9.685,51	13.075,44	17.651,85	23.829,99	32.170,49	43.430,16
Bolígrafos	Caja	3	78,00	234,00	2.808,00	3.790,80	5.117,58	6.908,73	9.326,79	12.591,17	16.998,07	22.947,40	30.978,99	41.821,64	56.459,21
Agua	Botellón	5	35,00	175,00	2.100,00	2.835,00	3.827,25	5.166,79	6.975,16	9.416,47	12.712,23	17.161,52	23.168,05	31.276,86	42.223,77
Artículos de Escritorio	Varios	15	80,00	1.200,00	14.400,00	19.440,00	26.244,00	35.429,40	47.829,69	64.570,08	87.169,61	117.678,97	158.866,61	214.469,93	289.534,40
Artículos de Limpieza	Varios	1	200,00	200,00	2.400,00	3.240,00	4.374,00	5.904,90	7.971,62	10.761,68	14.528,27	19.613,16	26.477,77	35.744,99	48.255,73
03 Servicios No Personales			671.000,00	121.000,00	1.452.000,00	1.960.200,00	2.646.270,00	3.572.464,50	4.822.827,08	6.510.816,55	8.789.602,34	11.865.963,16	16.019.050,27	21.625.717,87	29.194.719,12
Costos Fijos			661.000,00	111.000,00	1.332.000,00	1.798.200,00	2.427.570,00	3.277.219,50	4.424.246,33	5.972.732,54	8.063.188,93	10.885.305,05	14.695.161,82	19.838.468,46	26.781.932,42
Costos Variables			10.000,00	10.000,00	120.000,00	162.000,00	218.700,00	295.245,00	398.580,75	538.084,01	726.413,42	980.658,11	1.323.888,45	1.787.249,41	2.412.786,70
Servicios Básicos															
Agua	Factura		17.000,00	17.000,00	204.000,00	275.400,00	371.790,00	501.916,50	677.587,28	914.742,82	1.234.902,81	1.667.118,79	2.250.610,37	3.038.324,00	4.101.737,40
Hotel		1	10.000,00	10.000,00	120.000,00	162.000,00	218.700,00	295.245,00	398.580,75	538.084,01	726.413,42	980.658,11	1.323.888,45	1.787.249,41	2.412.786,70
Piscina		1	7.000,00	7.000,00	84.000,00	113.400,00	153.090,00	206.671,50	279.006,53	376.658,81	508.489,39	686.460,68	926.721,92	1.251.074,59	1.688.950,69
Electricidad (Áreas Comunes)	Factura	1	20.000,00	20.000,00	240.000,00	324.000,00	437.400,00	590.490,00	797.161,50	1.076.168,03	1.452.826,83	1.961.316,23	2.647.776,90	3.574.498,82	4.825.573,41
Teléfono	Factura	1	6.000,00	6.000,00	72.000,00	97.200,00	131.220,00	177.147,00	239.148,45	322.850,41	435.848,05	588.394,87	794.333,07	1.072.349,65	1.447.672,02
Publicidad	Campaña	4	3.000,00	3.000,00	36.000,00	48.600,00	65.610,00	88.573,50	119.574,23	161.425,20	217.924,03	294.197,43	397.166,54	536.174,82	723.836,01
Servicios Cable TV	Contrato	1	6.000,00	6.000,00	72.000,00	97.200,00	131.220,00	177.147,00	239.148,45	322.850,41	435.848,05	588.394,87	794.333,07	1.072.349,65	1.447.672,02
Servicios WI FI	Contrato	1	5.000,00	5.000,00	60.000,00	81.000,00	109.350,00	147.622,50	199.290,38	269.042,01	363.206,71	490.329,06	661.944,23	893.624,71	1.206.393,35
Servicios Contables	Contrato	1	5.000,00	5.000,00	60.000,00	81.000,00	109.350,00	147.622,50	199.290,38	269.042,01	363.206,71	490.329,06	661.944,23	893.624,71	1.206.393,35
Servicios Jurídicos	Contrato	1	3.000,00	3.000,00	36.000,00	48.600,00	65.610,00	88.573,50	119.574,23	161.425,20	217.924,03	294.197,43	397.166,54	536.174,82	723.836,01
Aseo Urbano	Factura	1	6.000,00	6.000,00	72.000,00	97.200,00	131.220,00	177.147,00	239.148,45	322.850,41	435.848,05	588.394,87	794.333,07	1.072.349,65	1.447.672,02
Seguro (Personal + Huéspedes)	Póliza		300.000,00	25.000,00	300.000,00	405.000,00	546.750,00	738.112,50	996.451,88	1.345.210,03	1.816.033,54	2.451.645,28	3.309.721,13	4.468.123,53	6.031.966,76
Servicio de Vigilancia			300.000,00	25.000,00	300.000,00	405.000,00	546.750,00	738.112,50	996.451,88	1.345.210,03	1.816.033,54	2.451.645,28	3.309.721,13	4.468.123,53	6.031.966,76
Total			681.462,46	160.759,54	1.929.114,49	2.449.571,55	3.306.921,59	4.464.344,15	6.026.864,60	8.136.267,21	10.983.960,73	14.828.346,99	20.018.268,44	27.024.662,39	36.483.294,23
Gastos de Administración	Tipo	Numero	Diario	Mensual	Anual	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Gastos de Administración				160.759,54	1.929.114,49	2.344.271,55	3.175.701,59	4.301.959,40	5.827.574,23	7.921.033,61	10.700.659,50	14.543.956,14	19.634.340,79	26.506.360,06	35.783.586,09
Costos Fijos				150.759,54	1.809.114,49	2.287.571,55	3.088.221,59	4.169.099,15	5.628.283,85	7.598.183,20	10.257.547,32	13.847.688,88	18.694.379,99	25.237.412,98	34.070.507,53
Costos Variables				10.000,00	120.000,00	56.700,00	87.480,00	132.860,25	199.290,38	322.850,41	443.112,18	696.267,26	939.960,80	1.268.947,08	1.713.078,56

Presupuesto de Alojamiento

El presupuesto de alojamiento incluye los gastos de recepción y lavandería. Se tomaron en cuenta los materiales y suministros que se usarían en estas actividades, así como el gasto de personal asociado a estas.

Cuadro: 7.2.4-B

PRESUPUESTO DE ALOJAMIENTO

(En Bolívares Fuertes)

Premisas															
Capacidad Utilizada		100%	100%	35%	40%	45%	50%	60%	61%	71%	71%	71%	71%		
Inflación (anual)	35%														
IVA	12%														
Gastos de Alojamiento	Tipo	Numero	Costo Unitario	Mensual/ Total	Anual	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Gasto Alojamiento Total				101.191,30	1.242.295,59	1.118.553,62	1.540.542,91	2.107.671,90	2.887.705,16	4.035.232,83	5.454.592,54	7.623.955,87	10.279.110,42	13.863.569,07	18.702.589,36
Costo Fijo				53.530,86	661.970,33	709.103,43	957.289,64	1.283.080,01	1.722.897,01	2.316.649,96	3.118.216,45	4.200.331,21	5.661.186,13	7.633.340,28	10.295.749,37
Costo Variable				47.660,44	580.325,25	409.450,19	583.253,28	824.591,89	1.164.808,15	1.718.582,87	2.336.376,09	3.423.624,66	4.617.924,29	6.230.228,79	8.406.839,99
01 Gastos de Personal				60.734,47	756.813,67	756.813,67	1.021.698,45	1.366.062,91	1.830.954,93	2.458.559,15	3.305.824,85	4.449.633,55	5.993.775,29	8.078.366,64	10.892.564,97
Costos Fijos				42.308,69	527.304,33	527.304,33	711.860,85	951.751,15	1.275.603,05	1.712.803,12	2.303.023,21	3.099.820,33	4.175.496,44	5.627.659,20	7.588.078,92
Costos Variables		10	29.972,17	18.425,78	229.509,33	229.509,33	309.837,60	414.311,76	555.351,88	745.756,03	1.002.801,64	1.349.813,22	1.818.278,85	2.450.707,44	3.304.486,05
Sueldos y Salarios	Recepcionista	3	6.563,33	19.690,00	236.280,00	236.280,00	318.978,00	430.620,30	581.337,41	784.805,50	1.059.487,42	1.430.308,02	1.930.915,82	2.606.736,36	3.519.094,09
	Ama de Llaves	2	6.089,25	12.178,50	146.142,00	146.142,00	197.291,70	266.343,80	359.564,12	485.411,57	655.305,61	884.662,58	1.194.294,48	1.612.297,55	2.176.601,69
	Lavandería	1	5.773,19	5.773,19	69.278,33	69.278,33	93.525,75	126.259,76	170.450,68	230.108,42	310.646,36	419.372,59	566.153,00	764.306,55	1.031.813,84
	Camareras	3	5.773,19	17.319,58	207.835,00	207.835,00	280.577,25	378.779,29	511.352,04	690.325,25	931.939,09	1.258.117,77	1.698.458,99	2.292.919,64	3.095.441,51
	Botones	1	5.773,19	5.773,19	69.278,33	69.278,33	93.525,75	126.259,76	170.450,68	230.108,42	310.646,36	419.372,59	566.153,00	764.306,55	1.031.813,84
	Uniformes	40	700,00	2.333,33	28.000,00	28.000,00	37.800,00	37.800,00	37.800,00	37.800,00	37.800,00	37.800,00	37.800,00	37.800,00	37.800,00
02 Materiales, Suministros y Mercancías				40.456,83	485.481,92	361.739,95	518.844,46	741.608,99	1.056.750,23	1.576.673,68	2.148.767,69	3.174.322,32	4.285.335,13	5.785.202,43	7.810.024,40
Costos Fijos				11.222,17	134.666,00	181.799,10	245.428,79	331.328,86	447.293,96	603.846,85	815.193,24	1.100.510,88	1.485.689,69	2.005.681,08	2.707.670,45
Costos Variables				29.234,66	350.815,92	179.940,85	273.415,68	410.280,13	609.456,27	972.826,84	1.333.574,45	2.073.811,44	2.799.645,44	3.779.521,35	5.102.353,94
IVA				4.334,66	52.015,92	38.757,85	55.590,48	79.458,11	113.223,24	168.929,32	230.225,11	340.105,96	459.143,05	619.843,12	832.788,33
1-Recepción y Ama de Llaves				4.793,00	57.516,00	77.646,60	104.822,91	141.510,93	191.039,75	257.903,67	348.169,95	470.029,43	634.539,74	856.628,64	1.156.448,67
Costos Fijos				4.793,00	57.516,00	77.646,60	104.822,91	141.510,93	191.039,75	257.903,67	348.169,95	470.029,43	634.539,74	856.628,64	1.156.448,67
Costos Variables															
Papelera	Resmas	3	40,00	120,00	1.440,00	1.944,00	2.624,40	3.542,94	4.782,97	6.457,01	8.716,96	11.767,90	15.886,66	21.446,99	28.953,44
Vasos	Paquete	3	60,00	180,00	2.160,00	2.916,00	3.936,60	5.314,41	7.174,45	9.685,51	13.075,44	17.651,85	23.720,49	32.170,49	43.430,16
Boligrafos	Caja	1	78,00	78,00	936,00	1.263,60	1.705,86	2.302,91	3.108,93	4.197,06	5.666,02	7.649,13	10.326,33	13.940,55	18.819,74
Agua	Botellón	5	35,00	175,00	2.100,00	2.835,00	3.827,25	5.166,79	6.975,16	9.416,47	12.712,23	17.161,52	23.168,05	31.276,86	42.223,77
Articulos de Escritorio	Varios	3	80,00	240,00	2.880,00	3.888,00	5.248,80	7.085,88	9.565,94	12.914,02	17.433,92	23.535,79	31.773,32	42.893,99	57.906,88
Articulos de Limpieza	Varios	4	1.000,00	4.000,00	48.000,00	64.800,00	87.480,00	118.980,00	159.432,30	215.233,61	290.565,37	392.263,25	525.555,38	714.899,76	965.114,68
2-Habitaciones (por habitación)				30.729,17	368.750,00	241.933,50	353.182,28	512.668,34	740.529,82	1.130.469,67	1.543.785,90	2.322.410,89	3.135.254,70	4.232.593,84	5.714.001,69
Costos Fijos				6.429,17	77.150,00	104.152,50	140.605,88	189.817,93	256.254,21	345.943,18	467.023,29	630.481,45	851.149,95	1.149.052,43	1.551.220,79
Costos Variables				24.300,00	291.600,00	137.781,00	212.576,40	322.850,41	484.275,61	784.526,49	1.076.762,61	1.691.929,44	2.284.104,75	3.083.541,41	4.162.780,90
Sábanas	Juego	20	530,00	883,33	10.600,00	14.310,00	19.318,50	26.079,98	35.207,97	47.530,75	64.166,52	86.624,80	116.943,48	157.873,70	213.129,49
Edredones	Juego	10	1.155,00	962,50	11.550,00	15.592,50	21.049,88	28.417,33	38.363,40	51.790,59	69.917,29	94.388,34	127.424,26	172.022,76	232.230,72
Toallas	Toalla	1.000	55,00	4.583,33	55.000,00	74.250,00	100.237,50	135.320,63	182.682,84	246.621,84	332.939,48	449.468,30	606.782,21	819.155,98	1.105.860,57
Costo Variable Ajustado a Capacidad				24.300,00	291.600,00	137.781,00	212.576,40	322.850,41	484.275,61	784.526,49	1.076.762,61	1.691.929,44	2.284.104,75	3.083.541,41	4.162.780,90
Papel Higiénico	Paquete	3	80,00	19.200,00	230.400,00	108.864,00	167.961,60	255.091,68	382.637,52	619.872,78	850.775,39	1.336.833,14	1.804.724,74	2.436.378,40	3.289.110,84
Jabones	Paquete	3	80,00	4.800,00	57.600,00	27.216,00	41.990,40	63.772,92	95.659,38	154.968,20	212.693,85	334.208,28	451.181,18	609.094,60	822.277,71
Articulos de Limpieza	Varios	1	100,00	300,00	3.600,00	1.701,00	2.624,40	3.985,81	5.978,71	9.685,51	13.293,37	20.888,02	28.198,82	38.068,41	51.392,36
Costo Variable al 100%				24.300,00	291.600,00	393.660,00	531.441,00	717.445,35	968.551,22	1.307.544,15	1.765.184,60	2.382.999,21	3.217.048,94	4.343.016,07	5.863.071,69
Papel Higiénico	Paquete	3	80,00	19.200,00	230.400,00	311.040,00	419.904,00	566.870,40	765.275,04	1.033.121,30	1.394.713,76	1.882.863,58	2.541.865,83	3.431.518,87	4.632.550,47
Jabones de Tocado	Paquete	3	80,00	4.800,00	57.600,00	77.760,00	104.976,00	141.717,60	191.318,76	258.280,33	348.678,44	470.715,89	635.466,46	857.879,72	1.158.137,62
Articulos de Limpieza	Varios	3	100,00	300,00	3.600,00	4.860,00	6.561,00	8.857,35	11.957,42	16.142,52	21.792,40	29.419,74	39.716,65	53.617,48	72.383,60
3-Lavandería				600,00	7.200,00	3.402,00	5.248,80	7.971,62	11.957,42	19.371,02	26.586,73	41.776,04	56.397,65	76.136,82	102.785,71
Costos Fijos				0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00
Costos Variables				600,00	7.200,00	3.402,00	5.248,80	7.971,62	11.957,42	19.371,02	26.586,73	41.776,04	56.397,65	76.136,82	102.784,71
Costo Variable Ajustado a Capacidad				600,00	7.200,00	3.402,00	5.248,80	7.971,62	11.957,42	19.371,02	26.586,73	41.776,04	56.397,65	76.136,82	102.784,71
Jabón	Saco	4	100	400,00	4.800,00	2.268,00	3.499,20	5.314,41	7.971,62	12.914,02	17.724,49	27.850,69	37.598,43	50.757,88	68.523,14
Suavizante	Galón	2	100	200,00	2.400,00	1.134,00	1.749,60	2.925,37	4.395,51	6.457,01	8.862,24	13.925,35	18.799,22	25.378,94	34.261,57
Costo Variable al 100%				600,00	7.200,00	9.720,00	13.122,00	17.714,70	23.914,85	32.285,04	43.584,81	58.839,49	79.433,31	107.234,96	144.767,20
Jabón	Saco	4	100	400,00	4.800,00	6.480,00	8.748,00	11.809,80	15.943,23	21.523,36	29.056,54	39.226,32	52.965,54	71.489,98	96.511,47
Suavizante	Galón	2	100	200,00	2.400,00	3.240,00	4.374,00	5.904,90	7.971,62	10.761,68	14.528,27	19.613,16	26.477,77	35.744,99	48.255,73
Total				101.191,30</											

Presupuesto de Alimentos

El presupuesto de alimentos incluye todos los gastos de restaurante, el restaurante tiene una capacidad para atender a unas 100 personas diarias en cada uno de los turnos. Una de las características del restaurante es que el menú principal es sobre comida típica venezolana, lo cual permitirá a traer mayor número de clientes. De igual manera también se incluye el menú internacional, para el caso de los turistas extranjeros.

Cuadro: 7.2.4-C

PRESUPUESTO DE RESTAURANTE
(En Bolívares Fuertes)

		Premisas													
Capacidad Instalada y Utilizada		100%	100%	100%	35%	40%	45%	50%	60%	61%	71%	71%	71%	71%	
Inflación (anual)															
IVA															
Restaurant	Tipo/Unidad de Medida	Numero	Costo Unitario	Mensual/ Total	Anual	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Gasto Restaurant				224.032,66	2.688.391,88	1.534.545,30	2.270.961,79	3.334.888,01	4.865.369,77	7.549.080,79	10.323.671,32	15.724.521,86	21.228.104,52	28.657.941,10	38.688.220,48
Costo Fijo				28.623,75	343.485,00	343.485,00	463.704,75	626.001,41	845.101,91	1.140.887,57	1.540.198,23	2.079.267,60	2.807.011,27	3.789.465,21	5.115.778,03
Costo Variable				195.408,91	2.344.906,88	1.191.060,30	1.807.257,04	2.708.886,60	4.020.267,87	6.408.193,21	8.783.473,10	13.645.254,26	18.421.093,25	24.868.475,89	33.572.442,45
01 Gastos de Personal				41.750,42	501.005,00	501.005,00	676.356,75	913.081,61	1.232.660,18	1.664.091,24	2.246.523,17	3.032.806,28	4.094.288,48	5.527.289,45	7.461.840,76
Costos Fijos				28.623,75	343.485,00	343.485,00	463.704,75	626.001,41	845.101,91	1.140.887,57	1.540.198,23	2.079.267,60	2.807.011,27	3.789.465,21	5.115.778,03
Costos Variables				13.126,67	157.520,00	157.520,00	212.652,00	287.080,20	387.558,27	523.203,66	706.324,95	953.538,68	1.287.277,22	1.737.824,24	2.346.062,73
Sueldos y Salarios	Jefe de Cocina	1	8.933,75	8.933,75	107.205,00	107.205,00	144.726,75	195.381,11	263.764,50	356.082,08	480.710,80	648.959,59	876.095,44	1.182.728,85	1.596.683,94
	Ayudante	2	6.563,33	13.126,67	157.520,00	157.520,00	212.652,00	287.080,20	387.558,27	523.203,66	706.324,95	953.538,68	1.287.277,22	1.737.824,24	2.346.062,73
	Mesonero	2	6.563,33	13.126,67	157.520,00	157.520,00	212.652,00	287.080,20	387.558,27	523.203,66	706.324,95	953.538,68	1.287.277,22	1.737.824,24	2.346.062,73
	Cajero	1	6.563,33	6.563,33	78.760,00	78.760,00	106.326,00	143.540,10	193.779,14	261.601,83	353.162,47	476.769,34	643.638,61	868.912,12	1.173.031,36
02 Materiales, Suministros y Mercancías				182.282,24	2.187.386,88	1.033.540,30	1.594.605,04	2.421.806,40	3.632.709,60	5.884.989,55	8.077.148,15	12.691.715,58	17.133.816,03	23.130.651,65	31.226.379,72
1-Alimentos				182.282,24	2.187.386,88	1.033.540,30	1.594.605,04	2.421.806,40	3.632.709,60	5.884.989,55	8.077.148,15	12.691.715,58	17.133.816,03	23.130.651,65	31.226.379,72
Costos Fijos															
Costos Variables				182.282,24	2.187.386,88	1.033.540,30	1.594.605,04	2.421.806,40	3.632.709,60	5.884.989,55	8.077.148,15	12.691.715,58	17.133.816,03	23.130.651,65	31.226.379,72
IVA				19.530,24	234.362,88	110.736,46	170.850,54	259.479,26	389.218,89	630.534,59	865.408,73	1.359.826,67	1.835.766,00	2.478.284,10	3.345.683,54
Costo Variable Ajustado a Capacidad				162.752,00	1.953.024,00	922.803,84	1.423.754,50	2.162.327,14	3.243.490,71	5.254.454,95	7.211.739,42	15.298.050,03	20.652.367,54	27.880.696,18	
Costo Variable al 100%				162.752,00	1.953.024,00	2.636.582,40	3.559.386,24	4.805.171,42	6.486.981,42	8.757.424,92	11.822.523,64	15.960.406,92	21.546.549,34	29.087.841,61	39.268.586,17
Carnes	Kilo	600	290,00	58.000,00	696.000,00	939.600,00	1.268.460,00	1.712.421,00	2.311.768,35	3.120.887,27	4.213.197,82	5.687.817,05	7.678.553,02	10.366.046,58	13.994.162,88
Pescados	Kilo	200	120,00	24.000,00	288.000,00	388.800,00	524.880,00	708.588,00	956.593,80	1.291.401,63	1.743.392,20	2.353.579,47	3.177.332,29	4.289.398,59	5.790.688,09
Came	Kilo	200	90,00	18.000,00	216.000,00	291.600,00	393.660,00	531.441,00	717.445,35	968.551,22	1.307.544,15	1.765.184,60	2.382.999,21	3.217.048,94	4.343.016,07
Pollo	Kilo	200	80,00	16.000,00	192.000,00	259.200,00	349.920,00	472.392,00	637.729,20	860.934,42	1.162.261,47	1.569.052,98	2.118.221,52	2.859.599,06	3.860.458,73
Verduras	Kilo	85	147,00	2.530,00	30.360,00	40.986,00	55.331,10	74.696,99	100.840,93	136.135,26	183.782,59	248.106,50	334.943,78	452.174,10	610.435,04
Cebolla	Kilo	20	35,00	700,00	8.400,00	11.340,00	15.309,00	20.667,15	27.900,65	37.665,88	50.848,94	68.646,07	92.672,19	125.107,46	168.895,07
Tomate	Kilo	20	30,00	600,00	7.200,00	9.720,00	13.122,00	17.714,70	23.914,85	32.285,04	43.584,81	58.839,49	79.433,31	107.234,96	144.767,20
Papa	Kilo	15	20,00	300,00	3.600,00	4.860,00	6.561,00	8.857,35	11.957,42	16.142,52	21.792,40	29.419,74	39.716,65	53.617,48	72.383,60
Apio	Kilo	15	17,00	255,00	3.060,00	4.131,00	5.576,85	7.528,75	10.163,81	13.721,14	18.523,54	25.006,78	33.759,16	45.574,86	61.526,06
Auyama	Kilo	15	15,00	225,00	2.700,00	3.645,00	4.920,75	6.643,01	8.968,07	12.106,89	16.344,30	22.064,81	29.787,49	40.213,11	54.287,70
Yuca	Kilo	15	30,00	450,00	5.400,00	7.290,00	9.841,50	13.286,03	17.936,13	24.213,78	32.688,60	44.129,62	59.574,98	80.426,22	108.575,40
Montes	Kilo	10	20,00	200,00	2.400,00	3.240,00	4.374,00	5.904,90	7.971,62	10.761,68	14.528,27	19.613,16	26.477,77	35.744,99	48.255,73
Condimentos				192,00	2.304,00	3.110,40	4.199,04	5.668,70	7.652,75	10.331,21	13.947,14	18.828,64	25.418,66	34.315,19	46.325,50
Salsa Inglesa	Litro	2	36,00	72,00	864,00	1.166,40	1.574,64	2.125,76	2.869,78	3.874,20	5.230,18	7.060,74	9.532,00	12.868,20	17.372,06
Salsa de Soya	Litro	2	40,00	80,00	960,00	1.296,00	1.749,60	2.361,96	3.188,65	4.304,67	5.811,31	7.845,26	10.591,11	14.298,00	19.302,29
Condimentos	Kilo	1	40,00	40,00	480,00	648,00	874,80	1.180,98	1.594,32	2.152,34	2.905,65	3.922,63	5.295,55	7.149,00	9.651,15
Fiambres				99.630,00	1.195.560,00	1.614.006,00	2.178.908,10	2.941.525,94	3.971.060,01	5.360.931,02	7.237.256,87	9.770.296,78	13.189.900,65	17.806.365,88	24.038.593,93
Jamón	Kilo	1103	90,00	99.270,00	1.191.240,00	1.608.174,00	2.171.034,90	2.930.897,12	3.956.711,11	5.341.559,99	7.211.105,99	9.734.993,09	13.142.240,67	17.742.024,90	23.951.733,61
Queso Blanco	Kilo	12	30,00	360,00	4.320,00	5.832,00	7.873,20	10.628,82	14.348,91	19.371,02	26.150,88	35.303,69	47.659,98	64.340,98	86.860,32
Frutas				900,00	10.800,00	14.580,00	19.683,00	26.572,05	35.872,27	48.427,56	65.377,21	88.259,23	119.149,96	160.852,45	217.150,80
Vanas	Kilo	30	30,00	900,00	10.800,00	14.580,00	19.683,00	26.572,05	35.872,27	48.427,56	65.377,21	88.259,23	119.149,96	160.852,45	217.150,80
Refrescos				1.500,00	18.000,00	24.300,00	32.805,00	44.286,75	59.787,11	80.712,60	108.962,01	147.098,72	198.583,27	268.087,41	361.918,01
Vanas	Litros	50	30,00	1.500,00	18.000,00	24.300,00	32.805,00	44.286,75	59.787,11	80.712,60	108.962,01	147.098,72	198.583,27	268.087,41	361.918,01
Total				224.032,66	2.688.391,88	1.534.545,30	2.270.961,79	3.334.888,01	4.865.369,77	7.549.080,79	10.323.671,32	15.724.521,86	21.228.104,52	28.657.941,10	38.688.220,48

Presupuesto de Bebidas

Mensualmente se estimo el siguiente consumo:

Cuadro 7.2.4-D. Estimación de Bebidas

Bebidas alcohólicas	Botellas	6.000
Label Whisky	Botellas	80
Ron	Botellas	80
Vino	Botellas	80
Cerveza	Botellas	5.760
Cerveza	Gaveras	240
Bebidas no alcohólicas		
Frutas	Kilos	60
Refrescos	Litros	150
Jugos Plásticos	Litros	150

En el caso de las bebidas alcohólicas el consumo mensual al 100% de la capacidad instalada se cálculo sobre el consumo de bebidas de 10 botellas, (equivalente a 10 habitaciones), por 2 días, 4 veces al mes. Este razonamiento se basa en que los fines de semana hay mayor consumo de alcohol, sin embargo se estima de una manera conservadora ya que la posada es de tipo familiar.

En cuanto a las bebidas no alcohólicas, se calculó sobre una familia promedio, (dos adultos y tres niños), y que los niños no toman bebidas alcohólicas, teniendo en cuenta que son 3 niño, a 3 comidas diarias en promedio.

Cuadro: 7.2.4-E

PRESUPUESTO DE BEBIDAS

(En Bolívars)

Premisas															
Capacidad Utilizada		100,00%	100,00%	35%	40%	45%	50%	60%	61%	71%	71%	71%	71%		
Inflación (anual)	35%														
IVA	12%														
Bar	Tipo/Unidad de Medida	Número	Costo Unitario	Mensual/T otal	Anual	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Gasto Bebidas				94.882,47	1.033.700,00	573.357,80	853.683,57	1.260.001,05	1.846.164,52	2.884.262,50	3.946.666,33	6.042.310,92	8.157.119,74	11.012.111,65	14.866.350,72
Costo Fijo				6.650,83	79.810,00	80.177,50	108.239,63	146.123,49	197.266,72	266.310,07	359.518,59	485.350,10	655.222,63	884.550,55	1.194.143,25
Costo Variable				88.231,63	953.890,00	493.180,30	745.443,95	1.113.877,55	1.648.897,81	2.617.952,44	3.587.147,74	5.556.960,82	7.501.897,11	10.127.561,09	13.672.207,48
				13.301,67	159.620,00	160.355,00	216.479,25	292.246,99	394.533,43	532.620,13	719.037,18	970.700,20	1.310.445,26	1.769.101,11	2.388.286,49
01 Gastos de Personal				13.301,67	159.620,00	160.355,00	216.479,25	292.246,99	394.533,43	532.620,13	719.037,18	970.700,20	1.310.445,26	1.769.101,11	2.388.286,49
Costos Fijos				6.650,83	79.810,00	80.177,50	108.239,63	146.123,49	197.266,72	266.310,07	359.518,59	485.350,10	655.222,63	884.550,55	1.194.143,25
Costos Variables				6.650,83	79.810,00	80.177,50	108.239,63	146.123,49	197.266,72	266.310,07	359.518,59	485.350,10	655.222,63	884.550,55	1.194.143,25
Sueldos y Salarios	Barman	2	6.563,33	13.126,67	157.520,00	157.520,00	212.652,00	287.080,20	387.558,27	523.203,66	706.324,95	953.538,68	1.287.277,22	1.737.824,24	2.346.062,73
	Uniforme	8	700,00	175,00	2.100,00	2.835,00	3.827,25	5.166,79	6.975,16	9.416,47	12.712,23	17.161,52	23.168,05	31.276,86	42.223,77
02 Materiales, Suministros y Mercancías				81.580,80	874.080,00	413.002,80	637.204,32	967.754,06	1.451.631,09	2.351.642,37	3.227.629,15	5.071.610,72	6.846.674,48	9.243.010,54	12.478.064,23
1-Bebidas				81.580,80	874.080,00	413.002,80	637.204,32	967.754,06	1.451.631,09	2.351.642,37	3.227.629,15	5.071.610,72	6.846.674,48	9.243.010,54	12.478.064,23
Costos Fijos															
Costos Variables				81.580,80	874.080,00	413.002,80	637.204,32	967.754,06	1.451.631,09	2.351.642,37	3.227.629,15	5.071.610,72	6.846.674,48	9.243.010,54	12.478.064,23
IVA				8.740,80	93.657,60	44.253,22	68.276,39	103.694,77	155.542,15	251.978,29	345.840,20	543.422,67	733.620,61	990.387,82	1.337.023,55
Costo Variable Ajustado a Capacidad				65.040,00	780.480,00	368.776,80	568.969,92	864.123,07	1.296.184,60	2.099.819,05	2.882.001,65	4.528.522,26	6.113.505,05	8.253.231,82	11.141.862,95
Costo Variable al 100%				65.040,00	780.480,00	1.053.648,00	1.422.424,80	1.920.273,48	2.592.369,20	3.499.698,42	4.724.592,86	6.378.200,37	8.610.570,49	11.624.270,17	15.692.764,72
Bebidas alcohólicas	Botellas	6.000	10,84	65.040,00	780.480,00	1.053.648,00	1.422.424,80	1.920.273,48	2.592.369,20	3.499.698,42	4.724.592,86	6.378.200,37	8.610.570,49	11.624.270,17	15.692.764,72
Label Whisky	Botellas	80	131,00	10.480,00	125.760,00	169.776,00	229.197,60	309.416,76	417.712,63	563.912,05	761.281,26	1.027.729,70	1.387.435,10	1.873.037,38	2.528.600,47
Ron	Botellas	80	100,00	8.000,00	96.000,00	129.600,00	174.960,00	236.196,00	318.864,60	430.467,21	581.130,73	784.526,49	1.059.110,76	1.429.799,53	1.930.229,36
Vino	Botellas	80	150,00	12.000,00	144.000,00	194.400,00	262.440,00	354.294,00	478.296,90	645.700,82	871.696,10	1.176.789,74	1.588.666,14	2.144.699,29	2.895.344,05
Cerveza	Botellas	5.760	6,00	34.560,00	414.720,00	559.872,00	755.827,20	1.020.366,72	1.377.495,07	1.859.618,35	2.510.484,77	3.389.154,44	4.575.358,49	6.176.733,96	8.338.590,85
Cerveza	Gaveras	240	144,00											0,00	0,00
Costo Variable Ajustado a Capacidad				7.800,00	93.600,00	44.226,00	68.234,40	103.631,00	155.446,49	251.823,32	345.627,50	543.088,46	733.169,42	989.778,72	1.336.201,28
Costo Variable al 100%				7.800,00	93.600,00	126.360,00	170.586,00	230.291,10	310.892,99	419.705,53	566.602,47	764.913,33	1.032.632,99	1.394.054,54	1.881.973,63
Bebidas no alcohólicas		360	17,08	7.800,00	93.600,00	126.360,00	170.586,00	230.291,10	310.892,99	419.705,53	566.602,47	764.913,33	1.032.632,99	1.394.054,54	1.881.973,63
Frutas	Kilos	60	70,00	4.200,00	50.400,00	68.400,00	91.854,00	124.002,90	167.403,92	225.995,29	305.093,64	411.876,41	556.033,15	750.644,75	1.013.370,42
Refrescos	Litros	150	13,00	1.950,00	23.400,00	31.590,00	42.646,50	57.572,78	77.723,25	104.926,38	141.650,62	191.228,33	258.158,25	348.513,64	470.493,41
Jugos Plásticos	Litros	150	11,00	1.650,00	19.800,00	26.730,00	36.085,50	48.715,43	65.765,82	88.783,86	119.858,21	161.808,59	218.441,59	294.896,15	398.109,81
Total				94.882,47	1.033.700,00	573.357,80	853.683,57	1.260.001,05	1.846.164,52	2.884.262,50	3.946.666,33	6.042.310,92	8.157.119,74	11.012.111,65	14.866.350,72

Presupuesto de Mantenimiento

El presupuesto de mantenimiento incluye los gastos de reparaciones y mantenimiento general, jardinería, piscina y transporte. En este cuadro se tomo en cuenta al personal que estará en estas áreas y que se considera personal fijo, es decir que su número es invariable en todo momento del año.

Cuadro: 7.2.4-F

Presupuesto de Mantenimiento

(En Bolívars Fuertes)

Premisas															
Capacidad Instalada			100,00%	100,00%	35%	40%	45%	50%	60%	61%	71%	71%	71%	71%	71%
Inflación (anual)	35%														
IVA	12%														
Mantenimiento	Tipo/Unidad de Medida	Número	Costo Unitario	Mensual/T otal	Anual	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Gasto Bebidas				78.905,10	946.861,19	1.055.053,19	1.424.321,80	1.922.834,43	2.595.826,48	3.504.365,75	4.730.893,77	6.386.706,59	8.622.053,89	11.639.772,75	15.713.693,22
Costo Fijo				78.905,10	946.861,19	1.055.053,19	1.424.321,80	1.922.834,43	2.595.826,48	3.504.365,75	4.730.893,77	6.386.706,59	8.622.053,89	11.639.772,75	15.713.693,22
Costo Variable				0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
01 Gastos de Personal				58.745,10	704.941,19	728.461,19	983.422,60	1.327.620,51	1.792.287,69	2.419.588,38	3.266.444,32	4.409.699,83	5.953.094,77	8.036.677,94	10.849.515,22
Costos Fijos				58.745,10	704.941,19	728.461,19	983.422,60	1.327.620,51	1.792.287,69	2.419.588,38	3.266.444,32	4.409.699,83	5.953.094,77	8.036.677,94	10.849.515,22
Costos Variables															
Sueldos y Salarios	Reparaciones	1	6.563,33	6.563,33	78.760,00	78.760,00	106.326,00	143.540,10	193.779,14	261.601,83	353.162,47	476.769,34	643.638,61	868.912,12	1.173.031,36
	Jardinería	1	6.563,33	6.563,33	78.760,00	78.760,00	106.326,00	143.540,10	193.779,14	261.601,83	353.162,47	476.769,34	643.638,61	868.912,12	1.173.031,36
	Jefe de Almacén	1	6.563,33	6.563,33	78.760,00	78.760,00	106.326,00	143.540,10	193.779,14	261.601,83	353.162,47	476.769,34	643.638,61	868.912,12	1.173.031,36
	Piscina	2	6.566,49	13.132,99	157.595,85	157.595,85	212.754,40	287.218,44	387.744,90	523.455,61	706.665,08	953.997,85	1.287.897,10	1.738.661,09	2.347.192,47
	Transporte	1	6.089,25	6.089,25	73.071,00	73.071,00	98.645,85	133.171,90	179.782,06	242.705,78	327.652,81	442.331,29	597.147,24	806.148,78	1.088.300,85
	Jefe de Sala Usos Multpl.	1	6.089,25	6.089,25	73.071,00	73.071,00	98.645,85	133.171,90	179.782,06	242.705,78	327.652,81	442.331,29	597.147,24	806.148,78	1.088.300,85
	Jefe de Mantenimiento	1	8.143,61	8.143,61	97.723,33	97.723,33	131.926,50	178.100,78	240.436,05	324.588,66	438.194,69	591.562,84	798.609,83	1.078.123,27	1.455.466,42
	Uniforme	32	700,00	5.600,00	67.200,00	90.720,00	122.472,00	165.337,20	223.205,22	301.327,05	406.791,51	549.168,54	741.377,53	1.000.859,67	1.351.160,55
02 Materiales, Suministros y Mercancías				20.160,00	241.920,00	326.592,00	440.899,20	595.213,92	803.538,79	1.084.777,37	1.464.449,45	1.977.006,76	2.668.959,12	3.603.094,81	4.864.178,00
1-Bebidas				20.160,00	241.920,00	326.592,00	440.899,20	595.213,92	803.538,79	1.084.777,37	1.464.449,45	1.977.006,76	2.668.959,12	3.603.094,81	4.864.178,00
Costos Fijos				20.160,00	241.920,00	326.592,00	440.899,20	595.213,92	803.538,79	1.084.777,37	1.464.449,45	1.977.006,76	2.668.959,12	3.603.094,81	4.864.178,00
Costos Variables															
IVA				2.160,00	25.920,00	34.992,00	47.239,20	63.772,92	86.093,44	116.226,15	156.905,30	211.822,15	285.959,91	386.045,87	521.161,93
Gastos Generales Reparaciones y Mantenimiento				7.000,00	84.000,00	113.400,00	153.090,00	206.671,50	279.006,53	376.658,81	508.489,39	686.460,68	926.721,92	1.251.074,59	1.688.950,69
Gastos Generales Jardinería				2.000,00	24.000,00	32.400,00	43.740,00	59.049,00	79.716,15	107.616,80	145.282,68	196.131,62	264.777,69	357.449,88	482.557,34
Gastos Mantenimiento Piscina				5.000,00	60.000,00	81.000,00	109.350,00	147.622,50	199.290,38	269.042,01	363.206,71	490.329,06	661.944,23	893.624,71	1.206.393,35
Gastos Mantenimiento Transporte				4.000,00	48.000,00	64.800,00	87.480,00	118.098,00	159.432,30	215.233,61	290.565,37	392.263,25	529.555,38	714.899,76	965.114,68
Total				78.905,10	946.861,19	1.055.053,19	1.424.321,80	1.922.834,43	2.595.826,48	3.504.365,75	4.730.893,77	6.386.706,59	8.622.053,89	11.639.772,75	15.713.693,22

7.3 PRESUPUESTO DE INGRESOS

Es importante acotar que el factor de ajuste de los precios utilizado para el presupuesto de ingresos fue del 30% y no del 35%, dada la dificultad que existe de trasladar al precio de los servicios que se venden exactamente el índice inflacionario, ya que incide negativamente en la captura de clientes.

Servicio de Habitaciones

La estimación anual de las habitaciones se realizó de la siguiente manera, son 20 habitaciones diarias, por 365 días al año, a un precio inicial de Bs. 1.350; el cual es un precio competitivo. Anualmente se tomo en cuenta el porcentaje de capacidad instalada que se espera tener. Esto da como resultado una venta de 7.300 habitaciones diarias al año

Servicio de Restaurante

Para el cálculo del servicio de restaurante se tomo un promedio de precio por plato de Bs.F 90, calculando 5 personas por habitación y que consumen dos alimentos en la posada, bien sea desayuno y cena, desayuno y almuerzo, teniendo en cuenta los 365 días al año. Da como resultado 7.300 platos al año.

Servicio de Bebidas

Para las bebidas alcohólicas se tomo sobre el criterio del consumo de 10 cabañas, las cuales consumirían 20 botellas diarias, de las cuales el 80% serían de cerveza y el restante 20% sería otras bebidas. A un precio ponderado de Bs. 24,27 por botella, los 365 días al año. Sin embargo se sabe que el mayor consumo son los fines de semana, sin embargo la posada al dar servicios diarios del restaurante cubriría la venta de bebidas que se está indicando.

En el caso de las bebidas no alcohólicas, se tomo en cuenta a 3 niños por habitación (20 habitaciones), tres bebidas diarias por niño, a ese cálculo se le agrego un 30% adicional de bebidas, siendo que son 365 días; lo que arrojo que al año a una capacidad del 100% se consumirán 56.940 vasos, a un precio promedio de Bs. 19,13.

Salón de Usos Múltiples

El salón de usos múltiples, se alquilaría a un precio promedio de Bs. 5.000 por evento, previenddo 4 eventos mensuales se tendrían 48 eventos al año.

Minimarket

El local de la minitienda o minimarket para surtir de víveres no perecederos, ropa de playa, protectores, medicinas, y en fin todo aquello necesario para abastecerse para la playa, se alquilaría a Bs. 3.000 por mes, a razón de un solo local.

Otros Ingresos

Los otros ingresos no de operaciones se calcularon a razón de Bs. 5.000 al año.

En base a estos datos se obtuvieron de acuerdo al cuadro 8.2.4. Los resultados allí observados se hicieron tomando en cuenta el pago del impuesto turístico del 1% sobre las ventas brutas que debe hacer la posada a la hora de vender los servicios turísticos.

Cuadro: 7.3

Presupuesto de Ingresos
(En Bolívars Fuertes)

Presupuesto de Ingresos											
(En Bolívars Fuertes)											
Premisas											
Costo por Habitación Bs.F	1.350,00										
Ajuste por Inflación ingresos	30%										
Capacidad Utilizada	100%	35%	40%	45%	50%	60%	61%	71%	71%	71%	71%
Rubro		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingreso por Servicio de Alojamiento	9.855.000,00	4.475.401,88	6.636.381,64	9.687.043,32	13.965.487,46	21.744.263,97	28.683.402,21	43.317.815,08	56.204.865,06	72.925.812,42	94.621.241,62
Habitaciones											
Número de habitaciones disponibles por día	20	7	8	9	10	12	12	14	14	14	14
Número de habitaciones disponibles por año	7.300	2.555	2.920	3.285	3.650	4.380	4.453	5.183	5.183	5.183	5.183
Precio por Habitación Bs.F	1.350,00	1.751,63	2.272,73	2.948,87	3.826,16	4.964,44	6.441,37	8.357,67	10.844,08	14.070,19	18.256,08
Ingresos por Servicio de Restaurante	6.570.000,00	2.983.601,25	4.424.254,43	6.458.028,88	9.310.324,97	14.496.175,98	19.122.268,14	28.878.543,39	37.469.910,04	48.617.208,28	63.080.827,74
Platos											
Número de platos servidos por día	200	70	80	90	100	120	122	142	142	142	142
Número de platos servidos por año	73.000	25.550	29.200	32.850	36.500	43.800	44.530	51.830	51.830	51.830	51.830
Precio promedio por plato Bs.F	90	116,78	151,52	196,59	255,08	330,96	429,42	557,18	722,94	938,01	1.217,07
Ingresos por Servicio de Bebidas	2.861.210,67	1.299.347,29	1.926.746,42	2.812.447,66	4.054.612,04	6.313.030,95	8.327.676,95	12.576.498,69	16.318.007,05	21.172.614,14	27.471.466,85
Bebidas no alcohólicas (Vaso)	1.089.306,00	494.681,09	733.541,38	1.070.741,19	1.543.651,88	2.403.465,98	3.170.472,06	4.788.062,49	6.212.511,09	8.060.733,13	10.458.801,24
Número de vasos servidos por día	156	55	62	70	78	94	95	111	111	111	111
Número de vasos servidos por año	56.940	19.929	22.776	25.623	28.470	34.164	34.733	40.427	40.427	40.427	40.427
Precio ponderado por vaso	19,13	24,82	32,21	41,79	54,22	70,35	91,28	118,44	153,67	199,39	258,71
Bebidas alcohólicas Botellas	1.771.904,67	804.666,21	1.193.205,03	1.741.706,47	2.510.960,16	3.909.564,97	5.157.204,89	7.788.436,19	10.105.495,96	13.111.881,01	17.012.665,61
Número de vasos botellas por día	200	70	80	90	100	120	122	142	142	142	142
Número de botellas por año	73.000	25.550	29.200	32.850	36.500	43.800	44.530	51.830	51.830	51.830	51.830
Precio por Vaso Bs.F	24,27	31,49	40,86	53,02	68,79	89,26	115,81	150,27	194,97	252,98	328,24
Ingresos por Salón de Usos Múltiples	240.000,00	108.990,00	161.616,60	235.909,73	340.103,20	529.540,68	698.530,34	1.054.923,96	1.368.763,84	1.775.971,08	2.304.322,47
Número de eventos por mes	4,00	1	2	2	2	2	2	3	3	3	3
Número de eventos por año	48,00	17	19	22	24	29	29	34	34	34	34
Precio por evento Bs.F	5.000,00	6.488	8.418	10.922	14.171	18.387	23.857	30.954	40.163	52.112	67.615
Otros Ingresos	41.000,00	53.197,50	69.023,76	89.558,32	116.201,93	150.772,00	195.626,67	253.825,60	329.338,72	427.316,98	554.443,79
Alquiler del Minimarket	36.000,00	46.710,00	60.606,23	78.636,58	102.030,96	132.385,17	171.769,76	222.871,26	289.175,46	375.205,16	486.828,69
Número de locales	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Precio de Alquiler mensual	3.000,00	3.892,50	5.050,52	6.553,05	8.502,58	11.032,10	14.314,15	18.572,60	24.097,95	31.267,10	40.569,06
Precio de Alquiler Anual	36.000,00	46.710,00	60.606,23	78.636,58	102.030,96	132.385,17	171.769,76	222.871,26	289.175,46	375.205,16	486.828,69
Otros Ingresos (monto anual)	5.000,00	6.487,50	8.417,53	10.921,75	14.170,97	18.386,83	23.856,91	30.954,34	40.163,26	52.111,83	67.615,10
Total Ingresos	19.567.210,67	8.920.537,92	13.218.022,83	19.282.987,92	27.786.729,59	43.233.783,57	57.027.504,30	86.081.606,71	111.690.884,71	144.918.922,91	188.032.302,47
Impuesto al Sector Turístico	(195.672,11)	(89.205,38)	(132.180,23)	(192.829,88)	(277.867,30)	(432.337,84)	(570.275,04)	(860.816,07)	(1.116.908,85)	(1.449.189,23)	(1.880.323,02)
Ingresos Netos	19.371.538,56	8.831.332,54	13.085.842,61	19.090.158,04	27.508.862,29	42.801.445,73	56.457.229,26	85.220.790,64	110.573.975,86	143.469.733,68	186.151.979,45

7.4 ESTADO DE RESULTADOS

Como se observar en el cuadro 7.4 el resultado del ejercicio durante los dos primeros años presentara una pérdida del ejercicio de Bs. 3.134.829 a bolívares nominales; producto de que al inicio de operaciones se tienen uno costos fijos elevados y un nivel de ocupación bajo. Sin embargo ya durante el segundo año se estima una disminución importante de la pérdida en un 67,8%, y para el tercer año de operaciones se tendría una ganancia de Bs. 1.015.194. Esta situación durante el inicio de operaciones es factible de darse, mientras se da a conocer el negocio, y la gerencia toma experticia en el manejo del mismo. Se estima una utilidades sobre ventas promedio durante los 10 años de de aproximadamente 11,41%.

Cuadro: 7.4

Estado de Resultados
(En Bolívares Fuertes)

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingresos de Operación		8.920.538	13.218.023	19.282.988	27.786.730	43.233.784	57.027.504	86.081.607	111.690.885	144.918.923	188.032.302
Ventas de Bienes y Servicios											
Ventas por Servicio de Alojamiento		4.475.402	6.636.382	9.687.043	13.965.487	21.744.264	28.683.402	43.317.815	56.204.865	72.925.812	94.621.242
Ventas por Servicio de Restaurante		2.983.601	4.424.254	6.458.029	9.310.325	14.496.176	19.122.268	28.878.543	37.469.910	48.617.208	63.080.828
Ingreso por Servicio de Bebidas		1.299.347	1.926.746	2.812.448	4.054.612	6.313.031	8.327.677	12.576.499	16.318.007	21.172.614	27.471.467
Ingreso por Salón de Usos Múltiples		108.990	161.617	235.910	340.103	529.541	698.530	1.054.924	1.368.764	1.775.971	2.304.322
Ingreso por Otros Ingresos		53.198	69.024	89.558	116.202	150.772	195.627	253.826	329.339	427.317	554.444
Gastos		11.282.532	13.491.339	17.105.022	22.027.364	29.359.991	37.481.684	51.642.464	68.293.730	90.761.830	121.238.430
Gastos operación		4.088.283	5.722.172	8.178.432	11.538.254	16.953.557	23.047.743	33.613.762	45.359.679	61.145.799	82.533.599
Gastos de Alojamiento		1.079.796	1.484.952	2.028.214	2.774.482	3.866.304	5.224.367	7.283.850	9.819.967	13.243.726	17.865.801
Gastos de Restaurant		1.423.809	2.100.111	3.075.409	4.476.151	6.918.546	9.458.263	14.364.695	19.392.339	26.179.657	35.342.537
Gastos de Bar		564.617	760.026	1.215.748	1.777.888	2.780.568	3.791.124	5.790.333	7.811.280	10.468.689	14.132.730
Gastos de Mantenimiento		1.020.061	1.377.083	1.859.062	2.509.733	3.388.140	4.573.988	6.174.884	8.336.094	11.253.727	15.192.531
Utilidad/(Pérdida) en Operaciones		4.832.255	7.495.851	11.104.556	16.248.476	26.280.227	33.979.762	52.467.845	66.331.205	83.773.124	105.498.703
Gastos administrativos		2.449.572	3.306.922	4.464.344	6.026.865	8.136.267	10.983.961	14.828.347	20.018.268	27.024.662	36.483.294
Impuestos Indirectos		282.433	499.518	639.793	934.679	1.451.723	1.978.356	3.024.549	4.043.618	5.476.785	7.317.578
Impuesto al Valor Agregado		193.227	367.338	446.963	656.812	1.019.385	1.408.081	2.163.733	2.926.709	4.027.596	5.437.254
Impuesto a las Actividades Turísticas		89.205	132.180	192.830	277.867	432.338	570.275	860.816	1.116.909	1.449.189	1.880.323
Otros Gastos											
Depreciación y Amortización		2.401.145	2.401.145	2.401.145	2.401.145	2.401.145	1.799.929	1.799.929	1.799.929	1.799.929	1.799.929
Depreciación Obras físicas		1.799.929	1.799.929	1.799.929	1.799.929	1.799.929	1.799.929	1.799.929	1.799.929	1.799.929	1.799.929
Depreciación Maquinarias		601.216	601.216	601.216	601.216	601.216	0	0	0	0	0
Gastos Financieros											
Intereses Deuda		2.061.101	2.061.101	2.061.101	2.061.101	1.869.022	1.650.052	1.400.426	1.115.853	791.439	421.608
Utilidad/(Pérdida) Bruta		(2.361.995)	(772.835)	1.538.173	4.824.686	12.422.070	17.567.463	31.414.593	39.353.537	48.680.308	59.476.294
Impuestos directos											
Impuesto Sobre la Renta				522.979	1.640.393	4.223.504	5.972.938	10.680.962	13.380.203	16.551.305	20.221.940
Resultado del Ejercicio		(2.361.995)	(772.835)	1.015.194	3.184.293	8.198.566	11.594.526	20.733.631	25.973.334	32.129.003	39.254.354
Rentabilidad sobre ventas %		(26,48)	(5,85)	5,26	11,46	18,96	20,33	24,09	23,25	22,17	20,88

7.5 Evaluación Financiera

7.5.1 Tasa de Descuento

Debido a que el proyecto lleva una parte de aportación de capital propio (accionistas) y una parte de financiamiento; para calcular la tasa de descuento adecuada se utilizara la metodología de Costo Promedio Ponderado del Capital, conocida por su siglas en ingles como ³⁴WACC, en el que se pondera el costo de la deuda después de impuesto con el capital propio. El WACC se constituye con la siguiente ecuación:

$$(1) \qquad (2)$$

$$WACC = [Cd * D(T-1) / D+P] + [Cp * P / D+P] \quad (12)$$

(1) Se corresponde con el costo del préstamo

(2) Se corresponde con el capital propio

Componentes de la Fórmula

Cd= Costo de la deuda

D= Monto de la deuda

T= Tasa de impuesto

P=Capital aportado por los accionistas

Cp=Costo de los recursos propios

³⁴ Weston F y Brigham F. "Fundamentos de Administración Financiera", Mc Graw Hill. México 1997. Págs. 762 a 764.

Costo de Recursos Propios (Cp)

El costo de los recursos propios para este proyecto se calcula por la metodología ³⁵CAPM (Capital Asset Pricing Model), el cual mide la rentabilidad de una acción que está relacionada linealmente con la tasa libre de riesgo del mercado de acciones como un todo.

El modelo CAPM tiene la siguiente fórmula:

$$E(R_i) = R_f + \beta_j * (R_m - R_f) \quad (13)$$

Componentes de la fórmula:

$E(R_i)$ = Rentabilidad esperada de la acción/Costo de oportunidad ajustado

R_f = Tasa libre de riesgo

R_m = Rendimiento del portafolio del mercado

β_j = Coeficiente β de la acción, la cual mide el riesgo sistemático de la acción

- $\beta_j > 1$ acción más riesgosa que el mercado
- $\beta_j < 1$ acción menos riesgosa que el mercado

La fórmula tiene el siguiente significado

³⁵ Weston F y Brigham F. "Fundamentos de Administración Financiera", Mc Graw Hill. México 1997. Págs. 762 a 764.

Muñoz G. "Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión". Universidad Católica Andrés Bello. 2011

$$E(R_i) = R_f + \beta_j * (R_m - R_f) + \text{Prima de Riesgo del Activo}$$

↓ ↓ ↓ ↓ ↑
 Rentabilidad d Esperada del Activo Rentabilidad Libre de Riesgo del Activo Coeficiente de Riesgo del Activo Prima de Riesgo del Mercado

(14)

Estimación de los costos de los Accionistas en Venezuela

En Venezuela debido a la estrechez del mercado de capitales la estimación del CAPM debe realizarse a partir del mercado de Estados Unidos, añadiendo la prima de riesgo país para Venezuela, quedando la fórmula del CAPM de la siguiente manera.

$$R_{p\$} = R_f + [(R_m - R_f) + R_{p\$}] \quad (15)$$

Donde

$R_{p\$}$ = Rentabilidad esperada de la acción/Costo de oportunidad ajustado para Venezuela en dólares.

$R_{p\$}$ = Prima de Riesgo País de Venezuela en dólares

Cálculo de la Prima de Riesgo País $R_{p\$}$

Para obtener la prima de riesgo país se obtiene aplicando la siguiente fórmula:

$$R_{p\$} = \frac{1 + \text{Rendimiento Bonos Globales Venezuela}}{1 + \text{Rendimiento Bonos Tesoro USA}} - 1$$

(16)

Entendemos que la prima de riesgo país es la diferencia de la tasa de rendimiento en dólares libre de riesgo (Bonos del Tesoro de los Estados Unidos) y sus pares Venezolanos (Bonos Globales), donde la duración de estos instrumentos deben ser similares a los del proyecto, que para este caso serian 10 años.

Rentabilidad Esperada de la Acción en Bolívares R_{rpBs} .

Para obtener la tasa de riesgo país en bolívares se aplica la siguiente fórmula:

$$R_{rpBs} = (1 + R_{p\$}) * (1 + TI_{vzla}) - 1$$

Donde TI_{vzla} es la tasa de inflación en Venezuela. (17)

7.5.1.1 CÁLCULO DE TASA DE DESCUENTO

7.5.1.1.1 CÁLCULO DE CAPM

Cuadro: 7.5.1.1.1

ESTIMACIÓN DEL COSTO DEL ACCIONISTA POR METODOLOGÍA DAMODARAM
Capital de Posada de Higuerote

	2012	Fecha Consulta
Tasa Libre de Riesgo 10 años (rf)	1,55%	02-09-12
Beta de la Industria	1,28	02-09-12
Rendimiento del Mercado (rm) basado S&P 500 (nominales)	3,32%	02-09-12
Rendimiento de los Bonos Globales 2031 12-2010	15,72%	02-09-12
Rendimiento de los Bonos del Tesoro Americano a 30 años	2,67%	02-09-12
Tasa de Impuesto	34,00%	02-09-12

	2012	2013
A) Capital Assets Pricing Model (C.A.P.M)		
(rm-rf) prima de riesgo	1,77%	
Capital Assets Pricing Model= (rf+Beta*(rm-rf))	3,82%	
Rpaís al 12-2010	12,71%	
Costo de Capital de los recursos propios USA	20,09%	
Inflación Venezuela	17,90%	
Inflación USA	1,41%	
Costo de Capital de los Recursos propios Vzla	41,58%	

Tasa \$ en términos reales	18,4%
Tasa BS en términos reales	20,09%

Fuente: Cálculos propios

Los cálculos se realizaron bajo la metodología de DAMODARAN, ya que los β del mercado fueron tomados de la página de este profesor de finanzas, los detalles del mismo se indican en los anexos.

7.5.1.1.2 CALCULO DEL WACC (TASA DE DESCUENTO)

Cuadro: 7.5.1.1.2				
Cálculo de Tasa de Descuento (WACC)				
Selección Tasa de descuento				
Costo de Oportunidad inversionistas	41,58%			
Costo de Deuda	14%			
Monto de la Deuda	14.722.150			
Monto Capital Aportado por los inversionistas	7.927.311			
D + P	22.649.461			
Tasa de Impuesto	34%			
CPPC (WACC)	20,56%			

7.5.2 Flujos de Caja

Para el cálculo de la Tasa Interna de Retorno (TIR) y el Valor Presente Neto (VPN), se realiza con los flujos de caja proyectados (³⁶Vélez 2006). Existen 3 tipos de flujos de caja de acuerdo al elemento que remuneren, a saber son:

Flujo de Caja Libre (FCL): se corresponde a los beneficios del proyecto como producto exclusivo de las operaciones, y es el flujo de recursos disponible para ser repartido entre accionistas y prestamistas de la empresa. La TIR y VPN que se calcula a partir de estos datos es del proyecto.

Flujo de Caja del Capital o del Accionista (FCA): determina la inversión que deben realizar los accionistas y los beneficios que estos obtendrían; obteniendo en este caso la TIR y VPN del accionista.

³⁶ Vélez I. Decisiones de Inversión. Editorial Edicon 2006. Buenos Aires Argentina.

Flujo de Caja del Capital de Financiamiento (FCD): donde se indica los requerimientos de financiamiento del proyecto, pagos y ahorros después de impuestos, producto del financiamiento.

Se tiene que los flujos de caja se asimilan a los siguientes rendimientos:

$$\begin{array}{ccccc} FC_{\text{aja Libre}} & = & FC_{\text{aja Accionista}} & + & FC_{\text{aja Deuda}} \\ \Downarrow & & \Downarrow & & \Downarrow \\ \text{ACTIVO} & = & \text{CAPITAL} & + & \text{PASIVO} \end{array} \quad (18)$$

7.5.2.1 FLUJOS DE CAJA

Flujo de Caja Libre

Cuadro: 7.5.2.1-A												
Flujo de Caja Libre del Proyecto												
(En Bolívares Fuertes)												
FLUJO DE CAJA LIBRE DEL PROYECTO (Bs.F)												
Rubro	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Ingresos por Servicio de Alojamiento		4.475.402	6.636.382	9.687.043	13.965.487	21.744.264	28.683.402	43.317.815	56.204.865	72.925.812	94.621.242	
Ingresos por Servicio de Restaurante		2.983.601	4.424.254	6.458.029	9.310.325	14.496.176	19.122.268	28.878.543	37.469.910	48.617.208	63.080.828	
Ingreso por Servicio de Bebidas		1.299.347	1.926.746	2.812.448	4.054.612	6.313.031	8.327.677	12.576.499	16.318.007	21.172.614	27.471.467	
Ingreso por Salón de Usos Múltiples		108.990	161.617	235.910	340.103	529.541	698.530	1.054.924	1.368.764	1.775.971	2.304.322	
Ingreso por Otros Ingresos		53.198	69.024	89.558	116.202	150.772	195.627	253.826	329.339	427.317	554.444	
(Impuesto al Turismo)		(89.205)	(132.180)	(192.830)	(277.867)	(432.338)	(570.275)	(860.816)	(1.116.909)	(1.449.189)	(1.880.323)	
Total Ingresos		8.831.333	13.085.843	19.090.158	27.508.862	42.801.446	56.457.229	85.220.791	110.573.976	143.469.734	186.151.979	
Gastos		6.731.081	9.396.432	13.089.740	18.221.931	26.109.209	35.439.785	50.605.842	68.304.657	92.198.057	124.454.148	
Gastos operación		4.281.510	6.089.510	8.625.395	12.195.066	17.972.942	24.455.824	35.777.495	48.286.389	65.173.395	87.970.854	
Gastos de Alojamiento		1.118.554	1.540.543	2.107.672	2.887.705	4.035.233	5.454.593	7.623.956	10.279.110	13.863.569	18.702.589	
Gastos de Restaurant		1.534.545	2.270.962	3.334.888	4.865.370	7.549.081	10.323.671	15.724.522	21.228.105	28.657.941	38.688.220	
Gastos de Bebidas		573.358	853.684	1.260.001	1.846.165	2.884.263	3.946.666	6.042.311	8.157.120	11.012.112	14.866.351	
Gastos de Mantenimiento		1.055.053	1.424.322	1.922.834	2.595.826	3.504.366	4.730.894	6.386.707	8.622.054	11.639.773	15.713.693	
Gastos administrativos		2.449.572	3.306.922	4.464.344	6.026.865	8.136.267	10.983.961	14.828.347	20.018.268	27.024.662	36.483.294	
Depreciación Obras físicas		1.799.929	1.799.929	1.799.929	1.799.929	1.799.929	1.799.929	1.799.929	1.799.929	1.799.929	1.799.929	
Depreciación Maquinarias		601.216	601.216	601.216	601.216	601.216	0	0	0	0	0	
Valor en Libros Construcción												
Valor en Libros maquinarias												
Valor en Libros terreno												
Total Egresos		9.132.226	11.797.576	15.490.884	20.623.075	28.510.354	37.239.714	52.405.771	70.104.586	93.997.986	126.254.077	
Utilidad Operativa		-300.894	1.288.266	3.599.274	6.885.787	14.291.092	19.217.516	32.815.019	40.469.390	49.471.748	59.897.902	
Impuestos			438.011	1.223.753	2.341.168	4.858.971	6.533.955	11.157.107	13.759.593	16.820.394	20.365.287	
Utilidad Neta		-300.894	850.256	2.375.521	4.544.619	9.432.121	12.683.560	21.657.913	26.709.797	32.651.353	39.532.616	
Depreciación Obras físicas		1.799.929	1.799.929	1.799.929	1.799.929	1.799.929	1.799.929	1.799.929	1.799.929	1.799.929	1.799.929	
Depreciación Maquinarias		601.216	601.216	601.216	601.216	601.216						
Valor en Libros Construcción												
Valor en Libros maquinarias												
Valor en libros terrenos												
Inversión en terreno												
Estudios de Ingeniería		(110.000,00)										
Inversión en obras físicas		(17.999.289,19)										
Inversión en maquinarias		(3.006.079,00)										
Inversión capital de trabajo		(1.534.092,62)										
Flujo neto de caja libre		(22.649.460,81)	2.100.251	3.251.400	4.776.665	6.945.764	11.833.265	14.483.489	23.457.842	28.509.726	34.451.282	41.332.545

Flujo de Caja del Accionista

Cuadro: 7.5.2.1-B											
Flujo de Caja del Inversionista											
(En Bolívares Fuertes)											
FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA (Bs.F)											
Rubro	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingresos por Servicio de Alojamiento		4.475.402	6.636.382	9.687.043	13.965.487	21.744.264	28.683.402	43.317.815	56.204.865	72.925.812	94.621.242
Ingresos por Servicio de Restaurante		2.983.601	4.424.254	6.458.029	9.310.325	14.496.176	19.122.268	28.878.543	37.469.910	48.617.208	63.080.828
Ingreso por Servicio de Bebidas		1.299.347	1.926.746	2.812.448	4.054.612	6.313.031	8.327.677	12.576.499	16.318.007	21.172.614	27.471.467
Ingreso por Salón de Usos Múltiples		108.990	161.617	235.910	340.103	529.541	698.530	1.054.924	1.368.764	1.775.971	2.304.322
Ingreso por Otros Ingresos		53.198	69.024	89.558	116.202	150.772	195.627	253.826	329.339	427.317	554.444
(Impuesto al Turismo)		(89.205)	(132.180)	(192.830)	(277.867)	(432.338)	(570.275)	(860.816)	(1.116.909)	(1.449.189)	(1.880.323)
Total Ingresos		8.831.333	13.085.843	19.090.158	27.508.862	42.801.446	56.457.229	85.220.791	110.573.976	143.469.734	186.151.979
Gastos		6.731.081	9.396.432	13.089.740	18.221.931	26.109.209	35.439.785	50.605.842	68.304.657	92.198.057	124.454.148
Gastos operación		4.281.510	6.089.510	8.625.395	12.195.066	17.972.942	24.455.824	35.777.495	48.286.389	65.173.395	87.970.854
Gastos de Alojamiento		1.118.554	1.540.543	2.107.672	2.887.705	4.035.233	5.454.593	7.623.956	10.279.110	13.863.569	18.702.589
Gastos de Restaurant		1.534.545	2.270.962	3.334.888	4.865.370	7.549.081	10.323.671	15.724.522	21.228.105	28.657.941	38.688.220
Gastos de Bar		573.358	853.684	1.260.001	1.846.165	2.884.263	3.946.666	6.042.311	8.157.120	11.012.112	14.866.351
Gastos de Mantenimiento		1.055.053	1.424.322	1.922.834	2.595.826	3.504.366	4.730.894	6.386.707	8.622.054	11.639.773	15.713.693
Gastos administrativos		2.449.572	3.306.922	4.464.344	6.026.865	8.136.267	10.983.961	14.828.347	20.018.268	27.024.662	36.483.294
Gastos Financieros		2.061.101	2.061.101	2.061.101	2.061.101	1.869.022	1.650.052	1.400.426	1.115.853	791.439	421.608
Depreciación Obras físicas		1.799.929	1.799.929	1.799.929	1.799.929	1.799.929	1.799.929	1.799.929	1.799.929	1.799.929	1.799.929
Depreciación Maquinarias		601.216	601.216	601.216	601.216	601.216	0	0	0	0	0
Valor en Libros Construcción											
Valor en Libros maquinarias											
Valor en Libros terreno											
Total Egresos		11.193.327	13.858.677	17.551.985	22.684.176	30.379.376	38.889.766	53.806.198	71.220.439	94.789.425	126.675.685
Utilidad Bruta		-2.361.995	-772.835	1.538.173	4.824.686	12.422.070	17.567.463	31.414.593	39.353.537	48.680.308	59.476.294
Impuestos				522.979	1.640.393	4.223.504	5.972.938	10.680.962	13.380.203	16.551.305	20.221.940
Utilidad Neta		-2.361.995	-772.835	1.015.194	3.184.293	8.198.566	11.594.526	20.733.631	25.973.334	32.129.003	39.254.354
Depreciación Obras físicas		1.799.929	1.799.929	1.799.929	1.799.929	1.799.929	1.799.929	1.799.929	1.799.929	1.799.929	1.799.929
Depreciación Maquinarias		601.216	601.216	601.216	601.216	601.216					
Valor en Libros Construcción											
Valor en Libros maquinarias											
Valor en libros terrenos											
Gastos de Capital					1.371.992	1.564.071	1.783.041	2.032.667	2.317.240	2.641.654	3.011.485
Inversión en maquinarias		(3.006.079,00)									
Estudios de Ingeniería		(110.000,00)									
Inversión en obras físicas		(17.999.289,19)									
Inversión capital de trabajo		(1.534.092,62)									
Monto del Préstamo		14.722.149,52									
Flujo neto de caja libre		(7.927.311,28)	39.150	1.628.310	3.416.339	4.213.445	9.035.640	11.611.414	20.500.894	25.456.023	31.287.279

Flujo de Caja de la Deuda

Cuadro: 7.5.2.1-C											
Flujo de Caja de la Deuda											
(En Bolívars Fuertes)											
FLUJO DE CAJA DE LA DEUDA	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Gastos Financieros		2.061.101	2.061.101	2.061.101	2.061.101	1.869.022	1.650.052	1.400.426	1.115.853	791.439	421.608
Ahorros de Impuestos (menos)				-700.774	-700.774	-635.467	-561.018	-476.145	-379.390	-269.089	-143.347
Resultados después de impuestos		2.061.101	2.061.101	1.360.327	1.360.327	1.233.555	1.089.034	924.281	736.463	522.350	278.261
Amortización de Capital		0	0	0	1.371.992	1.564.071	1.783.041	2.032.667	2.317.240	2.641.654	3.011.485
Monto del Préstamo	-14.722.150										
FLUJO DE CAJA DE LA DEUDA	-14.722.150	2.061.101	2.061.101	1.360.327	2.732.319	2.797.626	2.872.075	2.956.948	3.053.703	3.164.004	3.289.746

Observaciones: Como se observa tanto el flujo de caja libre como el de los accionistas presenta un saldo de caja positivo, lo cual da indicios de rentabilidad para este proyecto, a pesar de que para el primer año en el caso del FCL y para el primer y segundo año el FCA presentan pérdidas del ejercicio.

7.5.3 EVALUACIÓN FINANCIERA

7.5.3.1 EVALUACIÓN FINANCIERA DEL ACTIVO

Cuadro: 7.5.3.1				
Evaluación del Proyecto				
VPN del Proyecto	22.207.809			
TIR	34,56%			
Plazo de recuperación descontado	7 años y 6 mes			
Payback sin descontar	5 años y 9 mes			
Cálculo del Período de Recuperación de la Inversión				
	Estático		Descontado	
Año	Flujo Anual	Recuperación	P. Flujo Anual	Recuperación
0		22.649.461		22.649.461
1	2.100.251	20.549.210	1.742.092	20.907.369
2	3.251.400	17.297.809	2.237.021	18.670.348
3	4.776.665	12.521.144	2.725.990	15.944.359
4	6.945.764	5.575.380	3.287.905	12.656.454
5	11.833.265	-6.257.886	4.646.261	8.010.193
6	14.483.489	-20.741.375	4.717.066	3.293.127
7	23.457.842		6.337.042	-3.043.915
8	28.509.726		6.388.389	-9.432.304
9	34.451.282		6.403.295	-15.835.599
10	41.332.545		6.372.210	-22.207.809
	Fracción	PAYBACK		
Estático	5,65	5,9		
Dinámico	6,24	7		

Los resultados financieros del proyecto, a partir del flujo de caja libre, es decir sin tomar en cuenta la deuda, es decir como si los recursos del proyecto fueran aportados en su totalidad por los inversionistas, descontado a una tasa de 20,56% arrojo un Valor Presente Neto de Bs. 22.207.809, una Tasa Interno de Retorno de 34,56%. En cuanto al período de recuperación de la inversión o Payback, se tiene que sin descontar los flujos se recuperaría la inversión en 5 años y 9 meses, descontando los flujos la recuperación sería de 7 años y 6 meses.

La evaluación del activo nos indica que el proyecto es rentable, por lo cual se debería llevar a cabo.

7.5.3.2 EVALUACIÓN FINANCIERA DEL ACCIONISTA

Cuadro: 7.5.3.2				
Evaluación del Proyecto				
VPN del Proyecto	27.421.715			
TIR	51,70%			
Plazo de recuperación descontado	9 años y 10 meses			
Payback sin descontar	6 años y 4 meses			
Cálculo del Período de Recuperación de la Inversión				
	Estático		Descontado	
Año	Flujo Anual	Recuperación	V.P. Flujo Anual	Recuperación
0		22.649.461		22.649.461
1	39.150	22.610.311	32.474	22.616.987
2	1.628.310	20.982.001	1.120.306	21.496.681
3	3.416.339	17.565.662	1.949.666	19.547.015
4	4.213.445	13.352.216	1.994.511	17.552.503
5	9.035.640	4.316.577	3.547.790	14.004.713
6	11.611.414	-7.294.837	3.781.672	10.223.041
7	20.500.894		5.538.234	4.684.807
8	25.456.023		5.704.123	-1.019.316
9	31.287.279		5.815.217	-6.834.533
10	38.042.798		5.865.032	-12.699.565
	Fracción	PAYBACK		
Estático	4,46	6,40		
Dinámico	9,86	9,10		

Desde el punto de vista del accionista se tendría un Valor Presente Neto de Bs. 27.241.715, una Tasa Interna de Retorno del 51,70%, mientras que el período de recuperación del inversionista es de 6 años y 4 meses, y la recuperación de la inversión descontada sería a los 9 años y 10 meses.

A todas luces resulta atractivo para el inversionista, ya que este exigía como mínimo un retorno del 41,58% y obtendría un retorno de la inversión de 51,70%.

CAPÍTULO VIII. ANALISIS DE SENSIBILIDAD

El análisis de sensibilidad desde el punto de vista de ³⁷Blanco (2002) señala que se fundamenta en la creación de escenarios diferentes al original, en el cual se desarrollo la evaluación del proyecto; los cuales se realizaron dentro de los parámetros más probables de suceder. En este capítulo se varían los valores de algunos de esos parámetros, de manera que permitan determinar el nivel de riesgo de algunas variables ante cambios.

Se seleccionaron una serie de variables que se consideran podrían ser de alto impacto para el proyecto, que se nombran a continuación:

1. Parámetros Inflacionarios
 - Tasa de Ajuste Salarial
 - Tasa de INPC sobre Gasto (Inflación)
 - Tasa de Interés
2. Parámetros de Ingresos
 - Precios de Habitación (Primer Año)
 - Precios de Alimentación (Primer Año)
3. Parámetros de Mercado
 - Porcentaje de Ocupación (Primer Año)
 - Ocupación Damnificados
4. Parámetros de Técnicos
 - Número de Habitaciones
 - Restaurante (Capacidad Utilizada)
5. Parámetros de Laborales
 - Número de Personal

³⁷ Blanco A. "Formulación y Evaluación de Proyectos". Editorial Texto. Venezuela 2005. Pág. 389.

6. Parámetros Fiscales

- ISLR
- IVA

Los distintos parámetros se van a variar de manera negativa al proyecto, de manera de castigar la rentabilidad de la inversión.

8.1. FASE 1

En esta Fase se van a variar todos los parámetros en un mismo porcentaje (25%) de forma individual de manera de identificar cuáles son las variables más sensibles del proyecto, al presentar mayor variación porcentual de la TIR tanto del proyecto como del inversionista.

Cuadro: 8.1										
Análisis de Sensibilidad Fase I										
Valor del Parámetro				Tasa Interna de Retorno						
Clasificación de Parámetros	Variable Original	Variación %	Modificado	Modificado Fórmula	TIR FC Libre	TIR FC Inversionista	TIR FC Libre	TIR FC Inversionista	Variación TIR FC Libre %	Variación TIR FC Libre %
					Valores		Valores			
					34,56%	51,70%				
1-Parámetros Inflacionarios		25,00%								
Tasa de Ajuste Salarial	35,00%	8,75%	43,75%	43,75%	29,57%	44,80%			-14,46%	-13,34%
Tasa de IPNC Gasto	35,00%	8,75%	43,75%	43,75%	12,07%	15,37%			-65,08%	-70,27%
Tasa de Interés	14,00%	3,50%	17,50%	17,50%	34,56%	49,23%			0,00%	-4,77%
2-Parámetros de Ingresos										
Precios de Habitación Bs. F	1.350,00	(337,50)	1.012,50	1.012,50	25,72%	36,13%			-25,59%	-30,11%
Precios de Alimentación Bs.F	90,00	(22,50)	67,50	67,50	28,92%	41,67%			-16,32%	-19,40%
3-Parámetros de Mercado										
Porcentaje de Ocupación 2 año	35,00%	-8,75%	26,25%	26,25%	26,37%	35,98%			-23,71%	-30,41%
Ocupación Damnificados	100,00%	-25,00%	75,00%	75,00%	19,89%	25,99%			-42,46%	-49,73%
4-Parámetros Técnicos										
Número de Habitaciones	20	(5)	15	15	25,72%	36,13%			-25,59%	-30,11%
Restaurante	100%	-25%	75%	75%	28,92%	41,67%			-16,32%	-19,40%
5-Parámetros Laborales										
Número de Personal	1,00	0,25	1,25	1,25	33,08%	48,87%			-4,29%	-5,47%
6-Parámetros Fiscales										
ISLR	34,00%	8,50%	42,50%	42,50%	32,28%	48,92%			-6,60%	-5,38%
IVA	12,00%	3,00%	15,00%	15,00%	34,24%	51,13%			-0,93%	-1,09%
Auxiliar	1									

De acuerdo con los resultados obtenidos fueron cuatro las variables que presentaron mayor sensibilidad ante una variación del 25% de su valor original; en orden de sensibilidad fueron:

1. **Tasa de INPC sobre Gasto (Inflación):** Al pasar la tasa de ajuste inflacionario del gasto de 35% a 43,75%, la TIR del proyecto disminuyó en 65,8%, para ubicarse en 12,7%.
2. **Ocupación Damnificados:** la ocupación de la posada en cuanto a los damnificados al pasar de 0% (100% de capacidad instalada) a 25% (75% de aprovechamiento comercial de la capacidad instalada), la Tasa Interna de Retorno del Proyecto varió negativamente en 42,46%, para ubicar esta TIR en 19,89%.
3. **Precios de Habitación (Primer Año):** Se varió el precio por habitación del año 1 de Bs. 1.350 a Bs. 1.012,50, lo que generó que la TIR del proyecto decreciera en 25,59 por ciento, para ubicar la Tasa de Retorno en 25,72%.
4. **Número de Habitaciones:** al pasar la capacidad instalada de 20 a 15 habitaciones, la TIR del proyecto disminuyó en 25,59%, para colocarse en 25,72%.

8.2 FASE 2

En la segunda fase, los parámetros más sensibles se cambiarán de manera individual de forma de lograr que el Valor de la **TIR del inversionista** (se utilizó esta TIR por ser más sensibles a cambios dentro del proyecto) sea 0 o un valor cercano a cero, lo que significa que el dinero perdería valor en el tiempo, e indicaría de manera individual cuál es el valor límite de cada variable de manera individual máximo que podría alcanzar dentro del proyecto.

Cuadro: 8.2										
Análisis de Sensibilidad Fase II										
Clasificación de Parámetros	Valor del Parámetro				Tasa Interna de Retorno				Variación TIR FC Libre %	Variación TIR FC Libre %
	Variable Original	Variación	Modificado	Modificado Fórmula	TIR FC Libre	TIR FC Inversionista	TIR FC Libre	TIR FC Inversionista		
					Valores Originales		Valores Originales			
					34,56%	51,70%				
1-Parámetros Inflacionarios		25,67%								
Tasa de Ajuste Salarial										
Tasa de IPNC Gasto	35,00%	8,98%	43,98%	43,98%	10,02%	3,82%			-71,01%	-92,62%
Tasa de Interés										
2-Parámetros de Ingresos		-58,67%								
Precios de Habitación Bs. F	1.350,00	(792,00)	558,00	558,00	6,22%	0,08%			-82,02%	-99,85%
Precios de Alimentación Bs.F										
3-Parámetros de Mercado		-38,90%								
Porcentaje de Ocupación 2 año										
Ocupación Damnificados	100,00%	-38,90%	61,10%	61,10%	6,13%	0,29%			-82,25%	-99,44%
4-Parámetros Técnicos		-55,00%								
Número de Habitaciones	20	(11)	9	9	9,41%	7,14%			-72,77%	-86,19%
Restaurante										
5-Parámetros Laborales										
Número de Personal										
6-Parámetros Fiscales										
ISLR										
IVA										
Auxiliar	1									

Resultados:

- 1. Tasa de INPC sobre Gasto (Inflación):** el rango que puede variar la inflación aplicada el gasto para este proyecto sería entre 35% a 43,98%.
- 2. Ocupación Damnificados:** el nivel máximo de ocupación que soporta el proyecto por uso de damnificados, ceteris paribus el resto de las variables, es del 38,90%.
- 3. Precios de Habitación (Primer Año):** el precio mínimo al cual se puede colocar las habitaciones dentro del proyecto, es de Bs. 558.
- 4. Número de Habitaciones:** la cantidad mínima de habitaciones con que puede operar la posada, sin variar el resto de las variables originales del proyecto es de 9 habitaciones.

8.3 FASE 3

En la Fase 3 se variaron todas las variables, en una proporción que no castigue al proyecto en exceso, y se obtuvieron los siguientes resultados:

Cuadro: 8.3

Análisis de Sensibilidad Fase III

Clasificación de Parámetros	Valor del Parámetro				Tasa Interna de Retorno					
	Variable Original	Variación %	Modificado	Modificado Fórmula	TIR FC Libre	TIR FC Inversionista	TIR FC Libre	TIR FC Inversionista	Variación TIR FC Libre %	Variación TIR FC Libre %
					Valores Originales		Valores Originales			
					34,56%	51,70%				
1-Parámetros Inflacionarios		7,00%								
Tasa de Ajuste Salarial	35,00%	2,45%	37,45%	37,45%	13,28%	14,56%			-61,59%	-71,84%
Tasa de IPNC Gasto	35,00%	2,45%	37,45%	37,45%	13,28%	14,56%			-61,59%	-71,84%
Tasa de Interés	14,00%	0,98%	14,98%	14,98%	13,28%	14,56%			-61,59%	-71,84%
2-Parámetros de Ingresos										
Precios de Habitación Bs. F	1.350,00	(94,50)	1.255,50	1.255,50	13,28%	14,56%			-61,59%	-71,84%
Precios de Alimentación Bs.F	90,00	(6,30)	83,70	83,70	13,28%	14,56%			-61,59%	-71,84%
3-Parámetros de Mercado										
Porcentaje de Ocupación 2 año	35,00%	-2,45%	32,55%	32,55%	13,28%	14,56%			-61,59%	-71,84%
Ocupación Damnificados	100,00%	-7,00%	93,00%	93,00%	13,28%	14,56%			-61,59%	-71,84%
4-Parámetros Técnicos										
Número de Habitaciones	20	(1)	19	18,6	13,28%	14,56%			-61,59%	-71,84%
Restaurante	100%	-7%	93%	93%	13,28%	14,56%			-61,59%	-71,84%
5-Parámetros Laborales										
Número de Personal	1,00	0,07	1,07	1,07	13,28%	14,56%			-61,59%	-71,84%
6-Parámetros Fiscales										
ISLR	34,00%	2,38%	36,38%	36,38%	13,28%	14,56%			-61,59%	-71,84%
IVA	12,00%	0,84%	12,84%	12,84%	13,28%	14,56%			-61,59%	-71,84%
Auxiliar	1									

Resultado:

El resultado que se obtuvo al variar todas las variables simultáneamente en 7%, fue una TIR del proyecto de 13,28% y la TIR del inversionista en 14,56%, lo que represento una variación porcentual de estas variables en 61,59% y 71,84% respectivamente.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

De acuerdo al análisis realizado desde el punto de vista legal, tenemos que el proyecto de instalación de la Posada Turística en Higuerote, Estado Miranda, cumple con todos los requisitos legales para su desarrollo. Observamos que desde el punto de vista laboral pareciera existir una carga excesiva, más aún con la aprobación de la nueva Ley del Trabajo donde se introdujo la retroactividad en las prestaciones, lo que no permite por un lado ajustar de forma adecuada el salario del trabajador por el elevado costo que esto produce, y por el otro lado no permite emplear a más personas.

En cuanto a la viabilidad del mercado, tenemos que la posada inicialmente apenas cubrirá menos del 1% del déficit potencial de habitaciones que tiene el Estado Miranda, por lo cual existe margen para ampliar la posada; lo que quiere decir que existe un mercado sostenible para este proyecto. Ahora viendo el proyecto desde el punto de vista del entorno económico tenemos que por el lado positivo, existe en la actualidad una tasa de interés favorable a la inversión, sin embargo la posibilidad que las instalaciones sean tomadas por damnificados ponen en alto riesgo el desarrollo de esta iniciativa; por lo tanto evaluando desde el punto de vista electoral, de cara a las elecciones del 7 de octubre, el que siga la actual administración dirigiendo el estado, pone en peligro su realización.

Visto la iniciativa desde el punto de vista técnico, la evaluación ha sido positiva, pues en el país se dispone de la tecnología de construcción y de manejo operativo, para lograr el despegue del proyecto. El mayor problema en la actualidad sería la escasez de materiales para su construcción, así como de artículos y maquinarias que sean importados, ante la escasez de liquidez en dólares que vive el país.

La evaluación financiera arrojó los siguientes resultados:

Cuadro: C1		
Resultados de la Evaluación Financiera		
	Proyecto	Inversionista
Tasa Interna de Retorno (%)	34,56%	51,70%
Valor Presente Neto (Bs.F)	22.207.809	27.421.715

Bajo los siguientes parámetros:

Cuadro: C2	
Premisas	
Premisas	
Datos	Año 0
Precio por Habitación	1.350,00
Precio por Comida	90,00
Precio ponderado por Bebida	22,02
Incremento inflacionario interanual Gastos	35%
Incremento inflacionario ingresos	30%
Inversiones	22.649.460,81
Terreno (UM)	0,00
Estudios	110.000,00
Obras Físicas(UM)	17.999.289,19
Maquinas y Equipos	3.006.079,00
Capital de trabajo(UM)	1.534.092,62
Gastos	6.731.081
Gastos de Administración	2.449.572
Gastos Operativos	4.281.510
Impuestos	
ISLR	34%
IVA	12%
Financiamiento	
Inversión	22.649.461
Monto del préstamo	14.722.150
Mono de Aporte Accionista	7.927.311
Tasa de interés	14,00%
Plazo(años)	10
Años de Gracia	3
Depreciación	
Mobiliario y Equipo (años)	5
Infraestructura (años)	10
Tasa de Descuento	
WACC	20,56%

Por lo que podemos afirmar que el proyecto es rentable para su desarrollo desde el punto de vista financiero, puesto que la tasa interna de retorno sobre el activo dio como resultado un 34,6%; y del análisis de sensibilidad se desprendió que las variables que hacen más vulnerable el proyecto, son la variación del INPC (inflación) y la ocupación

de los damnificados; por lo cual es necesario realizar estrategias que aminoren el impacto de estas variables, las cuales dentro de un escenario real son las más probables que ocurran.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

AFHA grupo de Asesores y Consultores. "Metodología de Muestreo", Página Electrónica: <http://www.cesdonbosco.com/cii/documentos/IT%20METODOLOG%CDA%20DE%20MU ESTREO.pdf>. (Consultado el 06/04/2012).

Blanco, A. "Formulación y Evaluación de Proyectos". Editorial Texto C.A. (Octava Edición). Caracas-Venezuela. 2010.

Castellano, E. "Turismo y Recreación". Editorial Trillas. México 2010.

Cadena Capriles. "Descubre Miranda". Editorial Cadena Capriles. Caracas Venezuela. 2011.

Club Turístico Higuerote. "Biografía del Club Centro Turístico Higuerote". <http://clubcth.foroactivo.com/biografia-del-club-centro-turistico-higuerote-f6/municipio-brion-t20.htm>. (Consulta 03/04/11)

Dornbush, R y Fisher, S. "Macroeconomía" McGraw Hill. España 1992

Delgado D (2012). Estudio de factibilidad para la creación de una repostería que permita satisfacer necesidades dietéticas especiales en la ciudad de Guatire del Municipio Zamora. Tesis de grado (Especialista en Gerencia de Proyectos.

Flores, M. "Introducción a la Teoría y Técnica del Turismo". Vadell Hermanos Editores. Caracas- Venezuela. 2006.

Francés, A. "Estrategias para la Empresa en América Latina". Ediciones IESA, Carcas-Venezuela 2001.

Gutiérrez J (2008). Estudio de la factibilidad para la instalación de una posada ecoturística en el pueblo de Chirimena ubicado en el Estado Miranda". Universidad Católica Andrés Bello. Tesis de grado (Especialista en Gerencia de Proyectos).

Hernández, R y Otros. "Metodología de la Investigación". McGraw Hill. México 1991.

Ojeda C (2009) .Estudio de factibilidad para el desarrollo de un modelo de Parque Temático, en la Región de Río Chico, Estado Miranda. Universidad Católica Andrés Bello. Tesis de grado (Especialista en Gerencia de Proyectos).

Porter, M. "Ventaja Competitiva". Editorial Continental. México. 1998.

Radio Nacional de Venezuela. Nueva Esparta y Miranda unidos vía marítima. "Activarán ruta del ferry de Carenero a Margarita". <http://www.rnv.gob.ve/noticias/index.php?act=ST&f=19&t=37184>. (Consulta 25/05/11)

Ramírez M (2011). Estudio de factibilidad para la apertura de un restaurante en una zona industrial del Área Metropolitana. Universidad Católica Andrés Bello. Tesis de grado (Especialista en Gerencia de Proyectos).

Sabino, C. "Como Hacer una Tesis". Editorial Panapo. Caracas-Venezuela. 2006.

Sabino, C. "El Proceso de la Investigación". Editorial Panapo. Caracas-Venezuela. 2002.

Urbina, B. "Evaluación de Proyectos". McGraw Hill. México 1990.

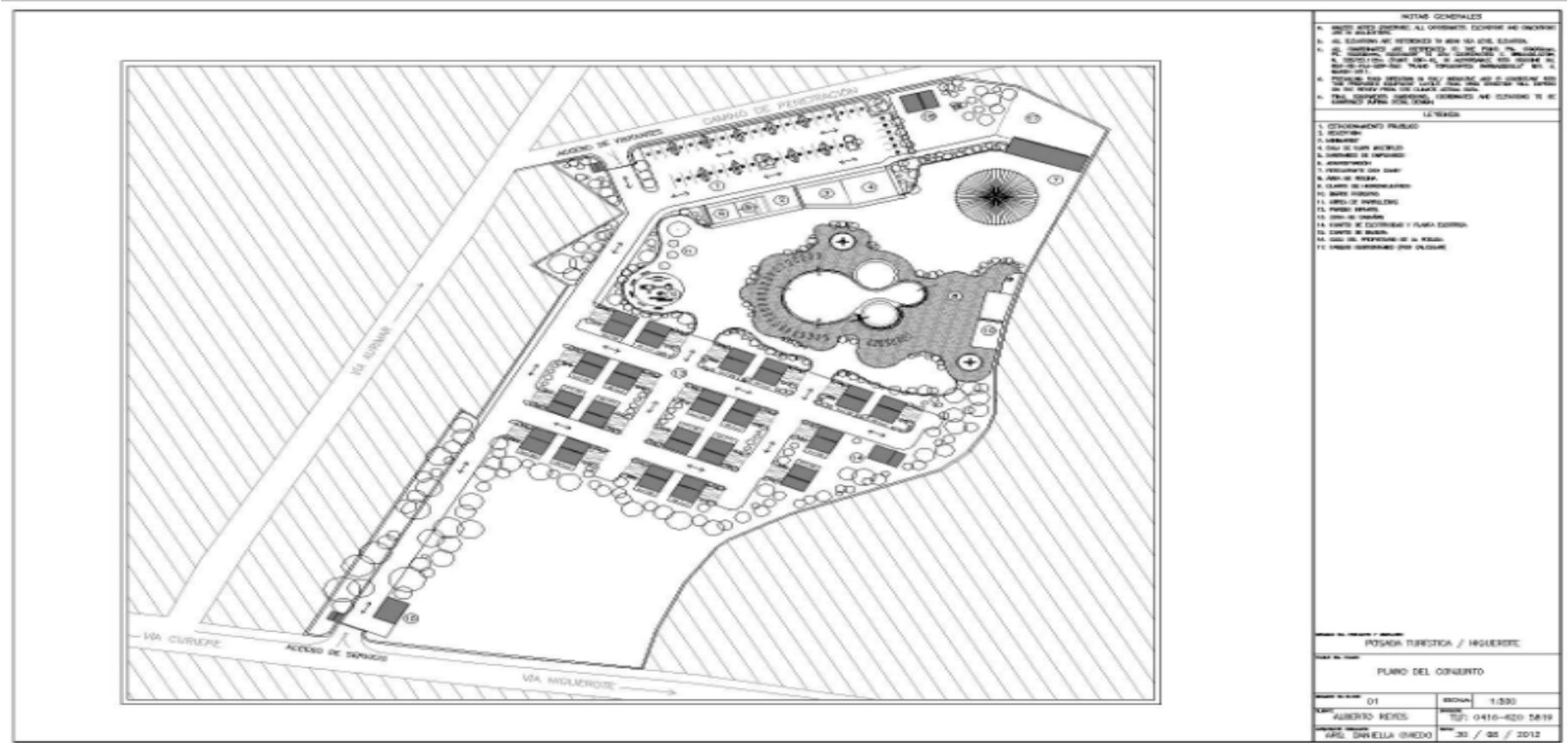
Valerino, E y Otros. "Metodología de la Investigación Paso a Paso". Editorial Trillas. México. 2010.

ANEXOS

1 Ingeniería y Planos del Proyecto

2 Bases de Cálculo de la Tasa de Descuento

Figura A1A Conjunto



NOTAS GENERALES

1. SEDE DEL COMPLEJO AL OPORTUNO, COMPRENDE EL DISEÑO DEL TERRENO.
2. AL DISEÑO DEL COMPLEJO AL OPORTUNO, COMPRENDE EL DISEÑO DEL TERRENO.
3. EL DISEÑO DEL COMPLEJO AL OPORTUNO, COMPRENDE EL DISEÑO DEL TERRENO.
4. EL DISEÑO DEL COMPLEJO AL OPORTUNO, COMPRENDE EL DISEÑO DEL TERRENO.
5. EL DISEÑO DEL COMPLEJO AL OPORTUNO, COMPRENDE EL DISEÑO DEL TERRENO.
6. EL DISEÑO DEL COMPLEJO AL OPORTUNO, COMPRENDE EL DISEÑO DEL TERRENO.
7. EL DISEÑO DEL COMPLEJO AL OPORTUNO, COMPRENDE EL DISEÑO DEL TERRENO.
8. EL DISEÑO DEL COMPLEJO AL OPORTUNO, COMPRENDE EL DISEÑO DEL TERRENO.
9. EL DISEÑO DEL COMPLEJO AL OPORTUNO, COMPRENDE EL DISEÑO DEL TERRENO.
10. EL DISEÑO DEL COMPLEJO AL OPORTUNO, COMPRENDE EL DISEÑO DEL TERRENO.
11. EL DISEÑO DEL COMPLEJO AL OPORTUNO, COMPRENDE EL DISEÑO DEL TERRENO.
12. EL DISEÑO DEL COMPLEJO AL OPORTUNO, COMPRENDE EL DISEÑO DEL TERRENO.
13. EL DISEÑO DEL COMPLEJO AL OPORTUNO, COMPRENDE EL DISEÑO DEL TERRENO.
14. EL DISEÑO DEL COMPLEJO AL OPORTUNO, COMPRENDE EL DISEÑO DEL TERRENO.
15. EL DISEÑO DEL COMPLEJO AL OPORTUNO, COMPRENDE EL DISEÑO DEL TERRENO.
16. EL DISEÑO DEL COMPLEJO AL OPORTUNO, COMPRENDE EL DISEÑO DEL TERRENO.
17. EL DISEÑO DEL COMPLEJO AL OPORTUNO, COMPRENDE EL DISEÑO DEL TERRENO.
18. EL DISEÑO DEL COMPLEJO AL OPORTUNO, COMPRENDE EL DISEÑO DEL TERRENO.

LEYENDA

1. ESTACIONAMIENTO PUBLICO
2. RECREO
3. AREA DE RECREO
4. AREA DE RECREO
5. AREA DE RECREO
6. AREA DE RECREO
7. AREA DE RECREO
8. AREA DE RECREO
9. AREA DE RECREO
10. AREA DE RECREO
11. AREA DE RECREO
12. AREA DE RECREO
13. AREA DE RECREO
14. AREA DE RECREO
15. AREA DE RECREO
16. AREA DE RECREO
17. AREA DE RECREO
18. AREA DE RECREO

POSADA TURISTICA / INQUERENTE

PLANO DEL CONJUNTO

NO. DE PLAN	D1	ESCALA	1:500
ELABORADO POR	ALBERTO HERRERA	TEL	0410-620 5439
PROYECTADO POR	ING. SHELLA ORDO	FECHA	30 / 05 / 2012

1 Ingeniería y Planos del Proyecto

Figura A1B Corte B-B Cabañas



Figura A1C Planta Baja Cabañas

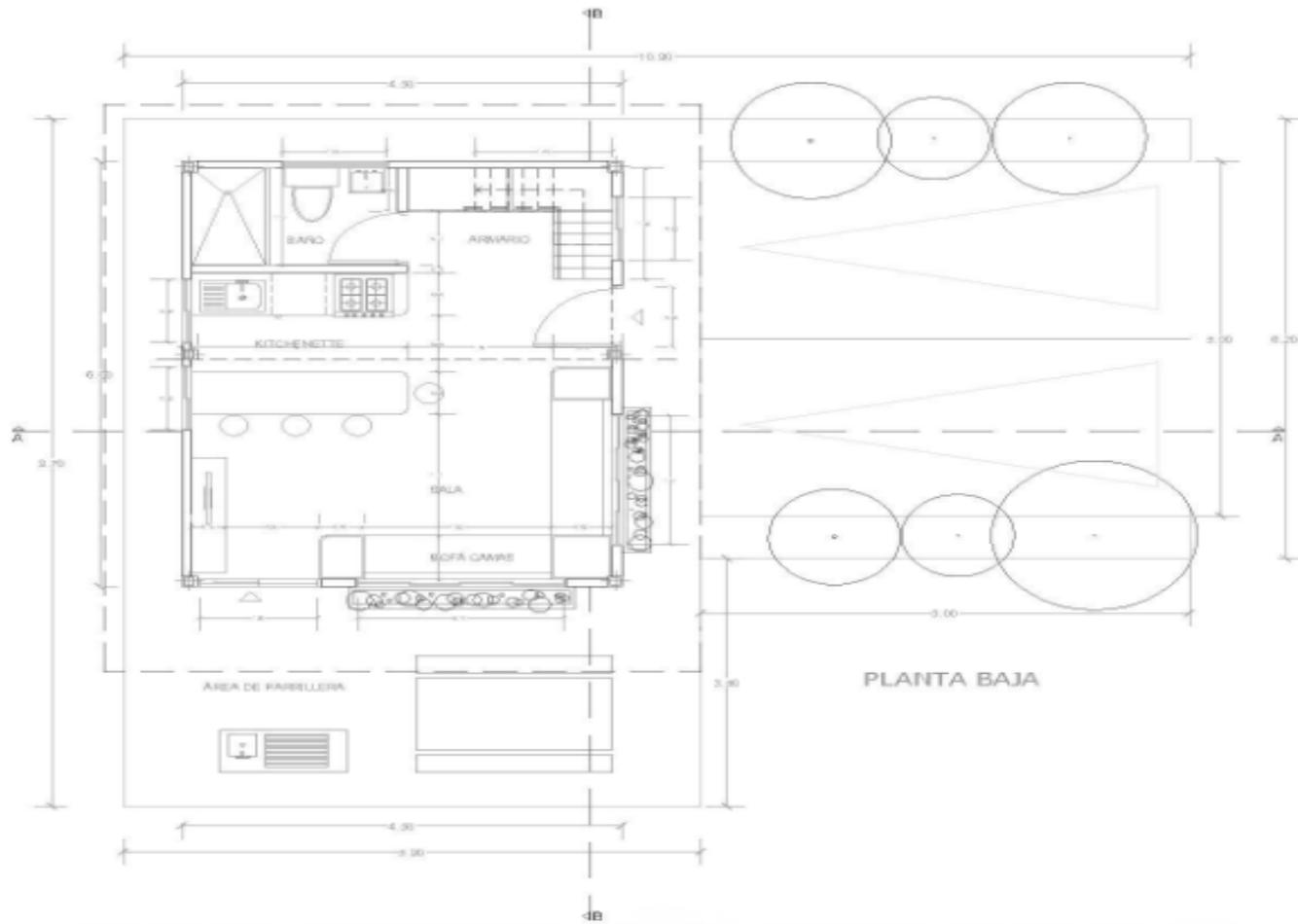
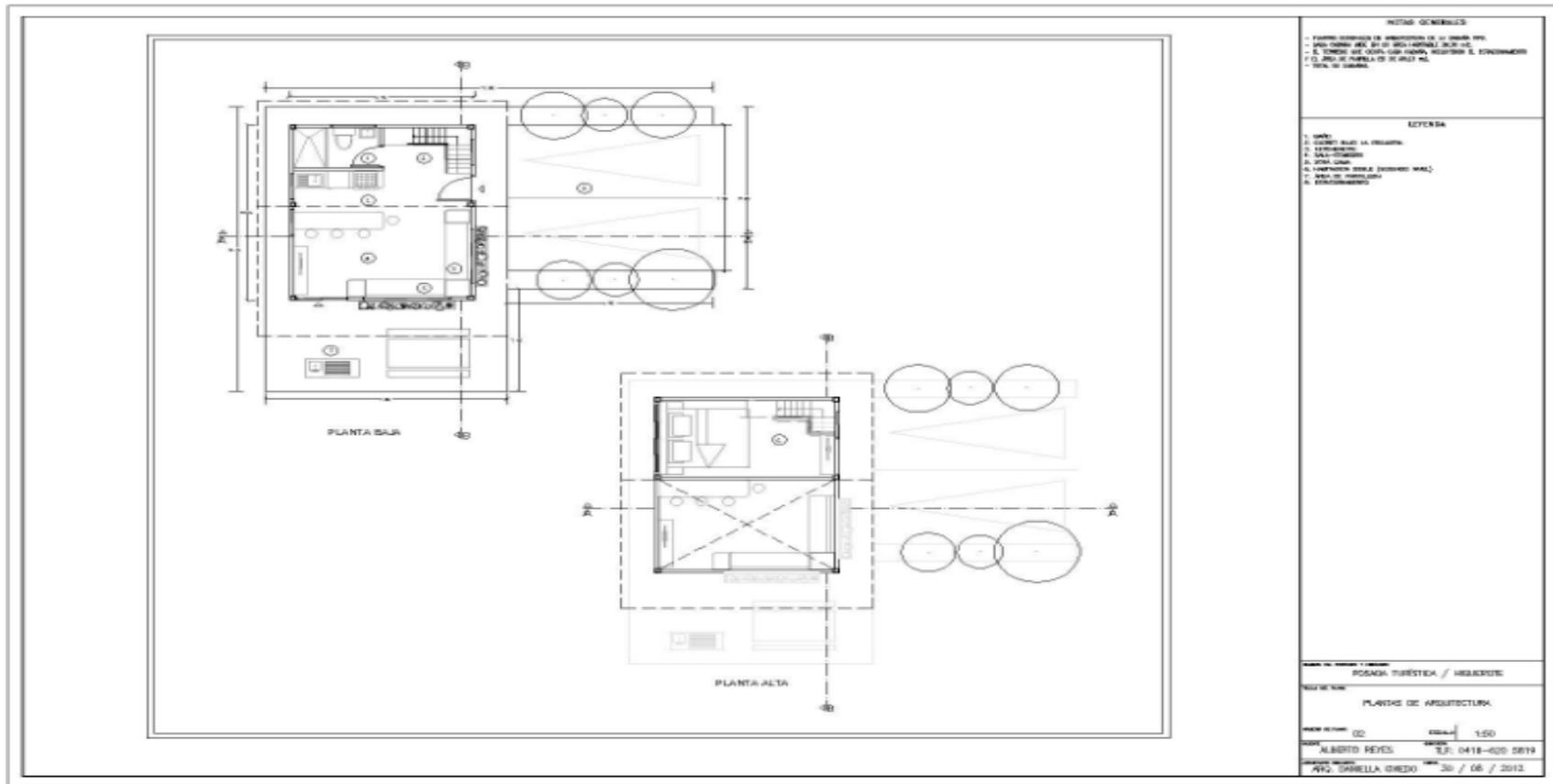


Figura A1D Planta Alta y Planta Baja Cabañas



2 Bases de Cálculo de la Tasa de Descuento

Rentabilidad Libre de Riesgo (Rf)

Página Consultada: <http://finance.yahoo.com/bonds>

Fecha de Consulta: 02/09/2002

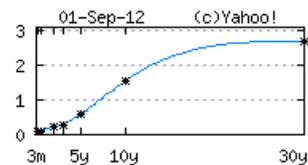
La tasa libre de riesgo (Rf) se corresponde con los Bonos del Tesoro de los Estados Unidos, en este caso debe ser un título a 10 años, dado que el proyecto tiene esta duración.

US Treasury Bonds Rates				
Maturity	Yield	Yesterday	Last Week	Last Month
3 Month	0.07	0.07	0.08	0.07
6 Month	0.11	0.13	0.11	0.13
2 Year	0.22	0.25	0.26	0.22
3 Year	0.29	0.33	0.36	0.31
5 Year	0.58	0.66	0.71	0.63
10 Year	1.55	1.62	1.69	1.52
30 Year	2.67	2.74	2.80	2.60

Bonds Market Summary

3:39 pm - **Weekly Gains:** Action was quiet for most of the week as mixed data set the stage for Friday's speech by Fed Chairman Ben Bernanke. **The Fed's latest Beige Book was released on Wednesday, and suggested "economic activity continued to expand gradually in July and early August."** With the data not quite weak enough, and the Fed's Beige Book pointing to a gradual recovery, expectations were pared ahead of Mr. Bernanke's Jackson Hole speech. [In More...](#)

U.S. TREASURY YIELD CURVE



YAHOO! FINANCE RESOURCES

- [Market Overview](#)
- [Economic Calendar](#)
- [US Indices](#)

Rf: 1,55%

Coeficiente Beta (β) riesgo sistemático de la acción

Página Consultada: http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/Betas.html

Fecha de Consulta: 02/09/2002

 **Betas by Sector**

Data Used: Value Line database, of 5891 firms

Date of Analysis: Data used is as of January 2012

[Variable Definitions](#) can be obtained by clicking here

[Download Detail](#) on which companies are included in each industry

Industry Name	Number of Firms	Average Beta	Market D/E Ratio	Tax Rate	Unlevered Beta	Cash/Firm Value	Unlevered Beta corrected for cash
Advertising	31	2.02	43.26%	10.73%	1.46	16.60%	1.75
Aerospace/Defense	64	1.10	25.66%	20.72%	0.91	11.84%	1.03
Air Transport	36	1.21	24.32%	20.54%	1.02	7.61%	1.10
Apparel	57	1.30	18.38%	16.08%	1.13	7.89%	1.22
Auto Parts	51	1.70	27.65%	18.99%	1.39	12.46%	1.59
Hotel/Gaming	51	1.74	52.07%	14.53%	1.20	6.33%	1.28

El beta desapalancado es 1,28

$$\beta = 1,28$$

Rendimiento de Portafolio del Mercado Rm

Página consultada:

<http://translate.google.co.ve/translate?hl=es&langpair=en|es&u=http://www.simplestockinvesting.com/SP500-historical-real-total-returns.htm>

Fecha de Consulta: 02/09/2002

Índice Nombre	Rendimiento (A partir del 31-Jul-2012)		
	1 Año	3 años	5 Años
TOTAL DE DEVOLUCIONES			
S & P 500 (TR)	9,13%	14,13%	1,13%
DEVOLUCIONES DE PRECIOS			
S & P 500	6,74%	11,78%	-1,07%
DEVOLUCIONES DE PRECIOS POR SECTOR			
Energía	-6,98%	10,33%	- 0,37%
Materiales	-7,42%	7,91%	-2,08%
Acciones industriales	3,97%	14,19%	-2,77%
Disco Contrás	10,03%	20,05%	3,36%
Staples Contrás	16,06%	13,36%	6,26%
Cuidado de la Salud	12,71%	11,13%	2,62%

El rendimiento del mercado de Nueva York con el índice Standard & Poor's a 5-10 años es de 1,13%

$$R_m = 1,13\%$$

Rendimientos Bonos Globales Venezuela

Página Consultada: <http://www.bancomercantil.com/mercprod/site/economica/trimestral.pdf>

Fecha de Consulta: 02/09/2002



Caracas, 29 de agosto de 2012

GLOSARIO DE BONOS SOBERANOS DE VENEZUELA

BONOS SOBERANOS EN DOLARES

CÓDIGO	ISIN	VENCIMIENTO	CLIPÓN	RENDIMIENTO REFERENCIAL		RATINGS	TIPO DE MADURIZ	MONTO EN CIRCULACIÓN		PRECIO REFERENCIAL		EMISIÓN	FRECUENCIA PAGO	TIPO PAGO	FECHA EMISIÓN	CLASIFICA FMI **
				MÁX. 1 AÑO	MÍN. 1 AÑO			MÁX. 1 AÑO	MÍN. 1 AÑO							
GLOBAL 2013	USP7475A999	9/19/2013	10.750	12.47	9.64	B	AL VENCIMIENTO	15.950.063	106.25	98.50	514.516.000	SEMESTRAL	FIJO	9/19/2003	SI	
GLOBAL 2013	USP7475AC43	9/19/2013	10.750	12.54	9.69	B**	AL VENCIMIENTO	58.236.858	106.44	98.79	729.795.000	SEMESTRAL	FIJO	10/23/2003	SI	
GLOBAL 2013	US0229498J99	9/19/2013	10.750	12.15	9.39	B	AL VENCIMIENTO	1.467.337.250	106.25	97.25	1.467.337.250	SEMESTRAL	FIJO	3/29/2004	SI	
GLOBAL 2014	US0229498M57	10/19/2014	8.500	14.29	7.42	B	AL VENCIMIENTO	1.500.000.000	102.75	95.50	1.500.000.000	SEMESTRAL	FIJO	10/19/2004	SI	
GLOBAL 2016	USP7475AF73	2/28/2016	5.750	15.98	9.07	B	AL VENCIMIENTO	1.500.067.000	93.00	98.39	1.500.067.000	SEMESTRAL	FIJO	12/9/2004	SI	
GLOBAL 2018	US022949AT10	9/19/2018	13.625	14.95	10.77	B	AL VENCIMIENTO	752.811.000	113.75	93.79	752.811.000	SEMESTRAL	FIJO	09/19/09	SI	
GLOBAL 2018	US0229498S32	9/19/2018	13.625	15.88	11.21	B	AL VENCIMIENTO	300.000.000	111.88	99.55	300.000.000	SEMESTRAL	FIJO	9/27/2001	SI	
GLOBAL 2018	USP7475AD99	12/1/2018	7.000	16.52	9.67	B	AL VENCIMIENTO	1.000.000.000	98.25	99.61	1.000.000.000	SEMESTRAL	FIJO	12/1/2003	SI	
GLOBAL 2019	USP7475AND9	10/13/2019	7.750	16.49	10.09	B	AL VENCIMIENTO	2.495.963.000	98.27	91.03	2.495.963.000	SEMESTRAL	FIJO	10/13/2009	NO	
GLOBAL 2020	USP7475AG99	12/9/2020	6.000	15.32	9.91	B	AL VENCIMIENTO	1.500.067.000	79.60	93.99	1.500.067.000	SEMESTRAL	FIJO	12/9/2004	SI	
GLOBAL 2022	USP17925AC16	9/23/2022	12.750	17.25	11.14	B	AMORTIZABLE	3.000.000.000	110.75	77.75	3.000.000.000	SEMESTRAL	FIJO	9/23/2010	NO	
GLOBAL 2023	USP17925AA99	9/7/2023	9.000	16.64	10.70	B	AL VENCIMIENTO	2.000.000.000	90.25	90.75	2.000.000.000	SEMESTRAL	FIJO	9/7/2004	NO	
GLOBAL 2024	USP7475AP55	10/13/2024	8.250	16.13	10.59	B	AL VENCIMIENTO	2.495.963.000	94.60	97.43	2.495.963.000	SEMESTRAL	FIJO	10/13/2009	NO	
GLOBAL 2025*	XIS021249126	4/21/2025	7.500	15.72	10.49	B	AL VENCIMIENTO	1.599.617.000	90.75	94.13	1.599.617.000	SEMESTRAL	FIJO	4/21/2009	SI	
GLOBAL 2028	USP17925AE17	10/21/2028	11.750	16.20	11.35	B	AL VENCIMIENTO	3.000.000.000	103.00	74.45	3.000.000.000	SEMESTRAL	FIJO	10/21/2011	NO	
GLOBAL 2027	US022949AG37	9/19/2027	9.250	15.73	10.40	B	AL VENCIMIENTO	4.000.000.000	91.75	91.75	4.000.000.000	SEMESTRAL	FIJO	9/19/1997	SI	
GLOBAL 2028	USP17925AB33	9/7/2028	9.250	16.15	10.90	B	AL VENCIMIENTO	2.000.000.000	99.75	90.00	2.000.000.000	SEMESTRAL	FIJO	9/7/2004	NO	
GLOBAL 2031	USP17925AD99	9/5/2031	11.950	17.03	11.55	B	AMORTIZABLE	4.200.000.000	104.25	71.14	4.200.000.000	SEMESTRAL	FIJO	9/5/2011	NO	
GLOBAL 2034	US0229498L74	11/13/2034	9.375	15.72	10.60	B	AL VENCIMIENTO	1.500.000.000	99.00	90.53	1.500.000.000	SEMESTRAL	FIJO	11/14/2004	SI	
GLOBAL 2038	USP7475AJ95	3/31/2038	7.000	13.64	9.73	B	AL VENCIMIENTO	1.250.003.000	74.75	91.10	1.250.003.000	SEMESTRAL	FIJO	11/16/2007	NO	
GLOBAL 2038	XIS0402654148	3/31/2038	7.000	14.42	9.75	NR	AL VENCIMIENTO	37.500.000	74.19	49.63	37.500.000	SEMESTRAL	FIJO	12/30/2008	NO	

BONOS SOBERANOS EN OTRAS MONEDAS EXTRANJERAS

GLOBAL 2015	XIS0214851974	3/19/2015	7.000	23.92	2.90	B	AL VENCIMIENTO	1.000.000.000	111.00	97.60	1.000.000.000	ANUAL	FIJO	3/19/2005	SI
GLOBAL 2015	US0229498N31	3/19/2015	7.000	13.61	7.19	B	AL VENCIMIENTO	1.000.000.000	99.94	92.09	1.000.000.000	ANUAL	FIJO	3/19/2005	SI

BONOS PDVSA

PDVSA 2013	USP7907H4N54	11/17/2013	8.000	16.05	7.58	NR	AL VENCIMIENTO	829.739.129	100.87	97.04	1.783.000.000	SEMESTRAL	FIJO	6/30/2011	NO
PDVSA 2013	USP7907H4J43	11/17/2013	8.000	14.62	7.50	NR	AL VENCIMIENTO	618.661.374	100.81	98.05	618.661.374	SEMESTRAL	FIJO	11/17/2010	NO
PDVSA 2014	XIS0490464442	10/29/2014	4.500	16.98	8.50	NR	AL VENCIMIENTO	3.000.000.000	92.25	95.63	3.000.000.000	SEMESTRAL	FIJO	10/29/2009	NO
PDVSA 2015	XIS0490465225	10/29/2015	5.000	20.09	9.75	NR	AL VENCIMIENTO	1.413.224.600	96.70	99.34	1.413.224.600	SEMESTRAL	FIJO	10/29/2009	NO
PDVSA 2016	XIS0490466789	10/29/2016	5.125	19.16	10.15	NR	AL VENCIMIENTO	434.839.400	92.55	95.62	434.839.400	SEMESTRAL	FIJO	10/29/2009	NO
PDVSA 2017	XIS0490468103	4/12/2017	5.250	18.61	10.46	B**	OP. RESCATE ***	3.000.000.000	79.92	94.29	3.000.000.000	SEMESTRAL	FIJO	4/12/2007	NO
PDVSA 2017	USP7907H4K16	11/2/2017	8.500	16.35	10.45	B**	AMORTIZABLE	6.140.000.000	91.89	94.29	6.140.000.000	SEMESTRAL	FIJO	10/29/2010	NO
PDVSA 2021	USP7907H4F03	11/17/2021	9.000	16.05	11.29	B**	AMORTIZABLE	2.394.239.600	97.27	95.62	2.394.239.600	SEMESTRAL	FIJO	11/17/2011	NO
PDVSA 2022	USP7907H4M71	2/17/2022	12.750	19.20	12.10	NR	AMORTIZABLE	3.000.000.000	104.04	71.32	3.000.000.000	SEMESTRAL	FIJO	2/17/2011	NO
PDVSA 2027	XIS0490464964	4/12/2027	5.375	14.44	10.02	B**	OP. RESCATE ***	3.000.000.000	94.46	43.89	3.000.000.000	SEMESTRAL	FIJO	4/12/2007	NO
PDVSA 2038	USP7907H4C99	9/17/2038	9.750	14.07	13.59	B	AMORTIZABLE	3.000.000.000	79.77	70.85	3.000.000.000	SEMESTRAL	FIJO	9/17/2010	NO
PDVSA 2037	XIS0490467206	4/12/2037	5.500	13.39	9.39	B**	OP. RESCATE ***	1.500.000.000	92.63	42.85	1.500.000.000	SEMESTRAL	FIJO	4/12/2007	NO

BONOS SOBERANOS POCO LIQUIDOS

GLOBAL 2018	USP9395PA499	9/15/2018	13.625			B	AL VENCIMIENTO	300.000.000			300.000.000	SEMESTRAL	FIJO	9/27/2001	SI
-------------	--------------	-----------	--------	--	--	---	----------------	-------------	--	--	-------------	-----------	------	-----------	----

* Para optar por el cupón correspondiente a los meses Abril y Octubre se debe estar registrado como tenedor del bono antes del 5 del mes en cuestión.

** Fondo Monetario Internacional

*** Op. Rescate: Estos bonos poseen una opción de recompra a discreción del emisor en cualquier momento al 100% del valor nominal.

Nota: De las emisiones de PDVSA con múltiples identificadores sólo se tomaron las que están bajo Regulación S

Títulos en Dólares
Títulos en Euros Fuente: Bloomberg

Gerencia Administración de Carteras
Coordinación de Análisis de Mercados Financieros

El rendimiento de los Bonos Globales que tienen una duración cercana a los 10 años, a partir del año 2012, es el Bono Global 2031, el cual tiene una tasa de máxima de rendimiento de 15,72%.

Rendimiento de los Bonos del Tesoro de Estados Unidos a 30 años

Página Consultada: <http://finance.yahoo.com/bonds>

Fecha de Consulta: 02/09/2002

US Treasury Bonds Rates				
Maturity	Yield	Yesterday	Last Week	Last Month
3 Month	0.07	0.07	0.08	0.07
6 Month	0.11	0.13	0.11	0.13
2 Year	0.22	0.25	0.26	0.22
3 Year	0.29	0.33	0.36	0.31
5 Year	0.58	0.66	0.71	0.63
10 Year	1.55	1.62	1.69	1.52
30 Year	2.67	2.74	2.80	2.60

Rendimiento de Bonos del Tesoro de Estados Unidos 30 años = 2,67%

Inflación en Estados Unidos

Página: <http://es.global-rates.com/estadisticas-economicas/inflacion/indice-de-precios-al-consumo/ipc/estados-unidos.aspx>

Fecha de Consulta: 02/09/2002

IPC Estados Unidos más reciente (dato de inflación) 1,408 %

Cuando hablamos de **la inflación en los Estados Unidos**, nos referimos a menudo al índice de precios al consumo, abreviado como IPC. El IPC estadounidense muestra la evolución de los precios de una serie definida de productos y servicios que adquieren los hogares en los Estados Unidos para su consumo. Para determinar la inflación, se analiza cuánto ha aumentado porcentualmente el IPC en un período determinado con respecto al IPC en un período anterior. En caso de caída de los precios, se habla de deflación (inflación negativa).

En esta página se muestran los valores actuales e históricos de la inflación IPC en Estados Unidos.

Para obtener un resumen de los datos de inflación de numerosos países y regiones, haga 'clic' aquí.
Para obtener información de fondo sobre la inflación, haga 'clic' aquí.

Tablas - IPC Estados Unidos actual e histórico

IPC US últimos meses

período	inflación
julio 2012	1,408 %
junio 2012	1,664 %
mayo 2012	1,704 %
abril 2012	2,303 %
marzo 2012	2,651 %
febrero 2012	2,871 %
enero 2012	2,925 %
diciembre 2011	2,962 %
noviembre 2011	3,394 %
octubre 2011	3,525 %

IPC US últimos años

período	inflación
julio 2012	1,408 %
julio 2011	3,629 %
julio 2010	1,235 %
julio 2009	-2,097 %
julio 2008	5,600 %
julio 2007	2,359 %
julio 2006	4,146 %
julio 2005	3,167 %
julio 2004	2,991 %
julio 2003	2,110 %

Otros datos de inflación

región	inflación	período
IPC BE	2,320 %	julio 2012
IPC US	1,408 %	julio 2012
IPC JP	-0,100 %	junio 2012
IPC NL	2,628 %	julio 2012
IPC RU	5,593 %	julio 2012
IPCA DE	1,885 %	julio 2012
IPCA BE	1,997 %	julio 2012
IPCA EUR	2,418 %	julio 2012
IPCA FR	2,235 %	julio 2012
IPCA NL	2,607 %	julio 2012

Notificación de la Tasa de Interés para el Sector Turístico mes de Julio 2012.

BANCO CENTRAL DE VENEZUELA

AVISO OFICIAL

El Banco Central de Venezuela, informa al público en general:

A. TASAS DE INTERÉS APLICABLES A LAS OBLIGACIONES DERIVADAS DE LA RELACIÓN DE TRABAJO	1. Tasa activa estipulada durante el mes de mayo de 2012 aplicable a los supuestos a que se refieren los artículos 128, 130, 142 literal f), y 143 Cuarto Aparte, del Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley Orgánica del Trabajo, los Trabajadores y las Trabajadoras.	16,75
	2. Tasa promedio entre la activa y la pasiva estipulada durante el mes de mayo de 2012, aplicable al supuesto a que se refiere el Tercer Aparte del artículo 143 del Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley Orgánica del Trabajo, los Trabajadores y las Trabajadoras.	15,63
B. TASA DE INTERÉS PARA ADQUISICIÓN DE VEHÍCULOS MODALIDAD "CUOTA BALÓN"	1. Tasa de interés activa máxima a ser aplicada a los créditos vigentes destinados a la adquisición de vehículos otorgados mediante contrato de venta con reserva de dominio y bajo la modalidad "cuota balón", que regirá para el mes de junio de 2012.	16,75
C. TASAS DE INTERÉS PARA OPERACIONES CON TARJETAS DE CRÉDITO	1. Tasa de interés activa máxima anual a ser aplicada por las instituciones regidas por el Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley de Reforma Parcial de la Ley de Instituciones del Sector Bancario y demás leyes especiales, por las operaciones activas con tarjetas de crédito que regirá para el mes de junio de 2012.	29%
	2. Tasa de interés activa mínima anual a ser aplicada por las instituciones regidas por el Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley de Reforma Parcial de la Ley de Instituciones del Sector Bancario y demás leyes especiales, por las operaciones activas con tarjetas de crédito que regirá para el mes de junio de 2012, sin perjuicio de las tasas de interés mínimas activas especiales dictadas por el Banco Central de Venezuela mediante Avisos Oficiales emitidos al efecto.	17%
	3. Tasa de interés máxima que podrán cobrar las instituciones regidas por el Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley de Reforma Parcial de la Ley de Instituciones del Sector Bancario y demás leyes especiales, por las obligaciones morosas de sus tarjetahabientes para el mes de junio de 2012.	3 % anual, adicional a la tasa de interés pactada en la respectiva operación conforme a lo previsto en los numerales 1) y 2) del presente literal.
D. TASAS DE INTERÉS PARA OPERACIONES CREDITICIAS DESTINADAS AL SECTOR TURISMO	1. Tasa de interés activa máxima preferencial a ser aplicada por las instituciones regidas por el Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley de Reforma Parcial de la Ley de Instituciones del Sector Bancario y demás leyes especiales, a las operaciones crediticias destinadas al sector turismo, que regirá para el mes de junio de 2012.	11%
	2. Tasa de interés activa máxima preferencial a ser aplicada por las instituciones regidas por el Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley de Reforma Parcial de la Ley de Instituciones del Sector Bancario y demás leyes especiales, a las operaciones crediticias destinadas al sector turismo, en los supuestos a que se refieren los artículos 28, 30 y 31 de la Ley de Crédito para el Sector Turismo, que regirá para el mes de junio de 2012.	La tasa de interés activa máxima preferencial prevista en el numeral 1 del presente literal reducida en tres (3) puntos porcentuales.

Caracas, 07 de junio de 2012

En mi carácter de Secretario del Directorio, certifico la autenticidad del presente Aviso Oficial.

Comuníquese y publíquese.

Eudomar Tovar
Primer Vicepresidente Gerente

Publicado en la Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela No. 39943 de fecha 13 de junio de 2012