



UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO
VICERRECTORADO ACADEMICO
ESTUDIOS DE POSTGRADO
ÁREA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y DE GESTIÓN
POSTGRADO EN GERENCIA DE PROYECTOS

TRABAJO ESPECIAL DE GRADO
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA INSTALACIÓN DE UN SPA-POSADA
EN TACARIGUA DE LA LAGUNA UBICADO EN EL ESTADO MIRANDA

Presentado por
Díaz Ramírez Jaclyn Dayred

Para optar al título de
Especialista en Gerencia de Proyectos

Asesor
M. Sc. Farrera Maritza T

Caracas, Noviembre de 2.013

Caracas, 5 de Noviembre de 2013

Director Programa Gerencia de Proyecto
Dirección General de los Estudios de Postgrado
Universidad Católica Andrés Bello

Presente.-

Por la presente, yo, Maritza Farrera, titular de la cédula de identidad 3.969.875 en mi calidad de asesor del presente Trabajo Especial de Grado, certifico que he leído y comprendido su contenido, cuyo título es “Estudio de factibilidad para la instalación de un Spa-Posada en Tacarigua de la Laguna ubicado en el estado Miranda” presentado por la alumna Ing. Jaclyn Díaz, titular de la cédula de identidad 13.885.600, para optar al grado de Especialista en Gerencia de Proyectos, también 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.

M. Sc. Maritza Farrera Tovar

C.I. 3.969.875

Caracas, 5 de Noviembre de 2013

Director Programa Gerencia de Proyecto
Dirección General de los Estudios de Postgrado
Universidad Católica Andrés Bello

Presente.-

Por la presente, yo, Maritza Farrera, titular de la cédula de identidad 3.969.875 en calidad de asesor del presente Trabajo Especial de Grado, presentado por la alumna Ing. Jaclyn Díaz, titular de la cédula de identidad 13.885.600, certifico que, como parte de las necesidades particulares para el desarrollo de este trabajo, se ha validado un nuevo instrumento, el cual ha sido denominado con un alto nivel en contenido, pertinencia, redacción y claridad, además responde a las exigencias grupales para analizar el conjunto de resultados esperados con base a los objetivos planteados y permite obtener una perspectiva real de las variables estudiadas. El mencionado instrumento se certifica a través del concurso de tres profesores: Ingeniero Civil Estrella Bascaran, Especialista en Gerencia de Proyectos, Ingeniero Civil Gustavo Roa, Especialista en Gerencia de Proyectos, M. Sc. Maritza Farrera, Especialista en Gerencia de Proyectos.

M. Sc. Maritza Farrera Tovar

C.I. 3.969.875



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

*ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA INSTALACIÓN DE UN SPA-POSADA EN
TACARIGUA DE LA LAGUNA UBICADO EN EL ESTADO MIRANDA*

Autor: Jaclyn Díaz
Asesor: M. Sc. Maritza Farrera
Año: 2013

RESUMEN

Es entendido que Venezuela es un país con innumerables recursos y bellezas naturales expuestas en toda la extensión de su territorio, es un país que ofrece un enorme potencial para desarrollar eco-turismo tanto para ciudadanos locales como internacionales, siendo el estado Miranda uno de los estados con mayor afluencia turística que, además, cuenta con un extenso litoral que configura espacios naturales propicios para uso de entretenimiento y recreación con explotación turística. Es por esto que se planteó realizar un estudio de factibilidad que permitió visualizar la viabilidad técnica y económica-financiera a largo plazo, donde la rentabilidad ante la creación de un Spa&Posada en el estado Miranda, específicamente en el Pueblo de Tacarigua de La Laguna, fue positiva y satisfactoria para el promotor y el negocio, aunque con una alta sensibilidad ante los factores establecidos en el análisis, así como también una alta receptividad de visitantes y locales ante el desarrollo de nuevas formas de entretenimiento, que beneficiará entre otros elementos, la economía regional. Para lograr los objetivos planteados se utilizó un diseño de investigación No Experimental del tipo Evaluativa, siguiendo la metodología de formulación y evaluación de proyectos propuesta por el Prof. Adolfo Blanco y enmarcado en los procesos previstos en la Gerencia de Proyecto. Esta propuesta ofrece como principal contribución la identificación de la factibilidad de inversión en el área de ecoturismo del estado Miranda con beneficio a la comunidad y el ambiente.

Palabras Clave: Estudio de factibilidad, ecoturismo, análisis de sensibilidad, posada, Spa, servicio.

Línea de trabajo: Formulación y Evaluación de Proyectos.

ÍNDICE DE CONTENIDO

| | |
|--|--------------------|
| <u>CARTA DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR.....</u> | <u>II</u> |
| <u>CARTA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO</u> | <u>III</u> |
| <u>RESUMEN</u> | <u>V</u> |
| <u>ÍNDICE DE CONTENIDO</u> | <u>V</u> |
| <u>ÍNDICE DE TABLA.....</u> | <u>X</u> |
| <u>ÍNDICE DE GRÁFICOS</u> | <u>XI</u> |
| <u>INDICE DE FIGURAS.....</u> | <u>XIII</u> |
| <u>INTRODUCCIÓN</u> | <u>1</u> |
| <u>CAPITULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</u> | <u>5</u> |
| 1.1. Planteamiento del Problema | 5 |
| 1.2. Objetivos de la investigación..... | 8 |
| 1.2.1. Objetivo General..... | 8 |
| 1.2.2. Objetivos Específicos | 8 |
| 1.3. Justificación..... | 9 |
| 1.4. Alcance y Delimitaciones | 9 |
| <u>CAPITULO II. MARCO TEÓRICO</u> | <u>11</u> |
| 2.1. Antecedentes de la investigación..... | 11 |
| 2.2. Historia de las posadas | 13 |
| 2.3. Bases Teóricas | 15 |
| 2.3.1. Metodología de gestión de proyectos (FEL)..... | 15 |
| 2.3.2. Estudio de Factibilidad | 17 |
| 2.3.3. Teoría de la Inversión | 18 |
| 2.3.4. Proyectos de Inversión..... | 18 |
| 2.3.5. Flujo de Fondos de las inversiones | 18 |
| 2.3.6. Riesgo de las inversiones | 19 |
| 2.4. Bases Conceptual..... | 19 |

| | | |
|---|---|-----------|
| 2.4.1 | “Eco Turismo” | 19 |
| 2.4.2 | “Turismo Responsable | 20 |
| 2.4.3 | SPA | 21 |
| 2.4.4 | Posada de Turismo | 21 |
| 2.4.5 | Estudio de Mercado | 21 |
| 2.4.6 | Clases sociales | 22 |
| 2.4.7 | Estudio Técnico | 23 |
| 2.4.8 | Estudio Económico-Financiero..... | 25 |
| 2.4.9. | Análisis de Sensibilidad..... | 27 |
| 2.4.10. | Modelo de las 5 Fuerzas de Porter..... | 28 |
| 2.5. | Bases Legales | 29 |
| 2.5.1. | Constitución de la República Bolivariana de Venezuela..... | 29 |
| 2.5.2. | Ley Orgánica del Ambiente..... | 30 |
| 2.5.3. | Habilitante: Ley Orgánica de Turismo | 30 |
| 2.5.4. | Reglamento Parcial de la Ley Orgánica de Turismo para Establecimientos de Alojamiento | 31 |
| 2.5.5. | Ley de Crédito para el Sector Turismo | 31 |
| 2.5.6. | Resoluciones 068, “Tabulador de Servicios para las Categorías de los Establecimientos de Alojamiento Turístico: Hotel de Turismo” | 32 |
| 2.5.7. | Plan de Ordenación de Territorio del Estado Bolivariano de Miranda..... | 32 |
| 2.5.8. | Ley Orgánica de Prevención, Condiciones y Medio Ambiente de Trabajo (LOPCYMAT)..... | 34 |
| <u>CAPITULO III. MARCO METODOLÓGICO.....</u> | | 35 |
| 3.1 | Diseño y tipo de investigación..... | 36 |
| 3.2 | Unidad de análisis..... | 38 |
| 3.3 | Técnica de recolección de datos | 38 |
| 3.3.1 | Instrumentos de recolección de información | 38 |
| 3.3.2 | Diseño y validez del cuestionario | 39 |
| 3.3.3 | Población y muestra..... | 40 |
| 3.4 | Técnica para el análisis de los datos | 42 |
| 3.5 | Fases de la investigación | 42 |

| | | |
|--|---|-----------|
| 3.6 | Operacionalización de los objetivos | 44 |
| 3.7 | Estructura Desagregada de Trabajo | 45 |
| 3.8 | Consideraciones Éticas | 46 |
| 3.9 | Cronograma de actividades..... | 47 |
| <u>CAPITULO IV. VENTANA AL MERCADO.....</u> | | 49 |
| 4.1. | Análisis del entorno | 49 |
| 4.2. | Localización del proyecto..... | 51 |
| 4.3. | Descripción del producto | 51 |
| 4.4. | Lineamientos estratégicos..... | 53 |
| 4.5. | Oferta del Producto..... | 54 |
| 4.6. | Plan estratégico..... | 55 |
| 4.7. | Análisis de PORTER | 57 |
| <u>CAPITULO V. ESTUDIO DE MERCADO</u> | | 59 |
| 5.1. | Antecedentes del mercado | 59 |
| 5.2. | Característica de la población objeto de estudio..... | 61 |
| 5.2.1 | Estado Miranda | 61 |
| 5.2.2 | Economía | 62 |
| 5.2.3 | Turismo..... | 63 |
| 5.3 | Estudio de la demanda..... | 64 |
| 5.4. | Capacidad instalada de cada competidor | 67 |
| 5.5. | Proyección de la demanda | 69 |
| 5.6. | Mercado potencial | 70 |
| 5.7. | Análisis e interpretación de los resultados de la encuesta aplicada | 71 |
| 5.8. | Comportamiento de la oferta | 79 |
| 5.9. | Estudio de la Oferta | 80 |
| 5.10. | Descripción del producto, características y uso..... | 81 |
| 5.11. | Análisis de precio del producto | 84 |
| 5.12. | Canales de comercialización..... | 85 |

CAPITULO VI. ESTUDIO TÉCNICO 87

| | | |
|-------|---|-----|
| 6.1 | Cronograma de la proyección | 87 |
| 6.2 | Tamaño del proyecto | 88 |
| 6.3 | Localización..... | 88 |
| 6.3.1 | Macro localización..... | 89 |
| 6.3.2 | Micro localización | 95 |
| 6.4 | Factores considerados para la localidad seleccionada | 99 |
| 6.4.1 | Elementos de Infraestructura y Estructura..... | 101 |
| 6.5 | Tecnología utilizada | 101 |
| 6.5.1 | Tecnología necesaria para los tratamientos terapéuticos | 102 |
| 6.5.2 | Tecnología necesaria para el Restaurante y Servicio..... | 103 |
| 6.5.3 | Tecnología necesaria para la Posada..... | 105 |
| 6.6 | Procesos productivos | 107 |
| 6.6.1 | Posada | 107 |
| 6.6.2 | Spa | 110 |
| 6.6.3 | Restaurante..... | 112 |
| 6.7 | Desechos y pérdidas del proceso | 113 |
| 6.7.1 | Operatividad de los Desechos y residuos del proceso de servicio | 115 |
| 6.8 | Control de calidad..... | 115 |
| 6.9 | Estructura organizativa | 118 |
| 6.10 | Volumen de ocupación | 120 |
| 6.11 | Capacidad instalada y utilizada | 121 |

CAPITULO VII. ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO..... 124

| | | |
|-----|-----------------------------------|-----|
| 7.1 | Plan de Inversión | 124 |
| 7.2 | Depreciación y Amortización | 125 |
| 7.3 | Financiamiento de Terceros..... | 126 |
| 7.4 | Nómina | 128 |
| 7.5 | Costos | 130 |

| | | |
|---|-------------------------------|-------------------|
| 7.6 | Ingresos Operacionales..... | 131 |
| 7.7 | Gastos de Operación..... | 132 |
| 7.8 | Estado de Resultados | 133 |
| 7.9 | Capital de Trabajo | 135 |
| 7.10 | Flujo de Fondos | 135 |
| 7.11 | Valor Agregado | 136 |
| 7.12 | Punto de Equilibrio..... | 137 |
| 7.13 | Rentabilidad Financiera | 138 |
| 7.14. | Análisis de Sensibilidad..... | 139 |
| <u>CAPITULO VIII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</u> | | <u>148</u> |
| <u>REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....</u> | | <u>154</u> |
| <u>ANEXOS.....</u> | | <u>158</u> |

ÍNDICE DE TABLA

| | |
|--|-----|
| Tabla N° 1. Zonas de Interés Turístico | 33 |
| Tabla N° 2. Operacionalización de los objetivos | 44 |
| Tabla N° 3. Frecuencia de visitantes según temporada vacacional | 65 |
| Tabla N° 4. Frecuencia de visitantes según tipo de alojamiento..... | 66 |
| Tabla N° 5. Lugares de alojamiento actualmente activas en municipio Páez..... | 67 |
| Tabla N° 6. Evaluación del sitio..... | 100 |
| Tabla N° 7. Tecnología y equipos utilizados para tratamientos..... | 102 |
| Tabla N° 8. Tecnología y equipos utilizados en el Restaurante..... | 104 |
| Tabla N° 9. Tecnología y equipos utilizados en la Posada | 106 |
| Tabla N° 10. Desechos del proceso..... | 114 |
| Tabla N° 11. Horarios laborales | 120 |
| Tabla N° 12. Nómina de la posada..... | 121 |
| Tabla N° 13. Capacidad Instalada y utilizada | 122 |
| Tabla N° 14. Inversión Total..... | 125 |
| Tabla N° 15. Características para el financiamiento dadas por el Banco del Tesoro..... | 127 |
| Tabla N° 16. Actividades a financiar ofrecidas por el Banco del Tesoro | 127 |
| Tabla N° 17. Resumen de los costos de la nómina fija y variable | 130 |
| Tabla N° 18. Rentabilidad Financiera | 138 |
| Tabla N° 19. Análisis de sensibilidad Fase I..... | 142 |
| Tabla N° 20. Análisis de escenarios..... | 143 |
| Tabla N° 21. Análisis de sensibilidad Fase II | 146 |
| Tabla N° 22. Análisis de sensibilidad Fase III | 147 |

ÍNDICE DE GRÁFICOS

| | |
|---|-----|
| Gráfico N° 1. Frecuencia de visitantes según el año y el tipo de alojamiento | 66 |
| Gráfico N° 2. Representación gráfica del Censo 2011 | 70 |
| Gráfico N° 3. Población y crecimiento relativo | 71 |
| Gráfico N° 4. Proporción gráfica de los encuestados según edad..... | 72 |
| Gráfico N° 5. Proporción gráfica de los encuestados según su sexo | 72 |
| Gráfico N° 6. Preferencia de los encuestados por un Spa..... | 73 |
| Gráfico N° 7. Preferencia de los encuestados por un Spa..... | 73 |
| Gráfico N° 8. Establecimientos visitados | 74 |
| Gráfico N° 9. Factores que influyen en la escogencia de un Spa | 74 |
| Gráfico N° 10. Tratamientos recibidos | 75 |
| Gráfico N° 11. Tratamientos solicitados..... | 75 |
| Gráfico N° 12. Qué buscan los encuestados en un Spa | 76 |
| Gráfico N° 13. Le gustaría contar con un Spa cerca de su localidad | 76 |
| Gráfico N° 14. Además de las asistencias mencionadas anteriormente, te gustaría contar con un Spa que ofreciera hospedaje temporal..... | 77 |
| Gráfico N° 15. Qué tipo de alojamiento es de su preferencia..... | 77 |
| Gráfico N° 16. Qué tipo de ambiente le agrada más para disfrutar de sus momentos de relajación y esparcimiento..... | 78 |
| Gráfico N° 17. Con cuál servicio le gustaría contar al momento de disfrutar del Spa con alojamiento | 78 |
| Gráfico N° 18. Servicios considerados indispensables al momento de seleccionar un lugar para descansar | 79 |
| Gráfico N° 19. Rango de precio que se estaría dispuesto a invertir para disfrutar de un día de descanso en el Spa&Posada | 79 |
| Gráfico N° 20. Ingresos anuales | 132 |

| | |
|--|-----|
| Gráfica N° 21. Gastos de Operación anual..... | 133 |
| Gráfica N° 22. Estado de Resultados | 134 |
| Gráfico N° 23. Flujo de fondos..... | 136 |
| Gráfico N° 24. Flujo de fondos..... | 138 |
| Gráfico N° 25. Análisis Unidimensional por capacidad instalada anual | 143 |
| Gráfico N° 26. Análisis Unidimensional por Tasa de Interés anual | 144 |
| Gráfico N° 27. Análisis Unidimensional por Precio de Venta anual..... | 144 |

INDICE DE FIGURAS

| | |
|---|-----|
| Figura N° 1. Fases de un proyecto | 17 |
| Figura N° 2. Flujograma General..... | 27 |
| Figura N° 3. Representación gráfica del análisis “Cinco Fuerzas de Porter” | 28 |
| Figura N° 4. Estructura desagregada de trabajo..... | 45 |
| Figura N° 5. Cronograma de actividades | 48 |
| Figura N° 6. Mapa político del Estado Miranda | 50 |
| Figura N° 7. Estructura Desagregada de Trabajo..... | 54 |
| Figura N° 8. Representación gráfica del análisis “Cinco Fuerzas de Porter”. | 58 |
| Figura N° 9. Cronograma de proyección | 88 |
| Figura N° 10. Poblaciones de influencia sobre el proyecto..... | 89 |
| Figura N° 11. Playas del Estado Miranda | 90 |
| Figura N° 12. Sectores de playas de la Costa de Barlovento, Estado Miranda..... | 91 |
| Figura N° 13. Sector de playas de la Costa Central | 92 |
| Figura N° 14. Imágenes de las playas y áreas de influencia del proyecto | 94 |
| Figura N° 15. Ubicación relativa de la parcela | 95 |
| Figura N° 16. Vista de la parcela | 96 |
| Figura N° 17. Ubicación referencial del proyecto en la parcela | 97 |
| Figura N° 18. Propuesta de proyecto | 98 |
| Figura N° 19. Flujo del proceso de producción del servicio de hospedaje. | 107 |
| Figura N° 20. Flujo del proceso de producción del servicio de Spa | 110 |
| Figura N° 21. Flujo del proceso de producción del servicio de Restaurante | 112 |
| Figura N° 22. Etiquetas de reporte | 117 |
| Figura N° 23. Estructura Desagregada de Trabajo del Spa&Posada..... | 118 |

INTRODUCCIÓN

Al detenerse a observar la evolución de la humanidad, en cualquiera de sus aspectos: historia, economía, tecnología, adaptación, etc. se logra ver el por qué de muchas cosas, que al no ser evidente su importancia se pierde a simple vista, un ejemplo perfecto es la forma de visualizar las vacaciones.

Por otro lado, estudios científicos han determinado que una vez culminada la jornada laboral, generalmente aquella de mayor exigencia física y/o mental, el cuerpo requiere de un descanso, lo que contribuye en la eficiencia y efectividad de cualquier labor realizada, además del rendimiento que este sosiego pueda generar en ganancias.

Es por lo anterior, que es cada vez más necesario contar con áreas de esparcimiento y recreación que satisfaga las exigentes expectativas del descanso, recreación y el requerimiento de longevidad humana, que al mismo tiempo también solicita que todos los servicios se encuentren disponibles en un mismo lugar e integrados en una única diligencia con el fin de encontrar un periodo de descanso pleno.

Al inicio de la historia, el turismo constituyó un privilegio de las clases sociales con mayor poder adquisitivo y su simple realización merecía destacar como persona importante que le afianzaba su lugar en la sociedad. El turismo se ha convertido en una necesidad y un placer accesible a todos los niveles sociales, al punto de ser la fuente principal de ingresos en algunos.

El turismo es un fenómeno con afectación social, económica, cultura y ambiental que se muestra a todas las clases sociales, el cual ha fomentado su desarrollo con conciencia ecológica y cultural, y a su vez ha activado un gran potencial socioeconómico en el desarrollo de las poblaciones que explotan el turismo.

Venezuela cuenta con un enorme potencial ecológico para ser explotado turísticamente, el cual se ha convertido en un rubro económico, a un nivel tan

importante que está generando una oferta de mercado en el área de servicios de alojamiento que incrementa cada día más las expectativas de un posible negocio.

La ley Orgánica de Turismo (LOT, 2001), regula la actividad turística en Venezuela y establece en su artículo 42:

“El turismo y la recreación para la comunidad es un servicio promovido por el Estado con el propósito de elevar el desarrollo integral y la dignidad de las personas. El Estado promoverá espacios para que interactúen los usuarios y consumidores de servicios y bienes turísticos y prestaciones de servicio turístico con el objeto de promover, apoyar y desarrollar la cultura en todos sus aspectos”

En este sentido, en Venezuela el estado se convierte en el principal promotor de la actividad turística y para ello se crearon un grupo de órganos de competencia entre los que se pueden nombrar: Ministerio del Poder Popular para el Turismo (MINTUR) encargado de la gestión, promoción y fomento de la actividad turística, Instituto Nacional de Turismo (INATUR) ente autónomo adscrito al ministerio que administra recursos de la actividad turística y forma recursos humanos para la prestación de servicios turísticos, Venezolana de Turismo, S.A. VENETUR es la operadora nacional que tiene la misión de transformar el país en el más importante destino turístico de la región fortaleciendo el desarrollo de las empresas turísticas.

Cada región en Venezuela, actualmente se vale de sus recursos naturales y culturales para incentivar el turismo y en mayor medida cada vez el ecoturismo. La región de Barlovento presenta maravillosos recursos naturales que acoge un buen número de visitantes anualmente, lo que la convierte en una excelente opción de negocio para entes públicos o privados interesados en desarrollar el turismo.

Dentro la región de Barlovento, el pueblo de Tacarigua de La Laguna, la infraestructura turística cuenta con un importante número de establecimientos formales, los cuales alcanzan la cantidad de veinticuatro (24) lugares, para un total de 2198 plazas, sin embargo, este servicio, aunque aceptable, está restringido ya que sólo algunos ofrecen áreas de restaurant, piscina, habitaciones con baño privado, aire

acondicionado y/o ventiladores y TV, la mayoría sólo brinda servicios básicos de estadía como habitación con baño privado, ventiladores y TV. En consecuencia se presenta la oportunidad de mejorar la infraestructura para satisfacer en gran medida los cada vez más exigentes requerimientos de los actuales turistas.

La globalización ha hecho del conocimiento una necesidad que aumentan las expectativas y las exigencias sobre los servicios ofrecidos y no es el hospedaje una excepción, este debe cumplir una serie de condiciones orientadas a beneficiar y satisfacer las necesidades de los consumistas, por ello surge la propuesta de crear una posada turística cuya misión principal sea la satisfacción total del cliente, aunado a que su concepto y funcionamiento sea un ejemplo de calidad de servicio en la región. Esto indudablemente, representaría una ventaja competitiva ante los otros establecimientos de servicios similares.

Por todo lo dicho anteriormente, la presente investigación se orientó a realizar un estudio de *factibilidad técnico, económico y financiero para la instalación de un SPA Posada en Tacarigua de La Laguna en el Estado Miranda*, con el fin de mostrar una propuesta de negocio que permitirá invertir en el sector ecoturístico, cubrirá de forma satisfactoria necesidades creadas por los turistas y contribuirá con el desarrollo socioeconómico y ecoturístico de la región, para lo que se implementó herramientas y conocimientos de Gerencia de Proyecto enmarcado en el esquema de estudio de factibilidad planteados por Adolfo Blanco (2010).

El presente trabajo se organizó en ocho (8) capítulos en los que se desarrollarán los objetivos de la investigación, los capítulos serán los siguientes:

El Capítulo uno contiene El Planteamiento del Problema, en el cual se muestra el problema a investigar, los objetivos a cumplir por la investigación, la justificación, el alcance y las delimitaciones para la realización del estudio.

El segundo Capítulo presenta el Marco Teórico, el mismo posee en su contenido cuatro (4) puntos importantes para el desarrollo de la investigación: antecedentes, bases teóricas, base conceptual y bases legales.

La sección correspondiente al Capítulo tres despliega El Marco Metodológico, donde se encontrará todo lo referente al Marco Metodológico y concerniente al tipo de investigación a desarrollar.

El apartado propio al cuarto Capítulo Ventana al Mercado, despliega las bases que sustentan el estudio, hace una muestra previa de la oportunidad de negocio y análisis del mercado.

El quinto Capítulo contiene El Estudio de Mercado, en el cual se determina las necesidades del consumidor del servicio objeto de esta investigación.

La sección corresponde al Capítulo seis El Estudio Técnico, determina la capacidad instalada y utilizada, costos de inversión y operación del proceso productivo, proyección de ingresos.

El Capítulo siete concierne al Estudio Económico y Financiero, en el que se identifican los costos de inversión y los costos e ingresos de operaciones, para luego transformarlos en valores.

Otro apartado son las conclusiones y recomendaciones, donde se sintetiza el análisis de todos los capítulos y se exponen los resultados de la investigación y un conjunto de sugerencias útiles para la implantación del proyecto.

Y finalmente se presentan las Referencias Bibliográficas pertinentes a la investigación.

CAPITULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Este capítulo se centró en el planteamiento y delimitación del problema de investigación, origen y justificación de su desarrollo. En esta parte se establece el objetivo general con sus correspondientes objetivos específicos, con los cuales se permitió elaborar el presente trabajo especial de grado. Sobre esta sección también se plantea las consideraciones éticas y legales al respecto de la investigación, así como también los resultados esperados.

1.1. Planteamiento del Problema

La mentalidad de los ciudadanos de las grandes urbes occidentales se ha visto influenciada por una filosofía que antiguamente se identificaba sólo con la cultura oriental, y es aquella que se relaciona con lo ecológico, la conservación, el equilibrio entre lo natural y las obras erguidas por el hombre. Esto puede deberse a la necesidad de supervivencia del ser humano, al darnos cuenta que los recursos son limitados o, también puede ser motivado por la posibilidad de heredarle a sucesores un lugar similar al disfrutado. En fin, cualquiera que sea la razón, se ha conseguido moldear mentalidades y directamente se ha logrado modificar el concepto en el uso de los recursos; entre muchos, el tema de las vacaciones en lugares que ofrecen un disfrute cómodo y hasta de lujo, pero en equilibrio con lo natural.

Es innegable que la mayoría de las personas que viven en estas urbes sufren de distintas patologías físicas y/o mentales, generadas en importante medida por la angustia cotidiana, la falta de tiempo o la sobrecarga laboral. Es por ello, que los centros que ayudan a prevenir o sanar este tipo de patologías, están tomando auge, como es el caso de los sitios conocidos como SPA, los cuales son definidos como espacios donde se aplican diversos tratamientos, terapias o sistemas de relajación

enfocados en el bienestar físico, mental y espiritual del individuo, contrarrestando los efectos de un estilo de vida estresante.

El concepto de Spa ha ido evolucionando según se transforman las necesidades, exigencias y estilos de vida del individuo. Por eso, en la actualidad se han creado espacios que mezclan el servicio de Spa con infraestructuras de alojamiento temporal. Es común encontrar distintos paquetes turísticos que ofrecen hospedaje y recreación e inmerso en las instalaciones de la hotelería un servicio adicional con tratamientos de belleza y relajación; de tal forma, que el huésped pueda disfrutar de lugares hermosos, con actividades de entretenimiento y recreación, con la posibilidad de cuidar su cuerpo y su mente, lejos de las preocupaciones cotidianas.

Es entendido que Venezuela es un país con innumerables recursos y bellezas naturales que ofrece un potencial poderoso para desarrollar turismo local e internacional en toda la extensión de su territorio, siendo el estado Miranda uno de los estados con mayor afluencia turística, además de contar con un extenso litoral que configura espacios naturales propicios para uso de entretenimiento y recreación con explotación turística. Adicionalmente, cuenta con puertos, aeropuertos y vías de comunicación importantes, bahías hermosas, playas abiertas y grandes extensiones de costas sólo interrumpidas por la desembocadura de los ríos quienes aumentan la belleza del área. Es por todas estas razones que se permite escoger al estado Miranda como localidad para invertir en un concepto de alojamiento turístico alternativo.

Sumado a lo anterior, la importancia de explotar en el país el sector turístico en cualquiera de sus criterios de realidad: economía, sociedad, cultura, ecología, etc., como actividad paralela a la explotación petrolera, indudablemente incrementa el desarrollo del país en todos los niveles sociales y a toda la extensión del territorio, incluso en forma más sostenible que la actual (petrolera y gasífera), además se incluye la necesidad de un desarrollo sociocultural para el propio avance económico de la región y del país.

En virtud de lo antes planteado, se creyó conveniente crear un espacio alternativo en equilibrio con el medio ambiente que combine servicios de alojamiento turístico, alimentación y entretenimiento con servicios de cuidado personal y relajación, llamado SPA&POSADA Tierra Mística. Ahora bien, este concepto empresarial es una propuesta holística en el que cada uno de sus espacios reflejará belleza, salud y descanso, sin pretender ofrecer el tradicional servicio de hospedaje con salas adicionales para realizar tratamientos de belleza y salud.

Es por esto que se realizó un estudio de factibilidad que permitió visualizar la viabilidad técnica y económica a largo plazo en Venezuela, donde la rentabilidad es satisfactoria ante la creación de una posada en el estado Miranda en el Pueblo de Tacarigua de La Laguna, tanto para turistas que visitan el pueblo como para los habitantes de la localidad que se beneficiarán con la creación de empleos, desarrollo de nuevas formas de entretenimiento y el disfrute mismo.

Actualmente, el pueblo de Tacarigua de La Laguna muestra ausencia de espacios donde se apliquen tratamientos naturales de relajación y belleza, escasez de inversión en posadas con atención personalizada y ausencia de servicios de calidad en el área turística vacacional.

Dentro del referido contexto, se estimó que la utilización de los procesos y herramientas de la Gerencia de Proyectos, en especial las estudiadas en Formulación y Evaluación de Proyectos, y Planificación y Control de Costos, permitió realizar el análisis de las alternativas que ofrece el mercado, la verificación de los requerimientos técnicos-económicos y la determinación de los recursos financieros y humanos para la instalación de un local de servicio turístico-recreacional ambientado en Tacarigua de La Laguna, estado Miranda.

Preguntas específicas de la investigación:

- ✓ ¿Cuál será la factibilidad de la instalación de una posada en el Estado Miranda, específicamente en el pueblo de Tacarigua para explotar el sector ecoturístico y

satisfacer las necesidades de recreación y bienestar físico, mental y espiritual de los turistas que visitan el sector y de los propios habitantes del lugar?

- ✓ ¿Cuáles son las etapas que comprenden la evaluación integral del proyecto?
- ✓ ¿El conocimiento de la situación actual del mercado en el que se desarrollará la empresa, permitirá incluir el servicio de Spa para satisfacción del turista?
- ✓ ¿Cuáles son las características legales requeridas para la instalación de espacios alternativos de alojamiento para fines turístico-recreacional?

1.2. Objetivos de la investigación

1.2.1. Objetivo General

Evaluar la factibilidad técnica y económica del diseño e instalación de una propuesta alternativa de alojamiento temporal diseñado para el bienestar integral del cuerpo, la mente y el espíritu, a través del descanso, esparcimiento y terapias naturales.

1.2.2. Objetivos Específicos

- ✓ Analizar los elementos requeridos para realizar un estudio de factibilidad de proyecto para la instalación de una posada turística según lineamientos de la Gerencia de Proyectos, la guía de evaluación y formulación de proyectos y las correspondientes instituciones que rigen la actividad turística del estado Miranda.
- ✓ Realizar un estudio de mercado del sector turístico en el pueblo de Tacarigua de La Laguna, estado Miranda.
- ✓ Realizar un estudio técnico y económico-financiero del sector en el que se instalará el proyecto.
- ✓ Analizar los factores que afecten la planificación inicial (análisis de sensibilidad).

- ✓ Describir los requerimientos legales necesarios que rigen la construcción y puesta en marcha de una posada en el pueblo de Tacarigua, estado Miranda.
- ✓ Describir los requerimientos ecológicos necesarios para el desarrollo del proyecto.

1.3. Justificación

La presente investigación brindó beneficios en varios aspectos, destacándose los siguientes: económico, social, técnico y estratégico. Para el área económica, identificó la factibilidad de inversión en el estado Miranda, específicamente en el pueblo de Tacarigua de La Laguna, tanto en el sector ecoturístico como el de aplicación de tratamientos para el bienestar de cuerpo y mente, concretamente los relacionados con un Spa; lo anterior fomentará el crecimiento económico del estado, incrementando la afluencia actual de temporadistas.

En el aspecto social, se ofrecerá al turista un espacio alternativo de recreación no convencional que integre un lugar armónico que da descanso tanto al cuerpo como a la mente, satisfaciendo necesidades que actualmente están separadas. Todo lo anterior, mediante calidad de servicio, en una economía accesible y de cómodo acceso. De igual forma, la inversión en este negocio, permitirá generar fuentes de empleos.

El estudio de mercado permitió la evaluación técnica-económica del proyecto de inversión en la localidad de Tacarigua de La Laguna, estado Miranda. Como estrategia de negocio, el desarrollo de servicios especializados que permitirá integrar las competencias exigidas por el proyecto con las que se pueden encontrar en el lugar.

1.4. Alcance y Delimitaciones

El presente proyecto comprendió la evaluación de la factibilidad de la instalación de una propuesta alternativa de estancia temporal dirigida a servicios combinados de alojamiento y bienestar integral del cuerpo, localizada en el pueblo de Tacarigua de

La Laguna, estado Miranda. Esta evaluación incluyó los siguientes estudios: mercado, técnico, económico y financiero. No contempló la implantación o puesta en marcha del proyecto en la comunidad, ni la aprobación del mismo por parte de los entes gubernamentales, ni tampoco el desarrollo de la ingeniería en ninguna de sus fases: básica y de detalle, ni evaluación del impacto sociocultural en la población de Tacarigua de La Laguna.

Los resultados obtenidos de la presente investigación servirán de sustento para la toma de decisión al momento de emprender y conformar la empresa.

El estudio de campo se aplicó sobre la región en estudio; se visitaron las playas adyacentes al área en estudio a captar encuestados, también se entrevistó a usuarios de los complejos turísticos de la zona.

Por otro lado, para la realización de este estudio, se realizó en el lapso de seis (6) meses y una (1) persona para la recolección de datos.

CAPITULO II. MARCO TEÓRICO

El marco teórico orienta el estudio y lo coloca sobre el contexto en el cual se trabajará. Este capítulo describe los elementos de la teoría directamente utilizados en el desarrollo de la investigación y abarca desde los antecedentes e historia hasta lo correspondiente a la administración profesional del proyecto objeto de este estudio, pasando a través de los aspectos normativos y legales que enmarcan al proyecto y sus procesos.

2.1. Antecedentes de la investigación

Según el programa de posadas turísticas en Venezuela del Ph.D Alfredo Ascanio, para la década de 1.970 se comienza a promover el turismo en el contenido rural con iniciativas relacionadas con el hábitat. Para la época, todo el contexto era propicio para que el turismo con principios de eco-desarrollo transformara lo convencional y ayudara a rescatar la cultura, a tal nivel que incluso se crearon políticas públicas relacionadas que incluyeron el turismo dentro del Plan Nacional y con la visión de estimular las actividades nace el Programa Integral de Posadas Turísticas en el año 1.978 el cual fue aplicado en el país por 10 años y su éxito radicó en la participación activa de la comunidad receptora (Recuperado de la web).

Venezuela no se desliga de la tendencia actual de encontrar en el día a día estrés y cansancio, no hay precedente de ciudad en vía de desarrollo que no padezca de estas variantes, razón por la que los habitantes demandan ideas que se enfoquen en el desarrollo personal y ambiental, lo que favorece la creación de espacios tranquilos o para la relajación en armonía con la naturaleza.

En relación a estudios recientes focalizados en la evaluación de la factibilidad de diseñar lugares con fines turísticos-ecológicos, se encuentran las estudiadas en el trabajo especial de grado por el Arq. Henry Rebolledo en el año 2.005 de la UCAB para optar por el título de especialista en gerencia de proyectos bajo el título “Estudio de Factibilidad para la construcción y funcionamiento de una posada turística en Ciudad Bolívar, Estado Bolívar” con el objetivo de evaluar la viabilidad para la construcción y funcionamiento de la posada turística en la urbanización Negro Primero, en el desarrollo se verificó que el proyecto no resulto viable financieramente ya que la rentabilidad del promotor y del negocio no sería satisfactoria.

Otra referencia utilizada fue el trabajo especial de grado presentado por la Lic. Jessica Gutiérrez en el año 2008 en la UCAB también para la especialización de gerencia de proyectos ejecuta el “Estudio de la factibilidad para la instalación de una posada ecoturística en el pueblo de Chirimena ubicado en el estado Miranda” con el objetivo de evaluar la factibilidad técnico económico de la instalación de la posada ecoturística, concluyendo que todos los estudios realizados (mercado, técnico, económica y financiero) son suficientemente sólidos para proceder a su implementación y puesta en marcha, además de hallar que la Tasa Interna de Retorno del negocio y la del promotor generan un valor neto positivo, además de avalar la capacidad financiera que tiene el negocio y la empresa para recuperar la inversión.

El “Estudio de Factibilidad Económica y Financiera de la Instalación y Puesta en Marcha de una Institución de Microfinanzas” desarrollado como trabajo especial de grado para la UCAB en el año 2005 por Igvir Ramírez, también para el posgrado en especialización de gerencia de proyectos, fue otra referencia utilizada para el desarrollo de la presente investigación. El objetivo de la investigación fue reducir la incertidumbre que se tenía en cuanto a la factibilidad económica y financiera de la solución planteada, concluyendo a través de los indicadores la alta rentabilidad para los promotores, además de los resultados satisfactorios mostrados por el valor positivo de la Tasa Interna de Retorno incluso ante un escenario pesimista de los

parámetros más riesgosos, lo que mostró una factibilidad suficientemente sólida para proceder a su instalación y puesta en marcha.

Otro antecedente estudiado como referencia para esta investigación fue el Trabajo Especial de Grado desarrollado en el año 2007 por el ingeniero Elías Ahmar Bseirini en la especialidad de Gerencia de Proyectos denominado “Elaboración del Plan Maestro para Proyectos de Viviendas Multifamiliares Típicas desde el punto de vista de La Empresa Promotora”, cuyo objetivo general plantea la elaboración del plan que facilite la Definición y el Desarrollo de Proyectos de Viviendas multifamiliares Típicas apoyado en los principios desarrollados por el PMI desde el punto de vista de Empresa Promotora con la finalidad de lograr un mejor desempeño en la gestión de los Proyectos, donde se logró identificar las actividades que involucran el desarrollo y la definición de un proyecto de construcción, lo que genera un mejor desempeño en la gestión por parte de la empresa promotora, ya que con esto se alcanza una buena planificación que garantiza el logro de los objetivos.

Otra referencia estudiada para el desarrollo de esta investigación, fue el Trabajo Especial de Grado elaborado para la Universidad de Oriente en el año 2.009 por los bachilleres Gamboa Luisana y Segura María, para la Licenciatura en Administración, denominado “Plan de Negocio para la Instalación de un Spa Destino en el Sector Playa Culi, Estado Sucre”, cuyo objetivo general era diseñar un plan de negocios para la instalación de un “Spa de destino” en el sector playa “Culi” en el estado Sucre, y donde se concluyó que es viable la apertura del Spa destino en la localidad, ya que la competencia no es significativa, la TIR es positiva con recuperación de la inversión en tres (3) años y el mercado se encuentra desatendido, lo que representa una oportunidad de negocio inmediato.

2.2. Historia de las posadas

Desde el siglo XIV, en pleno período de descomposición del orden feudal, las posadas se habían convertido en una realidad común localizadas en sitios estratégicos a lo largo de ríos y en poblaciones cercanas a las carreteras con el objetivo de

satisfacer las necesidades de los viajeros y de la población local, estas primeras posadas ofrecían servicio de alojamiento rudimentario que incluía establos para los caballos.

A mitad del siglo XVI las posadas aumentaron su popularidad y se masificaron como servicio a consecuencia del desarrollo del comercio, específicamente en Inglaterra, se introdujeron leyes que controlaban precios y garantizaban la calidad del servicio. Para el siglo XVII las posadas se hicieron más grandes y con ello ampliaron la disponibilidad de habitaciones y se inició la combinación de servicios: hospedaje con el de transporte y en el siglo XVIII se integró el baño con fines terapéuticos que luego evolucionó para convertirse en lugares de reunión social y vacacional. Los niveles que alcanzó la hostelería se debieron a la necesidad exigida por viajeros adinerados, que con el tiempo fueron más frecuentes desplazando a los iniciales viajeros.

Las instalaciones del tipo costera se desarrollaron a mitad del siglo XVIII, motivado por la creencia popular en las propiedades terapéuticas del baño de mar; la mayoría se construyeron en puertos y playas. Posteriormente, en el siglo XIX, la incorporación al sistema de transporte del ferrocarril posibilitaron el crecimiento extraordinario de estas ciudades costeras, además de ofrecer la oportunidad a pobladores de ciudades industriales acudir con facilidad a lugares de descanso a precios razonables. Al final del siglo XIX la competencia entre establecimientos provocó la mejora de los servicios aumentando la comodidad, la calidad, ofreciendo comida de lujo.

El automóvil en el siglo XX provocó una nueva evolución que contribuyó en modernizar las posadas de carretera tradicionales. A continuación, el avión aportó nuevas formas de demanda del servicio de hostelería y hasta lo que se conoce hoy día en lo que se debe incluir los grandes complejos hoteleros donde los servicios ofrecidos y sus precios se ajustan a la capacidad económica de los segmentos de población a los que están orientados.

Por otro lado, para finales del siglo XX surge la necesidad de variar el concepto de turismo, en el que se requiere un contacto más directo con la naturaleza, un concepto

que posiblemente nace de una población con tendencias de aventura y conservación. De esta necesidad se evidencia lo que conocemos como Ecoturismo que no es más que el turismo con un mínimo de impacto ambiental, que además representa una opción viable de conservación del patrimonio natural y cultural de los pueblos que lo desarrollan; es una actividad que produce ingresos importantes, ayuda a proteger áreas naturales, además beneficia a las poblaciones ayudándolas a reducir su dependencia a otras actividades económicas que podrían afectar sus recursos no renovables.

2.3. Bases Teóricas

El Project Management Institute (PMI) en su guía en cuarta edición Fundamentos para la dirección de Proyectos, propone el concepto del proyecto como “un esfuerzo temporal que se lleva a cabo para crear un producto, servicio o resultado único” (pág. 5), entre los ejemplos de proyectos se incluye el desarrollar un nuevo servicio que satisfaga una necesidad de forma eficiente, rentable y sostenible en el tiempo. En base a lo dicho anteriormente, los proyectos de emprendimiento se orientan en generar servicios que compensen una necesidad. Considerando que un estudio de factibilidad permite evaluar la posibilidad de desarrollar o no un proyecto de inversión o emprendimiento, en función de un estudio de mercado, teorías económicas y financieras se presenta lo siguiente:

2.3.1. Metodología de gestión de proyectos (FEL)

El PMP adrián Muiño (2008) sostiene:

“La metodología de gestión de proyectos de inversión FEL esta basada en el concepto de portones de aprobación, donde en cada portón se aprueba, o no, el pasaje a la siguiente etapa. Esta metodología ayuda a ahorrar costos y mantener el proyecto en fecha, ya que cada fase, antes de ser iniciada, debe estar correctamente planificada y aprobada”.

La metodología de portones es un proceso de definición progresiva del proyecto, basada en una revisión planificada y estandarizada. Los portones permiten verificar si

el proyecto tuvo el desempeño previsto. Un portón es un punto estandarizado de control donde se audita una fase del proyecto.

Esta metodología divide la las fases de planificación e ingeniería del proyecto en etapas escalonadas lo que reduce los riesgos y mantiene los costos y plazos acotados en cada fase. Antes de iniciar cada fase, está debe estar correctamente planificada y su fase anterior auditada y aprobada.

La metodología comprende las siguientes fases:

- ✓ FEL 1: Identificación de oportunidades, permite validar la oportunidad del negocio y se basa en estudios de factibilidad técnico-económicos.
- ✓ FEL 2: Proyecto conceptual, se inicia el planeamiento del proyecto a fin de seleccionar una alternativa tecnológica y avanzar en las definiciones de la misma
- ✓ FEL 3: Ingeniería básica, esta fase desarrolla detalladamente el alcance, se elabora la ingeniería básica, se crea el plan de ejecución y se logra la estimación final de la inversión con un mínimo de error.
- ✓ Fase de Ejecución: esta fase no constituye parte de la metodología FEL, sin embargo es el objetivo de toda la planificación, además su éxito queda determinado por la calidad de las fases anteriores. Sobre esta etapa se desarrolla la obra e incluye la ingeniería de detalle, la construcción y el montaje.

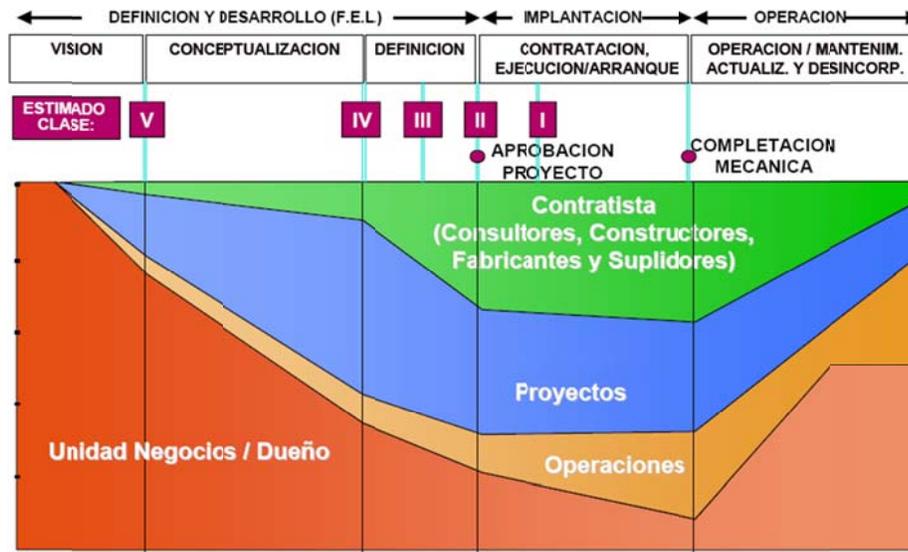


Figura N° 1. Fases de un proyecto

Fuente: Vidal 2.010

2.3.2. Estudio de Factibilidad

El profesor Adolfo Blanco en su libro *Formulación y Evaluación de Proyectos* define que el objetivo principal de un estudio de factibilidad de un proyecto de inversión como es el expuesto en el presente trabajo, “es determinar la factibilidad contable, económica y financiera del Flujo de Fondos de la empresa a través de herramientas contables y económicas pertinentes”. A diferencia de algunos medios empresariales y académicos que creen erróneamente que el objetivo principal de un estudio de factibilidad es la obtención de la Tasa Interna de Retorno (TIR) y del Valor Presente Neto (VPN), lo que reduce la evaluación a aspectos financieros.

A través del análisis de flujo de fondos realizado con herramientas financieras, económicas y contables, se valida el origen de los mismos y se verifica si los ingresos son suficientes para compensar los egresos.

Otra evaluación realizada para desarrollar un estudio de factibilidad es la efectuada por el estudio de mercado y el estudio técnico y son previos al estudio económico-financiero.

2.3.3. Teoría de la Inversión

Una inversión es oportuna si la sumatoria de las rentas o ingresos actualizados o capitalizados es mayor que el valor o costo de la inversión. Si la diferencia entre la sumatoria de los ingresos o rentas capitalizadas o descontadas y la inversión original en el año inicial resulta ser positiva, a lo que se le denomina el “goodwill de la inversión”. (Ascanio, 2006)

2.3.4. Proyectos de Inversión

Las ciencias económicas, en general, el problema que intenta resolver consiste en buscar la forma más eficiente de producir bienes y servicios requeridos por la sociedad para satisfacer necesidades conociendo que los recursos son escasos, con lo que se evidencia que todo proyecto privado de inversión el objetivo primordial no es obtener una rentabilidad financiera, sino satisfacer una necesidad en forma eficiente, a través de la producción de bienes y/o servicios, conociendo que los recursos disponibles son escasos, lo que en consecuencia permite al proyecto obtener una rentabilidad financiera.

Para lograr satisfacer las necesidades, los proyectos requieren aportar costos de inversión que permitan generar ingresos y costos operacionales que provean a la empresa de una rentabilidad triple: económica, social y financiera, que le otorgue permanencia en el tiempo.

2.3.5. Flujo de Fondos de las inversiones

Al efectuarse una inversión, la empresa espera realizar gastos y producir costos para obtener beneficios lo que se conoce como “Flujo de fondos” cuyos componentes son:

- ✓ Cantidad y tiempo de las inversiones: en este se expresa el monto de la inversión inicial, el tipo de desembolso y su utilización ante el capital de trabajo. Debe tenerse en consideración en los planes de desembolso, las diferentes inversiones adicionales durante la vida del proyecto consecuencia de:

reemplazo de equipos, compra de nueva tecnología, aumento de capital de trabajo.

- ✓ Cantidad y tiempo de los rendimientos: se refiere a la cantidad y tiempo que se espera percibir de los rendimientos que genera la inversión. Aquí debe preverse la asignación de recursos destinados a la inversión, establecer el momento y monto se efectuará la recuperación de las inversiones efectuadas (Gómez, 2006).

2.3.6. Riesgo de las inversiones

El riesgo de una inversión viene de la variabilidad del posible retorno del valor del mismo, en otras palabras, el riesgo viene dado por la desviación de la función de probabilidad del posible retorno.

Gómez (2006) señala:

Toda inversión posee dos (2) componentes de riesgo: riesgo diversificable el cual depende de la propia inversión y está relacionado con la empresa y el sector en el que se invierte; riesgo no diversificable que es el establecido por el mercado en general y afecta a todas las inversiones del mercado.

En el ámbito de las inversiones, es en la toma de decisiones que se logra minimizar el riesgo siempre que se realice una eficiente diversificación del riesgo y una correcta medición del no diversificable.

2.4. Bases Conceptual

2.4.1 “Eco Turismo”

Fennell (1999) define al ecoturismo como:

“una forma sustentable de turismo basado en los recursos naturales y enfocado, principalmente, en experimentar y aprender sobre la naturaleza, el cual se conduce de manera ética con el fin de ser de bajo impacto, no consumista y localmente orientado. Tiene lugar, generalmente, en áreas

naturales y debe contribuir a la conservación o preservación de dichas áreas” (p.43).

Para la organización mundial del turismo (OMT), las principales características del ecoturismo son las siguientes:

- ✓ Toda forma de turismo basada en la naturaleza, en la que la motivación principal de los turistas sea la observación y apreciación de esa naturaleza o de las culturas tradicionales dominantes en las zonas naturales.
- ✓ Incluye elementos educacionales y de interpretación.
- ✓ Generalmente, si bien no exclusivamente, está organizado para pequeños grupos por empresas especializadas, pequeñas y de propiedad local. Operadores extranjeros de diversa envergadura también organizan, gestionan y comercializan giras ecoturísticas, por lo general para grupos reducidos.
- ✓ Procura reducir todo lo posible los impactos negativos sobre el entorno natural y socio-cultural.
- ✓ Contribuye a la protección de las zonas naturales:
 - Generando beneficios económicos para las comunidades organizaciones y administraciones anfitrionas que gestionan zonas naturales con objetivos conservacionistas.
 - Ofreciendo oportunidades alternativas de empleo y renta a las comunidades locales.
 - Incrementando la concienciación sobre conservación de los activos naturales y culturales, tanto en los habitantes de la zona como en los turistas.

2.4.2 “Turismo Responsable

La sociedad Internacional de Ecoturismo (TIES por sus siglas en inglés) define el ecoturismo como “un viaje responsable a áreas naturales que apoya la conservación

del medio ambiente y mejora el bienestar de las comunidades locales”, dentro de ese contexto se debe incluir naturaleza, cultura, sociedad y economía de un viaje.

Varios autores identifican varios principios que se relacionan al turismo responsable, entre los que se pueden mencionar: contribuye a la conservación y promueve una conciencia ecológica, provee beneficios financieros y fortalece las comunidades, minimiza los impactos, respeta las culturas, apoya los derechos humanos y movimientos democráticos, ética y responsabilidad.

2.4.3 SPA

Un Spa es un lugar o establecimiento que ofrece servicios con fines terapéuticos, de relajación y/o de estética, enfocados en el fortalecimiento de la salud integral del individuo como medicina preventiva y salud emocional, que ofrece distintos tratamientos, terapias o sistemas de relajación utilizando como base principal el agua y productos naturales.

2.4.4 Posada de Turismo

Posada de turismo se puede definir como un establecimiento de pequeña escala, localizado en centros poblados, áreas rurales, playas y carreteras en rutas o circuitos turísticos, administrado por una familia o por pequeños empresarios, destinado a satisfacer la demanda de los servicios de alojamiento y alimentación, el cual será autóctono de la zona donde esté ubicado (Ley Orgánica de Turismo sobre Establecimientos de Alojamiento Turístico, 1998).

2.4.5 Estudio de Mercado

El estudio de mercado determina la posibilidad de penetración del producto ofrecido en un mercado determinado como potencial y de esta manera medir el riesgo de colocación y las presuntas posibilidades de éxito. Basado en su experiencia, Adolfo Blanco expresa que el estudio de mercado debe abarcar los siguientes aspectos:

- ✓ Descripción del producto, características y uso: se describen las características que definen el producto, especificaciones de consumo y el tipo de usuario destino.
- ✓ Demanda del producto: se cuantifica la necesidad real o psicológica de una población que dispone del poder adquisitivo suficiente para adquirir el producto requerido.
- ✓ Oferta del producto: se cuantifica la cantidad futura del producto a llevar al mercado en conformidad con los precios vigentes.
- ✓ Mercado del producto: se basa en la demanda insatisfecha y no es más que la diferencia entre demanda y oferta.
- ✓ Formación de precio: de la intersección de demanda y oferta se obtiene el precio y el producto de equilibrio, y para determinar el precio de equilibrio, se requiere de análisis directos de campo sobre precios de productos similares.
- ✓ Canales de comercialización: son las actividades relacionadas con la transferencia del producto desde el fabricante hasta el consumidor final. Es importante detallar la cadena de comercialización que recorre el producto ya que pueden generarse costos importantes.

2.4.6 Clases sociales

Las clases sociales es una forma de estratificación social, en la que varios individuos comparten características comunes que los relaciona de alguna manera, ya sea por su función productiva (social), por su poder adquisitivo (economía) o por su posición dentro de la burocracia (política). Los vínculos que se generan entre los individuos, pueden ser establecidos ya sea por intereses u objetivos comunes que refuerzan la solidaridad interpersonal. La formación de un sistema de clases, depende de que sus funciones sean independientes de la vinculación orgánica, que son mutuamente dependientes en un marco social mayor.

En Venezuela, la empresa Datanálisis define en el 2012 de la siguiente forma las clases sociales:

- ✓ Clase A y B (alta o casi alta): Son los grandes empresarios y altos ejecutivos. Representan entre 2,3% de la población.
- ✓ Clase C (Media-alta y clase media): Cubren todos sus gastos, tienen vivienda propia, pero no gran holgura “extra” económica. Los ingresos familiares promedio mensual fueron para el primer trimestre entre Bs. 7.000,00 y 10.000,00. Representan el 17,6% de la población.
- ✓ Clase D (Media baja – incluye la pobreza moderada): Pueden cubrir sus necesidades básicas de alimentación, vivienda y otros, pero con gran esfuerzo y deficiencia. El ingreso familiar promedio mensual fueron para el primer trimestre entre Bs. 3.500,00 y 4.000,00. Se incluye comercios pequeños a pie de barrio. Representa el 35,9% de la población.
- ✓ Clase E (Pobre): Individuos con ingresos menores a 2 salarios mínimos. Viven en ranchos o casas en condiciones precarias. Representan el 44,2% de la población.

2.4.7 Estudio Técnico

El estudio técnico se basa en la adquisición de datos aportados por los recursos requeridos, la tecnología solicitada y por el propio promotor del proyecto. En este se plantean las soluciones y alternativas basada en la demanda a atender y pre-establecida por el estudio de mercado.

El estudio técnico y el de mercado se construyen paralelamente, es importante destacar que es necesario trabajar con la mayor precisión en el desarrollo del estudio técnico ya que todas sus partes encierran costos que es requerido detectar a tiempo para no afectar el buen funcionamiento del proyecto.

Según Blanco (2010), en el estudio técnico se debe obtener lo siguiente:

- ✓ Cronograma de la proyección: es una representación gráfica de la proyección a efectuarse el cual se indica el tiempo de vigencia del proyecto, contando desde que se inicia la instalación de operaciones de la empresa hasta finalizar dichas operaciones.
- ✓ Localización del proyecto: es este punto se indica con todo detalle la ubicación geográfica del proyecto, así como la de las otras plantas u oficinas complementarias de la empresa, si existiesen.
- ✓ Infraestructura de servicios: se detallan las estructuras e infraestructuras necesarias para la construcción, instalación y puesta en marcha de la empresa; así como también el acceso a la conexión de servicios públicos.
- ✓ Tecnología utilizada: se especifica todo lo concerniente a la tecnología: su alcance, beneficios aportados, ventajas que agregan al proceso y al producto, términos de contratación y detalles relativos al costo.
- ✓ Proceso de producción: es una consecuencia de los resultados de los estudios técnicos y de mercado y se indica con un flujograma que contenga los pasos del proceso que integran el servicio.
- ✓ Desechos y pérdidas del proceso: este punto contiene dos elementos generadores de costos para la empresa, estos deberán detallarse junto con las medidas técnicas y financieras que sean necesarias poner en práctica para enfrentarlos.
- ✓ Control de calidad: depende del proceso de producción y del producto, se detallaran tipo de control, sobre que puntos de la línea se ejercerán los controles, recursos requeridos e inversiones a realizar.
- ✓ Volumen de ocupación: en este punto se desarrolla todo lo concerniente a los turnos de trabajo diario, número de horas por turno, días laborables por mes y los meses laborables por año. También se definen los cargos del personal, el número de personas por categoría y por año, escala de sueldos y/o salarios por año de operación, esto último de acuerdo al mercado laboral actual.

- ✓ Capacidad instalada y utilizada: se expresa en un cuadro y su contenido está expresado en unidades de producción que son base de cálculo de todos los ingresos y costos del proyecto. *La unidad de producción se define como la porción básica de cálculo de bien o servicio producido.*

2.4.8 Estudio Económico-Financiero

El estudio económico-financiero utiliza la información procesada y emitida de los estudios de mercado y técnico con la que identifica los costos de inversión y los costos e ingresos de operación y la transforma en valores. En otras palabras, el objetivo general de la evaluación económica-financiera es ordenar y sistematizar la información obtenida de los estudios previos y elaborar una base que servirá para la evaluación de costos. En el desarrollo del estudio se debe analizar en detalle los siguientes puntos:

- ✓ Elementos de infraestructura y estructura: En este punto se recogen en detalle la composición de los costos de inversión en forma de valores subtotales. Los elementos descritos en este punto son todos aquellos que tienen que ver con la construcción, diseño y mejora de los espacios para la instalación del proyecto.
- ✓ Maquinaria y equipo de producción, o dotaciones: En este punto se detallan todo lo concerniente a costos de adquisición de equipos y maquinarias.
- ✓ Estudios y proyecto: Este punto incorpora los costos al detalle de los estudios y proyectos requeridos por el caso de negocio.
- ✓ Inversión total: En su contenido se incluyen todos los costos de inversión relativos a la instalación, construcción y puesta en marcha y correspondiente a la fase de proyección.
- ✓ Depreciación y amortización: Este punto es de naturaleza contable, concierne a la recuperación de costos de inversión efectuados durante la etapa inicial del proyecto (construcción, instalación y puesta en marcha de la empresa).

- ✓ Financiamiento de terceros: tiene referencia con los aspectos crediticios del proyecto, incluyendo desde la otorgación del crédito hasta la amortización total del mismo junto con los intereses.
- ✓ Nómina: representa el costo anual del capital humano responsable de las operaciones de producción de la empresa. Los salarios reflejados muestran la realidad de la oferta y la demanda del mercado laboral y considera el valor real del trabajo.
- ✓ Materias primas, o suministros: este punto se relaciona directamente con la capacidad instalada y de él se obtienen los costos de la materia prima.
- ✓ Ingresos operacionales: Igual que el punto anterior, este también se encuentra relacionado con la capacidad instalada y refleja los cálculos del ingreso operacional.
- ✓ Gastos de fabricación, o de operación: aquí se incluyen todos los costos de producción y los relacionados con el proceso de fabricación del producto.
- ✓ Estado de resultados: se resumen los valores del rubro de ingreso y los de costo de producción, se comparan y la diferencia permite determinar el impuesto sobre la renta y la utilidad neta.
- ✓ Capital de trabajo: se determina el monto de capital de trabajo necesario para cubrir la diferencia existente entre los egresos generados por el arranque de las operaciones de producción y la captación de los ingresos por ventas, a fin de conocer el desarrollo de caja de la empresa.
- ✓ Flujo de fondos: es la base de cálculo de la rentabilidad financiera del proyecto. Este punto agrupa todas las partidas de inversión, de ingresos, de costo de producción y de pasivos.

El siguiente flujograma detalla la interrelación entre los distintos estudios y muestra la cohesión existente entre ellos, el intercambio de información requerido que ayuda a autodefinirse y modelar un resultado más eficiente.

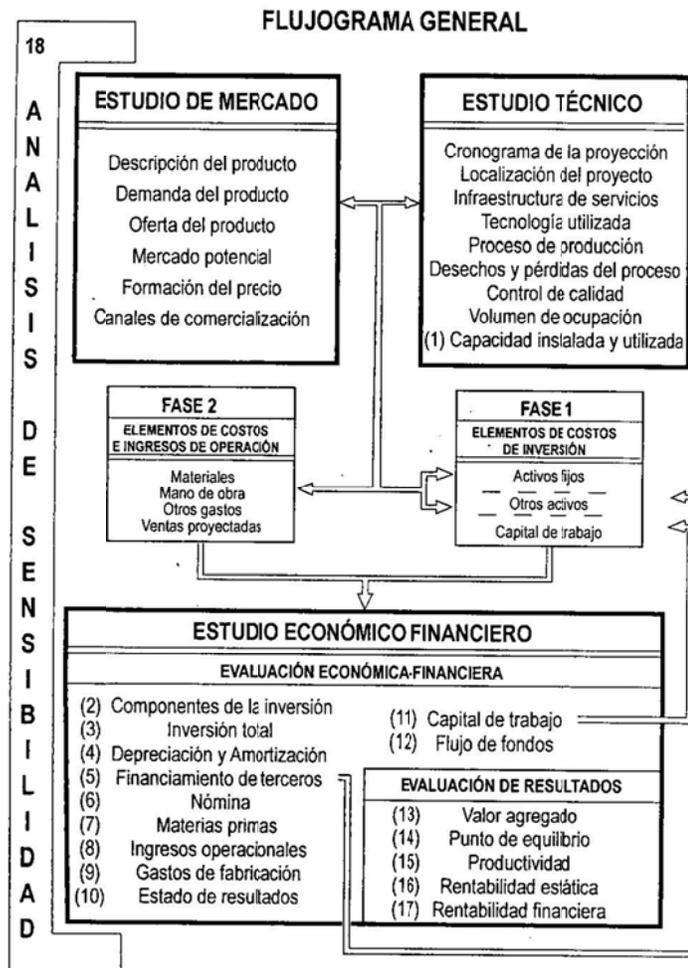


Figura N° 2. Flujograma General

Fuente: Blanco 2010.

2.4.9. Análisis de Sensibilidad

Una vez realizado el Estudio Económico-Financiero se llevará a cabo el Análisis de sensibilidad, el cual consistirá en estudiar los parámetros empleados y determinar la influencia de su variación sobre los resultados obtenidos.

El análisis de sensibilidad, se basa en la creación de escenarios distintos al original, construido durante la evaluación del proyecto. La evaluación del análisis de sensibilidad, define parámetros claves que forman parte de la estructura básica del

proyecto, que al variar su valor, permiten detectar el nivel de riesgo que representa un cambio en dicha variable.

2.4.10. Modelo de las 5 Fuerzas de Porter

Para fortalecer el estudio de mercado se realiza el análisis de competitividad sectorial influencia de la posada que apoye e identifique fortalezas y debilidades del negocio en comparación con otros existentes y similares ubicado en áreas adyacentes a la que se localizará la posada. Tomando como referencia el Modelo del Diamante de Porter(1990), se presenta a continuación un esquema donde se visualiza las características resultantes:

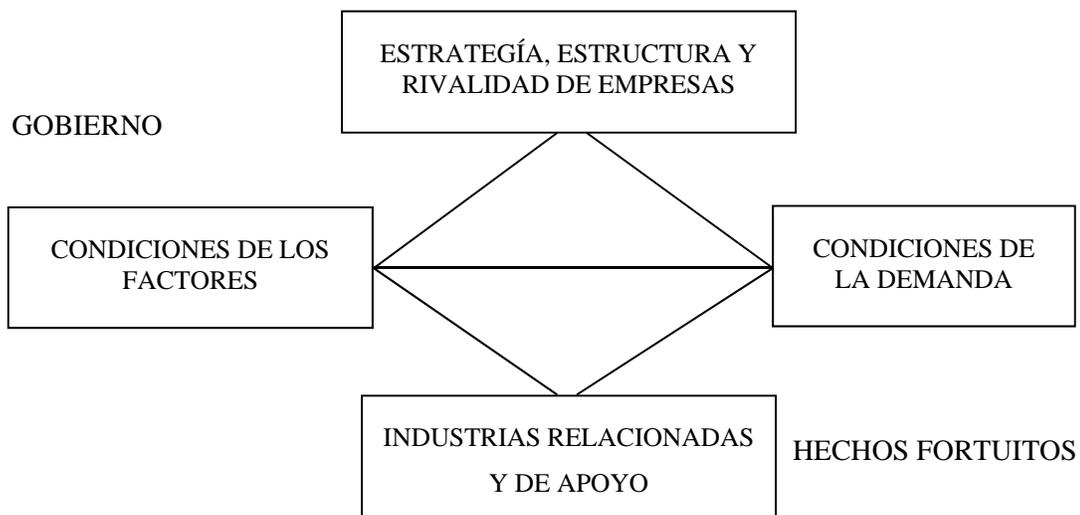


Figura N° 3. Representación gráfica del análisis “Cinco Fuerzas de Porter”

La competitividad según Francés (2005) se define como:

“la capacidad de un sector para colocar exitosamente sus productos en el Mercado en condiciones de libre competencia. Los sectores pueden ser entendidos como el conjunto de empresas que los constituyen junto con las organizaciones educativas, de investigación y de servicios vinculados a ellas. Las características de los sectores nacionales que lo hacen más competitivo que sus semejantes se denominan Ventajas Competitivas”

La competitividad puede depender principalmente de la capacidad de las empresas para innovar y mejorar los productos y/o servicios de manera sostenida; la competitividad no obedece a la disponibilidad de recursos naturales o humanos, lo que en conjunto según define Francés (2005) “es la estrategia que es la combinación de medios a emplear para alcanzar los objetivos” (p. 27) y que también puede desarrollar ventajas competitivas. La capacidad de estrategia son determinantes de la competitividad y depende de un conjunto de factores del entorno nacional.

Francés (2005) expone que los determinantes de la competitividad presentes en el Modelo de Porter y externos a la empresa, permiten analizar el entorno de las empresas y se muestra en cuatro (4) grupos principales: disponibilidad de los factores, características de la demanda, industrias relacionadas de apoyo y estructura, y rivalidad del sector y estrategia de las empresas. Adicionalmente, el modelo también cuenta con dos (2) determinantes secundarios: gobierno y hechos fortuitos.

Los factores productivos son de dos (2) tipos: heredados y creados, los heredados son los relacionados con aquellos elementos existentes en la zona donde se llevará a cabo el proceso productivo y que puede considerarse una ventaja comparativa del proyecto entre las que se encuentran los recursos naturales, ventajas geográficas y disponibilidad de mano de obra. Los factores creados se relacionan con ventajas competitivas que pueden desarrollar la empresa a nivel de infraestructura, el desarrollo tecnológico y recurso humano capacitado.

2.5. Bases Legales

2.5.1. Constitución de la República Bolivariana de Venezuela

Realizada por la Asamblea Constituyente y aprobada bajo referéndum democrático, en el año 2000 se publica en gaceta oficial extraordinaria N°5.453 la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, a través de la cual se regula toda acción legal posible y manteniendo supremacía absoluta sobre cualquier disposición legal.

En el área turística la constitución plantea:

Art. 310 “El turismo es una actividad económica de interés nacional, prioritaria para el país en su estrategia de diversificación y desarrollo sustentable. Dentro de las fundamentaciones del régimen socioeconómico previsto en esta Constitución, el Estado dictará las medidas que garanticen su desarrollo. El Estado velará por la creación y fortalecimiento del sector turístico nacional”

2.5.2. Ley Orgánica del Ambiente

Se publica en el año 2006 en gaceta oficial extraordinaria N°5.833 la Ley Orgánica del Ambiente la que tiene por objeto “establecer las disposiciones y los principios rectores para la gestión del ambiente, en el marco del desarrollo sustentable como derecho y deber fundamental del Estado y de la sociedad, para contribuir a la seguridad y al logro del máximo bienestar de la población y al sostenimiento del planeta, en interés de la humanidad”

“De igual forma, establece las normas que desarrollan las garantías y derechos constitucionales a un ambiente seguro, sano y ecológicamente equilibrado”

2.5.3. Habilitante: Ley Orgánica de Turismo

Decreto N° 5999 con Rango, Valor y Fuerza de Ley Orgánica de Turismo se publicó en gaceta oficial extraordinario 5889 en el año 2008 en el que se plantea “hacer del turismo un instrumento para un nuevo horizonte de valores donde lo colectivo sea el eje de la gestión turística” y tiene por objeto “promover, organizar y regular la actividad turística, la organización y funcionamiento del Sistema Turístico Nacional, como factor estratégico de diversificación socioeconómica y desarrollo sustentable y sostenible del país.

La modificación de la Ley Orgánica de Turismo se soporta en “...el Estado debe garantizar el derecho integral de los ciudadanos y ciudadanas, a través del disfrute, a “... la recreación como actividad que beneficia la calidad de vida individual y colectiva...” (Artículo 111), fundamentándose “...en los principios de justicia social,

democracia, eficiencia, protección del ambiente, productividad y solidaridad, a los fines de asegurar el desarrollo humano integral y una existencia digna y provechosa para la colectividad...” (Artículo 299), en el entendido que “Venezuela se constituye en un Estado democrático y social de Derecho y de Justicia, que propugna como valores superiores de su ordenamiento jurídico... la preminencia de los derechos humanos...” (Artículo 2) estableciendo que “... La Ley garantizará las condiciones jurídicas y administrativas para que la igualdad ante la ley sea real y efectiva...” (Artículo 21, numeral 2).

Art. 3. Quedan sometidas a las disposiciones de este Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley Orgánica de Turismo, las actividades con fines turísticos de los sectores públicos y privados, dirigidas a fomentar, desarrollar e impulsar la actividad turística, en todo el territorio nacional.

2.5.4. Reglamento Parcial de la Ley Orgánica de Turismo para Establecimientos de Alojamiento

Publicado en gaceta oficial N° 36.607 en el año 1998 se decretó el reglamento que tiene por objeto establecer las normas que regulan la actividad y funcionamiento de los establecimientos de alojamiento turístico.

Art. 2. Se considera establecimiento de alojamiento turístico aquel que presta al público el servicio de hospedaje en forma temporal, con áreas e instalaciones comunes, que consta de una edificación o conjunto de edificaciones construidas o acondicionadas para tal fin, y operadas en forma conjunta, ocupando la totalidad o parte de dichas edificaciones.

2.5.5. Ley de Crédito para el Sector Turismo

Publicado en Gaceta Oficial N° 39251 en el año 2009, la ley tiene por objeto “establecer los mecanismos para promover, fomentar e impulsar la actividad turística, mediante el otorgamiento de financiamiento oportuno”

Art. 2. Definiciones: A los efectos de esta Ley se entiende por: Prestadores o prestadoras de servicios turísticos: Aquéllos que consagra el Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley Orgánica de Turismo y aquéllos que, como consecuencia del crédito, se inicien en la actividad turística.

Art. 5. De la tasa de interés preferencial: La tasa de interés activa estipulada en la presente Ley será preferencial y ésta debe ser fijada por el Banco Central de Venezuela, previa opinión de los Ministerios del Poder Popular con competencia en materias de Turismo, y Economía y Finanzas.

Art. 10. De los períodos de gracia: A los efectos de incentivar a los beneficiarios o las beneficiarias de la presente Ley, el Ministerio del Poder Popular con competencia en materia de Economía y Finanzas, y el Ministerio del Poder Popular con competencia en materia de Turismo, mediante resolución conjunta establecerán los períodos de gracia de uno a tres años, para cualquiera de los segmentos y el tipo de proyecto que así lo determine.

2.5.6. Resoluciones 068, “Tabulador de Servicios para las Categorías de los Establecimientos de Alojamiento Turístico: Hotel de Turismo”

Publicada en Gaceta Oficial N° 5.202 extraordinario de fecha 30 de diciembre de 1997.

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

Art. 2. Se establecen los requisitos mínimos por estrellas para los establecimientos clasificados como Hoteles de Turismo, los cuales deberán cumplir con los requisitos establecidos por la categoría asignada por la Corporación de Turismo de Venezuela (CORPOTURISMO).

2.5.7. Plan de Ordenación de Territorio del Estado Bolivariano de Miranda

Publicado en Gaceta Oficial del Estado Bolivariano de Miranda 3536 02/02/2011, Decreto 2011-032:

“Este plan regirá para toda su superficie, que es la definida en la Ley de División Político Territorial del estado y constituye un instrumento de planificación y gestión que permite organizar eficientemente el territorio, con la finalidad de garantizar su desarrollo sustentable, la calidad de vida y el progreso de sus habitantes, tomando en consideración los recursos físico-naturales, humanos, económicos y de infraestructura, con la participación activa de su población y de los entes involucrados en los distintos niveles de gobierno. Este servirá como marco de referencia

espacial y legal a los planes de desarrollo económico y social para el estado, los municipios, las parroquias y el ámbito comunal”

Art. 15. Sistema Barlovento. Conformado por las ciudades de Higuero y Caucagua de jerarquía VI y el resto de centros poblados de menor jerarquía, deberán adoptarse las siguientes directrices:

c. Gestionar el Plan de Ordenamiento y Reglamento de Uso de la Zona de Interés Turístico Recreacional, el Plan Rector de Desarrollo Urbano del Litoral Barloventeño y otros planes de desarrollo urbano local en el sector de Higuero y los centros poblados de influencia inmediata, como centros de apoyo a la actividad turística y cultural (Curiepe, Tacarigua de Mamporal, Mamporal, San José de Barlovento, Río Chico y Cúpira). En este sector turístico se deberá crear un sistema de transporte marítimo e incentivar el desarrollo de rutas aéreas.

Art. 26. El Uso Turístico se desarrollará en áreas que presentan gran diversidad de paisajes naturales y atractivos de tipo cultural, religioso, comercial y recreacional, el cual podrá ser compatible con otros usos, como se señala en el mapa de Usos Asignados que forma parte integral de este decreto.

Art. 27. Son descritas en el cuadro 2, las zonas de interés turístico decretadas por el ejecutivo nacional. Las condiciones de desarrollo y las actividades permitidas en estas áreas, son establecidas en los respectivos planes de ordenamiento y reglamento de uso realizados por el organismo administrador de la materia turística.

| UNIDAD DE USO | LOCALIZACIÓN | SUPERFICIE (HA) | USO COMPATIBLE |
|---|-------------------------------------|-----------------|---|
| Zona de Interés Turístico Estación Los Teques -El Encanto | Los Teques municipio Guacaipuro | 0,58 | Los contemplados en los respectivos planes de ordenamiento y reglamento de uso. |
| Zona de Interés Turístico Utilidad pública playas del litoral de los estados Anzoátegui, Miranda Nueva Esparta y Sucre. | Municipios Brión, Páez y Pedro Gual | | |
| Zona de Utilidad Pública y de Interés Turístico Recreacional Popular, terreno ubicado en el Distrito Páez (Puerto Tuy - Caño Copey) | Municipio Páez | 18,20 | |
| Utilidad Pública y de Interés Turístico Recreacional El Litoral de la región Capital (Estado Vargas - Estado Miranda) | Municipios Brión, Páez y Pedro Gual | 8671,78 | |

Tabla N° 1. Zonas de Interés Turístico

Fuente: Gobernación del Estado Miranda

Art. 28. Para el aprovechamiento de los recursos turísticos del estado se establecen las siguientes directrices:

a. Planificar el desarrollo turístico para que la utilización de los recursos naturales no genere degradación o conflictos de uso, en especial con la actividad agrícola y/o protectora.

b. Identificar las potencialidades, concebir y adecuar la infraestructura requerida para desarrollar un turismo regional, nacional e internacional.

c. Propiciar el fortalecimiento de las ciudades con vocación turística.

d. Impulsar la implementación de programas de infraestructura turística y recreacional para las zonas de interés turístico del estado.

Art. 29. Los usos compatibles con el Uso Turístico son el agrícola y urbano, con fundamento en los criterios que se establezcan mediante estudios ambientales, además de los usos contemplados en los planes de ordenamiento y reglamento de uso de las zonas de interés turístico.

2.5.8. Ley Orgánica de Prevención, Condiciones y Medio Ambiente de Trabajo (LOPCYMAT)

Publicada en Gaceta Oficial N° 38.236, de fecha 26 de julio de 2005. “Esta Ley regirá las situaciones y relaciones jurídicas derivadas del trabajo como hecho social”

Adicionalmente y según la clasificación CIIU de Actividades Económicas, el Spa & Posada Tierra Mística se ubica en:

- ✓ Código Alfabético H “Hoteles y restaurantes”
- ✓ Nivel 55 “Servicios de alojamiento, comida y hospedaje prestados en hoteles, casas de huéspedes, campamentos y otros lugares de alojamiento”
- ✓ Sub-nivel 551 “Hoteles; campamentos y otros tipos de hospedaje temporal”
- ✓ 5511 “Servicios de alojamiento, comida y hospedaje prestados en hoteles, residenciales, hosterías y pensiones excepto alojamiento por hora”

CAPITULO III. MARCO METODOLÓGICO

Venezuela se encuentra estratégicamente bien ubicada a nivel continental por lo que cuenta con un clima primaveral durante casi todo el año, lo que la hace ventajosa para el disfrute, el descanso y la recreación en cualquiera de sus localidades. Adicionalmente, nuestro país cuenta una gran diversidad de atractivos naturales que son innumerables, a tal punto, que se puede decir que cada región tiene un encanto particular que hace de Venezuela un país con alto potencial para explotar el turismo.

Específicamente el estado Miranda, ofrece una amplia gama de opciones para actividades turísticas gracias a los varios de atractivos naturales, históricos y culturales. Sus playas son las más visitadas a nivel nacional y encuestas recientes realizadas por la Corporación de Turismo del estado (CORPOMITUR) indican que la oferta turística responde a las necesidades e intereses de distintos grupos, sin embargo, de esta misma encuesta se determinó que mayoría de los visitantes se alojó en su propia vivienda o la de familiares y amigos, esto último puede estar vinculado a la oferta insuficiente de alojamiento intermedio comercial (distinto a la vivienda vacacional). Los mismos entrevistados consideran que el turismo genera más beneficios que problemas a la comunidad pues contribuye a la generación de empleo e incrementa el nivel de la región.

Por todo lo anterior, se estudió la factibilidad de instalación de un local de servicio turístico-recreacional con potencialidades conservacionistas, ambientado en Tacarigua, estado Miranda, de forma tal que se pueda exponer el tema y lograr el cumplimiento de los objetivos planteados en esta investigación.

En este capítulo se analizó que tipo de investigación se desarrollará, cuál será la unidad de análisis y, a partir de esto, se determinó la población demandante del proyecto. Consecutivamente, se realizó la definición conceptual y operacional de la variable estudiada; seguido de la descripción de lo concerniente a la recolección, el procesamiento y el análisis de los datos obtenidos del instrumento diseñado para la correspondiente aplicación.

Como resultado del desarrollo de todo lo dicho anteriormente, se presentó la factibilidad de la investigación y sus consideraciones.

Balestrini (2002) explica que:

“la metodología es la estructura lógica y organizada que sirve de instrumento orientador al investigador en cuanto al tipo, enfoque y amplitud o profundidad con la que se realizará el estudio”

3.1 Diseño y tipo de investigación

Con el interés de mostrar a todo los sectores sociales (nacional e internacional) las potencialidades turísticas que tiene Venezuela y específicamente el pueblo de Tacarigua de La Laguna en el estado Miranda, se observó en un tiempo definido el interés turístico de las personas que visitaron y hacen vida en la localidad, también se aplicó encuestas directas, a fin de identificar las necesidades del turistas y de local. Por lo tanto el diseño a utilizar fue:

La investigación se realizara dentro del marco No Experimental y se puede definir como aquella que se realiza sin manipular deliberadamente la variable, es decir, es una investigación donde no se modifican intencionalmente las variables independientes. En la investigación no experimental se observan los fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos, no se construye ninguna situación, sino se observan situaciones ya existentes, no provocadas intencionalmente por el investigador. En la investigación no experimental, las variables independientes

ya han ocurrido y no pueden ser manipuladas, el investigador no tiene control directo sobre dichas variables, no puede influir sobre ellas porque ya sucedieron.

Por otro lado y de acuerdo con los objetivos planteados, *la investigación se enmarca dentro de la modalidad de Proyecto Evaluativo*. Fernández-Ballesteros sostiene que “la investigación evaluativa tiene como propósito la sistemática determinación de la calidad o valor de programas, proyectos, planes, intervenciones” (citado por Yáber y Valarino, 2010 pp.91), lo que armoniza con un estudio de factibilidad, que muestra la solución al requerimiento o necesidad, que en este caso se realiza través de la formulación del proyecto el cual consiste en la creación del Spa&Posada en el pueblo de Tacarigua de La Laguna en el estado Miranda.

El enfoque de la investigación es cuantitativo ya que utilizó la recolección y análisis de datos, los cuales se basan en una medición numérica de la que se establecen patrones de comportamiento.

El *alcance del estudio es descriptivo*, de lo cual Ary, Jacobs y Razavieh (1993) explican que:

“Los estudios de esta índole tratan de obtener información acerca del estado actual de los fenómenos. Con ello se pretende precisar la naturaleza de una situación tal como existe en el momento del estudio. El objetivo consiste en describir lo que existe con respecto a las variables o a las condiciones de una situación”

En conclusión el diseño de la investigación es de: *campo, no experimental transeccional con alcance descriptivo*.

Según UPEL (2006) se entiende por investigación de campo:

“El análisis sistemático de problemas en la realidad, con el propósito bien sea de describirlos, interpretarlos, entender su naturaleza y factores contribuyentes, explicar sus causas y efectos, o predecir su ocurrencia, haciendo uso de métodos característicos de cualquiera de los paradigmas o enfoques de investigación conocidos o en desarrollo” (p. 11).

En cuanto a la investigación transeccional, Hernández, Fernández y Batista (2010) explican que es aquella que recolecta datos en un momento, en un tiempo único. “Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interpretación en un momento dado” (p.152)

3.2 Unidad de análisis

El objeto de estudio de la presente investigación fue el individuo residente y visitante del pueblo de Tacarigua del estado Miranda, usuario de los atractivos locales durante todo el año buscando encontrar áreas recreativas de esparcimiento alternativo, descanso y relajación, en contacto con lo natural.

3.3 Técnica de recolección de datos

Sabino C (1996) explica que las técnicas e instrumentos de recolección de datos “son las distintas formas o manera de obtener la información” (pp. 57).

La recolección de datos requiere la selección de instrumentos y técnicas mediante las cuales se obtendrá la información necesaria para conocer los factores que inciden en el desarrollo del estudio de factibilidad.

3.3.1 Instrumentos de recolección de información

Arias, F (1999) señala que los instrumentos de recolección de datos “son los medios materiales que se emplean para recoger y almacenar la información” (pp. 53).

El instrumento resumió los aportes del marco teórico, su adecuada determinación sintetiza la labor previa de la investigación. Basado en los objetivos específicos, se planteó un instrumento y técnicas de recolección de información, orientados a alcanzar a los fines propuestos en ellos.

Un cuestionario fue el instrumento de recolección de datos primarios, que tuvo la finalidad de identificar con exactitud los posibles demandantes y oferentes de la posada, con esto se alcanzó los resultados del estudio de mercado de forma confiable,

válida y con sentido práctico. Todo el proceso de investigación fue documentado a través de la revisión bibliográfica y su correspondiente observación directa, esto tuvo el objetivo de tomar toda la información primaria requerida para la evaluación técnica, económica y financiera.

La encuesta agrupa un conjunto de preguntas basadas en los objetivos específicos del presente trabajo de investigación y, a su vez, relacionadas con los datos personales del entrevistado, datos de ingresos económicos e inversiones turísticas obtenidas de análisis previos, necesidades turísticas de los entrevistados y el nivel de satisfacción obtenida en los establecimientos, así como, expectativas ante la propia propuesta presentada en esta investigación.

La estrategia utilizada en esta investigación plantea que a medida que se aplique la encuesta o instrumento a los individuos, se le solicitará a los mismos indiquen a otras personas dispuestas a continuar el proceso de aplicación de la misma encuesta; aplicando entonces el material a nuevos individuos que siguió respondiendo la consecutivas encuestas hasta obtener la muestra representativa que valide los resultados para su posterior análisis.

La información para la formulación del proyecto se obtiene de la documentación referencial, revisión de data secundaria o estadísticas y del cuestionario. La confiabilidad de los datos aportados es vital para el buen desarrollo del proyecto, su recolección se realizó de manera personalizada, lo que minimizó posibles errores u omisiones que comprometan las conclusiones de la investigación.

3.3.2 Diseño y validez del cuestionario

Hernández, Fernández, Baptista, (1991) exponen:

“La validez se refiere al grado en que un instrumento realmente mide la variable que pretende medir a través de diferentes tipos de evidencias de contenido, de criterios y de contexto” (pp. 9).

Estos autores también establecen que la validez del instrumento se puede tomar en tres (3) tipos:

“validez de contenido, validez de criterio y validez de constructo, para acercarse más a representar la variable o variables que pretenden medir destacando que un instrumento puede ser confiable, pero no necesariamente válido, consistente en los resultados que produce, pero no medir lo que pretende” (pp. 246.247).

Para la presente investigación se validó el instrumento suministrando el mismo a varios profesionales del área de gerencia de proyectos, mercadeo, ingeniería civil y metodología, quienes lograron que el cuestionario integre la relación de las variables y los objetivos, de forma clara y precisa.

El cuestionario es una encuesta estructurada de respuestas breves, específicas y restringidas, de preguntas cerradas con múltiples opciones de respuesta que incluye una opción abierta que permitió mencionar variables que no se han formulado y el encuestado consideró importante.

3.3.3 Población y muestra

Hernández (2010) señala que la población “es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones”

Sabino C (1996) define la muestra como:

“parte de todo lo que llamamos universo y que sirve para representarlo, es decir, consiste en un número de sujetos que reúnen las mismas características de la población estudiada y, por lo tanto, son representativos de la misma. Cuando la muestra con las condiciones anteriores, es decir, cuando nos refleja en sus unidades lo que ocurre en el universo, la llamamos muestra representativa” (pp 104)

La muestra fue No Probabilística ya que “la elección de los objetos no depende de que todos tienen la misma probabilidad de ser elegidos, sino de la decisión de un investigador o grupo de encuestadores” (Hernández, 2010).

Según registros del año 2010, el estado Miranda ha sido visitado por 29.701 turistas internacionales, mientras que los turistas internos han sido 912.983 personas, cifras tomadas de la oficina de estadísticas turísticas del Ministerio del Poder Popular para el Turismo (Mintur).

A fines didácticos, para la presente investigación, se considera la suma de los turistas internacionales y nacionales del estado, tomando como resultado un total de 942.684 personas.

Se trabajó en base a un nivel de error del 5%, un nivel de confianza del 95% y una probabilidad de 50/50 sobre el total de los visitantes del pueblo de Tacarigua y sus playas adyacentes, obteniendo de esta manera una muestra de 384, sin embargo, a efectos de este trabajo con fines académicos sólo se aplicó la encuesta a un total de 120 personas, número que corresponde a un aproximado del 30% del total de la muestra.

Para determinar el tamaño de la muestra, clasificada como población finita, se aplicó la siguiente ecuación:

$$FPF = [(N * K^2 * P * Q)] / [(E^2 * (N - 1)) + (K^2 * P * Q)]$$

Donde:

N= población (942.684 personas)

K= grado de confiabilidad (95% - 1,96)

E= margen de error (5% - 0,05)

P= probabilidad favorable que el evento se cumpla (50% - 0,5)

Q= probabilidad no favorable que el evento se cumpla (50% - 0,5)

$$FP = [942.684 * 1,96^2 * 0,5 * 0,5] / [0,05^2 * (942.684 - 1) + (1,96^2 * 0,5 * 0,5)]$$

Total: 384 personas

La muestra queda definida como todo turista que visite el pueblo de Tacarigua en el estado Miranda en época de vacaciones (agosto y diciembre 2012) en áreas de recreación, esparcimiento y/o relajación que ofrece satisfacer las necesidades, localizados en las playas y en las posadas adyacentes al pueblo.

3.4 Técnica para el análisis de los datos

El análisis cuantitativo se realizó mediante las técnicas de la estadística descriptiva, utilizando la tabulación de datos en frecuencias absolutas y relativas porcentuales así como su representación en gráficos, acorde con lo planteado por Sabino, C (1996) al referirse al análisis cuantitativo:

“este tipo de operación se efectúan naturalmente con toda la información numérica resultante de la investigación. Esta, luego del procedimiento sufrido, se nos presentará como un conjunto de cuadros, tablas y medidas, a las cuales habrá que pasar en limpio, calculando sus porcentajes y otorgándoles formas definitivas” (pp. 172).

Adicionalmente, se utilizó técnicas establecidas por la gerencia de proyectos para el análisis de la evaluación técnica-económica-financiera.

3.5 Fases de la investigación

El desarrollo de la investigación se enmarcó dentro de las siguientes fases:

✓ Fase I. Revisión documental y Bibliográfica

- Selección y verificación de la información.
- Diseño, elaboración y validación de las herramientas de recolección de datos.
- Selección de los criterios de evaluación de resultados.

✓ Fase II. Estudio de Mercado

- Descripción del producto y definición del mercado.
- Análisis de la demanda y de la oferta.
- Aplicación de los instrumentos.
- Construcción de precio.
- Procesamiento de data y análisis de resultados.
- Selección de canales de comercialización.
- Análisis de precio del producto.

✓ **Fase III. Estudio Técnico**

- Estructuración y localización del proyecto.
- Planificación de las fases del proyecto.
- Definición de infraestructura, procesos de producción, tecnología y sistema de calidad correspondiente al proyecto.
- Determinación del volumen de ocupación y capacidad instalada.

✓ **Fase IV. Estudio Económico – Financiero**

- Composición de los costos de inversión y los recursos utilizados.
- Proyección del financiamiento de terceros.
- Definición de nómina, adquisición de equipos y maquinarias y costos de la materia prima.
- Ingresos operacionales y gastos de fabricación.
- Utilidad neta, capital de trabajo y flujo de fondos.

✓ **Fase V. Análisis de Sensibilidad**

- Conclusiones y recomendaciones

3.6 Operacionalización de los objetivos

| Evento (Objetivo General) Sinergia (Objetivos Específicos) | Evaluar la factibilidad técnica y económica del diseño e instalación de una propuesta alternativa de alojamiento temporal diseñado para el bienestar integral del cuerpo, la mente y el espíritu, a través del descanso, esparcimiento y terapias naturales | | |
|---|---|--|---|
| | Variables | Indicadores | Entregables |
| Analizar los elementos requeridos para realizar un estudio de factibilidad de proyecto para la instalación de una posada turística según lineamientos de la Gerencia de Proyectos, la guía de evaluación y formulación de proyectos y las correspondientes instituciones que rigen la actividad turística del estado Miranda. | Factibilidad | Definición alcance Planificación. Especificaciones Delimitación | Viabilidad Entorno Mercado |
| Realizar un estudio de mercado del sector turístico Tacarigua, estado Miranda. | Estudio de Mercado | Demanda Oferta Canales de comercialización | Mercado potencial Precio del producto Canales de comercialización |
| Realizar un estudio técnico y económico-financiero del sector en él que se instalará el proyecto. | Estudio Técnico | Localización Volumen de ocupación Tecnología Procesos Organización | Capacidad instalada y utilizada Evaluación técnica |
| | Estudio Económico-Financiero | Elementos de infraestructura y estructura Inversión e ingresos Depreciación y amortización Financiamiento Rentabilidad Sensibilidad | Evaluación económica-financiera |
| Describir los requerimientos legales necesarios que rigen la construcción y puesta en marcha de una posada en Tacarigua de La Laguna, estado Miranda. | Requerimientos legales | Documentación Lineamientos Leyes y normas | Delimitación Alcance legal Normas y procedimientos |

Tabla N° 2. Operacionalización de los objetivos

3.7 Estructura Desagregada de Trabajo

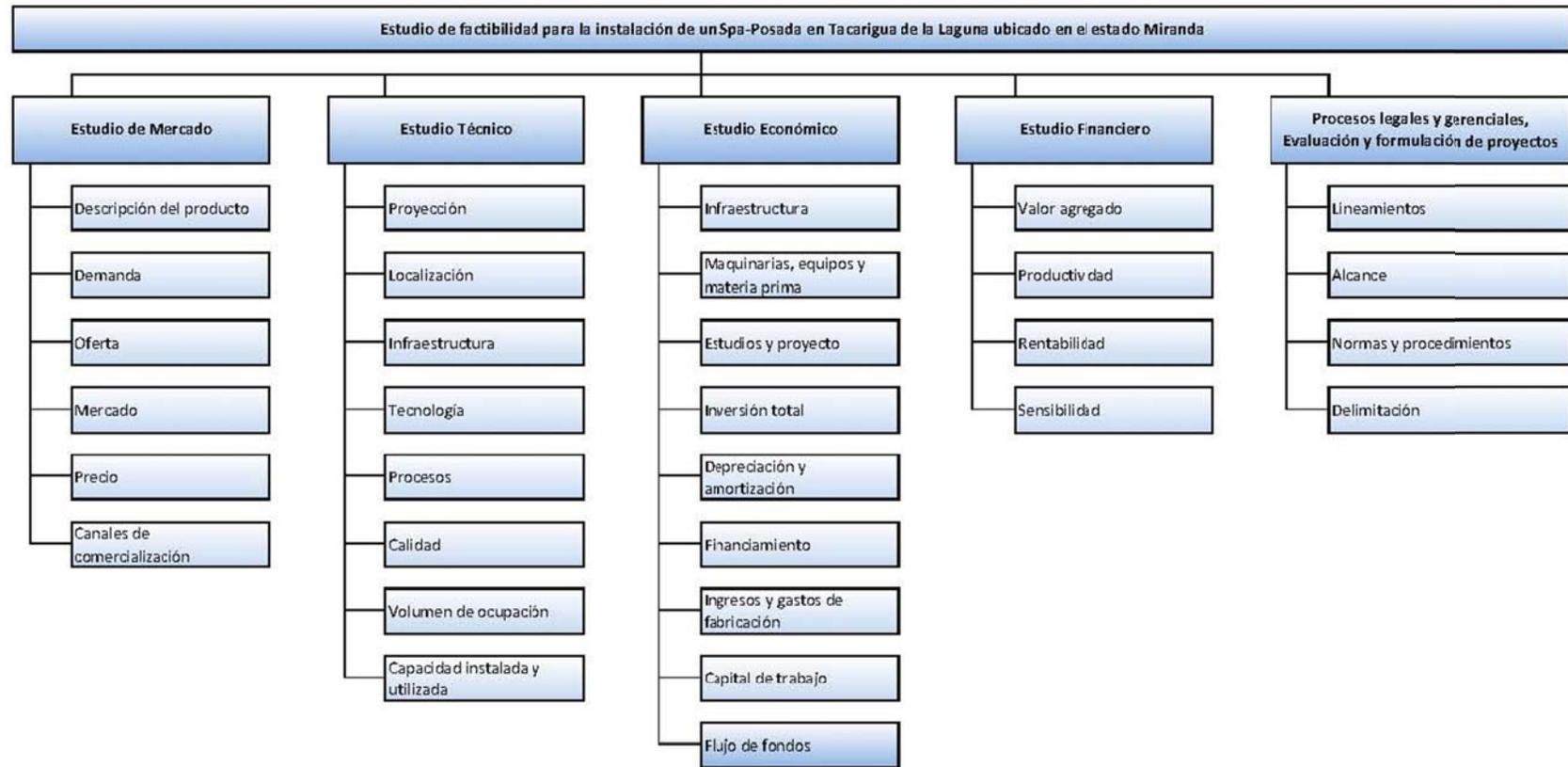


Figura N° 4. Estructura desagregada de trabajo

3.8 Consideraciones Éticas

Para el presente proyecto se hizo el mejor esfuerzo en ser objetivos en la recolección y análisis de datos, haciendo el contacto con lo observado ajeno a la situación.

Al momento de realizar las entrevistas, se respetó el anonimato de los turistas y habitantes, los datos obtenidos se presentaron tal y como se consiguieron, de la misma forma, se trabajaron los datos previos a la investigación y durante la investigación.

Se respetaron los derechos de autor de la información adquirida a través de libros, entrevistas con expertos, artículos, tesis y cualquier información recolectada de Internet.

El código de ética profesional indica que se tendrá la responsabilidad y la obligación de manejar los resultados del estudio como secreto profesional sin revelarlo o divulgarlo, a menos que sea autorizado por los interesados o sea establecida su publicación según la ley.

Además de las consideraciones tomadas para garantizar la confiabilidad y veracidad de la información suministrada, también se está de acuerdo al código de ética de los miembros del Project Management Institute, profesionales dedicados a la gerencia del Proyecto deben comprometiéndose a:

- ✓ Mantener altos estándares de una conducta integra y profesional.
- ✓ Aceptar las responsabilidades de sus acciones.
- ✓ Buscar continuamente mejorar sus capacidades profesionales.
- ✓ Practicar la justicia y honestidad.
- ✓ Alentar a otros profesionales a actuar de una manera ética y profesional.

Para finalizar, el estudio permitió mostrar a los entes correspondientes la necesidad de apoyar la inversión en materia de ecoturismo, considerando de primera mano los requerimientos del usuario, lo cual garantizó un potencial más alto de explotación, lo que a su vez se refleja en mejores remuneraciones para todos los interesados: promotores, inversionistas, comunidad y estado.

3.9 Cronograma de actividades

Para la propuesta del presente trabajo de investigación ante la junta evaluativa previa, se propuso un cronograma de actividades que mostraba que el desarrollo de todas las fases definidas se realizaría en los cuatro (4) trimestres del año 2.012, sin embargo, los horarios pre-establecidos se vieron afectados por ajustes en las condiciones laboral del tesista, razón por la cual, el cronograma fue ajustado.

El cronograma cumplido para la ejecución del presente Trabajo Especial de Grado, es el siguiente:

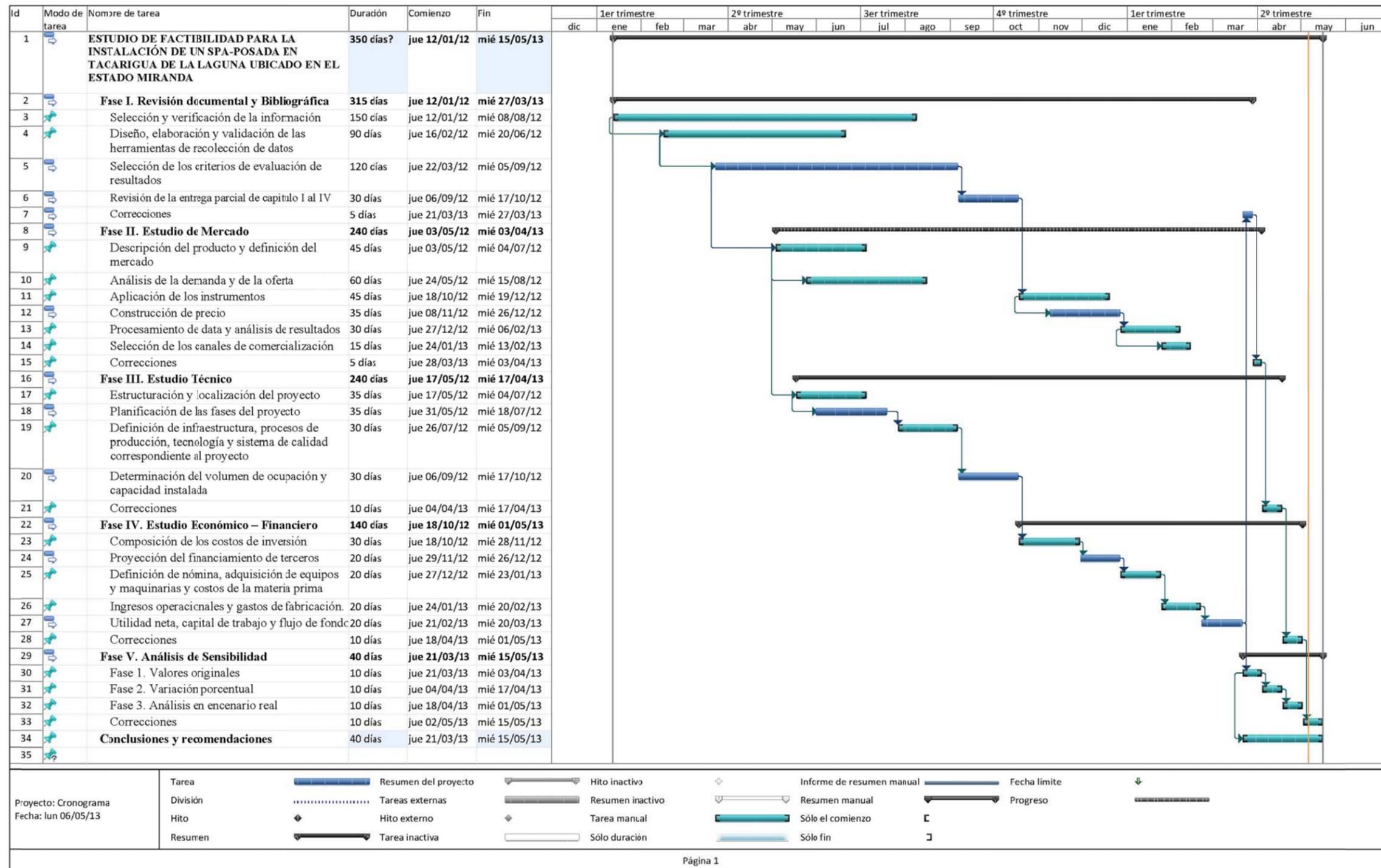


Figura N° 5. Cronograma de actividades

CAPITULO IV. VENTANA AL MERCADO

4.1. Análisis del entorno

El estado Miranda, como entidad federal con rango constitucional, tiene su propia carta magna, la Constitución del Estado Bolivariano de Miranda; y posee dos ramas del Poder Público, según el Art. 14 de su Constitución: el Ejecutivo (Gobernador de Miranda) y Legislativo (Consejo Legislativo). Este Estado comprende 21 municipios y 53 parroquias, la capital es Los Teques y en su división geopolítica existen más de 1.102 centros poblados (Gobernación de Miranda).

El desarrollo económico del estado Miranda tiene sus bases en la excelencia de sus suelos, lo que ha permitido el auge de la agricultura, la industria es otra actividad económica de gran impacto, conformando junto al Distrito Federal, el primer conjunto urbano manufacturero del país. El sector terciario (comercios y servicios) también han calado posiciones significativas en la economía del estado y en las últimas dos (2) décadas la actividad turística ha crecido considerablemente sobre todo en el litoral barloventeño.

Miranda, es uno de los estados con más visitas nacionales e internacionales en busca de costas, el estado se encuentra ubicado en la zona centro-norte del país y sus límites son los siguientes: al Norte con el Distrito Federal, al Este con el Mar Caribe, al Oeste con el estado Aragua y al Sur con los estados Aragua y Guárico. La localización geográfica del estado, se encuentra en las siguientes coordenadas:

09°54'05'' - 10°40'30'' de latitud Norte

65°25'27'' - 67°15'00'' de longitud Oeste

El proyecto se localizará dentro del estado Miranda, el cual cuenta con 7.950 km² de diversidad geográfica repartidas en cinco (5) regiones: Barlovento, Los Altos Mirandinos, Los Valles del Tuy, Guarenas, Guatire y el sureste caraqueño. Y según el primer reporte del censo realizado en 2011, el estado Miranda acoge a 2.665.596 personas.

Miranda es una entidad de continuo tránsito nacional, donde se ubican autopistas, puertos y terminales importantes, emplazamientos de amplias urbanizaciones de variables estatus sociales, museos, lugares nocturnos, universidades, grandes centros comerciales, amplias playas, montañas y hermosos pueblos. El turismo en el estado Miranda se desarrolla en jornadas que incluyen dejarse caer desde el cielo azul y experimentar el vuelo humano entre nubes, deslizarse por las agresivas olas de la costa barloventeña, explorar paisajes sorprendentes, desafiar las altas montañas y asumir retos inolvidables.



Figura N° 6. Mapa político del Estado Miranda

Fuente: a-venezuela.com

4.2. Localización del proyecto

El presente estudio se enfocó en el municipio Páez y la Sub-región de Barlovento donde las playas y bahías distribuidas a lo largo de la costa constituyen un potencial considerable para el desarrollo del turismo con incidencia en la economía nacional.

El municipio Páez cuenta con una superficie de 963 Km² y posee 40.698 habitantes lo cual representa el 1,38% del total de la población del estado, sus límites geográficos son los siguientes: al norte con el municipio Brión del estado Miranda y el mar Caribe, al sur con el estado Anzoátegui y Guárico, al este con el estado Anzoátegui y al oeste con el municipio Acevedo y Andrés Bello del estado Miranda. La capital del municipio es Río Chico y sus principales poblaciones son: Río Chico, El Guapo, Paparo y la Laguna de Tacarigua.

La macro localización del proyecto se realizó sobre la población de Tacarigua de la Laguna, la cual cuenta con 5.090 habitantes (2009), se ubica dentro del municipio Páez y cuenta con un clima promedio anual de 27°C y una altura de 4msnm.

Una ventaja importante para la selección de la macro localización es que el municipio Páez es el segundo con mayor número de playas turísticas del estado y actualmente cuenta con un aproximado de 14 playas habilitadas.

4.3. Descripción del producto

El Spa & Posada denominada Tierra Mística, será un espacio alternativo que combinará servicios de alojamiento, alimentación y entretenimiento con servicios de cuidado personal y relajación; dirigido a hombres y mujeres mayores de 18 años, turistas nacionales e internacionales, de clase media y alta. La localización se proyecta en un clima costero en la población de Tacarigua, en el Municipio Páez, al nor-este del Estado Miranda, lo que garantiza fácil acceso regional. Tacarigua es un pueblo que basa su economía en el turismo y se caracteriza por tener en su territorio el Parque Nacional Laguna de Tacarigua en donde se encuentran hermosas playas.

La infraestructura se planea tenga tres (3) estructuras principales correspondiente al área de tratamiento, restaurante y recepción, además de las 15 cómodas cabañas (8 simples y 7 dobles) temáticas, es decir, diseñadas y decoradas según las técnicas del feng shui y, adicionalmente, armonizadas con la técnica de la aromaterapia, ofreciendo un ambiente único que satisface las necesidades y gustos de cada cliente.

El restaurante del Spa & Posada ofrecerá una dieta sana y equilibrada preparada con productos típicos locales como frutas, hortalizas y pan casero. El Spa&Posada ofrecerá espacios de lectura y descanso. El área de tratamiento brindará espacios de atención especializada, llenas de tranquilidad y armonía. El proyecto ofrecerá una piscina con un aspecto mimetizado al medio ambiente que le rodea y una vista única del paisaje que permite la contemplación; adicionalmente contará con controles de temperatura y sistemas que permiten su circulación continua, generando áreas de masajes y contracorrientes.

Para la construcción de todas las áreas, serán utilizados materiales que permitan climatizar los espacios, regular la temperatura y la humedad, además de aislar el ruido, el calor y el frío correspondiente a cada espacio. Igualmente será instalado un sistema para garantizar la seguridad de los huéspedes y un sistema contra incendios.

El proyecto está enmarcado en un concepto ecológico, el mismo contará con fuentes de energía independientes, sistemas reguladores de energía, filtros en las griferías y sistemas de aprovechamiento del agua de lluvia (a través de la canalización de la fuente).

Todos los sistemas instalados en el proyecto contarán con protección del medio ambiente, y los procesos se proyectaron alineados y en armonía con la naturaleza. Entre estos procesos ecológicos se puede mencionar, el proceso de selección de los materiales, como el papel o cartón, vidrio, plástico y desechos orgánicos, para lo que se implantarán contenedores que seleccionen su contenido y los organice en los grupos correspondientes, para su posterior traslado a empresas u organismos que los vuelven a aprovechar.

4.4. Lineamientos estratégicos

Para el proyecto Spa&Posada Tierra Mística se plantea la siguiente visión, misión y valores:

Visión: Ser reconocido como el Spa & Posada líder en Venezuela, que ofrece un equilibrio entre belleza, salud y bienestar del cuerpo y del espíritu, bajo los máximos estándares de calidad y servicio, satisfaciendo las expectativas de nuestros huéspedes, empleados, proveedores, directivos, asociados y en armonía con la naturaleza.

Misión: Lograr que los propósitos de salud y bienestar de nuestros huéspedes no sólo incidan en su aspecto físico sino que, además, se pueda armonizar su energía física con su energía espiritual, combinando tratamientos de belleza con tratamientos de relajación no invasivos y naturales, de la mano de un equipo de profesionales y terapeutas altamente calificados y motivados a ofrecer un servicio personalizado y de calidad, en espacios atractivos, innovadores, cálidos, serenos y en armonía con el medio ambiente.

Valores:

- Servicio
- Calidad
- Compromiso
- Innovación
- Política medio ambiental
- Trabajo en equipo
- Respeto
- Orientación al huésped, empleados, proveedores, directivos y asociados

A continuación se muestra la Estructura Desagregada de Trabajo:

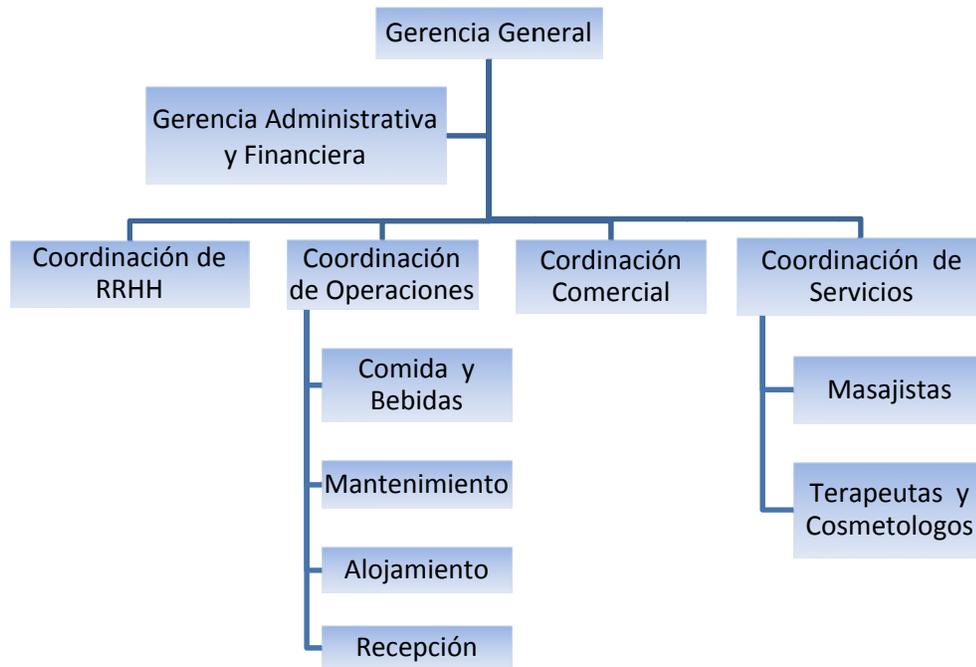


Figura N° 7. Estructura Desagregada de Trabajo

4.5. Oferta del Producto

Muy cerca del área de interés se encuentra la posada Tortuga Lodge la cual cuenta con 18 villas con capacidad para 72 personas, ubicada dentro del Parque Nacional La Laguna de Tacarigua; sus instalaciones cuentan con los siguientes servicios: estacionamiento, 30 Km de playa, zonas balnearias, lanchas para excursiones al interior de la laguna, bar, restaurant, piscina, áreas de descanso integradas al entorno natural; las habitaciones contienen las siguientes facilidades: baño privado, aire acondicionado, terrazas con vista al mar.

Otro fuerte competidos, también adyacente al área donde se pretende implantar el proyecto, se ubica el Hotel Las Olas Resorts localizado en la urbanización Los Canales en Río Chico; este hotel cuenta con 70 habitaciones y los siguientes servicios: canchas de tenis, estacionamiento, hidromasajes externos, gimnasio, bar, restaurant, piscinas, tv/cable, recreación infantil y servicio de playa.

Adicionalmente, en la actualidad el municipio Páez cuenta con número importante de establecimientos turísticos de variable capacidad y para todos los estratos sociales que, paralelo a al servicio de hospedaje, también ofrecen otros servicios de excelente calidad, sin embargo, ninguno de estos cuenta con el servicio ofrecido por el Spa&Posada Tierra Mística.

4.6. Plan estratégico

El plan estratégico basa su contenido en una serie de planes que involucran todos los procesos que se requieren desarrollar para la implantación del proyecto y lo hacen una idea exitosa, sustentable y eficiente para socios, inversores, empleados y clientes.

Spa&Posada Tierra Mística, posee su mayor ventaja competitiva en su propio concepto, el cual por sí mismo es innovador, ya que será un espacio alternativo en el que se contará con servicios de excelente calidad para que hombres y mujeres disfruten de servicios convencionales de hospedaje, alimentación y entretenimiento, pero combinado con servicios poco usuales de atención, cuidado personal y relajación, enmarcado en un entorno no habitual de espacios equilibrados y áreas verdes, cargadas de mágicas energías ancestrales que evocan la espiritualidad que sólo la propia naturaleza puede inspirar.

El mercado actual de la costa Barloventeña, cuenta con un número importante de establecimientos hoteleros que abarcan todas las clases sociales, pero con una oferta de producto parcialmente similar a la propuesta del Spa&Posada Tierra Mística. Los competidores más fuertes, sólo cubren los servicios convencionales de hospedaje, alimentación y entretenimiento, que aunque son de calidad, no se enfocan en conciliar la armonía y tranquilidad entre sus servicios y el usuario, pudiéndose destacar la existencia de sólo un competidor que integra en su concepto el aspecto original de la naturaleza.

Por otra parte, ninguno de los hoteles o posadas, ofrecen entre sus servicios un Spa o la aplicación de tratamientos de relajación y embellecimiento, que si se incorporan en

los servicios del Spa&Posada Tierra Mística; tampoco se cuenta en la zona, con algún establecimiento que ofrezca estos servicios de manera individual, los lugares más cercanos se encuentran ubicados en el área metropolitana de Caracas.

Otro aspecto que forma parte del concepto del proyecto, y que tampoco es cubierto por ninguno de los competidores, son todos aquellos procesos que permiten el uso racional de los recursos naturales y formaran parte de los servicios propios del lugar, y lo destacan como un proyecto ecológico en completa armonía con el medio ambiente.

Se plantea a corto plazo, la implantación física del proyecto, la cual contará con la consultoría y asesoramiento de varias ramas de la ingeniería, que abarcan desde la proyección de la idea urbanística y arquitectónica, pasando por el estudio de suelos, la construcción, la instalación de las obras hidráulicas, mecánicas y eléctricas, y la creación del paisajismo, que destacará al proyecto de entre los competidores.

Este objetivo, se estima sea desarrollado en 12 meses, lo cual incluye la contratación de empresas privadas especialistas y proveedores, donde su experiencia se encuentre avalada por obras o desarrollos similares, para lo que se realizará un estudio de mercado, elaborado por profesionales competentes, quienes coordinaran junto a los socios la contratación directa de las empresas aptas.

El objetivo principal en la construcción del proyecto, es obtener resultados de calidad con la utilización de herramientas adecuadas y el uso de materiales de alta calidad, que garanticen la misión del negocio.

La selección de los proveedores de insumos requeridos para cada proceso, se realizará en paralelo a la construcción del proyecto, así como también la elección del recurso humano adecuado para la puesta en marcha del proyecto. Los proveedores y empleados, se seleccionarán prioritariamente dentro del área adyacente al proyecto, para con esto generar oportunidades en la localidad y minimizar los costos de traslado y logística.

Un promotor importante del proyecto, será el estado, específicamente la Gobernación de Miranda, la cual cuenta con una base de datos actualizada y expuesta en la web donde se hace publicidad a todos los servicios turísticos ofrecidos por el estado. Por otro lado, el propio proyecto ofrecerá al este gubernamental, además del beneficio de la fuerza productiva generada por la construcción e implantación, apoyo en los programas de concientización del uso de los recursos naturales y la conservación de los espacios públicos recreativos de la región.

La puesta en marcha del Spa&Posada Tierra Mística, traerá beneficios para el estado, la sociedad y los inversionistas, pero la más alta rentabilidad se proyecta para el medio ambiente, ya que todos los procesos, en todas las fases del proyecto, se encuentran enfocados en la buena administración de los recursos naturales y la convivencia en armonía con la naturaleza.

Para la mayoría de los usuarios entrevistados es indispensable al momento de disfrutar de un alojamiento de un compendio de servicios integrados que involucren: piscina, servicio de restaurante, orden y limpieza, estacionamiento, seguridad y áreas verdes, pero como requisitos invariables para la selección, están la buena atención y la seguridad, por lo que en Spa&Posada Tierra Mística el personal será entrenado con profesionalismo y vocación de servicio, además de contar con beneficios laborales competitivos que hará de cualquier cargo una propuesta atractiva. Adicionalmente, el proyecto contará con sistemas de circuito cerrado de vigilancia, la instalación de sistema contra incendio y la subcontratación de una empresa de vigilancia altamente capacitada.

4.7. Análisis de PORTER

Tomando como referencia el Modelo del Diamante de PORTER (1.990), se presenta en la Figura N° 8 un esquema donde se visualiza las características resultantes del análisis de competitividad sectorial que influencia el proyecto y apoyan e identifican fortalezas y debilidades del negocio en comparación con otros existentes y similares ubicado en áreas adyacentes a la que se localizará el proyecto.

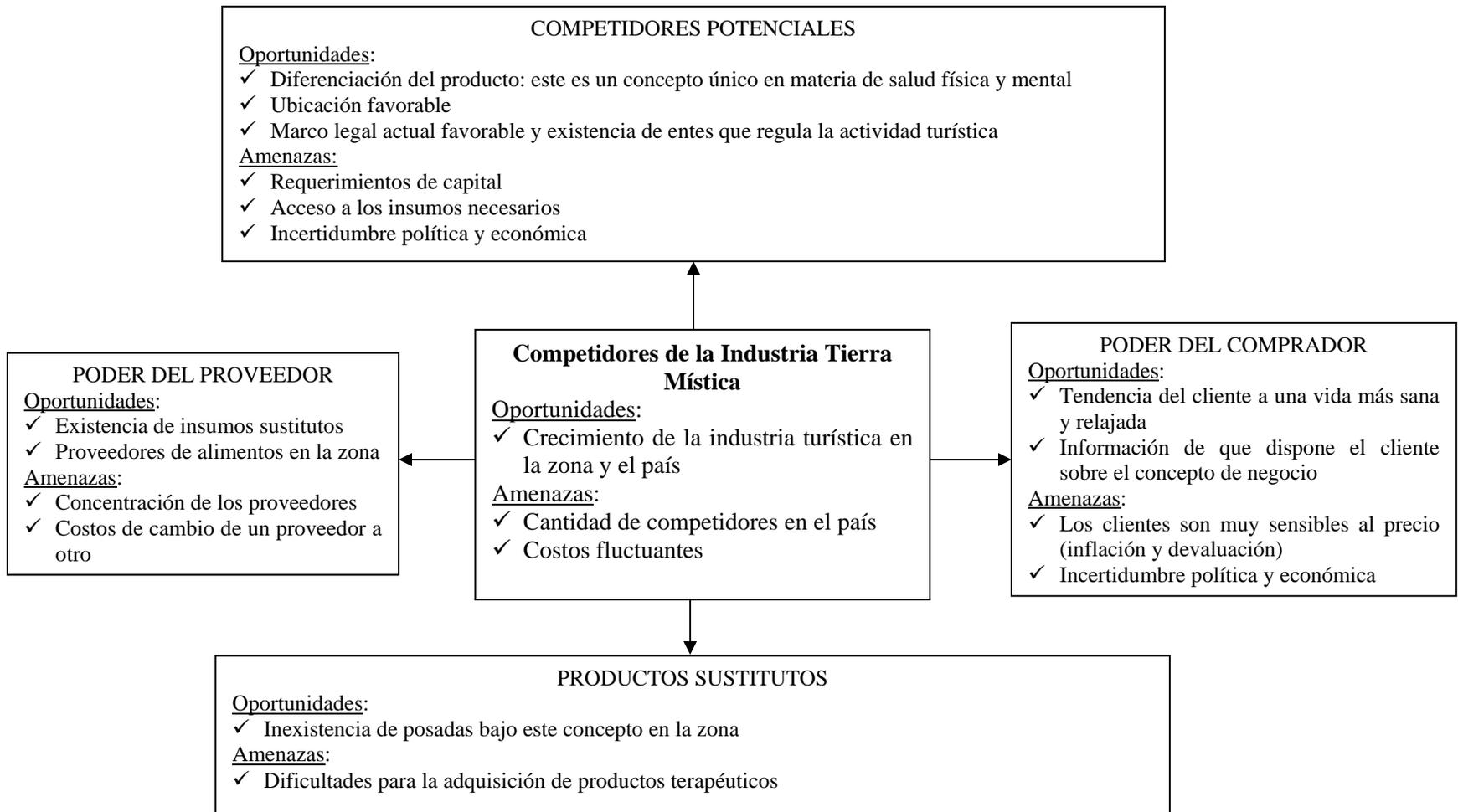


Figura N° 8. Representación gráfica del análisis “Cinco Fuerzas de Porter”.

CAPITULO V. ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado permite obtener datos inherentes a los consumidores, específicamente a requerimientos, patrones, hábitos, entre otros. De lo que se deriva el objetivo más importante de esta investigación de mercado, la cual pretende determinar las necesidades del consumidor. En cuanto a este tema Adolfo Blanco (2010) asevera que “el estudio de mercado persigue verificar la posibilidad real de penetración del producto en un mercado determinado para poder medir el riesgo de su colocación y sus posibilidades de éxito”

La investigación de mercado aplicada en este capítulo, corresponde a productos de consumo restringido, producidos por pequeñas empresas, donde se reforzó las variables estadísticas del mercado, con variables cualitativas determinadas a partir de la aplicación de un instrumento diseñado para la investigación. El contenido del capítulo determina el mercado potencial para el proyecto, basado en las características del área de implantación, el mercado activo y el comportamiento de la oferta.

5.1. Antecedentes del mercado

Durante la temporada de Carnaval de año 2.011 el ministerio del poder popular para el Turismo y Fondos Mixtos de Turismo, desarrollo una operación estadística denominada Encuestas en Sitios de Interés Turístico aplicado a nivel Nacional donde participaron treinta y seis (36) sitios turísticos. La finalidad de la operación es dar información estadística de manera oportuna y confiable que permita hacer un análisis económico del sector a los fines de generar y ejecutar políticas que contribuyan al desarrollo del sector turístico y, por ende, a la economía nacional. Durante el operativo se levantó el 90,86% de las muestras planificadas, un total de

46.875 visitantes, y los resultados presentados permiten conocer una serie de información y datos que han de constituir el soporte fundamental para la elaboración de una planificación más objetiva y metódica del turismo.

Siendo el estado Miranda donde se planifica la localización del proyecto, serán los resultados obtenidos de la encuesta aplicada por el Ministerios del poder popular para el Turismo, en este estado lo que se utilizarán. Las encuestas determinaron que el 55% de los visitantes residen en el mismo estado y el 41% en el Distrito Capital, el 76,5% de los visitantes se vieron motivados a ir al sitio porque ya conocían el lugar, el uso de vehículo propio fue el medio de transporte utilizado por el 81% de los encuestados, por otro lado la mayoría de los encuestados son del sexo femenino (54,5%) y el ingreso mensual para el 37% no supera los 1.800 bs.

Adicionalmente a los datos aportados por la investigación desarrollada en temporada de Carnaval del año 2011, las estadísticas del año 2010 determinaron que el estado Miranda acogió a 912.983 visitantes internos ubicándolo en el octavo(8vo) estado más visitado por los venezolanos y el cuarto (4to) estado más frecuentado por turistas internacionales con 29.701 excursionistas extranjeros.

Sumado a las estadísticas anteriormente expuestas se ha observado un fuerte incremento de turista al estado Miranda más específicamente para el área de la costa barloventeña, esto ha motivado a empresarios a querer invertir en la zona visualizándose construcciones nuevas de vivienda, centros comerciales, hoteles y restaurantes, lo que ha exigido a las autoridades las correspondientes mejoras en las vías de comunicación y servicio en el área.

Con un mercado que se torna cada vez más competitivo es imprescindible poder reducir los riesgos de la inversión, razón por la que hay que considerar todos los factores que intervienen en el negocio, para lo cual se hace indispensable un estudio detallado del mercado.

Según la definición dadas por Adolfo Blanco el proyecto Spa&Posada requiere de una investigación cualitativa a fin de construir con las herramientas científicas disponible un análisis cuyos resultados permitan visualizar la existencia de un mercado potencial. Por lo que el estudio de mercado incluido en esta investigación es una muestra típica de investigación cualitativa aplicada a una futura mediana empresa de carácter regional que producirá un bien para un mercado restringido.

5.2. Característica de la población objeto de estudio

5.2.1 Estado Miranda

El estado Miranda está localizado en la región centro norte del país, limitado al Norte con el Distrito Capital, el estado Vargas y el Mar Caribe, al sur con los estados Aragua y Guárico, al este con estado Anzoátegui y el Mar Caribe y al oeste con el estado Aragua.

El 5 de Agosto de 1909 se promulgó una nueva Constitución en Venezuela que instituyó la división territorial de la República en un Distrito Federal, 20 estados, 2 Territorios Federales y las Dependencias Federales. Es a partir de esa fecha queda estructurado el actual estado bolivariano de Miranda como una entidad independiente y es en este mismo año donde el estado obtiene su nombre, el cual es llamado así en honor al generalísimo Francisco de Miranda.

El estado cuenta con una superficie de 7.950 km² equivalente al 0,9% del territorio nacional, ubicándose como el décimo séptimo (17) estado de Venezuela en superficie, entre las 23 entidades federales del país.

Miranda es una entidad con gran diversidad paisajística, desde áreas planas como la llanura costera de Barlovento (0 msnm) hasta relieves abruptos, cuyos valores de altitud alcanzan los 2.700 msnm en el pico Naguayá en la serranía del Litoral. En el estado se distinguen seis (6) regiones naturales: Llanura costera de Barlovento,

Llanura de Barlovento, Serranía del Interior y Litoral, Valles del Tuy y Valle de Caracas.

El estado Miranda se caracteriza por ser una entidad receptora de flujos migratorios netos debido a su estrecha vinculación, tanto geográfica, económica y en materia de servicios al Área Metropolitana de Caracas. Según proyecciones del Instituto Nacional de Estadística (INE), en el año 2008, la densidad poblacional del estado es aproximadamente de 365,5 hab/km², lo que representa casi 12 veces la media nacional que se ubica en 30,6 hab/km².

El municipio Páez es uno de los municipios situados en el extremo este del estado Miranda, su capital es Río Chico, cuenta con una extensión de 963 Km² y posee una población de 40.698 habitantes. La agricultura es la principal actividad económica del municipio, destacándose por la producción de cacao.

5.2.2 Economía

El estado Miranda basa su actividad económica en la industria albergando el 21,1% del total de establecimientos del país, situándolo como el estado con mayor número de empresas en la nación. En el estado también se desarrollan actividades agrícolas del tipo animal y vegetal, en menor escala también se desarrolla el turismo, sin embargo los mayores ingresos se perciben de actividades de servicio, comercio y financieras.

Las zonas del estado pertenecientes al área metropolitana desarrollan las actividades de servicio, comercio y financieras. En la conurbación de Guarenas-Guatire, Los Teques y ciudades del Tuy Medio, se emplazan industrias medianas y pequeñas, en especial de artículos de consumo: maderas, metalmecánicas, productos alimenticios, artes gráficas, bebidas, que constituyen uno de los núcleos industriales más importantes del país.

En las comarcas del Tuy Medio se reconocen plantaciones de hortalizas, plátanos, caña de azúcar y tubérculos. A su vez, en Barlovento, se mantienen sus tradicionales plantaciones de cacao, aguacate, cambures y las actividades pesqueras, irrumpiendo importantes actividades turísticas en sus playas desde Chirimena hasta Playa Pintada, que han transformado los paisajes con hoteles, clubes, edificios de fines de semana, marinas y residencias vacacionales.

5.2.3 Turismo

El estado ofrece una amplia gama de opciones para desarrollar la actividad turística con potencial económico, gracias a la diversidad de atractivos naturales, históricos y culturales que posee. Aunque el auge en sus costas se desarrolla en temporadas de asueto de carnavales y semana santa, el turismo religioso, cultural y de aventura son opciones viables desde el punto de vista económico.

Los resultados de encuestas realizadas por la Corporación de Turismo del estado Miranda (CORPOMITUR) indican que la oferta turística responde a las necesidades e intereses de distintos grupos etarios y ocupacionales, tales como los grupos que visitan las playas de la región Barloventeña son en su mayoría personas solteras entre 25 y 44 años de edad. Es importante destacar que del total de gastos realizados por los turistas entrevistados aproximadamente 55% fue dedicado a gastos alimentación, mientras que la mayoría de los visitantes se alojó en viviendas propias o de familiares, esto último puede deberse a la oferta insuficiente de alojamiento intermedio comercial y a la deficiente atención al turista.

El estado es popular por su costa Barloventeña, parada segura en épocas vacacionales, entre los lugares más visitados están:

- ✓ La bahía donde se ubica la playa Caracolito.
- ✓ El Monumento Natural Cueva Alfredo Jahn, con sus largas cavernas.
- ✓ Las haciendas de cacao en San José y Birongo, donde se extrae los mejores frutos.

- ✓ El Parque Nacional Laguna de Tacarigua, un espectáculo visual inolvidable.

5.3 Estudio de la demanda

Con el objetivo de determinar la futura demanda del servicio del Spa&Posada se estudiarán datos históricos encontrados sobre la demanda de temporadistas en el estado Miranda durante los últimos dos (2) años.

De la prensa nacional del año 2.012 se pudo recoger en declaraciones dadas por Bernhard Weissenbach, Presidente de Turismo del estado Miranda, para la celebración de Carnavales que el 48% de los visitantes de las costas barloventeñas provienen del mismo estado y el 40% de la gran Caracas, adicionalmente, el mismo presidente de turismo declaró que los municipios más visitados fueron Brión, Páez y Pedro Gual. Por otra parte y para la misma fecha, el Gobernador del estado, Henrique Capriles, sostiene que en Higuero en el 2.012 pernoctaron 49% más personas que en el 2.011. Adicionalmente, las cifras oficiales dadas a la prensa sobre el número de visitantes a las costas barloventeñas en la jornada de Carnavales 2.012 fueron de 400.000 de aproximadamente temporadistas.

En Semana Santa del año 2.012, Adriana D'elia, Secretaria de Gobierno del Estado Miranda, declaró que los puntos de interés para los temporadistas fueron: el Balneario de Higuero, el pueblo Río Chico y el Eje de Machurucuto-Playa Pintada con cifras de visitantes de: 506.618, 239.390 y 10.289 respectivamente; también aseguró que en comparación en la misma fecha del año 2.011, las visitas se incrementaron un 36%.

Por otra parte, en las vacaciones escolares, correspondientes a Julio y Septiembre del año 2.012, el estado se preparó para atender 331.000 visitas de temporadistas, cifra que fue alcanzada, según declaraciones de Orlando Hidalgo Presidente de Turismo de Miranda, quien también declaró que las playas más populares en el estado fueron: Los Totumos, Chirimena, Chirere, Puerto Frances, San Francisquito, Machurucuto, Río Chico y La Laguna de Tacarigua.

El gobernador del estado Henrique Capriles, indicó que para el año 2013 en el asueto de Carnaval la cifra de temporadista se incrementó en un 11% con respecto al año anterior y para el asueto de Semana Santa, el presidente de turismo Miranda Bernhard Weissenbach, precisó que este mismo año la cifra de vacacionistas aumento en 28%.

De todo lo antes expuesto, se construyó la siguiente tabla:

| Temporada | 2011 | 2012 | 2013 |
|----------------------|-------------|-------------|-------------|
| Carnaval | 200.000 | 400.000 | 444.000 |
| Semana Santa | 550.000 | 756.000 | 967.680 |
| Vacaciones escolares | | 331.000 | |

Tabla N° 3. Frecuencia de visitantes según temporada vacacional

Recientemente, durante el asueto de Carnaval 2.013, Turismo Miranda instaló áreas recreacionales a lo largo de la costa barloventeña, entre otras ofertas recreativas se destaca Ciudad Campamento Miranda, la cual se caracteriza por una opción de alojamiento cómodo, aventurero y gratuito que albergó 400 visitantes por día. El presidente de Turismo Miranda Bernhard Weissenbach estimó que aproximadamente unas 7.181.000 personas disfrutaron del Operativo Carnaval 2.013.

En el mes de marzo del corriente el Gobierno regional, a través de Turismo Miranda y la empresa privada en el marco del Plan Mi Playa realizaron la instalación de sombrillas, módulos de baño, área de duchas, señalización, paisajismo, reposición de bombas del sistema de tratamiento de aguas servidas, y capacitación en atención al turista, a fin de recuperar la playa Los Totumos, en Higuerote y apoyar a los prestadores de servicios locales para que ofrezcan un mejor servicio. El director de Turismo Miranda, Orlando Hidalgo acotó que el Plan Mi Playa será aplicado próximamente en San Francisquito en Higuerote y Limpia en Tacarigua de la Laguna.

Con la finalidad de satisfacer las necesidades de información estadística en el sector turismo de manera oportuna y confiable, que permita hacer un análisis económico que genere y ejecute políticas que contribuyan al desarrollo del estado, la gobernación del

Estado Miranda recolecta información referida al movimiento turístico de su territorio desde hace varios años, información que es analizada e interpretada en conjunto con expertos que emiten reportes acertados sobre el tema.

De dichos reportes o boletines, se obtuvo la frecuencia de visitantes según el tipo de alojamiento elegido por los turistas encuestados y expuesto en la siguiente tabla:

| Tipo de alojamiento | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
|---|------|------|------|------|------|
| Hotel | 3% | 8% | 9% | 10% | 15% |
| Vivienda propia, de familiares, de amigos o alquilada | 22% | 77% | 70% | 60% | 44% |
| Posada | 8% | 6% | 14% | 15% | 21% |
| Aire libre | 35% | 8% | 6% | 7% | 19% |
| Otros establecimientos turísticos | 2% | 2% | 1% | 8% | 1% |

Tabla N° 4. Frecuencia de visitantes según tipo de alojamiento.

Fuente: Gobernación de Miranda.

Con la finalidad de visualizar mejor la información dada en la Tabla N°4, se presenta el siguiente gráfico:

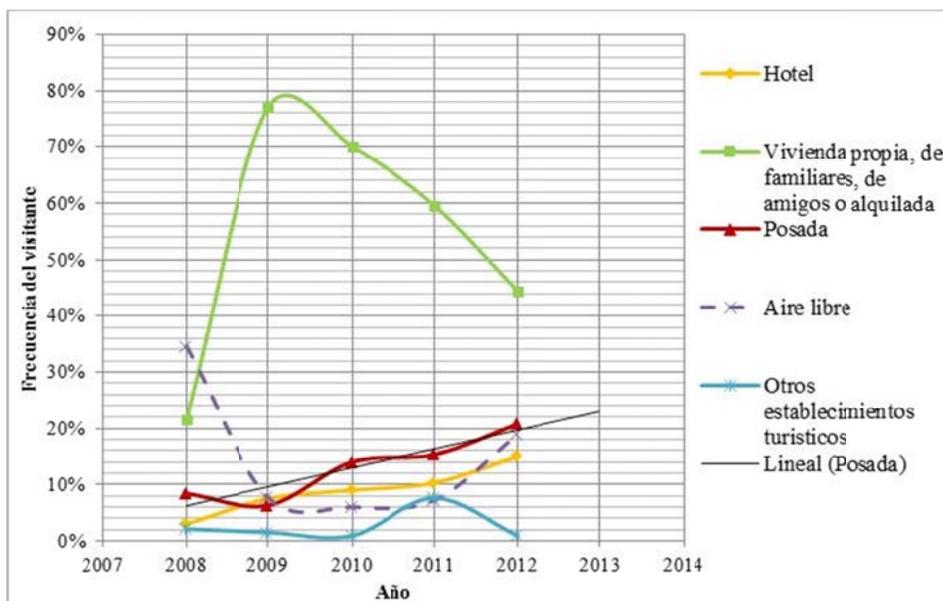


Gráfico N° 1. Frecuencia de visitantes según el año y el tipo de alojamiento

5.4. Capacidad instalada de cada competidor

Es importante destacar que el movimiento turístico tiene lugar principalmente los fines de semana y en los tradicionales períodos vacacionales de semana santa, carnaval, vacaciones escolares y navidad. Las posadas actualmente activas en el pueblo de Tacarigua son las que se mencionan a continuación:

| Nº | NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO | TIPO DE ESTABLECIMIENTO | DIRECCION | Nº HAB | PLAZAS CAMAS |
|----|---|-------------------------|---|------------|--------------|
| 1 | Finca Las Gemas C. A. | Finca de Turismo | Recta de Sabanas de Paparo, Finca Las Gemas #9. | 12 | 72 |
| 2 | Posada Doña María Tomoche (Posada Doña María 2012 C.A.) | Posada | Calle La Marina 4 ta. Etapa Transversal y Calle principal, Tacarigua de la Laguna | 8 | 24 |
| 3 | Promotora Villarcoiris | Posada | Los Canales de Río Chico, Avenida D sector C-3 cuarta etapa | 12 | 100 |
| 4 | Posada Nuestros Sueños | Posada | Final Calle La Marina, sector Playa Limpia, Tacarigua de La Laguna | 3 | 10 |
| 5 | Posada El Pelicano | Posada | Calle la Laguneta San jose Csa nº13-26, calle Real Tacarigua de la Laguna | 10 | 20 |
| 6 | Cooperativa Turística Posada de Carlos | Posada | Calle La Marina Sector La Boca, Tacarigua de la Laguna | 12 | 26 |
| 7 | Posada Restaurante Las Garzas | Posada | Calle Real de Tacarigua de la Laguna | 12 | 42 |
| 8 | Posada Los Piedras Cooperativa Playas Limpias | Posada | Calle Los Apamates, Tacarigua La Laguna | 4 | 32 |
| 9 | Posada Turística Iskmar, C.A. | Posada | Urb. El Raizal hacia calle circunvalación caño copey Río Chico vía Tacarigua de la Laguna | 8 | 28 |
| 10 | Posada Playa Paraíso | Posada | Urb. El Raizal Caño Copey, Calle ppal Pto. Tuy | 2 | 10 |
| 11 | Posada La Casa del Cacao | Posada | Urb. El Raizal Caño Copey | 6 | 24 |
| 12 | Operadora Las Olas Club Resort C.A. | Hotel | Calle los Canales Río Chico | 70 | 280 |
| 13 | Posada Villas Ipasmar | Hotel | Vía Tacarigua de la Laguna | 90 | 285 |
| 14 | Hotel Rest. Coma y Comente | Hotel | Calle Santa Elena cin Calle Libertad, Río Chico | 30 | 93 |
| 15 | Hotel Napoli | Hotel | Primera transversal prolongación Carabobo | 32 | 76 |
| 16 | Hotel Río Chico | Hotel | Av. Rafael Aevalo Gonzalez Río Chico | 33 | 80 |
| 17 | Hotel Playa Colada | Hotel | Urb. Los Canales Río Chico | 22 | 70 |
| 18 | Posada Turística Century C.A. | Posada | Río Chico vía Tacarigua de la Laguna sector Valle de la Cruz | 28 | 64 |
| 19 | Complejo Villa Casep | Hotel | Vía Tacarigua de la Laguna | 72 | 504 |
| 20 | Posada Balneario Villa Canno | Posada | Calle Los Apamates, Tacarigua de la Laguna | 17 | 50 |
| 21 | Posada Turística Canal Azul | Posada | Vía los Canales de Río Chico | 26 | 134 |
| 22 | Hotel Muzzone | Hotel | Calle Los Chaguaramos con calle Paéz Río Chico | 29 | 69 |
| 23 | Posada Flor de Belén | Posada | Sector Belén Tacarigua de la Laguna | 5 | 40 |
| 24 | Posada Roberto | Posada | Tacarigua La Laguna Sector Belén Calle Paéz | 2 | 16 |
| 25 | Ciudad Coquito | Posada | Urb. Los Canales Calle 5, Río Chico | 5 | 25 |
| 26 | Posada Cacaomar | Posada | Urb Los Apamates Río Chico vía Los Canales de Río Chico | 6 | 24 |
| 27 | | | | 556 | 2.198 |

Tabla N° 5. Lugares de alojamiento actualmente activas en municipio Páez.

Fuente: Coordinación de Desarrollo Turístico. CORPOMITUR 2012

Además de los hoteles y posadas antes mencionados, hay que agregar que dentro del estado Miranda se encuentran otros hoteles que prestan servicio de spa pero van dirigidos a otro tipo de clientes, entre ellos se mencionan los siguientes:

✓ **Hotel Tamanaco**

Cuenta con diferentes tipos de habitaciones como la deluxe, la estándar y suites, y ofrece distintos servicios:

- ✓ Entretenimiento
- ✓ Baño
- ✓ Centro de salud y gimnasio (en las afueras del hotel)
- ✓ Sauna
- ✓ Guardería y actividades infantiles

✓ **Hotel Eurobuilding**

Este hotel ofrece a sus huéspedes exclusividad y confort, con 619 Habitaciones dispuestas en 4 clases de servicio: Standard, Deluxe, Business Class y First Class. Además de contar con Business Center las 24 horas del día, Lounge Ejecutivo, 4 restaurantes (con la mejor oferta culinaria para los más exigentes paladares), Centro de Convenciones dotado de los mejores salones que atienden desde 10 personas hasta 4000, Lobby Bar, Gimnasio, Piscina y atención personalizada. Otros servicios:

- ✓ Lounges Ejecutivos con servicio personalizado
- ✓ Valet Parking y estacionamiento techado para 700 vehículos
- ✓ Barbería y Peluquería
- ✓ Cancha de Tennis
- ✓ Habitaciones Handicap, con sus respectivas alarmas sonoras y lumínicas, señalización con sistema Braille en los acrílicos.

✓ **Hotel JW Marriott**

Cuenta con habitaciones y suites, con elegante mobiliario de color oscuro en un ambiente cómodo. Todas las habitaciones cuentan con ventanas grandes para una perfecta iluminación natural. Otros servicios:

- ✓ Restaurantes y Bares
- ✓ Gimnasio y recreación
- ✓ Natación
- ✓ Sauna
- ✓ Solárium

En este sentido, queda expuesto que no existe en el Estado Miranda, una propuesta cómo la presentada en este trabajo.

5.5. Proyección de la demanda

El estudio de mercado determinó que los lugares de alojamiento actualmente activos alcanzan para hospedar a aproximadamente 2.198 turistas diarios que visiten el municipio Páez. Por otro lado, considerando los datos oficiales de las últimas temporadas vacacionales donde se expone que la cifra de turistas que visitaron la costa barloventeña en el año 2012, en promedio, fue de unas 500 mil personas aproximadamente, de las cuales el 28% preferirá instalarse en el municipio (según declaraciones dadas por el Presidente de Turismo Miranda en abril de 2013), lo que indica una demanda de más de 140 mil temporadistas promedios anuales. Adicionalmente, también se considera oficial, según datos de la gobernación de Miranda (Tabla N° 4), que el 21% de los usuarios prefirieren una posada para su hospedaje vacacional, lo que implica un número aproximado a 30 mil huéspedes o potenciales usuarios en solicitud del servicio en un momento dado.

Lo anteriormente dicho, evidencia que la atención brindada por las posadas actualmente instaladas en el municipio, poseen una demanda importante, ya que estas

cubren una plaza diaria de 605 personas, lo que significa una posible captación de 60 mil personas promedio al año, si cada plaza fuera ocupada sólo 3 días a la semana.

5.6. Mercado potencial

El censo del año 2.011 el estado Miranda comprendía una población 2.665.596 y el Distrito Capital 1.933.186, tal como se representa en el Gráfico N° 2. Por otro lado y de acuerdo a información oficial publicada en la prensa nacional, el 48% de los visitantes de la costa barloventeña provienen del mismo estado y el 40% de estos visitantes proceden del Distrito Capital. Si consideramos los porcentajes antes mencionados según su población total, la costa barloventeña puede ser visitada anualmente por 2.052.761 personas las cuales tienen una tasa de crecimiento para el 2012 y 2013 de 1.4 % anual (Gráfico N° 3), lo que indica un mercado potencial compuesto por 2.110.641 personas para el 2.013.

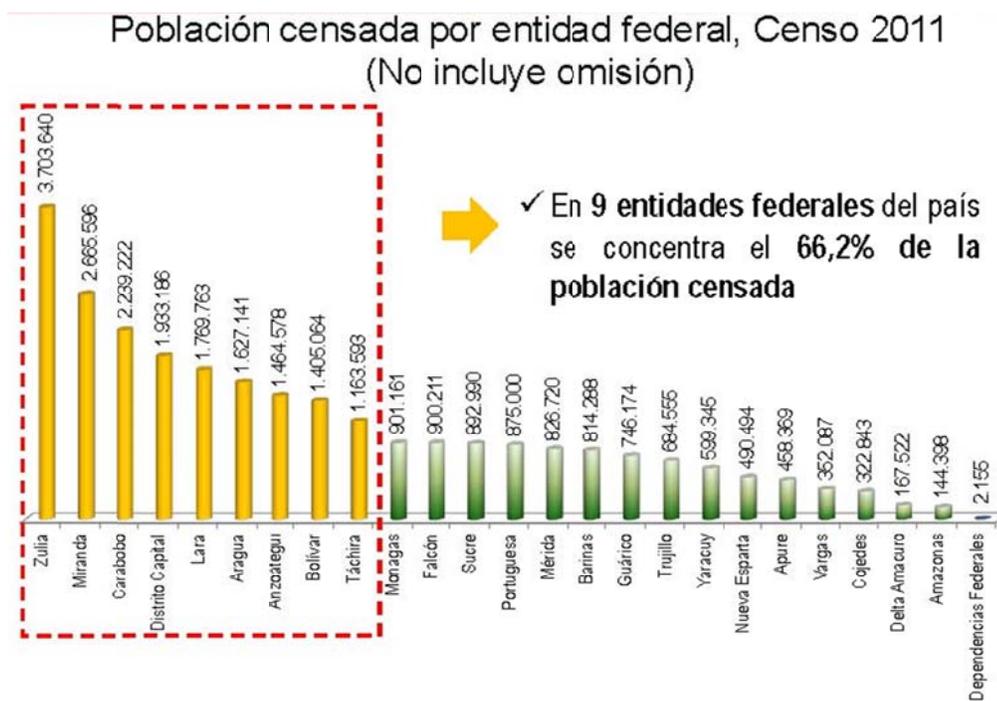


Gráfico N° 2. Representación gráfica del Censo 2011

Fuente: Instituto Nacional de Estadística

Según el análisis de precio del Spa&Posada, la misma ubica a su potencial demandante de servicio entre las clases sociales del país, establecidas por la empresa encuestadora Datanálisis, denominadas clase A, B y C que representan el 19.9% de la población.

En función de las cifras manejadas puede decirse que alrededor de 420 mil personas estarían dispuestas a visitar el municipio y eventualmente disfrutar o requerir de los servicios del Spa & Posada.

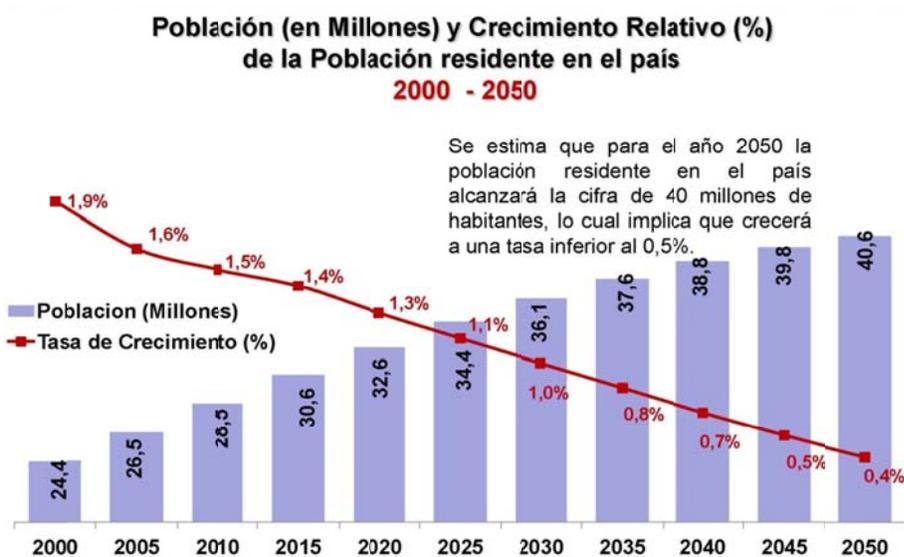


Gráfico N° 3. Población y crecimiento relativo

Fuente: Instituto Nacional de Estadística

5.7. Análisis e interpretación de los resultados de la encuesta aplicada

El estudio de mercado se complementó con la aplicación de un cuestionario diseñado para la muestra; los datos recogidos del total de las encuestas, se vació en una matriz de recolección de datos a fin de manejar la información con mayor facilidad y obtener el correspondiente análisis. En el Anexo se presenta la estructura que conforma el cuestionario.

Luego de aplicado el instrumento a más del 30% de la muestra, estos fueron los resultados recolectados:

- ✓ Edad de los encuestados: La mayor proporción de los encuestados estuvo entre los 30 y 39 años, representando el 40% del total. El resto de los rangos de edades se manejan dentro de proporciones similares.

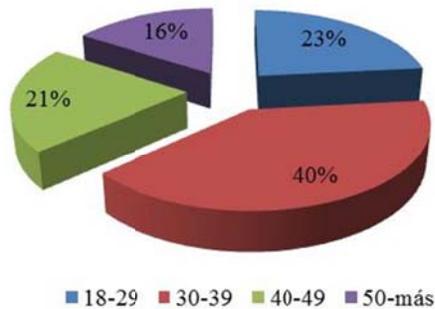


Gráfico N° 4. Proporción gráfica de los encuestados según edad

- ✓ Sexo de los encuestados: Los encuestados más identificados con el concepto del proyecto fueron de sexo femenino, representando el 84% del total.

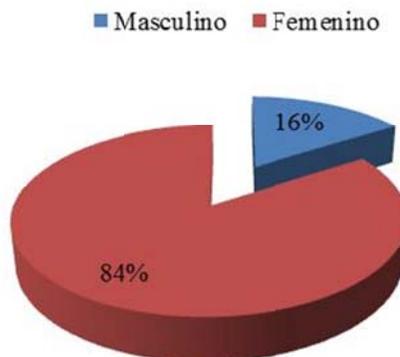


Gráfico N° 5. Proporción gráfica de los encuestados según su sexo

- ✓ Primera pregunta: ¿Te gustan los Spa?: Al 92% de los encuestados de la muestra contestaron que si le gustan los Spa.



Gráfico N° 6. Preferencia de los encuestados por un Spa

- ✓ Segunda pregunta: ¿Con cuanta frecuencia visitas un Spa?: La misma proporción de encuestados representada por el 43% por paridad respondieron que “Nunca” y “Muy poco” han visitado un Spa. Una porción del 11% de los entrevistados afirmaron visitar por lo menos dos (2) veces al año un Spa y sólo un 3% aseveraron que van por lo menos 3 veces al año.

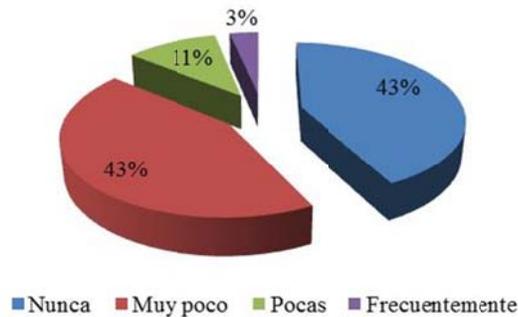


Gráfico N° 7. Preferencia de los encuestados por un Spa

- ✓ Tercera pregunta: ¿Cuáles Spa ha visitado?: Más del 40% de los encuestados no pudo responder esta pregunta, ya que nunca visitaron un Spa. 30% de las entrevistas, confirmaron que los Spas que visitaron se encuentran en centros comerciales, en la isla de Margarita o en lugares que no recordaban en el momento de la encuesta. El resto de las respuestas, sitúan a los Spa visitados en hoteles y lugares adyacentes al sitio de trabajo del encuestado.

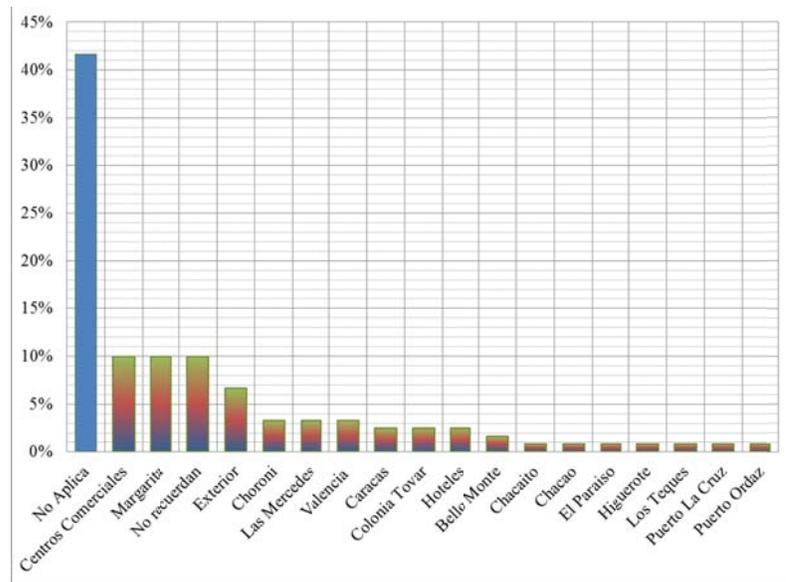


Gráfico N° 8. Establecimientos visitados

- ✓ Cuarta pregunta: ¿Qué factores influyeron para elegir un Spa?: Aquí los factores de Precio y Calidad comparten la misma proporción de exigencia entre los encuestados con el 23% de los encuestados. Los siguientes factores que también comparten proporciones similares entre el 17% y 14% fueron Atención, Programa y como Opción en sus vacaciones.

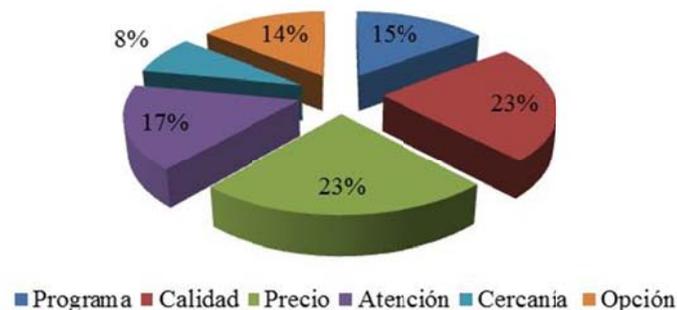


Gráfico N° 9. Factores que influyen en la escogencia de un Spa

- ✓ Quinta pregunta: ¿Qué tipo de tratamiento ha recibido en estos establecimientos?: El 49% de los encuestados han asistido a un Spa para recibir algún masaje terapéutico, por otro lado, un porcentaje del 19% ha recibido tratamiento corporal basado en componentes naturales como el de Piedras

calientes. Los tratamientos corporales con fines reductores de medida y peso, fueron los siguientes tratamientos más populares entre los encuestados.

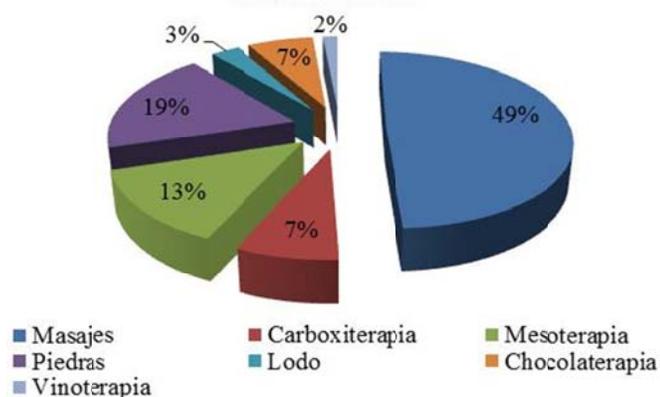


Gráfico N° 10. Tratamientos recibidos

- ✓ Sexta pregunta: ¿Qué otros tratamientos le gustaría conseguir en estos establecimientos?: El tratamiento más solicitados entre los encuestados fue el de Flores de Bach con una demanda del 43%. El siguiente tratamiento más demandado es el Reiki con un porcentaje del 35% y el Fango termal sólo obtuvo un 22% de las solicitudes.

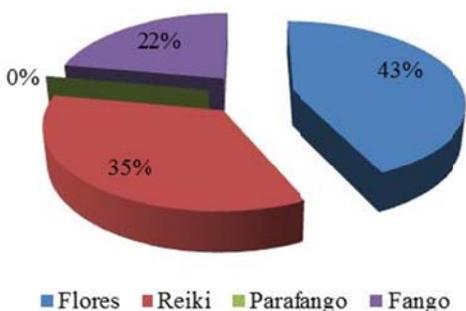


Gráfico N° 11. Tratamientos solicitados

- ✓ Séptima pregunta: ¿Qué espera encontrar en un Spa?: La mayoría de los encuestados, el 46%, espera encontrar relajación. Este dato refleja la tendencia actual de la población a cuidar su mente. El resto de los encuestados esperan en un spa, encontrar Salud y Belleza, lo que significa que una condición es reflejo de la otra.

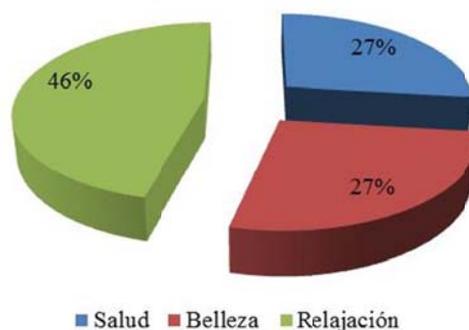


Gráfico N° 12. Qué buscan los encuestados en un Spa

- ✓ Octava pregunta: ¿Le gustaría contar con un Spa cerca de su localidad?: La mayoría de los encuestados, el 91%, espera le gustaría tener un establecimiento de este tipo dentro de su localidad, esto incluye adyacencia laboral y residencial.

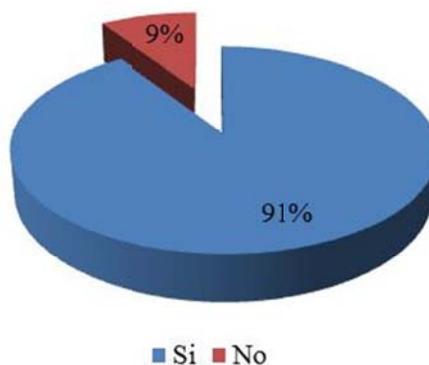


Gráfico N° 13. Le gustaría contar con un Spa cerca de su localidad

- ✓ Novena pregunta: ¿Además de las asistencias mencionadas anteriormente, te gustaría contar con un Spa que ofreciera hospedaje temporal?: La mayoría de los encuestados, el 91%, espera le gustaría que existiera la posibilidad de hospedaje en el mismo Spa en que reciben sus tratamientos.

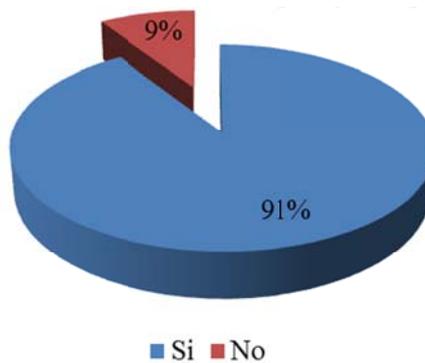


Gráfico N° 14. Además de las asistencias mencionadas anteriormente, te gustaría contar con un Spa que ofreciera hospedaje temporal

- ✓ Decima pregunta: ¿Qué tipo de alojamiento es de su preferencia?: La mayoría de los encuestados, representada por el 58%, prefiere una posada como lugar de alojamiento. El hotel es la segunda opción entre los encuestados con una proporción del 30%, el resto de los entrevistados escogería una cabaña con lugar de alojamiento.

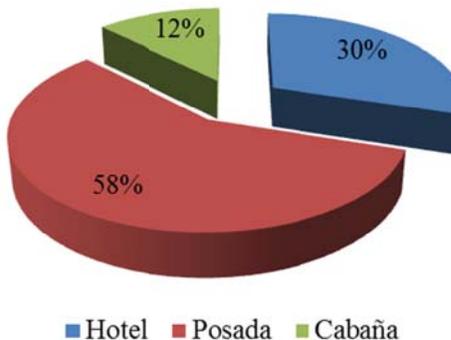


Gráfico N° 15. Qué tipo de alojamiento es de su preferencia

- ✓ Decima primera pregunta: ¿Qué tipo de ambiente le agrada más para disfrutar de sus momentos de relajación y esparcimiento?: El 70% de los encuestados prefiere la playa como lugar de relajación. La montaña es la segunda opción más popular entre los encuestados, con una proporción del 25% y el resto de los entrevistados escogería la ciudad con lugar de esparcimiento.

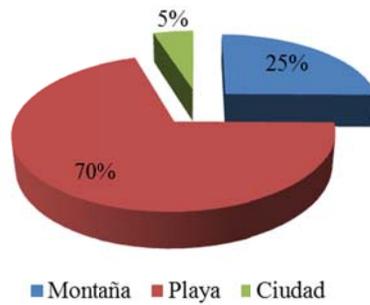


Gráfico N° 16. Qué tipo de ambiente le agrada más para disfrutar de sus momentos de relajación y esparcimiento

- ✓ Decima segunda pregunta: ¿Con cuál servicio le gustaría contar al momento de disfrutar del Spa con alojamiento?: Los encuestados considera que es indispensable al momento de disfrutar de un alojamiento de un compendio de servicios que incluya: buena atención, servicio de restaurante, seguridad y variedad de tratamientos y terapias en el Spa. Sin embargo, la buena atención y la seguridad son requisitos forzosos para los encuestados.



Gráfico N° 17. Con cuál servicio le gustaría contar al momento de disfrutar del Spa con alojamiento

- ✓ Décima tercera pregunta: ¿Qué servicio considera indispensable al momento de seleccionar un lugar para descansar?: Los entrevistados consideran indispensable para disfrutar de un momento de descanso, de una serie de servicios integrados que involucre habitaciones limpias y ordenadas, estacionamiento, piscina, restaurante y áreas verdes.

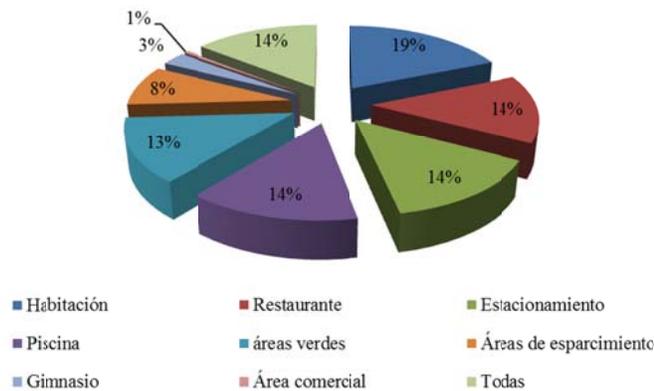


Gráfico N° 18. Servicios considerados indispensables al momento de seleccionar un lugar para descansar

- ✓ Décima cuarta pregunta: ¿En qué rango de precio estaría considerando invertir para disfrutar de forma integrada en el Spa&Posada de una (1) noche de alojamiento, recibir un (1) tratamiento típico de Spa, alimentación, seguridad y disfrute de áreas comunes?: El 55% de la muestra encuestada estima invertir hasta BsF. 1.600 en el disfrute de su descanso en el Spa&Posada.

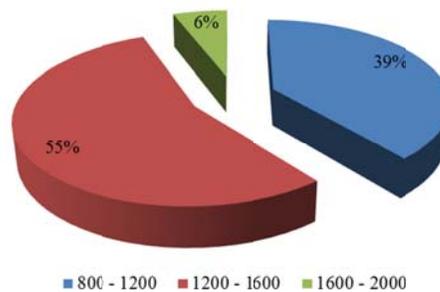


Gráfico N° 19. Rango de precio que se estaría dispuesto a invertir para disfrutar de un día de descanso en el Spa&Posada

5.8. Comportamiento de la oferta

Las posadas actualmente existentes tienen mejores ingresos, sobre todo en temporadas altas (carnavales, semana santa, vacaciones escolares y navidad-año nuevo), además de los fines de semana, debido a las mejoras implantadas por el ejecutivo en el sistema vial y los programas desarrollados por la gobernación y la empresa privada para el turista. La oferta en el establecimiento a desarrollar

aprovechará los beneficios actualmente alcanzados por el sector y se registrará por la Ley Orgánica de Turismo y su habilitante, por el Reglamento parcial de la Ley Orgánica de Turismo sobre establecimientos de alojamiento turística y el Registro Turístico Nacional (RTN).

5.9. Estudio de la Oferta

El proyecto Spa&Posada Tierra Mística, estará en el rango de condiciones comunes a la competencia en lo correspondiente al servicio de hospedaje y alimentación, además, se enmarcarán dentro de los resultados obtenidos por el tesista de la aplicación del instrumento a turista en la zona de interés. Tendrá 15 habitaciones cada una con su correspondiente baño privado, aire acondicionado, closet, equipo de audio y video, siete (7) de estas habitaciones serán sencillas con una (1) cama matrimonial, de capacidad máxima dos (2) personas, la misma contará con un costo de Bsf. 2.000,00 cada una, el resto de las ocho (8) habitaciones serán dobles con dos (2) camas matrimoniales, de capacidad máxima cuatro (4) personas y un costo de Bsf. 3.500,00. Cada habitación estará diseñada y decorada con aportes de la técnica del feng shui, también estará armonizadas con la técnica de aromaterapia. El servicio de restaurante estará limitado a horarios establecidos, así como el uso de la piscina, esto puede observarse en el anexo.

Además de los servicios antes descritos y como condición inevitable para el uso de las instalaciones, se incluye una gama de elecciones de SPA, para lo cual contaremos con cámaras de tratamientos y productos naturales de alta calidad, aplicados por un equipo de profesionales altamente calificados.

Cada cliente puede diseñar el paquete que quiere consumir con los servicios que más le satisfaga o bien seleccionar los diseñados previamente los cuales incluirán habitación, alimentación, tratamiento y paseo.

5.10. Descripción del producto, características y uso

El Spa & Posada Tierra Mística, será un espacio alternativo, que combina servicios de alojamiento, alimentación y entretenimiento con servicios de cuidado personal y relajación; dirigido a hombres y mujeres mayores de 18 años, turistas nacionales e internacionales. Estará enmarcada en un ambiente cálido y luminoso incluido en un clima costero a las afueras de la ciudad de Caracas, en la población de Tacarigua, (Municipio Páez, Estado Miranda). Este pueblo se caracteriza por un clima cálido, orillas de playas de arenas blancas que proporciona a los visitantes el espacio de tranquilidad que necesitan para alcanzar un bienestar integral.

La infraestructura contará con tres (3) edificios principales correspondiente al área de tratamiento, restaurante y recepción. El restaurante estará ubicado frente a la piscina con dos (2) espacios: uno al aire libre para captar la esencia del área y otro con cerrado con aire acondicionado; ofrecerá una dieta sana y equilibrada preparada con productos típicos locales como frutas, hortalizas y pan casero.

El Spa se ubicará adyacente a la recepción de pasillos abiertos donde se integrará el área de la piscina, los jardines y las habitaciones. Para ofrecer nuestra gama de servicios de SPA contaremos con cámaras de tratamientos, dotadas de duchas, bañeras especiales, camillas para masajes y uso de productos naturales y de alta calidad producidos en el país, aplicados por un equipo de profesionales altamente calificados:

- ✓ Fango Termal: favorece la regeneración de la epidermis, nutre cada una de las células de la dermis, aportándole todos los minerales y oligoelementos esenciales para su regeneración y nutrición. En otras palabras, hace que la piel se conserve “saludable y joven” desde “adentro”.
- ✓ Parafango: Mezcla de parafina, fango volcánico y sales minerales, como el ácido carbónico, hierro, cal y azufre.
- ✓ Cacao: hidrata la piel y combate la celulitis. También acaba con la tensión, la falta de vitalidad, el cansancio y todos los síntomas del estrés. El chocolate es

un elemento potente para conservar la belleza, debido a sus propiedades adelgazantes, desintoxicantes y reafirmantes.

- ✓ Flores de Bach: Sistema terapéutico vibracional que utiliza las esencias florales como medicamentos.
- ✓ Aceites esenciales: con distintas propiedades que contribuyen a la salud y el bienestar. Cada aceite tiene sus bondades ajustándose a las necesidades de cada huésped.
- ✓ Masajes con Piedras Calientes: contribuye a regular el flujo energético en el cuerpo, incrementando el riego sanguíneo y el metabolismo celular.
- ✓ Masajes anti-estrés: técnica utilizada para liberar las toxinas del cuerpo, responsables de producir trastornos como dolores de cabeza, de espalda, hombros y nuca.
- ✓ Masajes reductores: técnica que tiene incidencia sobre el tejido conjuntivo, y además ayuda a una mejor irrigación y drenaje linfático e intravenoso. Gracias a la presión que se ejerce, se liberan las toxinas y las grasas de los tejidos, lo que facilita su eliminación.
- ✓ Exfoliaciones (faciales y corporales): limpieza profunda de las células muertas que quedan depositadas sobre la epidermis.
- ✓ Aromaterapia: uso terapéutico de los aromas puros que ayuda a restablecer el equilibrio y la armonía corporal y espiritual.

La recepción será el lugar de encuentro de la posada, contará con un gran corredor abierto donde se contemplará la piscina, los jardines y las habitaciones desde muebles de jardín ubicados debajo de vigas y columnas de aspecto lounge, estilo mediterráneo.

Las habitaciones serán tipo cabañas, en total 15 cabañas, 8 simples de 25 m² y 7 dobles con 64 m². Las cabañas serán temáticas, es decir, estarán diseñadas y decoradas según las técnicas del feng shui y armonizadas con la práctica de la aromaterapia, ofreciendo un ambiente único que satisface las necesidades y gustos de

cada cliente. En este sentido, se propone que cada habitación se identifique con el nombre de un aceite de esencia:

- ✓ Menta: apropiada para aquellos huéspedes que requieran incrementar su capacidad de concentración mental.
- ✓ Mejorana: inspirada en aquellos que quieran controlar la ansiedad.
- ✓ Jazmín y neroli: diseñada para mejorar la depresión.
- ✓ Manzana: recetada para alcanzar el bienestar físico.
- ✓ Rosa Miel: adecuada para encontrar el dulce amor (ideal para parejas)
- ✓ Coco: preparada para la purificación del espíritu.
- ✓ Piña colada: aroma afrodisíaco (ideal para parejas)
- ✓ Mandarina: para mejorar la prosperidad en todos los aspectos de la vida.
- ✓ Incienso: preparada para facilita la respiración profunda y la meditación.
- ✓ Naranja: adaptada para mejorar la comunicación.
- ✓ Almendra: diseñada para disfrutar de un ambiente suave y calmado.
- ✓ Canela: ideal para estados de cansancio extremo; además estimula la creatividad.
- ✓ Manzanilla: indicado para personas con mal temperamento.
- ✓ Sándalo: despierta el sentido sensual en las relaciones de pareja.
- ✓ Angélica: indicado para personas que deben reconstituir su cuerpo y espíritu.

Las áreas comunes ofrecerán espacios de lectura y descanso, además, dispondrá de una piscina con un aspecto mimetizado al medio ambiente que le rodea y una vista única del paisaje que permitirá la contemplación de todas las instalaciones; así mismo, contará con controles de temperatura y sistemas que permiten su circulación continua, generando áreas de masajes y contracorrientes.

Para la construcción, serán utilizados materiales que permitan climatizar los espacios, regular la temperatura y humedad, además de aislar el calor y el frío. La infraestructura será levantada a base de elementos típicos de zona costera, con revestimientos duraderos, transpirables y fungicidas. La superestructura contará con

amplios ventanales de cristales de doble cámara a fin de aislar el sonido, acabados rústicos de apariencia limpia compuestos de gres, porcelana, maderas, cemento y tejas. Se utilizará mobiliario de madera en decoraciones estilo Minimalista y Lounge. La lencería será del tipo artesanal, de gran comodidad y durabilidad.

Este Spa&posada contará con fuentes de energía independientes y sistemas reguladores de luz. Se realizará la instalación de placas fotovoltaicas que minimizarán el uso del servicio eléctrico en las tomas e iluminación, adicionalmente se dispondrá de una planta eléctrica que suplantarán el servicio si este llegara a fallar.

El sistema de suministro de agua contará con griferías de filtros y aireadores, además se aprovechará el agua de lluvia, a través de filtros auto limpiantes y sistemas de depuración para ser reusada en riego de las áreas verdes y en la limpieza general. Adicionalmente será instalado un sistema para garantizar la seguridad de nuestros huéspedes, así como un sistema contra incendios. Los turistas podrán reservar con anticipación de dos (2) a tres (3) días (de contar con la disponibilidad) por medio del sistema de reservas administrado vía telefónica e internet, con varias formas de pago: depósito, transferencia bancaria, uso de tarjetas de crédito o depósito en efectivo.

Adicional a los servicios mencionados, la posada ofrecerá paseos y traslados a las playas de la zona, así como la visita al parque nacional Laguna de Tacarigua, a través de convenios establecidos con pequeños empresarios locales que ofrezcan el servicio.

5.11. Análisis de precio del producto

Para definir el precio se analizará la estructura de costos de la empresa, así como el costo de referencia de los tratamientos y el hospedaje en posibles competidores y/o empresas similares en diferentes localidades y la opinión recogida directamente en campo en la aplicación del instrumento.

Dentro de la estructura de costo se considerará la inversión o costos asociados a la estructura, equipos y mano de obra, y los costos operativos o de funcionamiento

como salarios, servicios y materiales de trabajo. En una primera estimación para alojamiento con alimentación y servicio de Spa para habitación sencilla (incluye dos personas por habitación) en de Bsf. 2.000,00 y de Bsf. 3.500,00 para habitación doble (hasta cuatro personas por habitación).

El hospedaje o alojamiento sin el servicio de alimentación y el Spa varía tanto en Higuerote como en la zona escogida (Laguna de Tacarigua), entre 900 Bs. y 1.800 Bs. por persona por noche, considerando sólo los locales al mismo nivel del proyecto propuesto. Por otra parte, los restaurantes ofrecen a sus comensales platos desde Bsf. 150,00, lo que significa para una persona invertir en su alimentación diaria (desayuno, almuerzo y cena) desde Bsf. 350,00. Adicionalmente el servicio de Spa no se ofrece en el área escogida en ninguno de los establecimientos hoteleros o como servicio individual. En consecuencia, no existe precio del servicio en forma referencial.

Por otra parte, las encuestas demostraron un gusto por el concepto integrado de Spa&Posada de un 91% y el 55% confirmó invertir hasta BsF. 1600,00 por el servicio - por noche - por persona, lo que indica que sólo incluir un acompañante en su estadía le costará sólo BsF 400,00 adicionales, aspecto que ofrece una ventaja adicional al proyecto ante sus competidores.

5.12. Canales de comercialización

Ofreceremos nuestro servicio y nos daremos a conocer a los clientes a través de medios tecnológicos y puntos de contacto directo con el cliente, potencialmente afines con las características de nuestro servicio. Brindando comodidad y fácil acceso al servicio así como los detalles informativos que el cliente requiera para optar por el servicio.

Los canales que desarrollaremos son:

- ✓ Páginas Web especializadas en turismo
- ✓ Páginas Web especializadas en Salud y Estética
- ✓ Gimnasios
- ✓ Salones de belleza
- ✓ Recepción de Inauguración

CAPITULO VI. ESTUDIO TÉCNICO

Según Baca (2002), define el estudio técnico como “pretende resolver las preguntas referentes a dónde, cuándo, cómo y con qué producir lo que se desea, por lo que el aspecto técnico operativo de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto”

El estudio técnico para el presente trabajo, determina la capacidad instalada y utilizada, costos de inversión y operación del proceso productivo, proyección de ingresos.

6.1 Cronograma de la proyección

La proyección del estudio se efectuará en 3 años, con evaluación anual y se desarrollará en dos (2) fases. La fase I se realizará durante el primer año mientras se contemplan trabajos de acondicionamiento e instalación del proyecto, donde se procederá a efectuar la inversión en las obras civiles, la adquisición de equipos y mobiliario, y la determinación de la cantidad de capital de trabajo necesario para el arranque de las operaciones.

La fase II tendrá una duración de seis (6) años y abarcará las labores de servicio y operación del proyecto. En la figura N°9 se presenta gráficamente el cronograma de proyección.

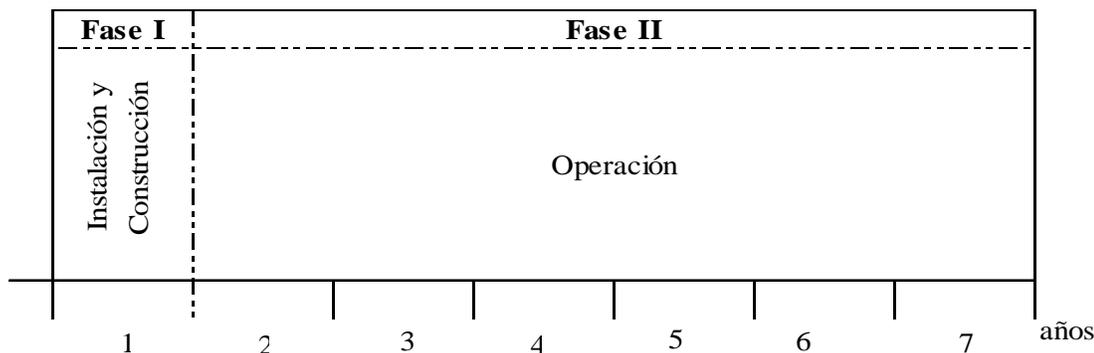


Figura N° 9. Cronograma de proyección

6.2 Tamaño del proyecto

El presente proyecto, definido en la prestación de servicios y hospedaje turístico en Tacarigua de la Laguna, contará con quince 15 habitaciones con capacidad total para 48 huéspedes, salas de tratamiento, área privada para la estadía del encargado, área administrativa, áreas verdes, restaurante y piscina.

6.3 Localización

La localización del proyecto indica al detalle la ubicación geográfica del proyecto y se realizará en dos (2) secciones, la primera es la macro localización y la segunda es la micro localización. El análisis de la macro localización indica la zona de interés y sus áreas de influencia mientras que el análisis de la micro localización indica la ubicación del proyecto dentro del área de interés.

La ubicación del Spa&Posada es en el Estado Miranda, cerca del distribuidor Tacarigua, en el pueblo Las Fundaciones, Tacarigua de La Laguna, Municipio Páez a menos de dos (2) horas desde Caracas.

6.3.1 Macro localización

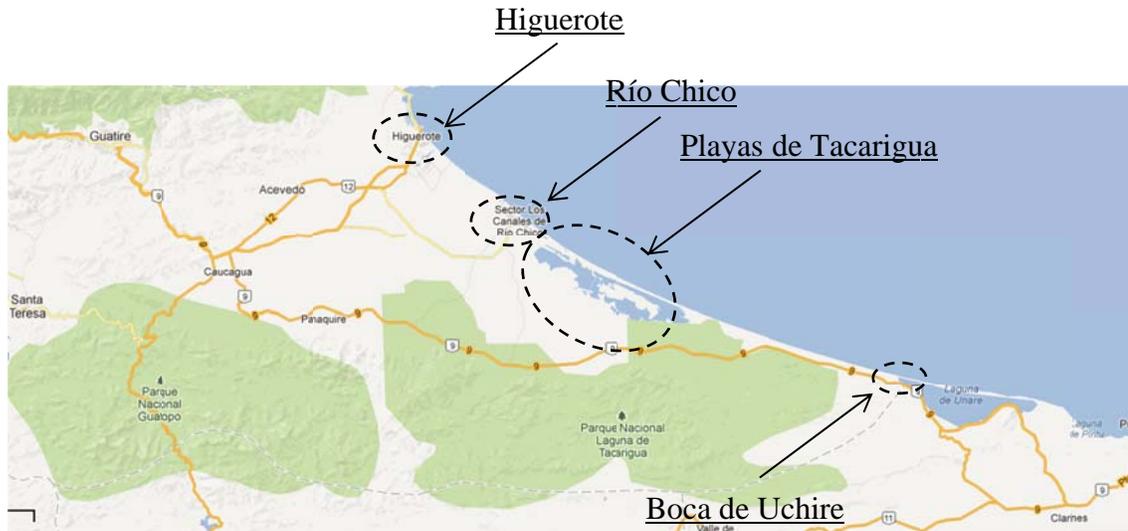


Figura N° 10. Poblaciones de influencia sobre el proyecto

La zona costera de Venezuela abarca más de 2.000 kilómetros a todo lo largo de la franja norte del país que contempla en su totalidad el Mar Caribe. Miranda ofrece un aproximado de 98 kilómetros con una extensa diversidad de playas que invitan a sus visitantes a recorrerla, a contemplar la multiplicidad de tonos que recorren los azules y verdes que se reflejan en sus aguas, y a disfrutar de la variedad de sus mareas que se muestran para todos los gustos: tranquilas, relajantes o retadoras.



Figura N° 11. Playas del Estado Miranda

Fuente: Coordinación de Desarrollo Turístico. CORPOMITUR 2012.

La línea costera del estado se divide en tres (3) sectores de playas: costa norte, costa central y costa sur. La costa norte comprende desde Playa Caribe hasta Playa Buchito (municipio Brión), la costa central desde Playa Valle Seco hasta Playa Limpia (municipio Páez) y la costa sur desde Playa La Boca hasta Playa Pintada (municipio Pedro Gual).



Figura N° 12. Sectores de playas de la Costa de Barlovento, Estado Miranda

Fuente: Coordinación de Desarrollo Turístico. CORPOMITUR 2012.

La zona de influencia directa al proyecto, es la que se encuentra dentro del municipio Páez, la cual se identifica como Costa Central. Esta costa abarca 30 kilómetros interrumpidos por las desembocaduras de varios ríos y bocas de caños (Figura 12). Las playas de este litoral, de hasta 100 metros de distancia desde la costa, presentan escasa pendiente y profundidades menores a 1,5 metros, además de ser aguas de temperatura templada y de oleaje moderado.



Figura N° 13. Sector de playas de la Costa Central

Fuente: Coordinación de Desarrollo Turístico. CORPOMITUR 2012.

Las playas encontradas en la Costa Central son las siguientes:

- ✓ Playa Carenero(18), sólo se precisan los muelles desde donde zarpan las lanchas a los bajos, cayos y lugares cercanos.
- ✓ Playa Las Cabañas(18), de 15 metros de arena con conchas marinas. Presencia de kioscos y servicios, ubicada saliendo de la parte urbana de Higuerote, vía de Higuerote a Carenero.
- ✓ Playa Valle Seco (19), de 30 metros de arena suave con chipi chipis. Los vehículos llegan directamente a la playa, tiene buena iluminación, varios kioscos de comida y sectores para acampar. Es la última de las playas en la vía que va de Higuerote a Carenero.

- ✓ Playa Los Cocos (19), con 20 metros de arena suave con chipi chipis, Presencia de módulos de servicios turísticos con estacionamiento, restaurant, baños, duchas, tiendas, etc. Se encuentra en la vía que va de Higuerote a Carenero.
- ✓ Playa Chocolate (19), arena suave con chipi chipis. Los vehículos llegan directamente a la playa. Se encuentra en zona hotelera de Higuerote.
- ✓ Playa Mercedes de Paparo (20), de 50 metros de arena. Colinda con un canal, posee servicios de toldos, sillas, los vehículos 4x4 se pueden estacionar en la arena. Ubicada al lado de Playa La Redoma,
- ✓ Playa Isla de Oro (21), arena de grano fino y oscura. Esta playa colinda con urbanizaciones vacacionales ubicadas en medio de canales navegables. Cuenta con palmeras y uveros de playa que brindan sombra. También se precisan lugares de venta de comida típica de playa, alquileres de todos y sillas.
- ✓ Playa Redoma Los Canales (22), con 50 metros de arena. Con servicios de toldos, sillas, salvavidas. Ubicada al lado de playa colada.
- ✓ Playa Colada (23), de 50 metros de arena. Con servicios de toldos, sillas, kioscos de comida, salvavidas, servicios de distracción como parapente con motor. Ubicada en la zona de los canales de Río Chico
- ✓ Playa Daiquirí (24), con 20 metros de arena. Servicios de toldos, sillas, kioscos de comida, estacionamiento a 60 metros de la playa. Situada en la zona de los canales de Río Chico.
- ✓ Playa Club de Golf (25), esta playa colinda con urbanizaciones vacacionales ubicadas en medio de canales navegables. Playa con arena fina de color oscuro, con palmeras y uveros que brindan sombra. Cuenta con restaurantes, alquileres de todos y sillas, ocasionalmente se ofrecen vuelos en paramotor.
- ✓ Playa Caño Copey(26), de 40 metros de arena. Servicios de restaurantes, sillas, toldos, algunas posadas pequeñas, cerca queda el caño Copei de agua dulce.
- ✓ Playa Puerto Tuy (27), se extiende sobre 700 m con 25 m de ancho de arenas blancas. Esta playa es vecina de playa Caño Copey que se encuentra en la carretera vía Tacarigua. Playa sembrada de palmeras muy alta, se consiguen

algunos kioscos de venta de comida. Los vehículos se pueden estacionar muy cerca pero sin vigilancia. No ofrecen instalaciones turísticas.

- ✓ Playa Limpia (28), servicio de alquiler de toldos y sillas. En sus cercanías hay servicio de alojamiento y restaurantes; en la playa hay un centro de servicios que próximamente será adecuado para atender personas con discapacidad y de la tercera edad, que incluye sanitarios y vestuario.

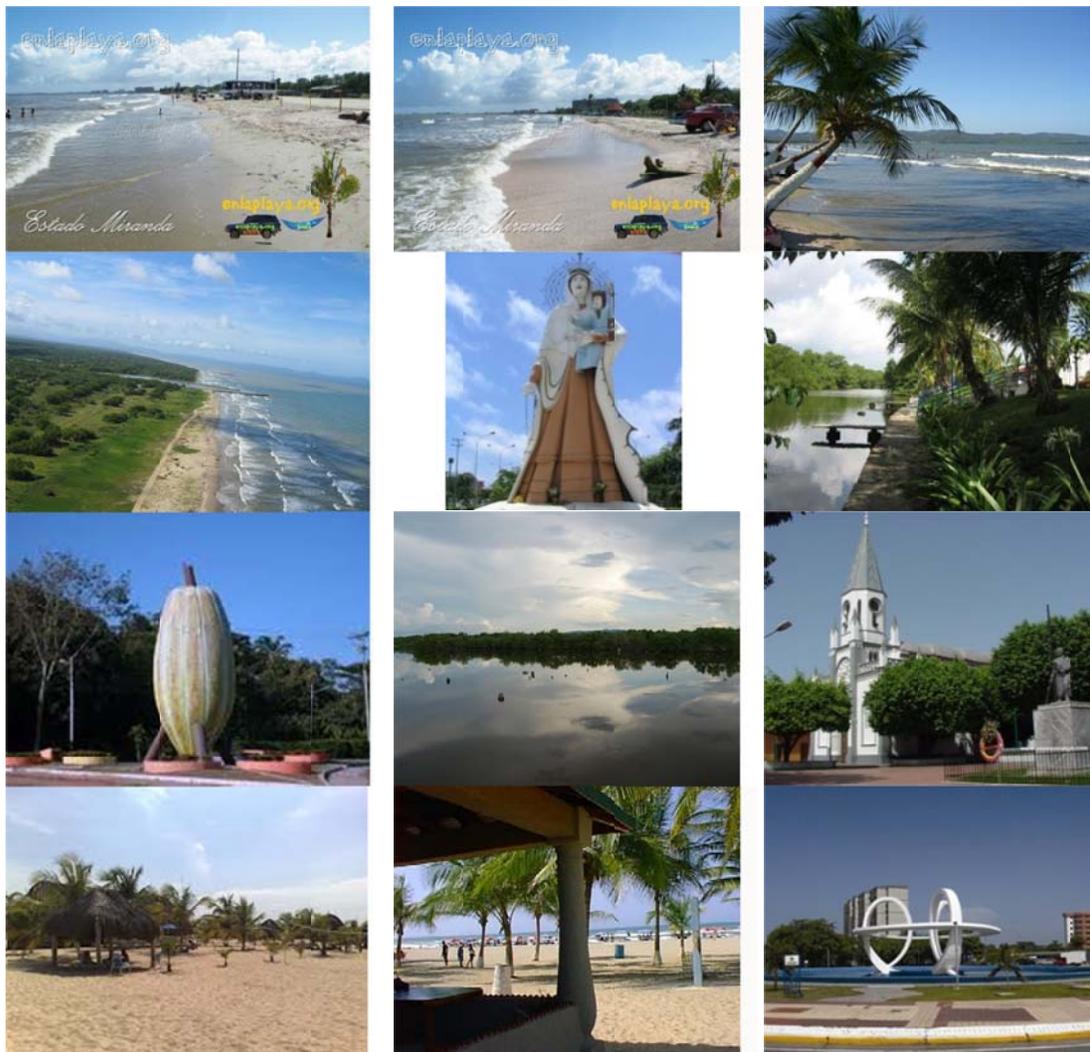


Figura N° 14. Imágenes de las playas y áreas de influencia del proyecto

Fuente: Web

6.3.2 Micro localización

Para el proyecto y construcción del Spa & Posada Tierra Mística, se dispone de un terreno de aproximadamente 21.000 m² con excelentes características topográficas, el cual se ubica cerca de la autopista a Oriente, saliendo por el distribuidor Tacarigua, en el pueblo Las Fundaciones, el terreno cuenta con los servicios correspondientes a la agua potable, electricidad y vialidad asfaltada.



Figura N° 15. Ubicación relativa de la parcela

Fuente: Google Maps.

La ubicación actual del terreno cuenta en su fachada frontal con vista a la vialidad de acceso, las fachadas laterales y posterior colindan con parcelas vecinas parcialmente desarrolladas. En el área se aprecia vegetación arbórea baja a media y en general, la topografía es plana; adicionalmente la parcela cuenta con disponibilidad inmediata para la instalación de las correspondientes acometidas de energía eléctrica, agua potable y gas de botellón.



Figura N° 16. Vista de la parcela

Fuente: Tuinmueble.com

A continuación, en el siguiente croquis se puede apreciar el proyecto sobre la parcela:

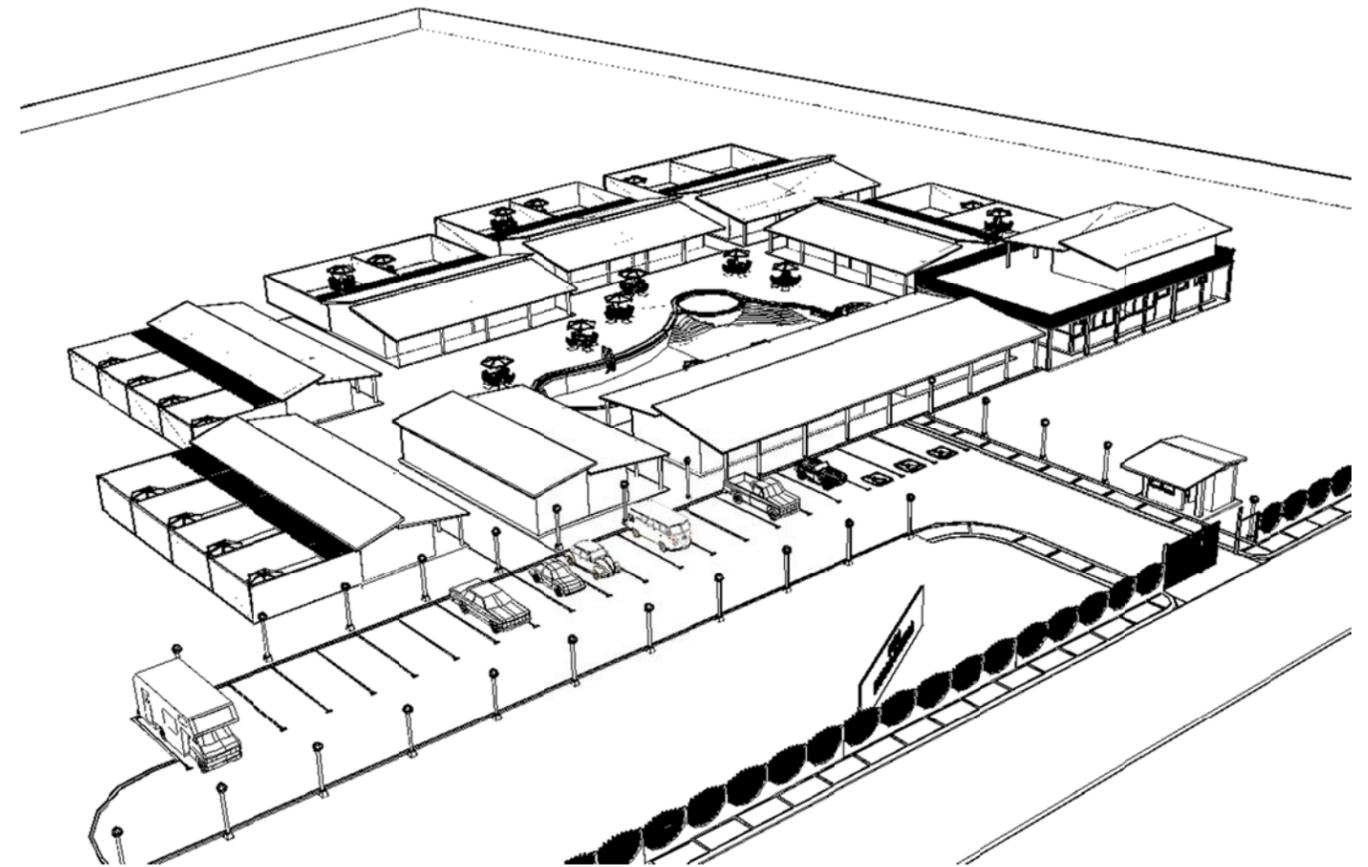
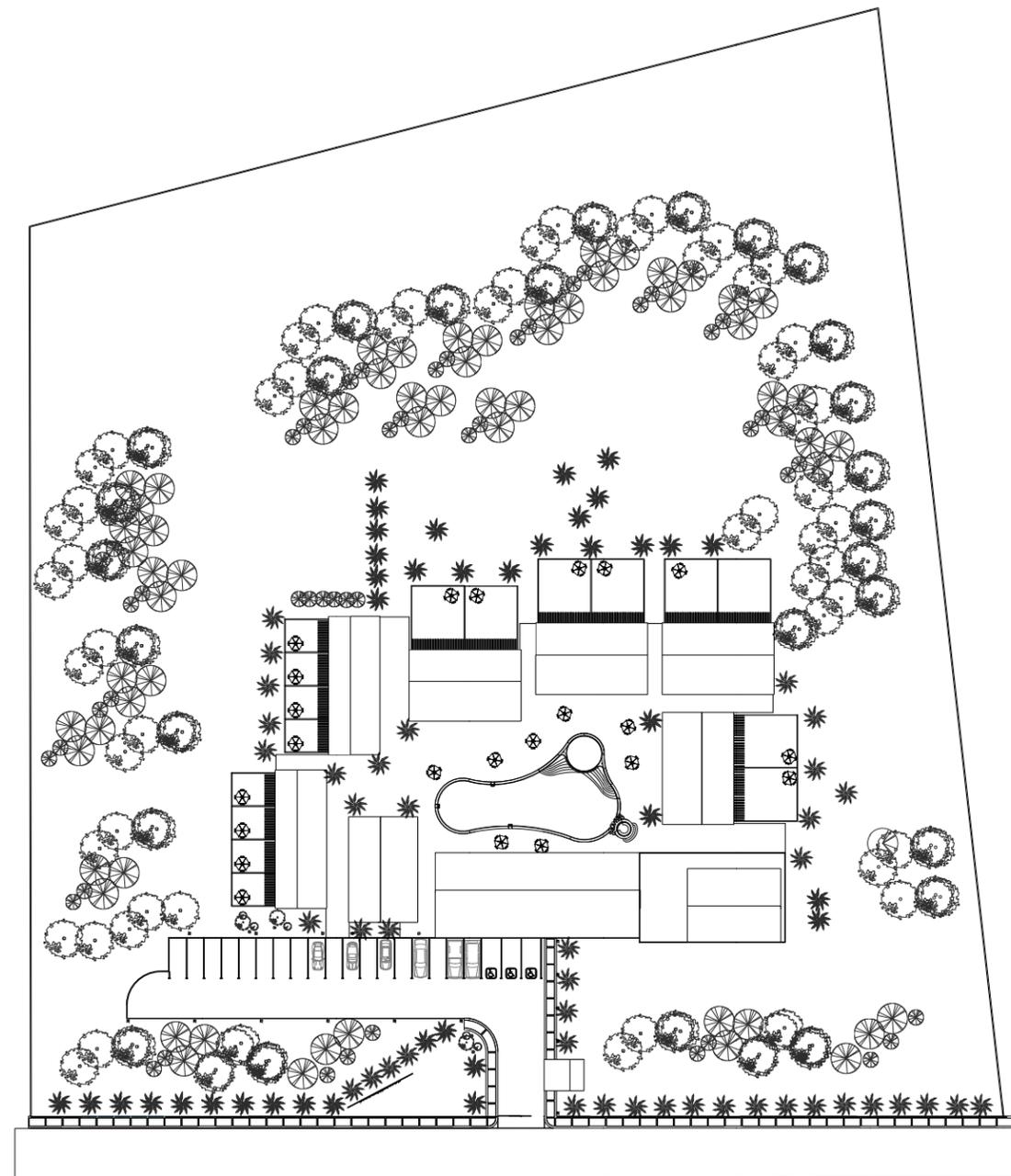


Figura N° 17. Ubicación referencial del proyecto en la parcela

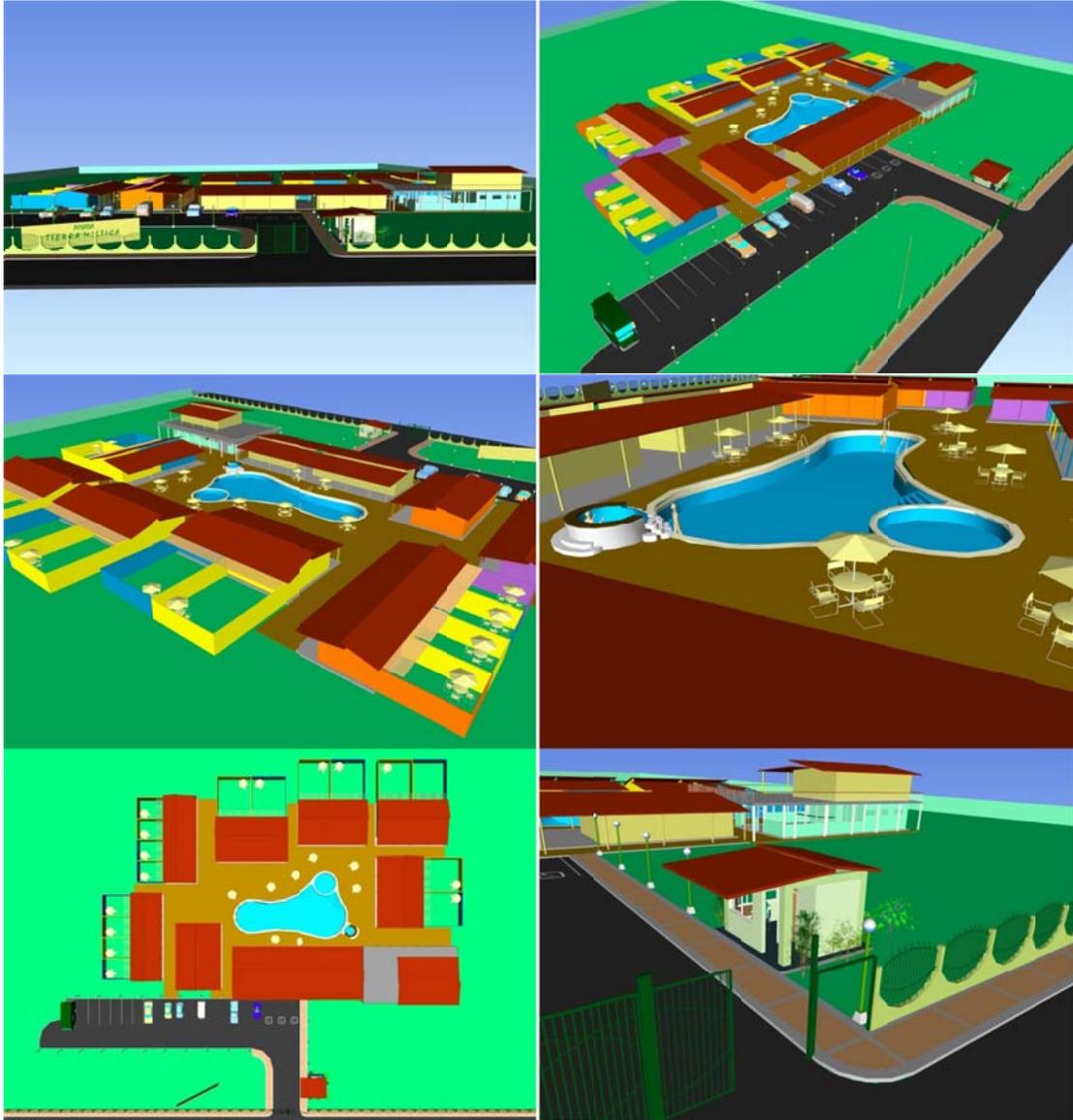


Figura N° 18. Propuesta de proyecto

6.4 Factores considerados para la localidad seleccionada

En esta sección se muestran las evaluaciones y factores considerados para seleccionar la localidad del proyecto.

Uno de los objetivos que se plantea en el proyecto Spa & Posada Tierra Mística es la utilización de energías alternativas, como la instalación de placas fotovoltaicas, que garantizarán el suministro de agua caliente, electricidad e iluminación de los espacios hotelero, Spa, restaurante y áreas verdes.

Se plantea que la iluminación general tenga sistema de regulación y que para las áreas exteriores sea a través de luminarias con paneles. Paralelo al sistema alternativo natural, se proyecta la instalación de una planta eléctrica que cubra cualquier déficit y de esta manera se prevé cubrir los inconvenientes de energía eléctrica que se presentan en el país.

La estructura contará con un tanque de almacenamiento para agua potable para el cual se garantiza el mantenimiento y, de ser necesario, las reparaciones pertinentes. Además, se plantea instalar en las griferías purificadoras de agua que mejoren la potabilidad del agua suministrada por el servicio público.

Adicionalmente, se aprovechará el agua de lluvia (a través del sistema de filtrado) y aquella procedente de aguas grises (baños y lavandería) a través de filtros auto limpiantes y sistemas de depuración para uso de jardinería y limpieza de exteriores. Igualmente será instalado un sistema para garantizar la seguridad de nuestros huéspedes y sistema contra incendios.

En relación a la evaluación del sitio el plan de ordenamiento del territorio actual data del año 2011 y determina el uso turístico recreacional en la parroquia Páez, por lo cual está enmarcado dentro de las estrategias de desarrollo del estado. Este desarrollo

representa una respuesta a la comunidad como centro empleador y generador de empleos durante la construcción y puesta en marcha.

| Elemento y servicio | Sitio |
|------------------------------------|-----------------------|
| 1. Disponibilidad de Materia Prima | Baja |
| 2. Costo de labor | Medio |
| 3. Disponibilidad de Capital | Alto |
| 4. Servicios Utilitarios | Medio |
| 4.1. Suministro de aguas blancas | Alto |
| 4.2. Electricidad | Alto |
| 4.3. Disposición de aguas negras | Alto |
| 4.4. Vialidad de acceso | Baja |
| 5. Costos Administrativos | Medio |
| 6. Costos de Mercadeo | Alto |
| 7. Mercado | Altamente Competitivo |
| 8. Demografía y Sociedad | Bajo |
| 9. Marco Legal | Favorable |
| 10. Características de Suelos | Alta |
| 11. Fragilidad Ambiental | Medio |
| 12. Estabilidad Política | Baja |

Tabla N° 6. Evaluación del sitio

Se podría decir que los costos tanto en mercadeo como en la instalación de servicio estarán en equilibrio crítico con los beneficios esperados, por lo que se requiere una operación efectiva que mantenga la mencionada equidad entre servicios - belleza naturaleza y la potencialidad del sector para operar el spa & posada. Por otro lado y en contraposición a los costos, el ambiente donde se desarrollará el servicio y el servicio mismo, brindará un estado de relajación a los huéspedes que hoy en día demandan y requieren debido al ritmo actual de la cotidianidad.

6.4.1 Elementos de Infraestructura y Estructura

Instalaciones

- ✓ Terreno de 21.000 m²
- ✓ Áreas verdes
- ✓ Planta de Tratamiento
- ✓ Planta energía eléctrica
- ✓ Estacionamiento para huéspedes y empleados
- ✓ Desechos sólidos
- ✓ Cuarto de hidroneumáticos
- ✓ Tanque subterráneo

Edificación

- ✓ Spa
- ✓ Posada
- ✓ Piscina
- ✓ Cocina y comedor
- ✓ Restaurant
- ✓ Recepción y administración

6.5 Tecnología utilizada

La tecnología a utilizar en el Spa & Posada Tierra Mística corresponde a la necesaria para la realización de algunos de los tratamientos terapéuticos, para el funcionamiento del restaurante, de la piscina y de la posada.

6.5.1 Tecnología necesaria para los tratamientos terapéuticos

| Nombre del equipo | Imagen | Especificaciones |
|--|---|---|
| Camilla para masaje y fisioterapia |  | <ul style="list-style-type: none"> • Marca: Biodynamics • Ancho (cm): ancho 68, largo 184. • Rango de altura (cm): 60-80. • Capacidad de peso: 120 Kg • COSTO: 3.000,00 BsF. |
| Termostato de precisión con indicador de control |  | <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad: 6 Litros • Potencia eléctrica: 1000W – 230 V • Dimensiones: 20 cm. Altura x 28 cm. Largo x 28 cm. Ancho • Peso (vacío): 4.7 kg2 • COSTO: 6.000,00 BsF. |
| Horno para Piedras Calientes |  | <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad: 15 o 17 litros • Potencia eléctrica: 120V o 230V • COSTO: 6.000,00 Bs. |
| Signature Collection Bally Moon |  | <ul style="list-style-type: none"> • Diámetro: 1.80 m. • COSTO: 35.000,00 BsF. |
| Regadera VICHY RV-2000 |  | <ul style="list-style-type: none"> • Sistema de estimulación vertical, cuenta con 7 salidas de agua, panel de control, regadera de teléfono para mantenimiento. Mesa para lodos fabricada con acrílico reforzado con resina y fibra de vidrio. Sistema de drenaje integrado. • Dimensiones: Alto 0.85 m, largo 2.10 m, ancho 1.06 m. • Peso: 150 Kg • COSTO: 50.000,00 BsF. |

Tabla N° 7. Tecnología y equipos utilizados para tratamientos

6.5.2 Tecnología necesaria para el Restaurante y Servicio

| Nombre del equipo | Imagen | Descripción |
|--|---|--|
| Máquina de Café |  | <ul style="list-style-type: none"> • Marca Casadio 2 Grupos • Carrocería de acero inoxidable y ABS • Dosificación manual del café • Capacidad de la caldera: 11 ltrs • Cambiadores de calor independientes. • Dimensiones: Ancho: 78cm • Profundidad: 56 cm – Altura: 48 cm • Control eléctrico temperatura de caldera • Dos erogadores de vapor y uno de agua caliente • Calentamiento eléctrico • COSTO: 50.000,00 BsF. |
| Licuadora 2 vasos + Exprimidor |  | <ul style="list-style-type: none"> • Con buje de aleación especial cobre, níquel, cromo de alto rendimiento a la fricción, 6 cuchillas de acero inoxidable AISI 304, 77 mm de largo • Motores de ½ HP con capacitor de bajo consumo. • Medidas: 58 x 25 x 57 alt. Cm • incluye vaso en policarbonato irrompible de 1750 cc • COSTO: 6.000,00 BsF. |
| Cocina industrial 4 hornillas, plancha y horno |  | <ul style="list-style-type: none"> • Cocina a Gas 4 Hornillas • Plancha con y Horno. • Acero Inoxidable. • Medidas (m): Largo 0,63, Ancho 1,24, Alto 0,83. • COSTO: 17.000,00 BsF. |
| Nevera y congelador semi-industrial |  | <ul style="list-style-type: none"> • Nevera y congelador Frigidare en acero inoxidable • Capacidad: 16 Pies • Voltaje: 110 V • Congelador vertical con 3 estantes de vidrio • 2 sistemas de iluminación • COSTO:60.000,00 BsF. |

| Nombre del equipo | Imagen | Descripción |
|--|---|---|
| Congelador |  | <ul style="list-style-type: none"> • Marca Rania • Modelo HS-550C (N) • Capacidad: 419 litros • Medidas m: Ancho 0,70, Prof. 1,46, Alto 0,88. • 120 Vts. • COSTO: 11.000,00 BsF. |
| Refrigerador de Vinos |  | <ul style="list-style-type: none"> • Marca Emerson de 12 botellas • ESPECIFICACIONES: • Capacidad: hasta 12 botellas de vino • A compresor • Medidas: 20 cm altura, 21 cm profundidad, 15 cm ancho • COSTO: 3.300,00 BsF. |
| Productora y dispensadora de hielo por volumen |  | <ul style="list-style-type: none"> • Modelo ON-E12. • Construcción exterior en acero inoxidable. • Producción: hasta 15 kg por día • Capacidad de depósito: 3 kg • Dimensiones: 37 x 30 x 38 cm • COSTO: 4.000,00 BsF. |
| Triturador de desperdicios |  | <ul style="list-style-type: none"> • Triturador General Electric ¾ Hp. • Conector para aguas residuales • Kit de acoples para el desagüe del fregadero • COSTO: 8.000,00 BsF. |
| Lavadora Semi-industrial |  | <ul style="list-style-type: none"> • Marca: Huebsch • Motor: ½ HP • Capacidad: 14Kg • Voltaje: 120/60/1 • COSTO: 36.000 BsF. |

Tabla N° 8. Tecnología y equipos utilizados en el Restaurante

6.5.3 Tecnología necesaria para la Posada

| Nombre del equipo | Imagen | Descripción |
|---|---|---|
| <p>Paneles Solares 95W, 36 Celdas Monocristalinos</p> |  | <ul style="list-style-type: none"> • El módulo simplifica la instalación de los sistemas de conexión a red y sistemas de bombeo de agua directo. • Potencia (W en prueba $\pm 8\%$): 95W • Número de celdas en serie: 36 • Eficiencia del módulo: 12,81% • Peso(aprox.): 9,5Kg • Tipo de célula: Policristalina 125x125 mm • COSTO: 5.000,00 Bs. |
| <p>Planta eléctrica a gas Generac 14Kw con tablero de transferencia</p> |  | <ul style="list-style-type: none"> • Gabinete de acero, compacto con aislamiento de ruido que lo limita a 66db, recubierto con galvanizado y resistente al clima. El tablero de transferencia tiene capacidad de 100 Amperios. • Consumo de GLP: full carga 8,71 l/h • Dimensiones en mm: 1226x642x732 • Tablero de transferencia en mm: 380x184x510 • COSTO: 80.000,00 |
| <p>Aires Acondicionado</p> |  | <ul style="list-style-type: none"> • 12000 btu • 4 modos de operación (Auto/Cool/Dry/Fan) • Ventilador con tres velocidades • Función Timer - programación de paro y arranque de operación • Medidas de la consola: 585x315x266 • Medidas del condensador: 727x507x112 • Niveles de ruido, unidad externa: 52 dB(A) • Niveles de ruido, unidad interna (Hi/Me/Lo): 39/35/31 |
| <p>Filtro Purificador de agua Sws doble acción con piedra lavable</p> |  | <ul style="list-style-type: none"> • Equipo purificador elimina el cloro, el mal sabor, los olores desagradables y los sedimentos del agua corriente. El equipo incluye adaptadores QuickFit de distintas medidas para garantizar una adaptación perfecta a todos los grifos. • Flujo: max 2 litros/min • COSTO: 300,00 Bs. |

| Nombre del equipo | Imagen | Descripción |
|---|--|---|
| <p>Piscina climatizada, con hidromasaje y contracorriente</p> |  | <ul style="list-style-type: none"> • La zona de hidromasaje está equipada con un sistema de filtración compuesto por dos prefiltros flotantes que le permitirá un nivel variable de agua. • Corriente de agua provocada por cinco turbo jets permitirá nadar a contracorriente • COSTO: 3.000.000,00 BsF |
| <p>Jacuzzi climatizado</p> |  | <ul style="list-style-type: none"> • Spa concreto armado, con 4 puestos y caída de agua, iluminación interior y equipos. • COSTO: 136.000,00 BsF |

Tabla N° 9. Tecnología y equipos utilizados en la Posada

6.6 Procesos productivos

6.6.1 Posada

Se presenta a continuación el diagrama de operaciones del proceso productivo de la Posada, el cual se enfocará específicamente en el servicio de hospedaje.

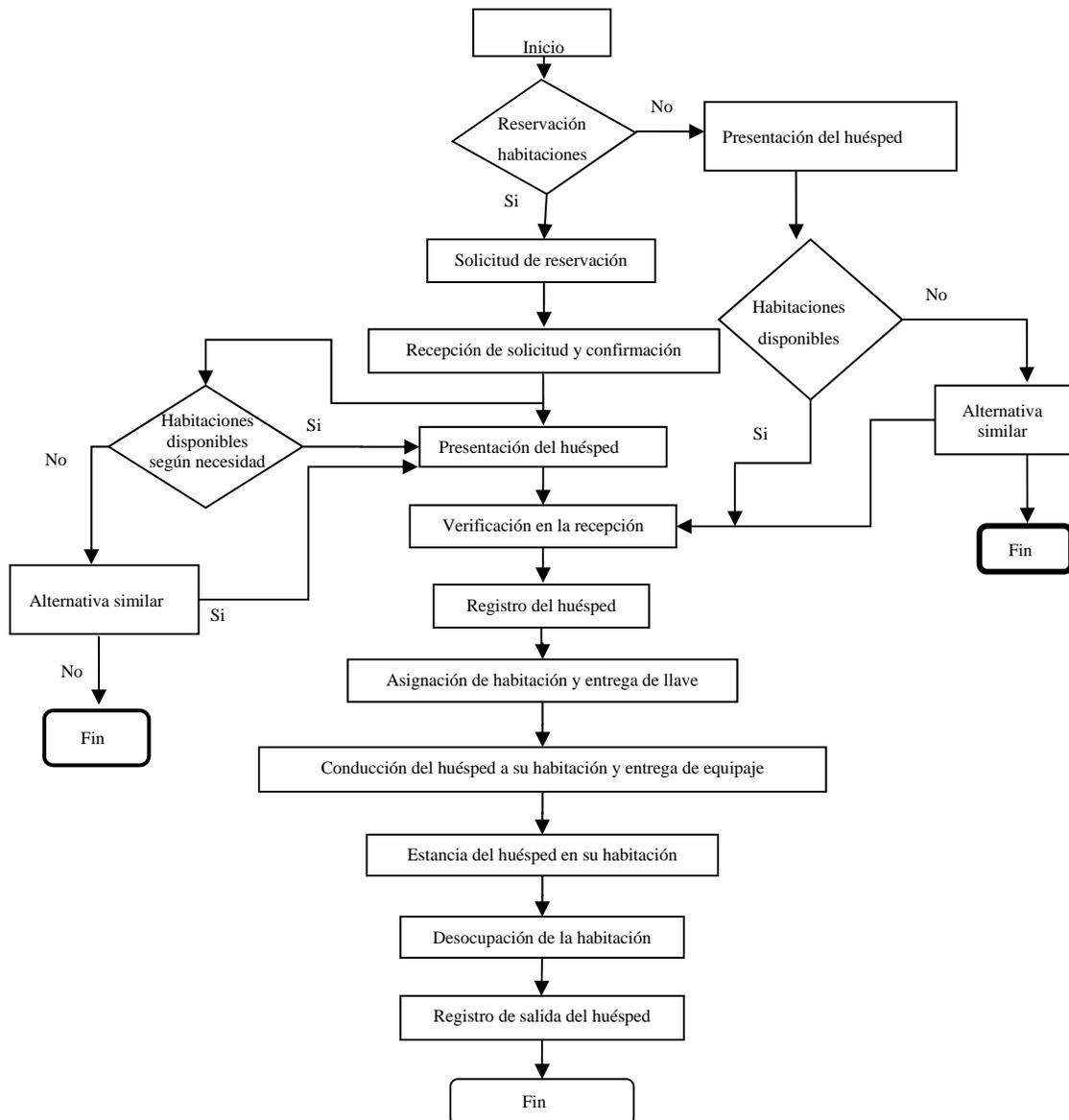


Figura N° 19. Flujo del proceso de producción del servicio de hospedaje.

Descripción del Proceso del Servicio de Hospedaje

- ✓ Reservación de habitación: Esta decisión corresponde al cliente, quien tiene la opción de solicitar la reservación de hospedaje con antelación o presentarse directamente en la posada.
- ✓ Presentación del huésped: El huésped, sin previa reservación, se presenta en la posada el día que desea hospedarse.
- ✓ Habitaciones disponibles según la necesidad del cliente: El empleado de recepción verificará en el registro la disponibilidad, o no, del tipo de habitación que requiere el cliente; si la habitación está disponible se procede al registro del huésped. Si la habitación está ocupada, el empleado de recepción ofrece al cliente alternativas similares (de estar disponibles) a la necesidad expresada; si el cliente no acepta la oferta, concluye el proceso. En caso contrario se procederá a registrar al huésped, acordando previamente los días de estancia, el precio de la habitación y los paquetes que ofrece el Spa & Posada.
- ✓ Solicitud de reservación de la habitación: El cliente solicita la reservación de una habitación, indicando número de huéspedes, fecha de entrada y salida, nombre de la habitación que desea según su necesidad y posibles paquetes que quiera disfrutar. Este proceso puede realizarlo vía telefónica, a través del sitio Web Tierra Mística, directamente en la posada o en alguna agencia de turismo autorizada.
- ✓ Recepción de solicitud y confirmación: El departamento de reservaciones recibe la solicitud, verifica la disponibilidad de habitaciones para las fechas solicitadas y envía la confirmación.
- ✓ Habitaciones disponibles: Si la habitación está disponible se realiza el proceso de reserva y pago para bloquearla hasta la fecha indicada. De no existir disponibilidad según los requerimientos del cliente, se le ofrece habitaciones

similares a la solicitada; si el cliente acepta se realiza el proceso de reserva y pago para bloquear la habitación hasta la fecha indicada. Si el cliente no acepta la oferta, el proceso concluye.

- ✓ Presentación del huésped: El huésped se presenta en la posada el día indicado en la reservación (es de conocimiento del huésped que si llega tres horas después de la acordada se cancelará la reserva)
- ✓ Verificación en recepción: El personal de recepción da la bienvenida al huésped, verifica sus datos, así como el tipo de habitación y/o paquete y los días de estadía.
- ✓ Registro del huésped: Se registra al huésped en el sistema (y en la tarjeta de registro correspondiente) con sus datos personales y de hospedaje.
- ✓ Asignación de habitación y entrega de llaves: Se asigna la habitación y se le entrega la llave al bellboy quien conduce al huésped al cuarto asignado.
- ✓ Ubicación del huésped en su habitación: El bellboy muestra la habitación al huésped explicándole el funcionamiento de los servicios que allí encontrará, finalmente le entrega su equipaje y la llave.
- ✓ Estancia del huésped: Durante la estadía del huésped se atenderán sus requerimientos.
- ✓ Desocupación de la habitación: El huésped deberá desocupar la habitación el día y hora determinados en la reserva, de lo contrario se cobrará un día adicional.
- ✓ Registro de salida del huésped: El huésped firma un registro de salida que incluye fecha y hora. Entre tanto, la habitación es chequeada por el personal responsable para evaluar el estado de la misma; en caso que exista algún daño, será cobrado un porcentaje del valor al huésped.

6.6.2 Spa

Se presenta a continuación el diagrama de operaciones del proceso productivo del Spa, el cual se enfocará específicamente en la programación de las citas para tratamientos adicionales a los incluidos dentro de los distintos paquetes.

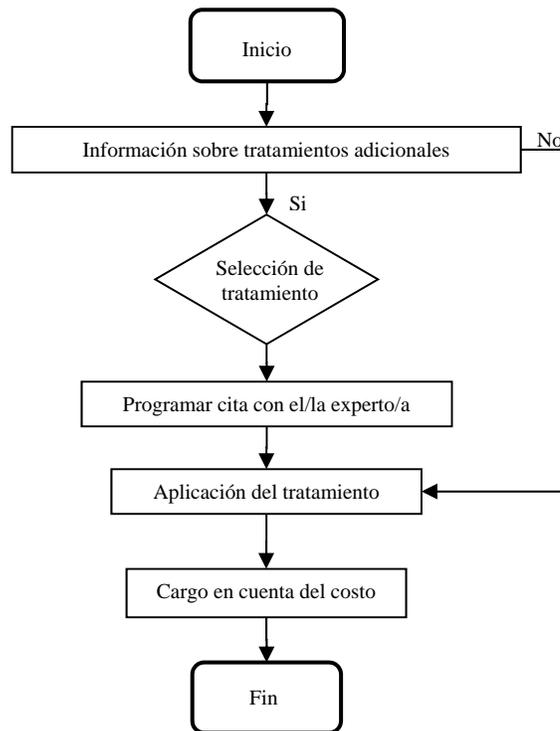


Figura N° 20. Flujo del proceso de producción del servicio de Spa

Descripción del Proceso de Servicio del Spa

- ✓ Información sobre tratamientos adicionales: Una vez registrado el huésped, se le da información sobre todos los tratamientos naturales (adicionales al que incluye previamente su estadía) que ofrece el Spa & Posada. Si el usuario potencial no está interesado en el servicio, concluye el proceso.
- ✓ Selección del tratamiento: Una vez el usuario potencial conoce los tratamientos ofrecidos, escoge alguno o algunos de su preferencia.
- ✓ Programar cita con el/la experto/a: Realizada la selección del tratamiento el usuario debe programar junto con el/la experto/a el día y hora conveniente.
- ✓ Aplicación del tratamiento: De acuerdo al tratamiento seleccionado se aplicarán las técnicas correspondientes de manos del profesional altamente calificado.
- ✓ Cancelación del tratamiento: Finalizado el tratamiento, se cargará su costo en la cuenta del huésped; la cual será pagada al final de su estadía.

6.6.3 Restaurante

Se presenta a continuación el diagrama de operaciones del proceso productivo del Restaurant.

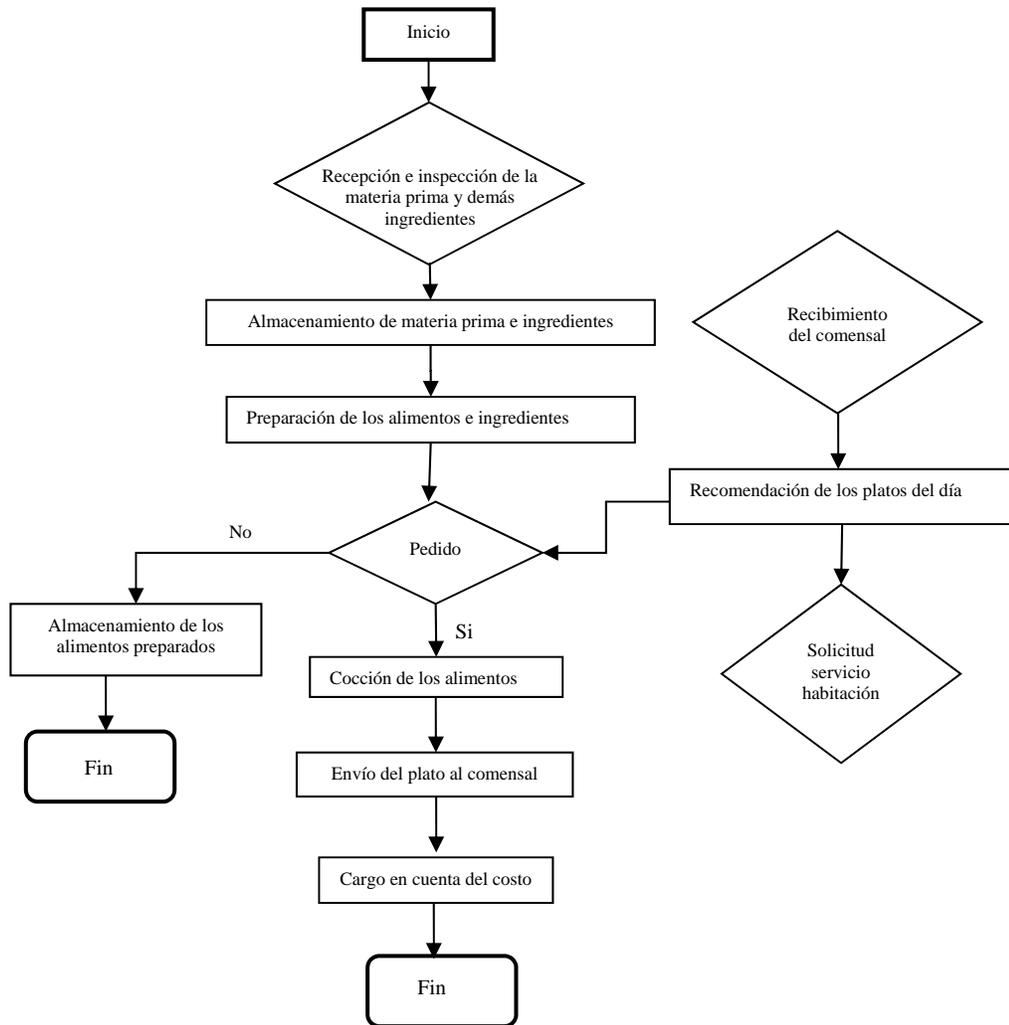


Figura N° 21. Flujo del proceso de producción del servicio de Restaurante

Descripción del Proceso Productivo del Restaurante

- ✓ Recepción e Inspección de la Materia Prima y demás ingredientes: El Jefe de Producción recibe al proveedor de la materia prima e inspecciona el estado de la misma. Cumplidos los requerimientos de calidad, el Jefe de Producción firma la orden de compra y notifica al Coordinador de Almacén.
- ✓ Almacenamiento de materia prima e ingredientes: El Coordinador de Almacén lleva los productos al almacén, donde se dispone de las condiciones para preservarlos adecuadamente, y los registra en el inventario.
- ✓ Preparación de los alimentos e ingredientes: Considerando que el concepto del Restaurant es “su comida preparada el momento”, es necesario que los alimentos sean previamente procesados y conservados adecuadamente, de modo que cuando el comensal decida ordenar su pedido, simplemente se tomen los alimentos y se cocinen.
- ✓ Envío del plato al comensal: El mesonero lleva el plato a la mesa o a la habitación del comensal, según sea su requerimiento.
- ✓ Cargo en cuenta del costo: Una vez completo el servicio, se carga en cuenta del huésped el costo del consumo, quien la pagará al final de su estadía.

6.7 Desechos y pérdidas del proceso

De los procesos de servicios mencionados anteriormente obtenemos la siguiente tabla, que nos permitirá clasificar qué tipo de desecho nos resulta del trabajo realizado y el tratamiento que se le aplicara:

| Desechos | Tipo | Origen | Personal a cargo | Costo | Tratamiento a aplicar |
|--|---------------------|--|--|--------------|---|
| Papel | Solido | Procesos administrativos y operativos del Spa-Posada | Personal de Mantenimiento | 250 Bs | Para reciclaje. Vendido a terceros |
| Envases (vidrios, plásticos, aluminio, cartón) | Solido | Posada, restaurant, spa, oficinas. | Personal de Mantenimiento | 350 Bs | Para reciclaje. Vendido a terceros. |
| Residuos Orgánicos (desperdicios de comida) | Solido | Restaurant | Ayudante de cocina. Personal de mantenimiento | 200 Bs | Para uso de fertilizantes. Vendido a terceros |
| Aceites | Liquido | Restaurant | Ayudante de cocina. Personal de mantenimiento. | 150 Bs | Vendido a terceros. |
| Desechos Biológicos | Sólidos y Líquidos. | Residuos de los tratamientos realizados en el spa. | Personal de Mantenimiento | 300 Bs | Se desecha de manera especial tal como lo establecen la Ley No. 55 Sobre Sustancia Materiales y Desechos Biológicos en contenedores biológicos. |
| Tóner | Solido | Procesos administrativos del Spa-Posada. | Personal de mantenimiento. | 100 Bs | Almacenamiento. Vendido a terceros. |

Tabla N° 10. Desechos del proceso

Papel

El papel que sea generado por las actividades administrativas del Spa & Posada Tierra Mística será depositada en contenedores especiales los cuales son para este tipo de residuos.

Vidrios, Plásticos, Aluminio y Cartón

Los residuos que sean generados tales como vidrios, plástico, aluminio y cartón procedentes de las actividades administrativas (oficinas) y las actividades operativas (restaurant, spa, clientes) serán depositados en contenedores especiales para este tipo de residuos. Estos contenedores estarán identificados en diferentes colores para separar los residuos.

Desechos Biológicos

Del proceso de servicio de spa los residuos tales como jeringas, algodones, entre otros serán ubicados en contenedores especialmente fabricados de acuerdo con las normas de desechos biológicos tal como lo establece la Ley N° 55 “Sobre Sustancias Materiales y Desechos Biológicos” y el Decreto Presidencial N° 2218 “Normas para la Clasificación y Manejo de Desechos en Establecimientos de Salud”.

Tóner

Los tóner de las impresoras y fotocopiadoras deberán ser recargados las veces que sea funcional para posteriormente ser recogidos y almacenados por el personal administrativo para luego serán ofertados a terceros para un mayor aprovechamiento.

6.7.1 Operatividad de los Desechos y residuos del proceso de servicio

La implementación y operatividad de los desechos y residuos que se desprenden de los servicios prestados, requiere de la disponibilidad de equipos y materiales específicos. Para la puesta en marcha de esta segunda fase se dispone de los siguientes elementos:

- ✓ Destrucción de papel.
- ✓ Contenedores especiales identificados para desechos biológicos
- ✓ Papeleras selectivas de colores que permitirá separar y clasificar los diferentes tipos de envases: vidrios, cartón, plástico, aluminio.

6.8 Control de calidad

El control de calidad se realizará mediante inspección de la materia prima en recepción. De este proceso se encargarán dos (2) personas, las cuales tendrán que llevar un registro que contendrá la siguiente información:

- ✓ Fecha de elaboración

- ✓ Fecha de caducidad
- ✓ Cantidad
- ✓ Proveedor
- ✓ Recibo de entrega

La recepción de proveedores se realizará los días lunes, miércoles y viernes en el horario comprendido entre las 8:00 am y 12:30 pm. De presentarse una inconformidad en el proceso de inspección de materia prima se deberá seguir unos parámetros que permitirán determinar si procede o no la inconformidad.

Del proceso de inspección se desprende un reporte (etiqueta) que permitirá determinar la conformidad o no conformidad de la materia prima inspeccionada, estas etiquetas se muestran a continuación:

| | | |
|--|--|-----------------|
| SPA & POSADA TIERRA MISTICA | | APTO |
| FECHA: | | N° DE RECEPCION |
| NOMBRE: | | FIRMA: |
| PROVEEDOR: | | |

| | | |
|----------------------------------|--|------------------------------|
| SPA POSADA TIERRA MISTICA | | RECHAZADO NO USAR |
| FECHA: | | N° DE RECEPCION |
| NOMBRE: | | FIRMA: |
| PROVEEDOR: | | MOTIVO: |

Figura N° 22. Etiquetas de reporte

Las etiquetas se llenarán de la siguiente manera:

- ✓ Fecha: indique día, mes y año de recepción del producto.
- ✓ Nombre: indique el nombre de la persona que recibe el producto.
- ✓ Proveedor: indique nombre de la persona que suministra el producto.
- ✓ N° de recepción: indique en número recepción en el día.
- ✓ Firma: firma de la persona que suministra el producto.
- ✓ Motivo: indique brevemente el causal de no conformidad.

Para los servicios ofrecidos en el Spa&Posada se ofrecerá aplicar a nuestros clientes una encuesta en donde expresará la conformidad o inconformidad con los servicios recibidos. El control de calidad nos permitirá establecer las medidas para identificar un producto no conforme y las acciones a tomar, asegurando que dicho producto no sea usado para un fin no previsto. Igualmente, el control del producto no conforme es aplicado al producto terminado, para prevenir su entrega, no intencionada, al cliente.

6.9 Estructura organizativa

A continuación se presenta y describe la Estructura Organizativa del SPA & POSADA bajo la cual se ejecutarán todas las actividades requeridas para el funcionamiento del mismo y de acuerdo a la capacidad definida.



Figura N° 23. Estructura Desagregada de Trabajo del Spa&Posada

- ✓ La Gerencia General, será la dirección del SPA & POSADA y se encargará de coordinar los diversos departamentos, además de la representación empresarial, así como el control de gestión.
- ✓ La Gerencia Administrativa y Financiera, está estructurada con la responsabilidad ante los procesos de contabilidad, tesorería, compras, caja general, personal y reservas.
- ✓ La Coordinación de Recursos Humanos, es el departamento encargado de todos los temas de personal, incluido la contratación, evaluación y supervisión de todos los empleados.
- ✓ La Coordinación de Operaciones, velará por el apropiado funcionamiento de todas las instalaciones requeridas para el buen funcionamiento. Esta coordinación estará apoyada en los siguientes subdepartamentos: Bar y Restaurante, Hotelería, Recepción y Mantenimiento.
 - Bar y Restaurante es el facultado de las operaciones del restaurante desde el requerimiento de insumos hasta la presentación de los productos que incluye el servicio a las habitaciones, cocina del cliente y personal, así como de la limpieza y mantenimiento de los equipos correspondientes a las áreas.
 - Hotelería se encargará de las actividades de limpieza de todas las instalaciones, lavandería de todas las prendas internas de la posada y será responsable de los insumos y la presentación y preservación del servicio.
 - Recepción es responsable de las actividades de atención al huésped en persona, vía telefónica y vía web.
 - Mantenimiento será facultado para ejecutar operaciones de mantenimiento técnico correctivo y preventivo de todas las instalaciones.
- ✓ La Coordinación Comercial tendrá la función de comercialización de las diversas unidades productivas. Esta coordinación se encargará de ventas,

animación, relaciones públicas y publicidad, también será responsable del departamento central de reservas.

- ✓ La Coordinación de Servicios se encargará de garantizar al cliente adecuadamente todos los servicios de Spa ofrecidos y la compra de los insumos requeridos por cada subdepartamentos y servicios, entre los cuales se encuentra Masajistas, Terapeutas y Cosmetólogos, quienes serán los encargados de la aplicación de los tratamientos ofrecidos en el Spa&Posada.

6.10 Volumen de ocupación

Para realizar las actividades diarias del establecimiento, es requerido un recurso humano compuesto por personal gerencial, administrativo y operacional. Con el fin de alcanzar estándares de calidad, se propone establecer horarios diferentes para temporada baja y temporada alta con su correspondiente integración de suplentes para los cargos más demandados.

Para el adecuado funcionamiento y prestación de un servicio óptimo, acorde a las necesidades y exigencias de nuestra clientela, se trabajará en dos (2) turnos diarios y una (1) guardia, cuando se estime necesario, establecidos de la siguiente forma:

| Personal | Horario |
|---|---|
| Gerencial, Administrativo, Comercial y Recursos Humanos | Único turno: 8 am a 5 pm |
| Personal Operativo | Dos (2) turnos y una (1) guardia: 1er Turno: 7:00 a.m a 3:00 p.m 2do Turno: 3:00 p.m a 10:00 p.m Guardia: 10:00 p.m a 7:00 a.m |

Tabla N° 11. Horarios laborales

Los días laborales se establecen de jueves a domingo en temporada baja y de lunes a domingo en temporada alta, con su correspondiente remuneración especial y beneficios requeridos por las leyes nacionales.

El personal se contratará al inicio del segundo año del proyecto y recibirán todos los beneficios de ley con ajuste anual por desempeño y variables macro económicas.

Para determinar cuál será el volumen de ocupación a continuación se describe: cargo a desempeñar, código, clasificación (fijo o variable), cantidad de empleados por año de operación y salario, durante los primeros seis (6) años.

| Codigo | Descripcion del Cargo | F/V | Salario Básico | Número de trabajadores por año | | | | | |
|-----------------|-------------------------------|-----|----------------|--------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | | | | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 | Año 6 |
| 0-1 | Gerente General | F | 10.000 | 0,5 | 0,5 | 0,5 | 0,5 | 0,5 | 0,5 |
| 0-2 | Gerente de Administración | F | 9.000 | 0,5 | 0,5 | 0,5 | 0,5 | 0,5 | 0,5 |
| 0-3 | Coordinador de RRHH | F | 6.000 | 0,5 | 0,5 | 0,5 | 0,5 | 0,5 | 0,5 |
| 0-4 | Coordinador de Operaciones | F | 6.000 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 0-5 | Coordinador Comercial | F | 6.000 | 0,5 | 0,5 | 0,5 | 0,5 | 0,5 | 0,5 |
| 0-6 | Coordinador de Servicios | F | 6.000 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 0-7 | Secretaria | F | 4.000 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 0-8 | Recepcionista | F | 3.000 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 0-9 | Jefe de Cocina | F | 5.000 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 0-10 | Ayudante de Cocina | V | 3.000 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 0-11 | Jardinero | V | 3.000 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 0-12 | Mesero | V | 3.000 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 0-13 | Asistente Servicios Generales | F | 4.000 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| 0-14 | Camarera | V | 3.000 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 |
| 0-15 | Encargado de lavandería | V | 3.000 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 0-16 | Masajista | V | 5.000 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 0-17 | Cosmetólogo | V | 5.000 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| TO TALES | | | | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 |

Tabla N° 12. Nómina de la posada

6.11 Capacidad instalada y utilizada

Se entiende por capacidad instalada y utilizada, al volumen de producción de bienes y/o servicios que le es posible generar a una unidad productiva de acuerdo con la infraestructura disponible. Para el SPA & POSADA la capacidad instalada en personas atendidas por día se detalla a continuación:

| CAPACIDAD INSTALADA Y UTILIZADA | | | | | | | | |
|---------------------------------------|---|---------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Descripción | Bases de Cálculos | 1er Año | 2do Año | 3er Año | 4to Año | 5to Año | 6to Año | 7mo Año |
| Capacidad Instalada | | | | | | | | |
| en % | 100% | | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Capacidad instalada/ día | 44 | | 44 | 44 | 44 | 44 | 44 | 44 |
| Capacidad instalada/ año | 197 | | 8.668 | 8.668 | 8.668 | 8.668 | 8.668 | 8.668 |
| Capacidad Utilizada | | | | | | | | |
| en % | 40% | | 40% | 52% | 64% | 76% | 88% | 100% |
| Persona atendida por día | | | 18 | 22,9 | 28,2 | 33,4 | 38,7 | 44,0 |
| Persona atendida por año | | | 3.467 | 4.507 | 5.548 | 6.588 | 7.628 | 8.668 |
| Pérdida en el Proceso | 1,00% | | -35 | -45 | -55 | -66 | -76 | -87 |
| Capacidad Neta Utilizada | | | 3.432,53 | 4.462,29 | 5.492,04 | 6.521,80 | 7.551,56 | 8.581,32 |
| Distribución de Productos | | | | | | | | |
| Hotel | 40% | | 1.373 | 1.785 | 2.197 | 2.609 | 3.021 | 3.433 |
| Spa | 20% | | 687 | 892 | 1.098 | 1.304 | 1.510 | 1.716 |
| Restaurant | 40% | | 1.373 | 1.785 | 2.197 | 2.609 | 3.021 | 3.433 |
| PRODUCCION TOTAL | | | 3.432,53 | 4.462,29 | 5.492,04 | 6.521,80 | 7.551,56 | 8.581,32 |
| Parámetros | | | | | | | | |
| Porcentaje de cap. Instalada/ año | 100% de la capacidad total de la empresa | | | | | | | |
| Capacidad instalada/ día | 44 Persona atendida por día | | | | | | | |
| % cap. utilizada inicio operación | 40% de la capacidad instalada. | | | | | | | |
| Incremento anual de la cap. Utilizada | 12% de incremento anual. | | | | | | | |
| Pérdida promedio en el proceso | 1,00% de pérdida del material bruto producido | | | | | | | |
| Hotel | 40% distribución de productos | | | | | | | |
| Spa | 20% distribución de productos | | | | | | | |
| Restaurant | 40% distribución de productos | | | | | | | |
| Turnos de Trabajo Diario | 3 turno de trabajo por día. | | | | | | | |
| Días Laborables * mes | 30 días laborables por mes | | | | | | | |
| Meses * año | 9,0 meses por año. | | | | | | | |
| Días laborables * año | 270 días laborables por año. | | | | | | | |

Tabla N° 13. Capacidad Instalada y utilizada

Para el cálculo de la capacidad instalada y utilizada en el año, se tomaron en cuenta las temporadas vacacionales establecidas en la República Bolivariana de Venezuela, las cuales corresponden a período de alta afluencia el establecido en la etapa de vacaciones escolares, navidad, año nuevo, semana santa, carnaval y días feriado nacional; la temporada baja queda establecida fuera de los periodos antes mencionados.

Por lo anterior, queda conformada la temporada alta con una utilización del 100% del hospedaje en 113 días/año para una atención a 4.972 personas, y la temporada baja con la utilización del 50% de la capacidad en 144 días/año para la atención de 3168 personas, esto último considerando que durante los días de baja afluencia se estima trabajar 4 días a la semana, sin desestimar una oportuna utilización de las instalaciones los otros 3 días.

Para el cálculo de la capacidad instalada y utilizada del Spa y el restaurante se manejaron con la misma cantidad de personas atendidas por año y por temporada en el hotel, considerando para el Spa (1) tratamiento por persona por estadía de dos (2) días lo que hace un total de 5654 tratamientos/año; y para el restaurante tres (3) platos de comida diarios: desayuno, almuerzo y cena, alcanzan una cantidad de 24.420 platos al año.

CAPITULO VII. ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO

Este capítulo, recoge la información desarrollada en los capítulos de Estudio Técnico y Estudio de Mercado, la misma es organizada, analizada y evaluada, con la finalidad de identificar los costos de inversión y los costos e ingresos de operaciones para finalmente transformarla en valores, que en este caso particular es el servicio del Spa&Posada Tierra Mística.

7.1 Plan de Inversión

Para la realización de la puesta en marcha del presente proyecto, se debe realizar una inversión total de veinte millones setecientos diecinueve mil ciento noventa y nueve Bolívars Fuertes (BsF. 20.719.199), de este monto el 65% corresponde al aporte que se espera sea realizado por socios inversionistas, que en este caso, se prevee sea a través del financiamiento de la banca pública; el resto del aporte será a través de recursos propios de los emprendedores.

El plan de inversión considera lo siguiente:

- ✓ Inversiones en activos fijos: adquisición de terreno, adquisición de equipos y adquisición de mobiliario.
- ✓ Costo financiero del crédito: desembolso que debe hacer la empresa por concepto de comisiones (de apertura y compromiso) e intereses generados al momento de obtener el financiamiento.
- ✓ Otros activos: comercialización del proyecto a través de una página web o mercadeo y publicidad que activen la demanda a diferentes oferentes, así como el estudio y proyecto de la posada corresponde a las obras civiles y de arquitectura.

- ✓ Capital de trabajo: corresponde al recurso económico necesario para cubrir los gastos e imprevistos del proyecto al momento de operar los servicios.

| | | INVERSIÓN TOTAL PRIMER AÑO | | |
|--------------------------------|------------------------------------|----------------------------|----------------------|----------------------|
| | Descripción | Aporte Propio | Aporte de Terceros | Aporte Total |
| | Activos Fijos | | | |
| | Instalaciones | 452.150,00 | 1.356.450,00 | 1.808.600,00 |
| | Edificaciones | 3.861.875,00 | 11.585.625,00 | 15.447.500,00 |
| | Mobiliario y Equipos de oficina | 92.500,00 | 277.500,00 | 370.000,00 |
| | Mobiliario y Equipos de producción | 82.746,37 | 248.239,10 | 330.985,46 |
| A | Total Activos Fijos | 4.489.271,37 | 13.467.814,10 | 17.957.085,47 |
| | Otros Activos | | | |
| | Estudios y proyecto | 291.000,00 | | 291.000,00 |
| | Costo financiero del crédito | 1.327.878,17 | | 1.327.878,17 |
| B | Total Otros Activos | 1.618.878,17 | 0,00 | 1.618.878,17 |
| C | TOTAL ACTIVOS (A + B) | 6.108.149,53 | 13.467.814,10 | 19.575.963,63 |
| | Capital de Trabajo | | | |
| D | Total Capital de Trabajo | 1.143.235,98 | 0,00 | 1.143.235,98 |
| E | INVERSIÓN TOTAL (C) | 7.251.385,52 | 13.467.814,10 | 20.719.199,62 |
| Distribución porcentual | | 35% | 65% | 100% |

(Expresados en Bolívares)

Parámetros

| | |
|---------------------------------|---|
| Meses por año | 12 meses |
| Costos de instalación y montaje | 2,0% del valor total de la maquinaria y equipos |
| Costo de Pruebas en caliente | 0,5 mes del costo anual de materia prima del 1º año de operación |
| Porcentaje de gastos varios | 2,5% del total de activos fijos adquiridos en cada año de inversión |

Tabla N° 14. Inversión Total

Los resultados del análisis de la inversión Total, también se incluyen el Anexo, Cuadro 3.

7.2 Depreciación y Amortización

La depreciación y amortización son valores de naturaleza estrictamente contable, destinados a la adquisición de activos fijos y de activos intangibles, por lo que no representa salida de efectivo, y su objetivo es recuperar los costos de inversión

realizados durante la primera fase del proyecto, además de ser destinados a la construcción, instalación y operatividad del proyecto.

Para el cálculo de la depreciación y amortización de la Spa&Posada, se recurrió al método de la línea recta, con los siguientes argumentos:

- ✓ Se estimó 15 años de vida útil para las instalaciones,
- ✓ Para las edificaciones se evaluó 12 años de vida útil
- ✓ El mobiliario y equipos se consideró 6 años de depreciación.

El método permite definir, en función del valor de cada activo fijo, su categoría y la cantidad de tiempo en años que se deprecia el activo, logrando concluir año por año un monto de depreciación y amortización del proyecto, alcanzando un total a los 7 años de BsF 10.436.068,00.

Aunque las partidas de depreciación y amortización no representan distribución, es importante destacarla, ya que a nivel contable, se pretende recuperar los costos de inversión. Los resultados del análisis de Depreciación y Amortización, se incluyen el Anexo, Cuadro 4.

7.3 Financiamiento de Terceros

Estos cálculos representan los aspectos relacionados con el área crediticia requerida por el proyecto, desde el momento en que la banca otorga el aporte al proyecto, hasta el momento en que es amortizado este compromiso más los intereses generados.

El aporte de terceros se estimó sea realizado por un financiamiento bancario calculado en BsF. 13.467.814,10; el mismo se espera conseguir con la participación del Banco del Tesoro, el cual ofrece condiciones beneficiosas para el sector turístico, tal y como se muestra en las Tablas 15 y 16 de características y actividades respectivamente, y ofrecida por la institución bancaria:

| | |
|-----------------------------|--|
| Producto | Turismo |
| Modalidad | Préstamo |
| Garantías | Inmobiliarias, Mobiliarias, Fianzas (Personales o de Sociedades de Garantías Recíprocas) y cualquier otra a satisfacción del Banco |
| Plazo de Pago | Desde cinco (5) hasta quince (15) años dependiendo del destino del crédito, según Ley de Crédito |
| Período de Gracia | Desde un (1) año hasta tres (3) años según resolución conjunta de MINTUR y Ministerio del Poder Popular para Planificación y Finanzas, publicada el 13 de abril del 2011 |
| Tasa | Establecida por el BCV |
| Comisión Flat | 2.5% sobre cada desembolso |
| Timbre Fiscal | 1x1000 sobre el monto del financiamiento (Si aplica) |
| Monto Financiamiento | Hasta el 10% del patrimonio del Banco, y en función del análisis de la capacidad de pago del solicitante |

Tabla N° 15. Características para el financiamiento dadas por el Banco del Tesoro

Fuente: Banco del Tesoro.

| Actividades a Financiar | Plazo | Período de Gracia: | % de Financiamiento sobre el Plan de Inversión |
|---|--------------|---------------------------|---|
| Dotación, Equipamiento y Reparación de establecimientos, equipos, instrumentos e insumos destinados a la prestación de servicios turísticos | 5 años | De 12 a 15 meses | 100% |
| Adquisición de Equipos de Transporte Turísticos Terrestre | 10 años | De 12 a 15 meses | 80% |
| Ampliación y Remodelación de establecimientos con fines turísticos | 10 años | De 15 a 24 meses | 80% |
| Adquisición y Construcción de Inmuebles destinado a la prestación de servicios turísticos | 15 años | De 24 a 36 meses | 80% |
| Adquisición de Equipos de transporte turístico aéreo y acuático | 15 años | De 24 a 36 meses | 80% |

Tabla N° 16. Actividades a financiar ofrecidas por el Banco del Tesoro

Fuente: Banco del Tesoro

La institución financiera, ofrece el financiamiento para la primera fase del proyecto, la cual contempla la construcción, instalación y puesta en marcha de la posada. Al mismo tiempo, los únicos pagos que realizará la empresa en esta fase, son los correspondientes a las comisiones de apertura de cuenta y los compromisos ante el mismo financiamiento a ser otorgado.

Durante la segunda fase del proyecto, donde se contempla la operatividad del Spa&Posada, es cuando el proyecto comienza a cumplir sus compromisos crediticios, amortizando semestralmente un pago periódico del capital con sus respectivos intereses, que para el proyecto se inicia en el quinto semestre, a partir del aporte dado, que es cuando termina el período de gracia establecido por la entidad bancaria.

Los resultados del análisis del Financiamiento de Tercera, se incluyen el Anexo, Cuadro 5.

7.4 Nómina

La nómina es el recurso necesario que, integrado a la inversión monetaria, transforma los componentes de esa inversión en productos terminados. Los salarios establecidos para cada cargo, reflejan la realidad de la oferta del mercado laboral actual, además considera el valor real del trabajo aportado por cada trabajador y el de su productividad, lo cual le garantiza un nivel de vida digno.

Las compensaciones que recibirán los empleados, tendrán los siguientes beneficios laborales:

- ✓ **Salarios:** se manejará una nómina integrada por empleados para los que se establecieron salarios superiores al mínimo actual de 2013 determinado en BsF. 2.456,40 con cumplimiento de horarios según la temporada vacacional y el cargo asignado. En la nómina se establecen 3 categorías: gerentes directivos, empleados comunes y empleados especializados. En la categoría de empleados especializados están: jefe de cocina, masajistas y cosmetólogos quienes

percibirán un salario de BsF 5.000,00 cada uno; y jardinero, ayudante de cocina y encargado de lavandería, quienes percibirán un salario de BsF 3.000,00 cada uno. En la categoría de empleados comunes están: secretaria y asistente de servicios generales quienes percibirán un salario de BsF 4.000,00 cada uno; y recepcionista, mesero y camarera, quienes percibirán un salario de BsF 3.000,00 cada uno. Y finalmente, en la categoría de gerentes directivos están: gerente general quien percibirá un salario de BsF 10.000,00; el gerente administrativo quien percibirá un salario de BsF 9.000,00; y los coordinadores: recursos humanos, operaciones, comercial y servicios quienes percibirán un salario de BsF 6.000,00 cada uno.

- ✓ **Tipo de trabajador:** los trabajadores pueden integrar la nómina fija o la variable; los denominados nómina variable son los que se consideran que el objetivo de su trabajo depende de los servicios ofrecidos y los denominados nómina fija son el personal de confianza que integran áreas medulares del proyecto.
- ✓ **Prestaciones sociales:** son beneficios legales que la empresa otorga a todos los trabajadores y que integran el 17% de su salario. Los empleados que laboran en horas nocturnas y días feriados, recibirán bonificaciones adicionales.
- ✓ **Incremento anual por productividad:** a medida que aumenta la capacidad utilizada anual de la posada, se deduce que el trabajador también aumente de salario, esto se estima inicialmente en un 10%, porcentaje que asignará según evaluaciones formativas semestralmente que desarrolle el coordinador.

El cálculo anual de la nómina se presenta en el Anexo, Cuadros 6A a 6F y a continuación se muestra el resumen de los costos totales de la nómina, que también se incluye en el Anexo, Cuadro 6G:

| RESUMEN DE NÓMINA | | | | | | | |
|--|-------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Descripción | 1er Año | 2do Año | 3er año | 4to Año | 5to Año | 6to Año | 7mo Año |
| Número de empleados | | | | | | | |
| Fijo | 0 | 8 | 8 | 8 | 8 | 9 | 9 |
| Contratado | 0 | 8 | 9 | 10 | 11 | 11 | 12 |
| Empleados Totales | 0 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 |
| Costo Anual de Nómina | | | | | | | |
| Fijo | | 391.500,00 | 469.800,00 | 563.760,00 | 676.512,00 | 886.464,00 | 1.063.756,80 |
| Contratado | | 252.000,00 | 306.900,00 | 392.040,00 | 467.181,00 | 513.899,10 | 608.772,78 |
| Costo Anual de Nómina | 0,00 | 643.500,00 | 776.700,00 | 955.800,00 | 1.143.693,00 | 1.400.363,10 | 1.672.529,58 |
| Costo Anual Total | | | | | | | |
| Fijo | | 900.450,00 | 1.080.540,00 | 1.296.648,00 | 1.555.977,60 | 2.038.867,20 | 2.446.640,64 |
| Contratado | | 579.600,00 | 705.870,00 | 901.692,00 | 1.074.516,30 | 1.181.967,93 | 1.400.177,39 |
| Costo Anual Total | 0,00 | 1.480.050,00 | 1.786.410,00 | 2.198.340,00 | 2.630.493,90 | 3.220.835,13 | 3.846.818,03 |
| Clasificación por Categorías / Número de Empleados | | | | | | | |
| Gerentes Directivos | | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Empleados Comunes | | 6 | 6 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| Empleados Especializados | | 6 | 7 | 8 | 8 | 8 | 8 |
| Empleados Totales | 0 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 |
| Costo Anual Total | | | | | | | |
| Gerentes Directivos | | 569.250,00 | 683.100,00 | 819.720,00 | 983.664,00 | 1.180.396,80 | 1.416.476,16 |
| Empleados Comunes | | 414.000,00 | 478.170,00 | 553.311,00 | 724.086,00 | 1.007.535,24 | 1.272.686,72 |
| Empleados Especializados | | 496.800,00 | 625.140,00 | 825.309,00 | 922.743,90 | 1.032.903,09 | 1.157.655,16 |
| Costo Anual Total | 0,00 | 1.480.050,00 | 1.786.410,00 | 2.198.340,00 | 2.630.493,90 | 3.220.835,13 | 3.846.818,03 |
| Clasificación Porcentual / Número de Empleados | | | | | | | |
| Gerentes Directivos | | 25% | 24% | 22% | 21% | 20% | 19% |
| Empleados Comunes | | 38% | 35% | 33% | 37% | 40% | 43% |
| Empleados Especializados | | 38% | 41% | 44% | 42% | 40% | 38% |
| Empleados Totales | 0% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% |
| Costo Anual Total | | | | | | | |
| Gerentes Directivos | | 38% | 38% | 37% | 37% | 37% | 37% |
| Empleados Comunes | | 28% | 27% | 25% | 28% | 31% | 33% |
| Empleados Especializados | | 34% | 35% | 38% | 35% | 32% | 30% |
| Costo Anual Total | 0% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% |
| (Expresado en bolívares, número de empleados y porcentajes) | | | | | | | |

Tabla N° 17. Resumen de los costos de la nómina fija y variable

7.5 Costos

La operatividad del Spa&Posada se divide entre sus tres (3) unidades: Hotel, Spa y Restaurante. La unidad representada por el hotel, cuenta con un peso porcentual del 40% de la operatividad, el Spa cuenta también con el 20% de la operatividad y el resto, que es el 40%, se descarga en el restaurante. Para este proyecto no se requiere de costos en materia prima, sólo tendrá costos de insumos, los cuales se incluye el

servicio de hospedaje, entre los que se puede nombrar: lencería, artículos de limpieza, artículos de cortesía; el Spa requiere de todos aquellos elementos necesarios para los tratamientos, como por ejemplo: cremas, gel, parafina; y para el restaurante los insumos son los alimentos el ingrediente de cada plato o bebida a preparar.

Los resultados del análisis de los Costos de materia prima, se incluyen el Anexo, Cuadro7.

7.6 Ingresos Operacionales

Basado en que la capacidad utilizada sea alcanzada a los seis (6) años de operatividad del proyecto y en función de la implantación de los servicios ofrecidos tras el inicio de las operaciones de hospedaje, aplicación de tratamientos y alimentación de los turistas que visiten el Spa&Posada, el ingreso año a año se desarrolla linealmente, tal como se esperaba tras la proyección de mejoras que se estimó previamente.

El análisis se basó en la suma de los ingresos de cada servicio (hospedaje, spa y restaurante), de manera que el precio por venta de esto sea de BsF 2000,00 por noche, que incluye habitación doble equipada y decorada, un (1) tratamiento de Spa y alimentación para dos (2) personas (desayuno, almuerzo y cena). Para las habitaciones dobles el costo sería BsF 3500,00 por noche, que incluye habitación cuádruple equipada y decorada, dos (2) tratamientos de Spa y alimentación para cuatro (4) personas (desayuno, almuerzo y cena).

Los resultados del análisis de Ingresos Operacionales, se incluyen el Anexo, Cuadro 8.

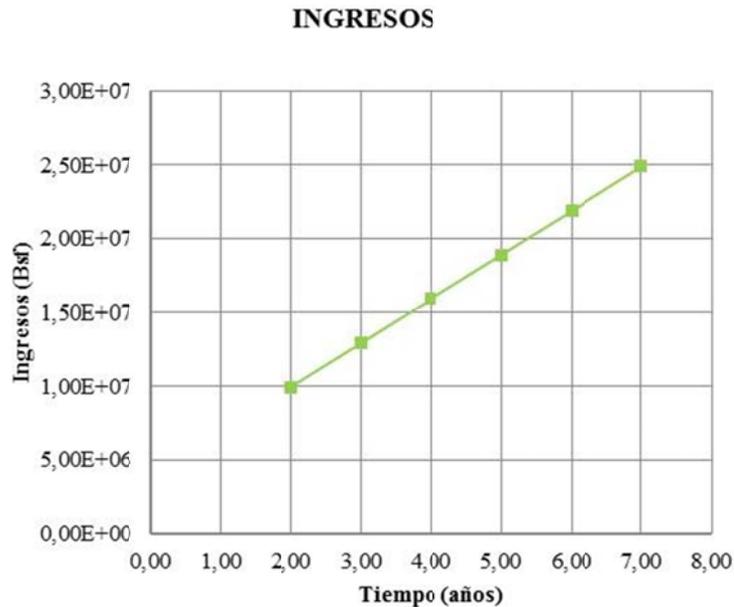


Gráfico N° 20. Ingresos anuales

7.7 Gastos de Operación

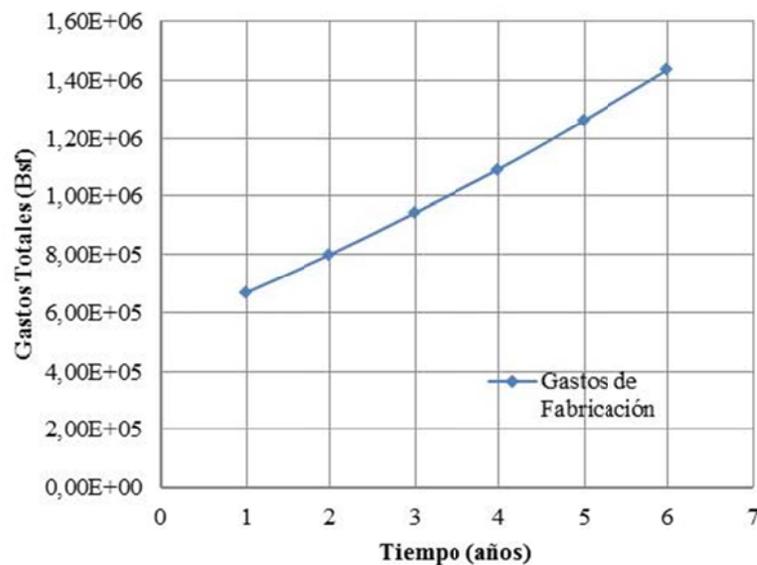
Para los procesos operacionales del SPA&POSADA se debe incurrir en una serie de gastos que se relacionan con el mismo proceso, estos gastos son los siguientes:

- ✓ *Seguridad Social*: De acuerdo a la Ley del Seguro Social, la posada debe gastar el 13% de la nómina anual en aportes para el sistema de seguridad social como un deber formal.
- ✓ *INCES*: Según el Reglamento de la Ley sobre el Instituto Nacional del Cooperación Educativa Socialista, se debe realizar aportes equivalentes a 8% anual de su nómina.
- ✓ *Régimen Prestaciones de Vivienda y Hábitat (anteriormente política Habitacional)*: también debe realizar aportes según la Ley del Régimen Prestacional de vivienda y hábitat por el 2% de la nómina anual.
- ✓ *Régimen prestacional de empleo (anteriormente paro forzoso)*: aporte del 2% de la nómina anual, al fondo de ayuda dineraria por pérdida involuntaria del empleo estipulado por la Ley.

Adicionalmente se deben tener presente los siguientes gastos:

- ✓ Comunicaciones
- ✓ Consumo de energía eléctrica
- ✓ Consumo de combustibles del vehículo para las excursiones
- ✓ Papelería
- ✓ Artículos de limpieza y de lencería.

Para una mejor visualización del desarrollo de los gastos de operación del Spa&Posada, la Gráfica N°21 muestra la proyección de los gastos en el tiempo.



Gráfica N° 21. Gastos de Operación anual

Los resultados del análisis de Gastos de Operación, se incluyen el Anexo, Cuadro 9.

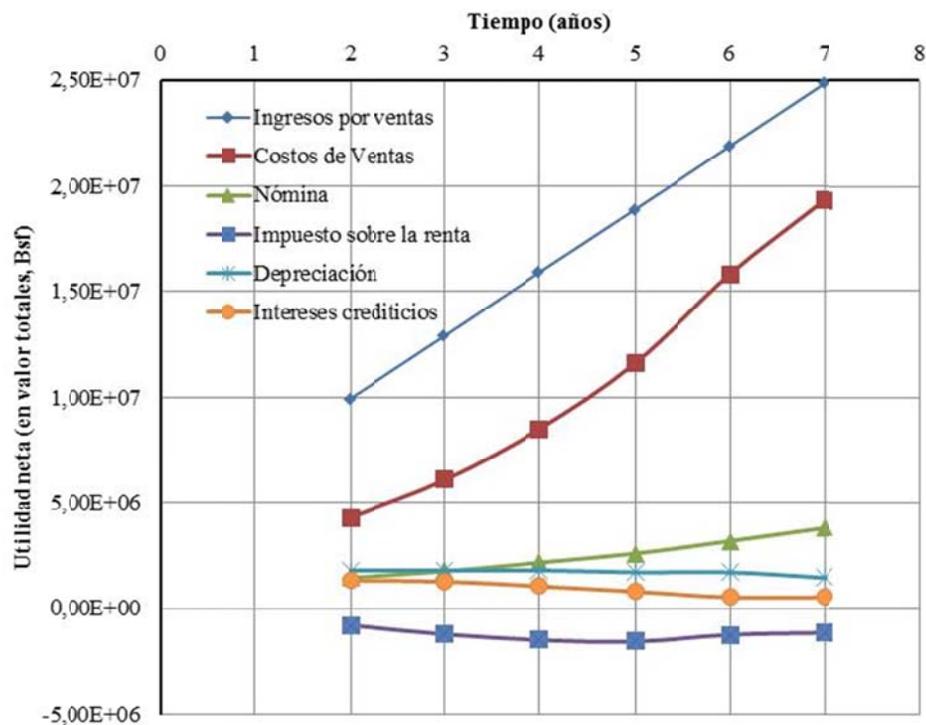
7.8 Estado de Resultados

En este punto se muestra la utilidad que tendrá la empresa durante la proyección de la inversión, por lo que se espera que los ingresos por venta de los servicios, aumente a medida que se incremente la capacidad instalada; de igual forma, se estima incrementen también los costos de ventas por inflación y operaciones, además de la nómina, ya sea por razones de ingresos a las nuevas plazas vacantes o por incrementos salariales de productividad, pagados anualmente.

Otra partida importante que se espera crezca con el transcurso del tiempo, es el impuesto sobre la renta, ya que el valor de la Unidad Tributaria varía anualmente en función de lo que establezca el ejecutivo nacional; para el cálculo realizado en el presente trabajo, se tomó como valor de la Unidad Tributaria BsF, 107,00.

Simultáneamente a los aumentos, la depreciación, amortización e intereses crediticios, se espera disminuyan con el tiempo, debido a que los activos poseen una vida útil superior a la proyectada y los intereses decrecen a medida que se amortiza el capital.

Para una mejor visualización del estado de resultados del Spa&Posada, la Gráfica N°22 muestra el desarrollo durante la proyección de la inversión de la utilidad neta, en valor total de las variables que lo integran.



Gráfica N° 22. Estado de Resultados

Los resultados del análisis del estado de resultados, se incluyen el Anexo, Cuadro 10.

7.9 Capital de Trabajo

Blanco (2007) asegura, que el capital de trabajo se utiliza para cubrir la brecha existente entre los egresos generados por el inicio de las operaciones y el momento en que se empieza a obtener los ingresos por operaciones.

La proyección se realiza durante los primeros quince meses de inicio de las operaciones, y se plantea mes a mes. Se consideró como producción mensual, aquella obtenida de la capacidad neta utilizada durante el segundo año del proyecto, con esto se garantiza un análisis desde el peor escenario, el cual corresponde al de mayor demora de llegada de los ingresos a caja, lo que permite evitar una posible insuficiencia. En este caso, el capital de trabajo fue de Bs. 18.819.738,63.

Los renglones analizados fueron todos aquellos que generan liquidez, por lo que no se incluyó el apartado de depreciación y amortización, pero si se incorporó la sección de amortizaciones de capital al préstamo recibido por terceros.

Los resultados del análisis de Capital de Trabajo, se incluyen el Anexo, Cuadro 11.

7.10 Flujo de Fondos

El flujo de fondos contiene la inversión inicial, los ingresos y los egresos del proyecto por período. De los resultados generados del análisis, se pudo observar, que los ingresos anuales van en incremento constante a partir del segundo año debido al mejoramiento de los servicios. Por otro lado, los egresos también van en aumento con cada año, ya que el propio mejoramiento requiere de mayores gastos. Sin embargo, el saldo en caja no evoluciona de forma creciente, lo que muestra que la relación año a año entre gastos y entradas no se presentan en las mismas proporciones, aunque el saldo al final de cada periodo se mantiene en un rango cerrado, tal como se muestra en el Gráfico 23.

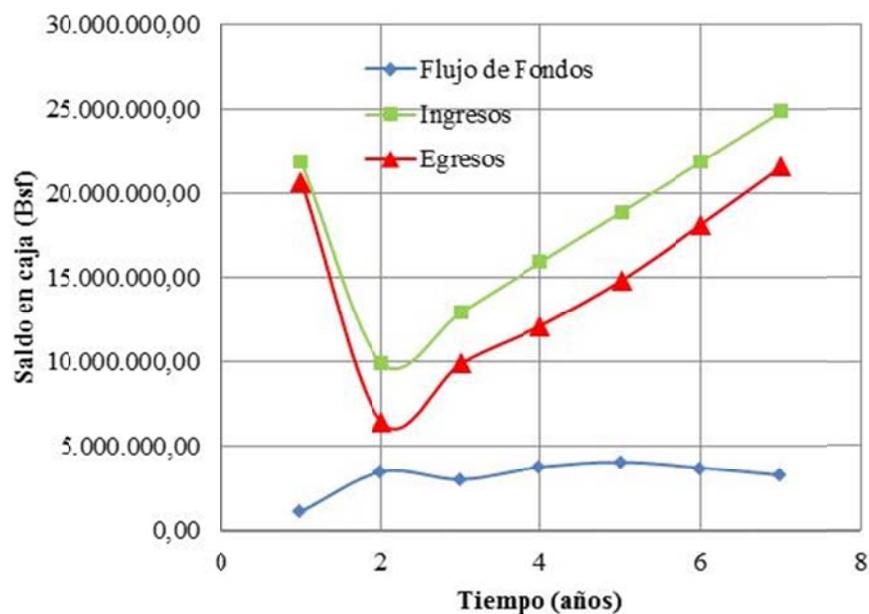


Gráfico N° 23. Flujo de fondos

El flujo de fondos, permitió generar dos (2) valores resaltantes de la evaluación económica y financiera del proyecto, los cuales son el valor presente neto y la tasa interna de retorno.

Los resultados del análisis de Flujo de Fondos, se incluyen el Anexo, Cuadro 12.

7.11 Valor Agregado

El valor agregado permite mostrar la contribución de los servicios prestados por el proyecto a la economía nacional, a través de la remuneración de los factores productivos.

Para la implantación y operatividad del proyecto de inversión del Spa&Posada, el valor porcentual que genera la producción bruta es del 54% para los seis años, lo que significa que, del total de los pagos efectuados a terceros para llevar a cabo su producción, la empresa pago el 54% de su valor a factores de producción que generarán una nueva demanda de bienes y servicios.

El total de los insumos entre la producción permite mostrar la relación porcentual que representa los pagos efectuados por la empresa a proveedores de insumos, en este proyecto, el Spa&Posada sólo cancelará el 46%, con lo que demuestra que, su rol de consumidor es similar al de productor, lo cual indica que aporta muy poco al crecimiento económico del país a corto plazo, sin embargo, esto cambiará a largo plazo, superado los siete años de iniciado el proyecto.

Los resultados del análisis de Valor Agregado, se incluyen el Anexo, Cuadro 13.

7.12 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio representa el valor porcentual que se establece de los costos fijos sobre los costos variables y los ingresos totales.

El objetivo del punto de equilibrio es mostrar que la capacidad de ingreso de la empresa no se vea arropado por el surgimiento de cualquier imprevisto. Lo ideal es que este valor porcentual sea bajo, en el caso particular del proyecto, este es de 56%, lo cual es medio. Este porcentaje equivale a que el servicio debe ofrecerse a 3341 personas, lo que es ajustadamente parecido a la capacidad neta utilizada durante el primer año, lo que a su vez, también iguala los ingresos por ventas.

Para el presente proyecto de inversión, los costos aumentan anualmente, al igual que los ingresos por ventas, tan como se pudo observar en el flujo de fondos, lo que también impacta en el comportamiento del punto de equilibrio año a año, tal como se muestra en la Gráfica 24, resultado que se considera aceptable y óptimo, a pesar de la variación, pudiendo destacar, que el comportamiento tenderá a mejorar a partir del año 7, cuando se cancele las deudas establecidas por el financiamiento de la inversión.

Los resultados del análisis de Punto de Equilibrio, se incluyen el Anexo, Cuadro 14.

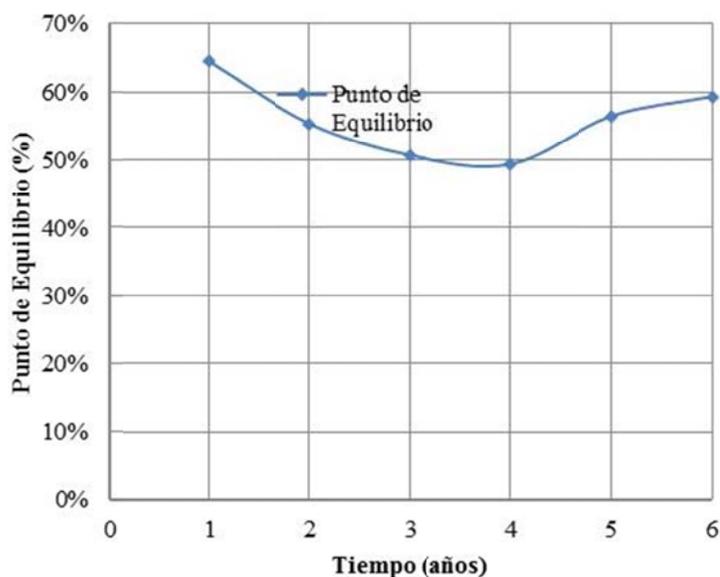


Gráfico N° 24. Flujo de fondos

7.13 Rentabilidad Financiera

La rentabilidad financiera viene dada por el valor presente neto y la tasa interna de retorno, variables que se calculan para el promotor del proyecto y para el negocio de inversión. Lo que en total se presentará dos valores para cada valor presente neto y para tasa interna de retorno, la diferencia entre ambos valores es que el promotor sólo considera el propio aporte de inversión, mientras que para el negocio se considera la inversión total.

Para el proyecto Spa&Posada los resultados fueron los siguientes:

| Variable | Promotor | Negocio |
|-----------------------------|--------------|---------------|
| Valor Presente Neto (Bsf) | 8.386.000,31 | -3.826.380,99 |
| Tasa Interna de Retorno (%) | 52,74 | 2,59 |

Tabla N° 18. Rentabilidad Financiera

Para el presente proyecto, los valores de rentabilidad sólo son atractivos para el caso del promotor, ya que la tasa interna de retorno proyecta recuperar la inversión en el tiempo en cuatro (4) meses de iniciadas las operaciones. Por otro lado, no existe una atractiva rentabilidad para el negocio, al contrario del promotor, el valor presente neto se muestra en valor negativo y proyecta recuperara la inversión en cuatro (4) años.

Los resultados del análisis de la Rentabilidad Financiera, se incluyen el Anexo, Cuadro 15.

Ante los resultados obtenidos, se puede decir que la factibilidad económica y financiera del proyecto se muestra comprometida, sin embargo, ante el crecimiento económico de la región y el interés del ejecutivo de mejorar la economía nacional a través de nuevas inversiones, y de aumentar el bienestar social de los venezolanos, el proyecto se transforma en una atracción ante el ejecutivo, y esto se ve reflejado en las bajas tasas de interés, ofrecidas para desarrollar este tipo de proyectos.

7.14. Análisis de Sensibilidad

El análisis de sensibilidad se paseó por varios escenarios, en mayor proporción, pesimistas, que muestran un desarrollo diferente del proyecto, esto con la intención de evaluar la solidez financiera del mismo y los efectos que generan sobre la rentabilidad.

Para el desarrollo del análisis se seleccionaron una serie de parámetros que influirán directamente en la rentabilidad del proyecto y con esto identificar los elementos que deben ser altamente controlables en el negocio. Estos parámetros son los siguientes:

- **Parámetros inflacionarios**
 - ✓ Activos importados
 - Tasa de cambio: Bsf por US\$
 - ✓ Tasa de interés anual nominal
 - ✓ Tasa a pagar por ISLR

- ✓ Unidad tributaria
- **Parámetros de ingresos**
 - ✓ Precio de Hotel
 - ✓ Precio de Spa
 - ✓ Precio de Restaurante y Bar
- **Parámetros de mercado**
 - ✓ % de capacidad utilizada (2do año)
 - ✓ Incremento anual de capacidad utilizada
- **Parámetros de técnicos**
 - ✓ Pérdida promedio en el proceso
 - ✓ % de hotel
 - ✓ % de Spa
 - ✓ % de Restaurante y Bar
- **Parámetros laborales**
 - ✓ Días laborables por mes
 - ✓ Incremento anual por productividad
- **Parámetros fiscales**
 - ✓ Aporte al Seguro Social Obligatorio
- **Parámetros socio-políticos**
 - ✓ % de prestaciones sociales

El análisis de sensibilidad, se desarrolló en las tres (3) fases propuestas por el profesor Adolfo Blanco y las mismas se hicieron de la siguiente forma:

- **Fase I**, los valores resultantes de todos los parámetros previamente seleccionados se variaron bajo criterio propio del tesista basado en las condiciones económicas, políticas y sociales del país actualmente, es permitió determinar la sensibilidad de cada parámetro con respecto a las condiciones esperadas o calculadas previamente. Esta fase de análisis mostró que el número variables críticas o muy sensibles es mayor para el negocio, es decir, mostró

que un 75% de las variables se vuelve crítica para el negocio, contra un 30% para el promotor. Esto se alinea con el análisis de rentabilidad, que aseguró un proyecto poco atractivo para el negocio.

De esta fase, se tomó las variables que se presentaron críticas para ambos inversores, las cuales resultaron en lo siguiente:

- ✓ Aumento de la tasa de interés anual nominal, si esta variable fuera afectada por la inflación o liberada a tasa de interés de microempresario, y aumentada al 25,70%, sería una variación del 150% que haría descender ambas Tasas Interna de Retorno (TIR) a -19,22% para el negocio y 4,62% para el promotor, lo que se traduce en incrementos de gastos por pagos más altos de intereses a terceros, lo que desdibuja cualquier elemento favorable al proyecto.
- ✓ Disminución del porcentaje de capacidad utilizada al segundo año, en este supuesto, donde la demanda de turistas descienda un 12% del proyectado y la capacidad utilizada varié a 35%, muestra un escenario aún más desfavorable para el negocio, sin embargo, mientras que para el promotor esta disminución sólo representaría un 20% menos del original.
- ✓ Disminución del precio del producto, para este caso se evaluó el precio más alto, representado por los servicios de hotelería, en cuyo supuesto se disminuyó un 20% del precio original, lo que vuelve a mostrar muy poca rentabilidad para el promotor, incluso con un VPN aún más grande en valores negativos, por otra parte, para el promotor también se torna una condición comprometedora, ya que esta disminución corresponde al 40% de la original.

Todo lo anterior puede observarse en la siguiente tabla:

| ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD FASE I | | | | | | | |
|--|---------------------|------------|---------------------|---------------------|-------------|-------------------|-------------|
| Cambio de magnitud de los parámetros seleccionados | | | | | | | |
| Clasificación de los Parámetros | Valor del parámetro | | Rangos de Variación | TIR Promotor | TIR Negocio | TIR Promotor | TIR Negocio |
| | Original | Modificado | | Valores Originales | | Valores Ajustados | |
| | | | | 52,74% | 2,59% | 35,16% | 1,73% |
| | | | | Valores Modificados | | | |
| Parámetros inflacionarios | | | | | | | |
| 1) Activos importados | | | | | | | |
| 1.1) Tasa de cambio: Bsf por US\$ | 6,30 | 8,19 | 30% | 52,03% | 2,24% | NO CRITICO | NO CRITICO |
| 2) Tasa de interés anual nominal | 10,28% | 25,70% | 150% | 4,62% | -19,22% | CRITICO | CRITICO |
| 3) Tasa a pagar por ISLR | 34% | 51% | 50% | 41,68% | -3,07% | NO CRITICO | CRITICO |
| 4) Unidad tributaria | 107,00 | 160,50 | 50% | 53,08% | 2,75% | NO CRITICO | NO CRITICO |
| Parámetros de ingresos | | | | | | | |
| 5) Precio de Hotel (Bsf) | 1.550,00 | 1.240,00 | -20% | 33,42% | -9,00% | CRITICO | CRITICO |
| 6) Precio de Spa (Bsf) | 405,00 | 324,00 | -20% | 47,96% | -0,14% | NO CRITICO | CRITICO |
| 7) Precio de Restaurante y Bar (Bsf) | 945,00 | 756,00 | -20% | 41,42% | -4,02% | NO CRITICO | CRITICO |
| Parámetros de mercado | | | | | | | |
| 8) % de capacidad utilizada (2do año) | 40% | 35% | -12% | 42,92% | -1,46% | NO CRITICO | CRITICO |
| 9) Incremento anual de capacidad utilizada | 12% | 6% | -50% | 36,15% | -10,64% | NO CRITICO | CRITICO |
| Parámetros de técnicos | | | | | | | |
| 10) Pérdida promedio en el proceso | 1% | 2,00% | 100,0% | 50,94% | 1,58% | NO CRITICO | CRITICO |
| 11) % de hotel | 40% | 30% | -25% | 34,81% | -8,12% | CRITICO | CRITICO |
| 12) % de Spa | 20% | 15% | -25% | 44,14% | -2,39% | NO CRITICO | CRITICO |
| 13) % de Restaurante y Bar | 40% | 30% | -25% | 34,81% | -8,12% | CRITICO | CRITICO |
| Parámetros laborales | | | | | | | |
| 14) Días laborables por mes | 30 | 27 | -10% | 52,60% | 2,52% | NO CRITICO | NO CRITICO |
| 15) Incremento anual por productividad | 20% | 30% | 50% | 39,20% | -15,08% | NO CRITICO | CRITICO |
| Parámetros fiscales | | | | | | | |
| 16) Aporte al Seguro Social Obligatorio | 13% | 20% | 50% | 51,87% | 2,11% | NO CRITICO | NO CRITICO |
| Parámetros socio-políticos | | | | | | | |
| 17) % de prestaciones sociales | 130% | 195% | 50% | 45,62% | -1,56% | NO CRITICO | CRITICO |

Tabla N° 19. Análisis de sensibilidad Fase I

Los valores resultantes del análisis se presentan de forma gráfica para una mejor comprensión de estos, tomando en cuenta sólo las variables que se mostraron comprometidas en la fase I y estableciendo diferentes escenarios que ayudan a comprender el análisis de sensibilidad y permite evaluar las características que hacen la variable crítica.

En total se evaluaron seis (6) escenarios, entre los cuales se estimó el esperado que resulta de la combinación de todas las condiciones dadas para el desarrollo económico y financiero emitido en puntos anteriores. El segundo escenario se denominó pesimista, en el cual se castigaron las variables en proporciones similares a las tendencias económicas actuales. El tercer escenario fue aquel donde el Valor Presente Neto alcanza un valor de cero (0). El cuarto escenario se evaluó como optimista real, en el que las variables se beneficiaron en proporciones similares a las

tendencias económicas actuales. El quinto escenario, muestra las variaciones resultantes de obtener una TIR igual a cero (0). Y por último, un sexto escenario, denominado optimista, donde se plantearon variaciones no apegadas a la realidad, y los datos utilizados para alimentar dichas gráficas, son los siguientes:

| Escenarios | | | | | | |
|-------------------------|---------------|----------------|--------------------------|---------------------------|--------------------------|--------------|
| Variables | Esperado | Pesimista | VPN _{negocio=0} | Optimista _{real} | TIR _{negocio=0} | Optimista |
| Capacidad instalada (%) | 40,00 | 35,00 | 50,00 | 60,00 | 37,00 | 70,00 |
| TIR Negocio | 2,59 | -1,46 | 10,26 | 12,01 | 0,00 | 21,13 |
| VPN Negocio | -3.900.000,00 | -5.735.000,00 | 0,00 | 815.000,00 | -4.970.000,00 | 5.400.000,00 |
| Tasa de interés (%) | 10,28 | 24,00 | 7,00 | 10,28 | 12,31 | 5,00 |
| TIR Negocio | 2,59 | -16,37 | 6,55 | 2,59 | 0,00 | 8,92 |
| VPN Negocio | -3.900.000,00 | -12.735.000,00 | 0,00 | -3.900.000,00 | -5.690.000,00 | 2.340.000,00 |
| Precio de venta (Bsf) | 1.550,00 | 1.240,00 | 1.800,00 | 1.700,00 | 1.473,00 | 2.000,00 |
| TIR Negocio | 2,59 | -9,00 | 9,87 | 7,10 | 0,00 | 14,97 |
| VPN Negocio | -3.900.000,00 | -8.300.000,00 | 0,00 | -1.665.000,00 | -4.940.000,00 | 2.660.000,00 |

Tabla N° 20. Análisis de escenarios

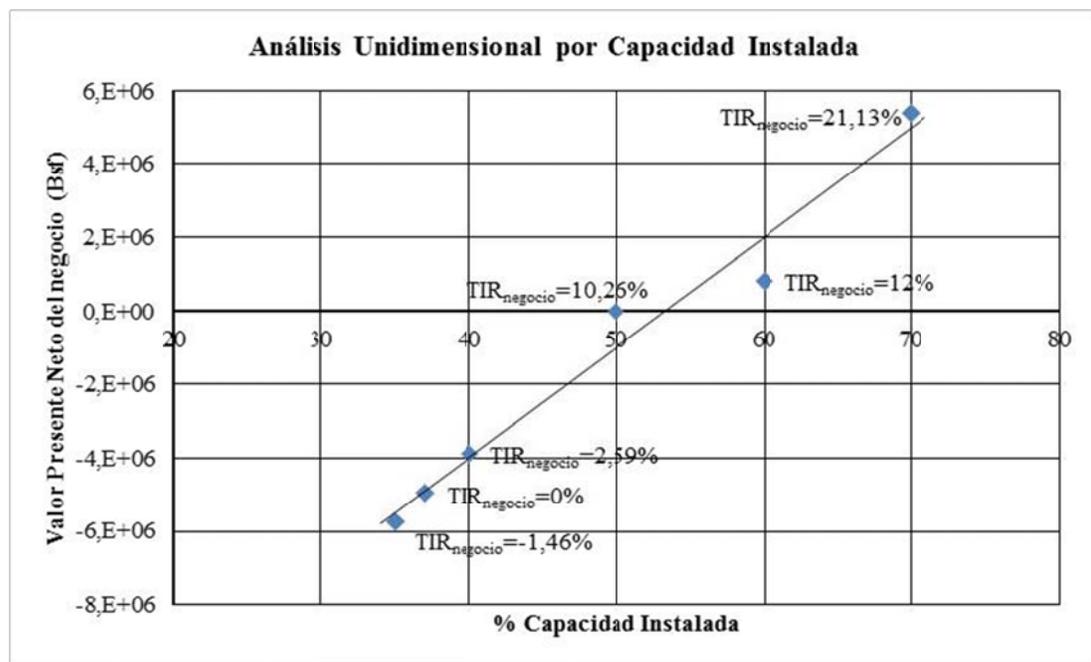


Gráfico N° 25. Análisis Unidimensional por capacidad instalada anual

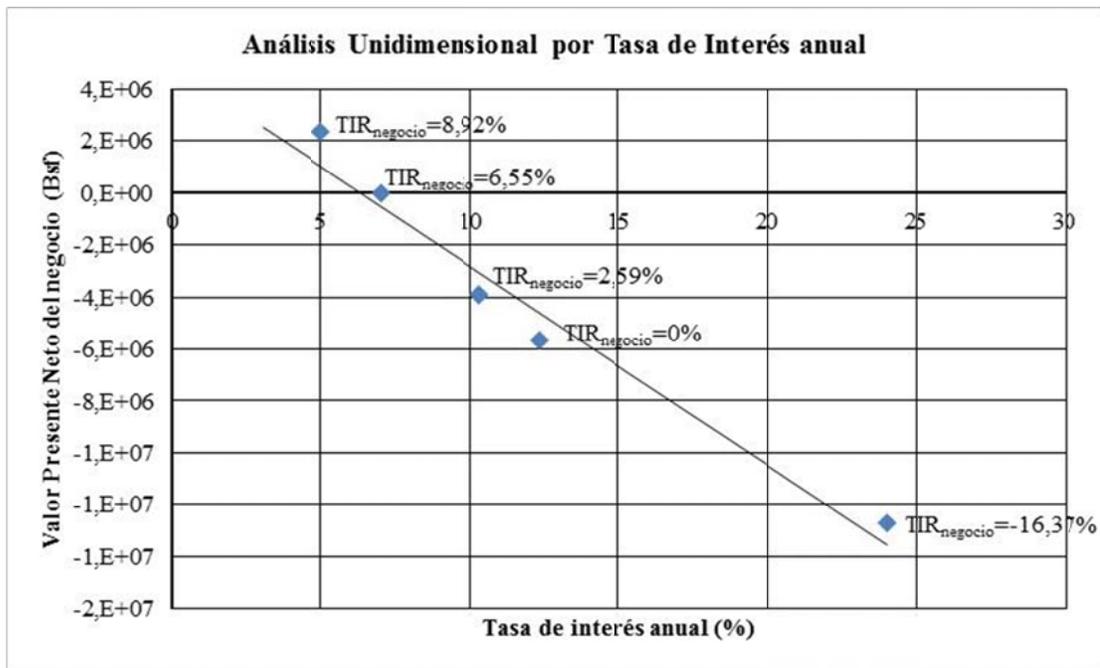


Gráfico N° 26. Análisis Unidimensional por Tasa de Interés anual

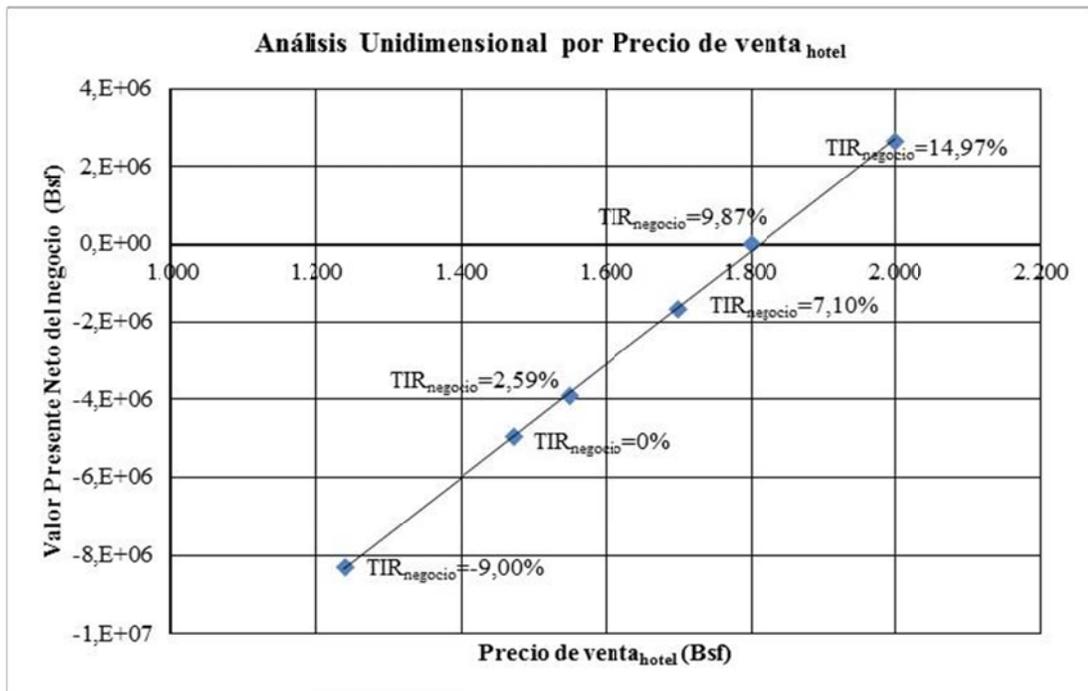


Gráfico N° 27. Análisis Unidimensional por Precio de Venta anual

- **Fase II**, se tomaron los parámetros críticos para ambos inversores y se indagó la variación de los mismos hasta lograr alcanzar que la TIR fuese igual a cero, logrando con esto recuperar la inversión realizada, pero a valor nominal, es decir, el dinero perdería su valor durante el tiempo que se haría la inversión. Durante esta fase se asignó un orden de prioridad en función del riesgo de cada uno de los 17 parámetros previamente seleccionados en la Fase I; el orden de prioridad se fijó según la sensibilidad del elemento ante la situación socio-política del país en la actualidad. Los resultados del análisis se enfocaron también en las variables que se mostraron comprometidas en la Fase I para ambos inversores, y los mismos fueron los siguientes:
 - ✓ Aumento de la tasa de interés anual nominal, esta variable es muy poco flexible y sólo podría ser incrementada al 12,31%, que representa una variación del 20% que haría descender la TIR a 0% para el negocio, sin embargo, la TIR del promotor sólo varía 13%, alcanzando un valor de 45,90%, lo que permite que el proyecto sea favorable para el promotor.
 - ✓ Disminución del porcentaje de capacidad utilizada al segundo año, en este caso, se logró descender el TIR del negocio a 0% con una disminución de la demanda de turistas de apenas el 8% del valor original, lo que sigue comprometiendo la inversión del negocio, mientras que para el promotor, su inversión se vería disminuida en apenas 12%, lo que vuelve a mostrar ventajismo ante el negocio.
 - ✓ Disminución del precio del producto, para los servicios de hotelería, al igual que en los dos (2) casos anteriores, el decremento permitido para alcanzar una TIR del negocio a 0% fue pequeño, apenas de un 5% del precio original, lo que vuelve a mostrar muy poca rentabilidad para el negocio. Para el promotor la condición no es tan comprometedora, ya que esta disminución corresponde al 9% de la original.

Todo lo anterior puede observarse en la siguiente tabla:

| ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD FASE II | | | | | | |
|--|---------------------|------------|---------------------|---------------------|-------------|---------------------------------------|
| Determinación del rango de variación de los parámetros seleccionados para una TIR del negocio igual a cero | | | | | | |
| Clasificación de los Parámetros | Valor del parámetro | | Rangos de Variación | TIR Promotor | TIR Negocio | Prioridad de riesgo de los parámetros |
| | Original | Modificado | | Valores Originales | | |
| | | | 52,74% | 2,59% | | |
| | | | | Valores Modificados | | |
| Parámetros inflacionarios | | | | | | |
| 1) Activos importados | | | | | | |
| 1.1) Tasa de cambio: Bsf por US\$ | | | | | | |
| 2) Tasa de interés anual nominal | 10,28% | 12,31% | 20% | 45,90% | 0,00% | 1 |
| 3) Tasa a pagar por ISLR | 34% | 41,9% | 23% | 47,63% | 0,00% | 9 |
| 4) Unidad tributaria | | | | | | |
| Parámetros de ingresos | | | | | | |
| 5) Precio de Hotel (Bsf) | 1.550,00 | 1.473,00 | -5% | 48,20% | 0,00% | 3 |
| 6) Precio de Spa (Bsf) | 405,00 | 328,00 | -19% | 48,20% | 0,00% | 4 |
| 7) Precio de Restaurante y Bar (Bsf) | 945,00 | 868,00 | -8% | 48,20% | 0,00% | 5 |
| Parámetros de mercado | | | | | | |
| 8) % de capacidad utilizada (2do año) | 40% | 36,8% | -8% | 46,40% | 0,00% | 2 |
| 9) Incremento anual de capacidad utilizada | 12% | 10,6% | -12% | 49,28% | 0,00% | 6 |
| Parámetros de técnicos | | | | | | |
| 10) Pérdida promedio en el proceso | 1% | 3,65% | 265% | 48,16% | 0,00% | 13 |
| 11) % de hotel | 40% | 37,35% | -7% | 48,20% | 0,00% | 10 |
| 12) % de Spa | 20% | 17,35% | -13% | 48,20% | 0,00% | 11 |
| 13) % de Restaurante y Bar | 40% | 37,35% | -7% | 48,20% | 0,00% | 12 |
| Parámetros laborales | | | | | | |
| 14) Días laborables por mes | | | | | | |
| 15) Incremento anual por productividad | 20% | 29% | 46% | 50,02% | 0,00% | 8 |
| Parámetros fiscales | | | | | | |
| 16) Aporte al Seguro Social Obligatorio | | | | | | |
| Parámetros socio-políticos | | | | | | |
| 17) % de prestaciones sociales | 130% | 172% | 32% | 48,15% | 0,00% | 7 |

Tabla N° 21. Análisis de sensibilidad Fase II

Fase III, permitió reflejar un escenario realista para cada parámetro crítico, escenarios particularmente pesimistas en comparación con el original y en variación simultánea y no individual, esto sobre las mismas variables que se mostraron comprometidas en la Fase I. Los parámetros seleccionados se le aplicaron una adecuación porcentual real sobre la original, que puede presentarse en cualquier momento durante las operaciones del proyecto. Estos ajustes correspondieron a un aumento del 130% en la tasa de interés anual nominal, disminución del porcentaje de la capacidad utilizada al segundo (2do) año de operaciones del 20% y una disminución del 10% en el precio de venta del hotel. Con todos los ajustes realizados, las TIR correspondientes al negocio y al promotor, se colocaron en basta desventaja con relación a la original, ambas tasas reflejan valores negativos. Estos resultados se presentan en la siguiente tabla:

| ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD FASE III | | | | | | |
|---|---------------------|------------|---------------------|---------------------|-------------|---------------------------------------|
| Determinación de una TIR del negocio negativa por acumulación de parámetros | | | | | | |
| Clasificación de los Parámetros | Valor del parámetro | | Rangos de Variación | TIR Promotor | TIR Negocio | Prioridad de riesgo de los parámetros |
| | Original | Modificado | | Valores Originales | | |
| | | | | 52,74% | 2,59% | |
| | | | | Valores Modificados | | |
| | | | | -21,85% | -35,74% | |
| Parámetros inflacionarios | | | | | | |
| 1) Activos importados | | | | | | |
| 1.1) Tasa de cambio: Bsf por US\$ | | | | | | |
| 2) Tasa de interés anual nominal | 10,28% | 24% | 130% | 9,93% | -16,37% | 1 |
| 3) Tasa a pagar por ISLR | | | | | | |
| 4) Unidad tributaria | | | | | | |
| Parámetros de ingresos | | | | | | |
| 5) Precio de Hotel (Bsf) | 1.550,00 | 1.395,00 | -10% | 43,53% | -2,75% | 3 |
| 6) Precio de Spa (Bsf) | | | | | | |
| 7) Precio de Restaurante y Bar (Bsf) | | | | | | |
| Parámetros de mercado | | | | | | |
| 8) % de capacidad utilizada (2do año) | 40% | 32% | -20% | 37,13% | -3,92% | 2 |
| 9) Incremento anual de capacidad utilizada | | | | | | |
| Parámetros de técnicos | | | | | | |
| 10) Pérdida promedio en el proceso | | | | | | |
| 11) % de hotel | | | | | | |
| 12) % de Spa | | | | | | |
| 13) % de Restaurante y Bar | | | | | | |
| Parámetros laborales | | | | | | |
| 14) Días laborables por mes | | | | | | |
| 15) Incremento anual por productividad | | | | | | |
| Parámetros fiscales | | | | | | |
| 16) Aporte al Seguro Social Obligatorio | | | | | | |
| Parámetros socio-políticos | | | | | | |
| 17) % de prestaciones sociales | 130% | 150% | 15% | 50,50% | 1,32% | 7 |

Tabla N° 22. Análisis de sensibilidad Fase III

CAPITULO VIII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El objetivo principal de cualquier proyecto de inversión es satisfacer una necesidad en forma eficiente a través de la creación de bienes y/o servicios, por lo que es importante formular y evaluar de forma adecuada dicho proyecto, lo cual también permitirá conocer el costo de la inversión que, a su vez, permitirá conocer la rentabilidad del proyecto.

Es por lo anterior, que el presente trabajo de investigación tuvo como finalidad el estudio de la factibilidad técnica, económica y financiera ante la creación de una posada ecoturística en el Estado Miranda, para lo cual a través de las características técnicas, económicas y financieras del proyecto se realizó un análisis profundo del mercado actual y se dio a conocer la rentabilidad, tanto del promotor como del negocio, a fin de garantizar el éxito de la inversión.

El estudio del mercado verificó que el servicio ofrecido es factible, ya que cuenta con una demanda actual importante, a pesar de contar con un número de competidores significativos, ya que ninguno de estos presta el servicio planteado en esta investigación. La oferta brindada actualmente en el mercado se asemeja parcialmente con la propuesta, lo que permite distinguir que el propio servicio, por sí mismo, es la fortaleza más importante ante los competidores.

Por otra parte, el mismo estudio de mercado y la aplicación del instrumento, permitió identificar dos de las oportunidades significativas para el proyecto de inversión, una es el crecimiento turístico de la región y la segunda es la tendencia actual de la sociedad de tener una vida sana y relajada, adicional a la preferencia ante cualquier otra opción de una posada en la playa con el servicio de Spa integrado. En

contraposición, la amenaza sustancial es representada por la fluctuación de la economía nacional, ante la incertidumbre socio-política que vive el país actualmente.

Hoy existe una demanda suficientemente importante para llevar a cabo el proyecto, ya que presentan múltiples necesidades insatisfechas correspondientes al sector turismo y, específicamente en el contexto del eco-turismo y Spa, razones para implantar de manera exitosa el proyecto. Esta demanda fue comprobada por las estadísticas publicadas por la gobernación y por el propio instrumento aplicado y desarrollado en el presente trabajo de investigación.

El análisis técnico, muestra los distintos procesos que formarán el proyecto y determinan los servicios ofrecidos, así como también, presenta los diferentes componentes que integran el Spa&Posada y lo hacen un proyecto distintivo y eficiente, sin dejar de lado, las facilidades y restricciones de los elementos que afectan de forma directa e indirecta cualquier fase o proceso. Todo lo anterior, considerando también los resultados del estudio de mercado.

El análisis técnico y de mercado concluyeron, que el propio concepto del Spa&Posada lo hace característico ante sus competidores, de tal forma, que los clientes identificarán la posada no solamente por la calidad y el buen servicio, sino por la distinción de sus productos.

Otra conclusión importante del análisis técnico, permite afirmar que el concepto excepcional que ofrece el proyecto, es de incalculable valor para la sociedad y, sobre todo, para el medio ambiente, ya que actualmente se hace necesario a nivel mundial, un uso racional de los recursos naturales y la integración de la población a los programas ecológicos, que pueden ser incorporados en cualquiera de los procesos productivos convencionales y altamente conocidos.

El estudio económico y financiero desarrollado para el Spa&Posada Tierra Mística, presentó datos considerables para las partes involucradas en la inversión, datos que corresponde a los ingresos resultantes de la operación del negocio, los cuales

identificaron las variables más sensibles del estudio, sobre las cuales se determinó las posibles variaciones límites que permitirán una implantación exitosa del proyecto.

La capacidad instalada y utilizada, asignada a la investigación, considera la demanda establecida en la región y permite mantener un nivel de servicio que cubre las expectativas del turista de la región, incluso en temporadas altas, adicionalmente, cubre también la falta de oferentes en temporadas bajas.

El aporte de terceros, es absolutamente necesario se realice a través de créditos especiales identificados con el sector turismo, sobre todos los ofrecidos por instituciones bancarias relacionadas con el estado, ya que estas son las que ofrecen las mejores tasas de interés para este tipo de proyectos. Las tasas de interés ofrecidas por el Banco del Tesoro, es la mejor que brinda el mercado actualmente.

El proyecto generará dieciocho (18) empleos directos y el desarrollo proporcional de la nómina en las categorías de empleados comunes y especializados, contribuirá a generar una vacante anual para emplear un habitante de la zona. Los empleados contarán con los beneficios de ley, estabilidad laboral, bienestar social e incremento anual por productividad.

La utilidad del negocio tiene un comportamiento en franco crecimiento durante el período de operación del proyecto, garantizando con esto un flujo de caja que permite una constante mejoría para un excelente servicio, así como el cumplimiento de todas las obligaciones previamente establecidas para el propio desarrollo del proyecto.

El valor agregado que genera la producción bruta es del 54%, lo que identifica a la empresa como generadora y consumidora de bienes y servicios, lo que contribuye con la economía del país a través de un sistema de retroalimentación realizado mediante los pagos de rentas correspondientes y consumidora de insumos suministrados por otros inversionistas.

El total de los insumos entre la producción permite mostrar la relación porcentual que representa los pagos efectuados por la empresa a proveedores de insumos, en este proyecto, el Spa&Posada sólo cancelará el 46%, con lo que demuestra que, su rol de consumidor es similar al de productor, lo cual indica que aporta muy poco al crecimiento económico del país a corto plazo, sin embargo, esto cambiará a largo plazo, superado los siete años de iniciado el proyecto.

El punto de equilibrio establece que la capacidad de ingreso de la empresa se puede ver comprometida ante el surgimiento de algún imprevisto, sin embargo, los controles establecidos para mantener las variables, asegurarían un buen desempeño de la empresa ante cualquier evento inesperado.

La tasa interna de retorno (TIR) del negocio, conceptualmente se considera nada favorable para la empresa, sin embargo, si las instituciones del estado e incluso los agentes bancarios públicos fueran los financiadores del proyecto, esta condición dejaría de ser desfavorables, ya que la creación del proyecto se vería retribuida inmediatamente a la nación con la creación de puestos de trabajo, la creación de un servicio de calidad que aumentaría las visitas a la localidad, trayendo consigo demandas sobre los otros servicios ya establecidos.

Por otra parte, el cálculo desarrollado en el estudio económico y financiero, considera un pago en siete años del crédito solicitado, sin embargo, esto puede extenderse hasta quince años, que es el tiempo máximo ofrecido por la institución bancaria, condición que mejoraría ampliamente la TIR del negocio haciendo el proyecto más atractivo para cualquier inversor.

El análisis de sensibilidad demostró que uno de los factores más crítico del proyecto es la tasa de interés anual nominal, la cual se presenta con un valor excesivamente bajo cuando se compara con otras tasas ofrecidas para proyectos de inversión. Esta condición envuelve al proyecto en una situación crítica ya que no permite variación, incluso requeriría ser disminuida para hacer la oferta más atractiva para los inversores

con respecto al valor presente neto. Otro factor crítico que no permite decrementos considerables, es el precio de venta del producto.

Finalmente, los resultados del estudio, establecen que la factibilidad de la implantación y puesta en marcha del Spa&Posada, se muestra comprometida por factores importantes, que deben ser controlados para hacer el proyecto beneficioso para todas las partes.

En conclusión, la creación del Spa&Posada Tierra Mística en el estado Miranda no se presenta como un negocio atractivo, sin embargo, para que este lo sea y aumentar la rentabilidad de la inversión, será necesario aplicar las siguientes recomendaciones:

- Realizar el estudio económico y financiero, considerando diez y quince años de operación del proyecto para verificar si la Tasa Interna de Retorno (TIR) aumenta y se transforma atractiva para el negocio, proponiendo un proyecto de desarrollo a largo plazo.
- Es absolutamente importante no pasar por alto ningún aspecto jurídico y legal establecido para la creación del proyecto, como la conformación legal de la empresa, la conformación de socios y la implantación misma del proyecto.
- Un plan de negocio bien desarrollado, facilitará la venta de la idea a los inversionistas, sobre todo en el caso de las instituciones bancarias, que dependen del sector al que pertenezca (público o privado) requerirán de un enfoque diferente. Para este proyecto específico, se recomienda la institución bancaria del Banco del Tesoro como financiador potencial.
- Proponer al estado un programa de concientización de la comunidad y turistas, la importancia del manejo eficiente de los recursos naturales, que permita la convivencia del hombre con la naturaleza.
- En todo momento se debe tener cuidado ante los niveles inflacionarios a los que el país ha estado los últimos años y que, actualmente, se proyecta como en incremento, por lo que hay que tener precaución con las variables evaluadas en

el análisis de sensibilidad, ya que todas se verían seriamente afectadas por este sólo factor.

- La empresa debe mantener controlado los gastos y costos, tal como se le presentó en el estudio económico y financiero, para evitar insuficiencia de fondos que garanticen el desarrollo del Spa&Posada Tierra Mística.
- Es rentable tomar en cuenta la comunidad de Tacarigua de la Laguna al momento de establecer alianzas de servicios y en la búsqueda de proveedores de insumos, así la empresa cumpliría con la responsabilidad social empresarial que le demanda el estado.
- Ofrecer el concepto del proyecto al estado, contribuiría con el incentivo de crear conciencia ecológica y particularmente la creación de espacios recreacionales que incorporen al usuario con la naturaleza en forma armónica.
- Al establecer el negocio, se debe motivar a los involucrados en él, a fin de lograr a través de incentivos económicos y un buen clima laboral, sentido de pertenencia con el proyecto, lo que repercutirá beneficiosamente sobre el empleador, los usuarios y el propio proyecto.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- ✓ Blanco A., (2010). Formulación y Evaluación de Proyectos. (octava edición) Venezuela: Editorial Texto c.a.
- ✓ Project Management Institute (PMI). (2008). Guía de los fundamentos de la dirección de proyectos. 4ta Edición. Estados Unidos de America.
- ✓ Fennell, D. (1999). Ecoturismo: An Introduction. Estados Unidos de América.
- ✓ Valerino, Yáber y Otros. (2010). Metodología de la Investigación. Venezuela. .
- ✓ Balestrini, M. (2002). Como se elabora El Proyecto de Investigación. Venezuela.
- ✓ Sabino, C. (1.996). El Proceso de Investigación. Venezuela. Editorial: Panapo.
- ✓ Hernández, Fernández y Batista. (2010). Metodología de la Investigación, México, Mac Graw-Hill.
- ✓ Villalba, J. Menú Estratégico. El arte de la guerra competitiva. Caracas. Ediciones IESA (Reimpresión 2006).
- ✓ Rebolledo, H. (2.005). Estudio de Factibilidad para la construcción y funcionamiento de una posada turística en Ciudad Bolívar, Estado Bolívar. Dirección General de los Estudios de Postgrado, UCAB. Puerto Ordaz.
- ✓ Gutiérrez, J. (2.008). Estudio de Factibilidad para la instalación de una posada ecoturística en el pueblo de Chirimena ubicado en el Estado Miranda. Dirección General de los Estudios de Postgrado, UCAB. Caracas.
- ✓ Ahmar, E. (2.007). Elaboración del Plan Maestro para Proyectos de Viviendas Multifamiliares Típicas desde el punto de vista de La Empresa Promotora. Dirección General de los Estudios de Postgrado, UCAB. Caracas.

- ✓ Gamboa y Segura, (2.009). Plan de Negocios para La Instalación de un Spa Destino en el Sector Playa Culi, Estado Sucre. Escuela de Administración, UDO. Cumaná.
- ✓ Universidad Pedagógica Experimental Libertador UPEL (Reimpresión 2006). Manual de Trabajos de Grado de Especialización y Maestría y Tesis Doctorales. FEDUPEL.
- ✓ Ascanio, A. (abril 2012). Turismo y desarrollo de la comunidad: Una Experiencia, Venezuela. Consultado el 9/04/2012.
- ✓ Ascanio, A. (2006). El Proyecto Hotelero y otros Proyectos Turísticos. Venezuela. Recuperado el 18/03/2012 de la world web: <http://alfredoascanio.blogspot.com>
- ✓ Ministerio del Poder Popular para el Turismo. Oficina de Sistemas y Tecnología de Información (2010). Venezuela. Recuperado el 18 de marzo 2012 de la world web: www.mintur.gob.ve.
- ✓ Instituto Nacional para la Capacitación y Recreación de los Trabajadores. (sin fecha) Venezuela. Recuperado el 21/02/2012 de la world web: www.incret.gob.ve
- ✓ Corporación de turismo del estado Lara. Cortulara. (sin fecha). Venezuela. Recuperado el 21/02/2012 de la world web: www.cortulara.gob.ve/pdf/normaposadas.pdf
- ✓ ARQHYS Arquitectura. Republica Dominicana. Recuperado el 21/02/2012 de la world web: www.arqhys.com/contenidos/hoteles-historia.html
- ✓ Ecoturismo KUYIMA. México. Recuperado el 21/02/2012 de la world web: www.kuyima.com/seco/concepts.html

- ✓ Instituto Nacional de Estadística. (2011). Venezuela. Recuperado el 28/02/2012 de la world web: www.ine.gov.ve/
- ✓ Gobernación del Estado Bolivariano de Miranda. (2012). Venezuela. Recuperado el 9/04/2012 de la world web: www.miranda.gob.ve/turismo/index.php?option=com_content&view=article&id=1124&Itemid=244
- ✓ Sucre Turismo. Venezuela. Recuperado el 18/03/2012 de la world web: www.sucreturismo.gob.ve/institucional/leyes/Ley_Credito_Turismo.pdf
- ✓ Fundación por la Socialdemocracia de las Américas, A.C. (2006). México. Recuperado el 21/03/2012 de la world web: www.fusda.org/Revista%2014/Revista14-2%20ELTURISMOYEL%20DESARROLLONACIONALSUSTENTABLE.pdf
- ✓ deGerencia.com. Gerencia y Negocio de Hispano América (2009). México. Recuperado el 14/06/2012 de la world web: www.degerencia.com/articulo/proyectos_de_inversion_de_capital
- ✓ Tuinmueble.com. (abril 2013). Venezuela. Recuperado el 22/04/2013 de la world web: http://articulo.tuinmueble.com.ve/MLV-42944952-terreno-en-venta-en-miranda-costa-mirandina-_JM
- ✓ El Mundo. (abril 2011). Venezuela. Recuperado el 05/05/2013 de la world web: www.elmundo.com.ve/noticias/finanzas-personales/recomendaciones/%C2%BFen-que-clase-social-se-ubica-usted-.aspx
- ✓ El Universal (junio 2011). Venezuela. Recuperado el 05/05/2013 de la world web: www.eluniversal.com/2011/06/17/estrato-social-e-arropa-a-441-de-la-poblacion-venezolana.shtml

- ✓ El Universal. (abril 2013). Venezuela. Recuperado el 05/05/2013 de la world web: <http://www.eluniversal.com/caracas/semana-santa-2013/130402/356-millones-de-bolivares-dejo-la-semana-santa-a-barlovento>
- ✓ Constitución de la República Bolivariana de Venezuela: Publicada en Gaceta oficial N° 5.453 en el año 2000.
- ✓ Ley Orgánica del Ambiente: Publicada en Gaceta oficial N° 5.833 en el año 2006.
- ✓ Ley Orgánica de Turismo: Publicada en Gaceta oficial N° 5.889 en el año 2008.
- ✓ Reglamento Parcial de la Ley Orgánica de Turismo para Establecimientos de Alojamiento: Publicado en Gaceta oficial N° 36.607 en el año 1998.
- ✓ Ley de Crédito para el Sector Turismo: Publicado en Gaceta oficial N° 39.251 en el año 2.009.
- ✓ Resoluciones 068, “Tabulador de Servicios para las Categorías de los Establecimientos de Alojamiento Turístico: Hotel de Turismo”, Publicado en Gaceta oficial N° 5.202 en el año 1.997.
- ✓ Plan de Ordenamiento Territorial del Estado Bolivariano de Miranda: Publicado en Gaceta Oficial del estado Miranda 3.536 en el año 2.011
- ✓ Ley Orgánica de Prevención, Condiciones y Medio Ambiente de Trabajo (LOPCYMAT): Publicado en Gaceta oficial N° 38.236 en el año 2.005.

ANEXOS

MODELO DE ENCUESTA

Encuesta

Estimado encuestado el siguiente instrumento de comunicación, pretende recoger información estrictamente académica, de carácter confidencial y de uso exclusivo para el Trabajo Especial de Grado titulado:

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA INSTALACIÓN DE UN SPA-POSADA EN TACARIGUA DE LA LAGUNA UBICADO EN EL ESTADO MIRANDA

Por favor marque con una X la(s) respuesta(s) que mejor reflejen su opinión:

Edad: 18-29 30-39 40-49 50-más Sexo Masculino Femenino

1.- ¿Le gustan los Spa?

SI NO

2.- ¿Cuántas veces al año usted visita un Spa?

Nunca Muy poco (1) Pocas (2) Frecuentemente (3 o más)

3.- ¿Cuáles SPA ha visitado?

4.- ¿Qué factores influyen para elegir un SPA?

Programa Atención Calidad Precio Cercanía a su localidad Ha sido una opción en sus vacaciones

Otros, especifique: _____

5.- ¿Qué tipo de tratamiento ha recibido en estos establecimientos?

Masajes Terapéuticos Lodo orgánico Carboxiterapia Chocolaterapia Mesoterapia Vinoterapia Piedras Calientes

Otros, especifique: _____

6.- ¿De qué otros tratamientos le gustaría disponer en estos establecimientos?

Flores de Bach Reiki Parafango Fango termal

Otros, especifique: _____

7.- ¿Qué espera encontrar cuando visita un spa?

Salud Belleza Relajación Otros, especifique: _____

Encuesta

8.- ¿Le gustaría contar con un SPA cerca de su localidad?

SI NO En que estado reside: _____

9.- ¿Además de los servicios mencionadas anteriormente, le gustaría disfrutar con un spa que ofrezca hospedaje temporal?

SI NO

10.- ¿Qué tipo de alojamiento es de su preferencia?

Hotel Posada Cabaña Otros, especifique: _____

11.- ¿Qué tipo de ambiente le agrada más para disfrutar de sus momentos de relajación y esparcimiento?

Montaña Playa Ciudad Otros, especifique: _____

12.- ¿Con cual servicio le gustaría contar al momento de disfrutar del spa con alojamiento?

Atención amable y personalizada Tratamientos corporales con productos naturales Seguridad y tranquilidad
 Terapias alternativas (meditación, yoga, pilates, Tai Chi, Reflexología) Alimentación balanceada y nutritiva
 Todas las anteriores Otros, especifique: _____

13.- ¿Qué servicio considera indispensable al momento de seleccionar un lugar para descansar?

Habitaciones limpias y ordenadas Áreas verdes Restaurante Áreas de esparcimiento Gimnasio
 Estacionamiento con vigilancia Piscina Área comercial Todos los anteriores
 Otros, especifique: _____

14.- ¿En qué rango de precio consideraría invertir para disfrutar de forma integrada del Spa & Posada por una (1) noche de alojamiento, recibir un (1) tratamiento típico de Spa, alimentación, seguridad y disfrute de áreas comunes?

800 - 1.200 Bs 1.200 - 1.600 Bs 1.600 - 2.000 Bs

Gracias por su atención

EVALUACIÓN ECONÓMICO-FINANCIERA

CUADRO 1. CAPACIDAD INSTALADA Y UTILIZADA

| Descripción | Bases de Cálculos | 1er Año | 2do Año | 3er Año | 4to Año | 5to Año | 6to Año | 7mo Año |
|---------------------------------------|-------------------|---------|---|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Capacidad Instalada | | | | | | | | |
| en % | 100% | | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Capacidad instalada/ día | 44 | | 44 | 44 | 44 | 44 | 44 | 44 |
| Capacidad instalada/ año | 197 | | 8.668 | 8.668 | 8.668 | 8.668 | 8.668 | 8.668 |
| Capacidad Utilizada | | | | | | | | |
| en % | 40% | | 40% | 52% | 64% | 76% | 88% | 100% |
| Persona atendida por día | | | 18 | 22,9 | 28,2 | 33,4 | 38,7 | 44,0 |
| Persona atendida por año | | | 3.467 | 4.507 | 5.548 | 6.588 | 7.628 | 8.668 |
| Pérdida en el Proceso | 1,00% | | -35 | -45 | -55 | -66 | -76 | -87 |
| Capacidad Neta Utilizada | | | 3.432,53 | 4.462,29 | 5.492,04 | 6.521,80 | 7.551,56 | 8.581,32 |
| Distribución de Productos | | | | | | | | |
| Hotel | 40% | | 1.373 | 1.785 | 2.197 | 2.609 | 3.021 | 3.433 |
| Spa | 20% | | 687 | 892 | 1.098 | 1.304 | 1.510 | 1.716 |
| Restaurant | 40% | | 1.373 | 1.785 | 2.197 | 2.609 | 3.021 | 3.433 |
| PRODUCCION TOTAL | | | 3.432,53 | 4.462,29 | 5.492,04 | 6.521,80 | 7.551,56 | 8.581,32 |
| Parámetros | | | | | | | | |
| Porcentaje de cap. Instalada/ año | | | 100% de la capacidad total de la empresa | | | | | |
| Capacidad instalada/ día | | | 44 Persona atendida por día | | | | | |
| % cap. utilizada inicio operación | | | 40% de la capacidad instalada. | | | | | |
| Incremento anual de la cap. Utilizada | | | 12% de incremento anual. | | | | | |
| Pérdida promedio en el proceso | | | 1,00% de pérdida del material bruto producido | | | | | |
| Hotel | | | 40% distribución de productos | | | | | |
| Spa | | | 20% distribución de productos | | | | | |
| Restaurant | | | 40% distribución de productos | | | | | |
| Turnos de Trabajo Diario | | | 3 turno de trabajo por día. | | | | | |
| Días Laborables * mes | | | 30 días laborables por mes | | | | | |
| Meses * año | | | 9,0 meses por año. | | | | | |
| Días laborables * año | | | 270 días laborables por año. | | | | | |

CUADRO 2A. INFRAESTRUCTURA Y ESTRUCTURA

| Descripción | Unidad Utilizada | Unidades Totales | Costo Unitario | Costo Total |
|---------------------------------------|-------------------------|-------------------------|-----------------------|----------------------|
| Terreno | m ² | 21.000,00 | 71,43 | 1.500.000,00 |
| Filtro purificador de agua | unidad | 20,00 | 300,00 | 6.000,00 |
| Manejo de Desechos sólidos | m ³ | 270,00 | 80,00 | 21.600,00 |
| Planta eléctrica | unidad | 1,00 | 80.000,00 | 80.000,00 |
| Equipos Fotovoltaicos. | unidad | 15,00 | 5.000,00 | 75.000,00 |
| Aires acondicionados 12000 BTU | unidad | 18,00 | 7.000,00 | 126.000,00 |
| | | | | 1.808.600,00 |
| Obras Civiles y Edificaciones | | | | |
| Jacuzzi | Unidad | 1,00 | 136.000,00 | 136.000,00 |
| Piscina | Unidad | 1,00 | 3.000.000,00 | 3.000.000,00 |
| Spa | m ² | 105,00 | 6.500,00 | 682.500,00 |
| Hotel | m ² | 1.550,00 | 6.500,00 | 10.075.000,00 |
| Restaurant | m ² | 160,00 | 6.500,00 | 1.040.000,00 |
| Sección privada y vigilancia | m ² | 100,00 | 6.500,00 | 650.000,00 |
| Costo Edificaciones | | | | 15.447.500,00 |
| Mobiliario y Equipo de Oficina | Suma Global | 1,00 | 370.000,00 | 370.000,00 |
| | | | COSTO TOTAL | 17.626.100,00 |
| (Expresados en Bolivares) | | | | |

CUADRO 2C. ESTUDIOS Y DISEÑO

| Descripción | Unidad Utilizada | Unidades Totales | Costo Unitario (BsF) | Costo Total (BsF) |
|----------------------------|-------------------------|-------------------------|-----------------------------|--------------------------|
| Estudios | | | | |
| Levantamiento Topográfico | m ² | 21.000,00 | 1,00 | 21.000,00 |
| Estudios de Suelos | Estudio | 2.000,00 | 15,00 | 30.000,00 |
| Diseño | | | | |
| Arquitectura | m ² | 2.000,00 | 30,00 | 60.000,00 |
| Civil | m ² | 2.000,00 | 60,00 | 120.000,00 |
| Permisología | S/U | 1,00 | 60.000,00 | 60.000,00 |
| Costo Total (BsF) = | | | | 291.000,00 |

| CUADRO 3. INVERSIÓN TOTAL PRIMER AÑO | | | | |
|---|------------------------------------|----------------------|---------------------------|----------------------|
| | Descripción | Aporte Propio | Aporte de Terceros | Aporte Total |
| | Activos Fijos | | | |
| | Instalaciones | 452.150,00 | 1.356.450,00 | 1.808.600,00 |
| | Edificaciones | 3.861.875,00 | 11.585.625,00 | 15.447.500,00 |
| | Mobiliario y Equipos de oficina | 92.500,00 | 277.500,00 | 370.000,00 |
| | Mobiliario y Equipos de producción | 82.746,37 | 248.239,10 | 330.985,46 |
| A | Total Activos Fijos | 4.489.271,37 | 13.467.814,10 | 17.957.085,47 |
| | Otros Activos | | | |
| | Estudios y proyecto | 291.000,00 | | 291.000,00 |
| | Costo financiero del crédito | 1.327.878,17 | | 1.327.878,17 |
| B | Total Otros Activos | 1.618.878,17 | 0,00 | 1.618.878,17 |
| C | TOTAL ACTIVOS (A + B) | 6.108.149,53 | 13.467.814,10 | 19.575.963,63 |
| | Capital de Trabajo | | | |
| D | Total Capital de Trabajo | 1.143.235,98 | 0,00 | 1.143.235,98 |
| E | INVERSIÓN TOTAL (C) | 7.251.385,52 | 13.467.814,10 | 20.719.199,62 |
| Distribución porcentual | | 35% | 65% | 100% |

(Expresados en Bolívares)

Parámetros

| | |
|---------------------------------|---|
| Meses por año | 12 meses |
| Costos de instalación y montaje | 2,0% del valor total de la maquinaria y equipos |
| Costo de Pruebas en caliente | 0,5 mes del costo anual de materia prima del 1º año de operación |
| Porcentaje de gastos varios | 2,5% del total de activos fijos adquiridos en cada año de inversión |

CUADRO 4. DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN

| Descripción | Valor de los Activos | Años de Dep/Amort | AÑO | | | | | | |
|------------------------------|----------------------|--|-----|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| | | | 1ro | 2do | 3ro | 4to | 5to | 6to | 7mo |
| Depreciación | | | | | | | | | |
| Instalaciones | 1.808.600 | 15 | | 120.573 | 120.573 | 120.573 | 120.573 | 120.573 | 120.573 |
| Edificaciones | 15.447.500 | 12 | | 1.287.292 | 1.287.292 | 1.287.292 | 1.287.292 | 1.287.292 | 1.287.292 |
| Mobiliario y Equipos | 370.000 | 6 | | 61.667 | 61.667 | 61.667 | 61.667 | 61.667 | 61.667 |
| Total Depreciación | 17.626.100 | | | 1.469.532 | 1.469.532 | 1.469.532 | 1.469.532 | 1.469.532 | 1.469.532 |
| Amortización | | | | | | | | | |
| Estudios y proyecto | 291.000 | 3 | | 97.000 | 97.000 | 97.000 | | | |
| Costo financiero del crédito | 1.327.878 | 5 | | 265.576 | 265.576 | 265.576 | 265.576 | 265.576 | |
| Total Amortización | 1.618.878 | | | 362.576 | 362.576 | 362.576 | 265.576 | 265.576 | 0 |
| | 19.244.978 | TOTAL DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN | | 1.832.107 | 1.832.107 | 1.832.107 | 1.735.107 | 1.735.107 | 1.469.532 |

(Expresados en Bolívars)

Parámetros

Método de cálculo utilizado

Línea Recta

Valor de Salvamento

Ninguno

| CUADRO 5. FINANCIAMIENTO | | | | | | | |
|--|-----------------------|-------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------------|------------------------------|--------------------|---------------------|
| FASE 1: CONSTRUCCIÓN E INSTALACIÓN DE LA PLANTA - PERÍODO DE RECEPCIÓN DEL CRÉDITO | | | | | | | |
| Semestre | Desembolsos del Banco | | Salida de la Cuenta Capital | | Costo Financiero del Crédito | | |
| | Porcentaje Semestral | Montos Entregados | Balance Inicial | Balance Final | Costo por Comisiones | | Costo por Intereses |
| | | | | | Apertura | Compromiso | |
| 1 | 55,00% | 7.407.298 | 0 | 7.407.298 | 129.628 | 45.454 | 371.423 |
| 2 | 45,00% | 6.060.516 | 7.407.298 | 13.467.814 | 106.059 | 0 | 675.315 |
| Totales | 100,00% | 13.467.814 | | | 235.687 | 45.454 | 1.046.738 |
| Costo Financiero del Crédito | | | | | | | 1.327.878 |
| FASE 2: OPERACIÓN DE LA PLANTA - PERÍODO DE AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO | | | | | | | |
| Semestre | Observación | Salida de la Cuenta Capital | | Pagos Semestrales de Amortización | | | |
| | | Balance Inicial | Balance Final | Pagos Totales | Pagos de Capital | Pagos de Intereses | |
| 3 | semestre de gracia | 13.467.814 | 13.467.814 | 675.315 | 0 | 675.315 | |
| 4 | semestre de gracia | 13.467.814 | 13.467.814 | 675.315 | 0 | 675.315 | |
| 5 | pago semestral 1 | 13.467.814 | 12.397.775 | 1.745.354 | 1.070.039 | 675.315 | |
| 6 | pago semestral 2 | 12.397.775 | 11.274.081 | 1.745.354 | 1.123.694 | 621.660 | |
| 7 | pago semestral 3 | 11.274.081 | 10.094.042 | 1.745.354 | 1.180.039 | 565.315 | |
| 8 | pago semestral 4 | 10.094.042 | 8.854.832 | 1.745.354 | 1.239.210 | 506.144 | |
| 9 | pago semestral 5 | 8.854.832 | 7.553.485 | 1.745.354 | 1.301.347 | 444.007 | |
| 10 | pago semestral 6 | 7.553.485 | 6.186.885 | 1.745.354 | 1.366.600 | 378.753 | |
| 11 | pago semestral 7 | 6.186.885 | 4.751.759 | 1.745.354 | 1.435.126 | 310.228 | |
| 12 | pago semestral 8 | 4.751.759 | 3.244.672 | 1.745.354 | 1.507.087 | 238.267 | |
| 13 | pago semestral 9 | 3.244.672 | 1.662.015 | 1.745.354 | 1.582.657 | 162.697 | |
| 14 | pago semestral 10 | 1.662.015 | 0 | 1.745.354 | 1.662.015 | 83.338 | |
| Totales | | | | 18.804.166 | 13.467.814 | 5.336.352 | |
| Anualización de los pagos semestrales de amortización | | | | | | | |
| Año | | | | | Pagos de Capital | Pagos de Intereses | |
| 1 | semestres 1 y 2 | período de recepción del crédito | | | | | |
| 2 | semestres 3 y 4 | período de amortización del crédito | | | 0 | 1.350.629 | |
| 3 | semestres 5 y 6 | período de amortización del crédito | | | 2.193.733 | 1.296.974 | |
| 4 | semestres 7 y 8 | período de amortización del crédito | | | 2.419.249 | 1.071.459 | |
| 5 | semestres 9 y 10 | período de amortización del crédito | | | 2.667.948 | 822.760 | |
| 6 | semestres 11 y 12 | período de amortización del crédito | | | 2.942.213 | 548.495 | |
| 7 | semestres 13 y 14 | período de amortización del crédito | | | 3.244.672 | 246.035 | |
| Totales | | | | | 13.467.814 | 5.336.352 | |

(Expresados en Bolívars)

Parámetros

| | |
|------------------------------------|--|
| Monto del crédito | 13.467.814 bolívars |
| Tasa de interés anual nominal | 10,28% sobre saldo |
| Tasa de interés semestral efectiva | 5% sobre saldo |
| Comisión de apertura | 1,75% sobre el monto del crédito |
| Comisión de compromiso | 0,75% sobre el saldo pendiente de retiro del banco |
| Entrega primer semestre | 55,00% del monto total del crédito |
| Entrega segundo semestre | 45,00% del monto total del crédito |
| Período de vigencia del crédito | 14 semestres |
| Período de construcción | 2 semestres |
| Período de gracia | 2 semestres |
| Período de amortización | 10 semestres |
| Pago periódico de amortización | 1.745.354 bolívars por semestre |

CUADRO 6A. NÓMINA

(Expresado en bolívares)

| SEGUNDO AÑO | | | | | | | |
|----------------|-------------------------------|-----|-----------|----------------|---------------|-----------------------|-------------------|
| | | | | Costo Mensual | | | |
| Codigo | Descripcion del Cargo | F/V | Nº | Salario Básico | Nómina | Prestaciones Sociales | Costo Anual Total |
| 0-1 | Gerente General | F | 0,5 | 10.000 | 5.000 | 6.500 | 103.500 |
| 0-2 | Gerente de Administración | F | 0,5 | 9.000 | 4.500 | 5.850 | 93.150 |
| 0-3 | Coordinador de RRHH | F | 0,5 | 6.000 | 3.000 | 3.900 | 62.100 |
| 0-4 | Coordinador de Operaciones | F | 1 | 6.000 | 6.000 | 7.800 | 124.200 |
| 0-5 | Coordinador Comercial | F | 0,5 | 6.000 | 3.000 | 3.900 | 62.100 |
| 0-6 | Coordinador de Servicios | F | 1 | 6.000 | 6.000 | 7.800 | 124.200 |
| 0-7 | Secretaria | F | 1 | 4.000 | 4.000 | 5.200 | 82.800 |
| 0-8 | Recepcionista | F | 1 | 3.000 | 3.000 | 3.900 | 62.100 |
| 0-9 | Jefe de Cocina | F | 1 | 5.000 | 5.000 | 6.500 | 103.500 |
| 0-10 | Ayudante de Cocina | V | 1 | 3.000 | 3.000 | 3.900 | 62.100 |
| 0-11 | Jardinero | V | 1 | 3.000 | 3.000 | 3.900 | 62.100 |
| 0-12 | Mesero | V | 1 | 3.000 | 3.000 | 3.900 | 62.100 |
| 0-13 | Asistente Servicios Generales | F | 1 | 4.000 | 4.000 | 5.200 | 82.800 |
| 0-14 | Camarera | V | 2 | 3.000 | 6.000 | 7.800 | 124.200 |
| 0-15 | Encargado de lavandería | V | 1 | 3.000 | 3.000 | 3.900 | 62.100 |
| 0-16 | Masajista | V | 1 | 5.000 | 5.000 | 6.500 | 103.500 |
| 0-17 | Cosmetólogo | V | 1 | 5.000 | 5.000 | 6.500 | 103.500 |
| TOTALES | | | 16 | | 68.000 | 68.250 | 1.480.050 |

| | | | | Costo Anual | | |
|----------------|------------------------------|-----|-----------|----------------|-----------------------|------------------|
| | Clasificación Por Categorías | F/V | Nº | Nómina | Prestaciones Sociales | Total |
| 1 | Gerentes Directivos | | 4 | 247.500 | 321.750 | 569.250 |
| 2 | Empleados Comunes | | 6 | 180.000 | 234.000 | 414.000 |
| 3 | Empleados Especializados | | 6 | 216.000 | 280.800 | 496.800 |
| TOTALES | | | 16 | 643.500 | 836.550 | 1.480.050 |
| | Empleados Fijos | F | 8 | 391.500 | 508.950 | 900.450 |
| | Empleados Contratados | V | 8 | 252.000 | 327.600 | 579.600 |
| | | | 16 | 643.500 | 836.550 | 1.480.050 |

OP Parámetros

Prestaciones Sociales 130,00% del costo mensual o anual
 Meses por año 9 meses por año
 Inc Anual por productividad 20,00% sobre el sueldo basico del año anterior

CUADRO 6B. NÓMINA

(Expresado en bolívares)

TERCER AÑO

Costo Mensual

| Codigo | Descripcion del Cargo | F/V | Nº | Salario básico | Nómina | Prestaciones Sociales | Costo Anual Total |
|----------------|-------------------------------|-----|-------------|----------------|---------------|-----------------------|-------------------|
| 0-1 | Gerente General | F | 0,5 | 12.000 | 6.000 | 7.800 | 124.200 |
| 0-2 | Gerente de Administración | F | 0,5 | 10.800 | 5.400 | 7.020 | 111.780 |
| 0-3 | Coordinador de RRHH | F | 0,5 | 7.200 | 3.600 | 4.680 | 74.520 |
| 0-4 | Coordinador de Operaciones | F | 1 | 7.200 | 7.200 | 9.360 | 149.040 |
| 0-5 | Coordinador Comercial | F | 0,5 | 7.200 | 3.600 | 4.680 | 74.520 |
| 0-6 | Coordinador de Servicios | F | 1 | 7.200 | 7.200 | 9.360 | 149.040 |
| 0-7 | Secretaria | F | 1 | 4.800 | 4.800 | 6.240 | 99.360 |
| 0-8 | Recepcionista | F | 1 | 3.600 | 3.600 | 4.680 | 74.520 |
| 0-9 | Jefe de Cocina | F | 1 | 6.000 | 6.000 | 7.800 | 124.200 |
| 0-10 | Ayudante de Cocina | V | 1 | 3.300 | 3.300 | 4.290 | 68.310 |
| 0-11 | Jardinero | V | 2 | 3.300 | 6.600 | 8.580 | 136.620 |
| 0-12 | Mesero | V | 1 | 3.300 | 3.300 | 4.290 | 68.310 |
| 0-13 | Asistente Servicios Generales | F | 1 | 4.800 | 4.800 | 6.240 | 99.360 |
| 0-14 | Camarera | V | 2 | 3.300 | 6.600 | 8.580 | 136.620 |
| 0-15 | Encargado de lavandería | V | 1 | 3.300 | 3.300 | 4.290 | 68.310 |
| 0-16 | Masajista | V | 1 | 5.500 | 5.500 | 7.150 | 113.850 |
| 0-17 | Cosmetólogo | V | 1 | 5.500 | 5.500 | 7.150 | 113.850 |
| TOTALES | | | 17,0 | | 80.700 | 85.020 | 1.786.410 |

Costo Anual

| Clasificación Por Categorías | F/V | Nº | Nómina | Prestaciones Sociales | Total |
|------------------------------|-----|-------------|----------------|-----------------------|------------------|
| 1 Gerentes Directivos | | 4 | 297.000 | 386.100 | 683.100 |
| 2 Empleados Comunes | | 6 | 207.900 | 270.270 | 478.170 |
| 3 Empleados Especializados | | 7 | 271.800 | 353.340 | 625.140 |
| TOTALES | | 17,0 | 776.700 | 1.009.710 | 1.786.410 |
| Empleados Fijos | F | 8 | 469.800 | 610.740 | 1.080.540 |
| Empleados Contratados | V | 9 | 306.900 | 398.970 | 705.870 |
| | | 17,0 | 776.700 | 1.009.710 | 1.786.410 |

Parámetros

Prestaciones Sociales 130,00% del costo mensual o anual
 Meses por año 9 meses por año
 Inc Anual por productividad 20,00% sobre el sueldo basico del año anterior

CUADRO 6C. NÓMINA

(Expresado en bolívares)

CUARTO AÑO

| Codigo | Descripcion del Cargo | F/V | Nº | Costo Mensual | | | Costo Anual Total |
|----------------|-------------------------------|-----|-------------|----------------|---------------|-----------------------|-------------------|
| | | | | Salario básico | Nómina | Prestaciones Sociales | |
| 0-1 | Gerente General | F | 0,5 | 14.400 | 7.200 | 9.360 | 149.040 |
| 0-2 | Gerente de Administración | F | 0,5 | 12.960 | 6.480 | 8.424 | 134.136 |
| 0-3 | Coordinador de RRHH | F | 0,5 | 8.640 | 4.320 | 5.616 | 89.424 |
| 0-4 | Coordinador de Operaciones | F | 1 | 8.640 | 8.640 | 11.232 | 178.848 |
| 0-5 | Coordinador Comercial | F | 0,5 | 8.640 | 4.320 | 5.616 | 89.424 |
| 0-6 | Coordinador de Servicios | F | 1 | 8.640 | 8.640 | 11.232 | 178.848 |
| 0-7 | Secretaria | F | 1 | 5.760 | 5.760 | 7.488 | 119.232 |
| 0-8 | Recepcionista | F | 1 | 4.320 | 4.320 | 5.616 | 89.424 |
| 0-9 | Jefe de Cocina | F | 1 | 7.200 | 7.200 | 9.360 | 149.040 |
| 0-10 | Ayudante de Cocina | V | 1 | 3.630 | 3.630 | 4.719 | 75.141 |
| 0-11 | Jardinero | V | 2 | 3.630 | 7.260 | 9.438 | 150.282 |
| 0-12 | Mesero | V | 1 | 3.630 | 3.630 | 4.719 | 75.141 |
| 0-13 | Asistente Servicios Generales | F | 1 | 5.760 | 5.760 | 7.488 | 119.232 |
| 0-14 | Camarera | V | 2 | 3.630 | 7.260 | 9.438 | 150.282 |
| 0-15 | Encargado de lavandería | V | 1 | 3.630 | 3.630 | 4.719 | 75.141 |
| 0-16 | Masajista | V | 2 | 6.050 | 12.100 | 15.730 | 250.470 |
| 0-17 | Cosmetólogo | V | 1 | 6.050 | 6.050 | 7.865 | 125.235 |
| TOTALES | | | 18,0 | | 95.850 | 100.308 | 2.198.340 |

Costo Anual

| Clasificación Por Categorías | F/V | Nº | Costo Anual | | |
|------------------------------|-----|-------------|----------------|-----------------------|------------------|
| | | | Nómina | Prestaciones Sociales | Total |
| 1 Gerentes Directivos | | 4 | 356.400 | 463.320 | 819.720 |
| 2 Empleados Comunes | | 6 | 240.570 | 312.741 | 553.311 |
| 3 Empleados Especializados | | 8 | 358.830 | 466.479 | 825.309 |
| TOTALES | | 18,0 | 955.800 | 1.242.540 | 2.198.340 |
| Empleados Fijos | F | 8 | 563.760 | 732.888 | 1.296.648 |
| Empleados Contratados | V | 10 | 392.040 | 509.652 | 901.692 |
| | | 18,0 | 955.800 | 1.242.540 | 2.198.340 |

Parámetros

Prestaciones Sociales 130,00% del costo mensual o anual
 Meses por año 9 meses por año
 Inc Anual por productividad 20,00% sobre el sueldo basico del año anterior

CUADRO 6D. NÓMINA

(Expresado en bolívares)

QUINTO AÑO

Costo Mensual

| Codigo | Descripcion del Cargo | F/V | Nº | Salario básico | Nómina | Prestaciones Sociales | Costo Anual Total |
|----------------|-------------------------------|-----|-------------|----------------|----------------|-----------------------|-------------------|
| 0-1 | Gerente General | F | 0,5 | 17.280 | 8.640 | 11.232 | 178.848 |
| 0-2 | Gerente de Administración | F | 0,5 | 15.552 | 7.776 | 10.109 | 160.963 |
| 0-3 | Coordinador de RRHH | F | 0,5 | 10.368 | 5.184 | 6.739 | 107.309 |
| 0-4 | Coordinador de Operaciones | F | 1 | 10.368 | 10.368 | 13.478 | 214.618 |
| 0-5 | Coordinador Comercial | F | 0,5 | 10.368 | 5.184 | 6.739 | 107.309 |
| 0-6 | Coordinador de Servicios | F | 1 | 10.368 | 10.368 | 13.478 | 214.618 |
| 0-7 | Secretaria | F | 1 | 6.912 | 6.912 | 8.986 | 143.078 |
| 0-8 | Recepcionista | F | 1 | 5.184 | 5.184 | 6.739 | 107.309 |
| 0-9 | Jefe de Cocina | F | 1 | 8.640 | 8.640 | 11.232 | 178.848 |
| 0-10 | Ayudante de Cocina | V | 1 | 3.993 | 3.993 | 5.191 | 82.655 |
| 0-11 | Jardinero | V | 2 | 3.993 | 7.986 | 10.382 | 165.310 |
| 0-12 | Mesero | V | 1 | 3.993 | 3.993 | 5.191 | 82.655 |
| 0-13 | Asistente Servicios Generales | F | 1 | 6.912 | 6.912 | 8.986 | 143.078 |
| 0-14 | Camarera | V | 3 | 3.993 | 11.979 | 15.573 | 247.965 |
| 0-15 | Encargado de lavandería | V | 1 | 3.993 | 3.993 | 5.191 | 82.655 |
| 0-16 | Masajista | V | 2 | 6.655 | 13.310 | 17.303 | 275.517 |
| 0-17 | Cosmetólogo | V | 1 | 6.655 | 6.655 | 8.652 | 137.759 |
| TOTALES | | | 19,0 | | 113.931 | 118.482 | 2.630.494 |

Costo Anual

| | Clasificación Por Categorías | F/V | Nº | Costo Anual | | |
|----------------|------------------------------|-----|-------------|------------------|-----------------------|------------------|
| | | | | Nómina | Prestaciones Sociales | Total |
| 1 | Gerentes Directivos | | 4 | 427.680 | 555.984 | 983.664 |
| 2 | Empleados Comunes | | 7 | 314.820 | 409.266 | 724.086 |
| 3 | Empleados Especializados | | 8 | 401.193 | 521.551 | 922.744 |
| TOTALES | | | 19,0 | 1.143.693 | 1.486.801 | 2.630.494 |
| | Empleados Fijos | F | 8 | 676.512 | 879.466 | 1.555.978 |
| | Empleados Contratados | V | 11 | 467.181 | 607.335 | 1.074.516 |
| | | | 19,0 | 1.143.693 | 1.486.801 | 2.630.494 |

Parámetros

Prestaciones Sociales 130,00% del costo mensual o anual
 Meses por año 9 meses por año
 Inc Anual por productividad 20,00% sobre el sueldo basico del año anterior

CUADRO 6E. NÓMINA

(Expresado en bolívares)

SEXTO AÑO

Costo Mensual

| Codigo | Descripcion del Cargo | F/V | Nº | Salario básico | Nómina | Prestaciones Sociales | Costo Anual Total |
|----------------|-------------------------------|-----|--------------------|----------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------|
| 0-1 | Gerente General | F | 0,5 | 20.736 | 10.368 | 13.478 | 214.618 |
| 0-2 | Gerente de Administración | F | 0,5 | 18.662 | 9.331 | 12.131 | 193.156 |
| 0-3 | Coordinador de RRHH | F | 0,5 | 12.442 | 6.221 | 8.087 | 128.771 |
| 0-4 | Coordinador de Operaciones | F | 1 | 12.442 | 12.442 | 16.174 | 257.541 |
| 0-5 | Coordinador Comercial | F | 0,5 | 12.442 | 6.221 | 8.087 | 128.771 |
| 0-6 | Coordinador de Servicios | F | 1 | 12.442 | 12.442 | 16.174 | 257.541 |
| 0-7 | Secretaria | F | 1 | 8.294 | 8.294 | 10.783 | 171.694 |
| 0-8 | Recepcionista | F | 1 | 6.221 | 6.221 | 8.087 | 128.771 |
| 0-9 | Jefe de Cocina | F | 1 | 10.368 | 10.368 | 13.478 | 214.618 |
| 0-10 | Ayudante de Cocina | V | 1 | 4.392 | 4.392 | 5.710 | 90.921 |
| 0-11 | Jardinero | V | 2 | 4.392 | 8.785 | 11.420 | 181.841 |
| 0-12 | Mesero | V | 1 | 4.392 | 4.392 | 5.710 | 90.921 |
| 0-13 | Asistente Servicios Generales | F | 2 | 8.294 | 16.589 | 21.565 | 343.388 |
| 0-14 | Camarera | V | 3 | 4.392 | 13.177 | 17.130 | 272.762 |
| 0-15 | Encargado de lavandería | V | 1 | 4.392 | 4.392 | 5.710 | 90.921 |
| 0-16 | Masajista | V | 2 | 7.321 | 14.641 | 19.033 | 303.069 |
| 0-17 | Cosmetólogo | V | 1 | 7.321 | 7.321 | 9.517 | 151.534 |
| TOTALES | | | <u>20,0</u> | | <u>135.519</u> | <u>150.885</u> | <u>3.220.835</u> |

Costo Anual

| Clasificación Por Categorías | | | | F/V | Nº | Nómina | Prestaciones Sociales | Total |
|------------------------------|--------------------------|---|--------------------|-----|----|-------------------------|-------------------------|-------------------------|
| 1 | Gerentes Directivos | | 4 | | | 513.216 | 667.181 | 1.180.397 |
| 2 | Empleados Comunes | | 8 | | | 438.059 | 569.476 | 1.007.535 |
| 3 | Empleados Especializados | | 8 | | | 449.088 | 583.815 | 1.032.903 |
| TOTALES | | | <u>20,0</u> | | | <u>1.400.363</u> | <u>1.820.472</u> | <u>3.220.835</u> |
| | Empleados Fijos | F | 9 | | | 886.464 | 1.152.403 | 2.038.867 |
| | Empleados Contratados | V | 11 | | | 513.899 | 668.069 | 1.181.968 |
| | | | <u>20,0</u> | | | <u>1.400.363</u> | <u>1.820.472</u> | <u>3.220.835</u> |

Parámetros

Prestaciones Sociales 130,00% del costo mensual o anual
 Meses por año 9 meses por año
 Inc Anual por productividad 20,00% sobre el sueldo basico del año anterior

CUADRO 6F. NÓMINA

(Expresado en bolívares)

SEPTIMO AÑO

Costo Mensual

| Codigo | Descripcion del Cargo | F/V | Nº | Salario básico | Nómina | Prestaciones Sociales | Costo Anual Total |
|----------------|-------------------------------|-----|-------------|----------------|----------------|-----------------------|-------------------|
| 0-1 | Gerente General | F | 0,5 | 24.883 | 12.442 | 16.174 | 257.541 |
| 0-2 | Gerente de Administración | F | 0,5 | 22.395 | 11.197 | 14.557 | 231.787 |
| 0-3 | Coordinador de RRHH | F | 0,5 | 14.930 | 7.465 | 9.704 | 154.525 |
| 0-4 | Coordinador de Operaciones | F | 1 | 14.930 | 14.930 | 19.409 | 309.049 |
| 0-5 | Coordinador Comercial | F | 0,5 | 14.930 | 7.465 | 9.704 | 154.525 |
| 0-6 | Coordinador de Servicios | F | 1 | 14.930 | 14.930 | 19.409 | 309.049 |
| 0-7 | Secretaria | F | 1 | 9.953 | 9.953 | 12.939 | 206.033 |
| 0-8 | Recepcionista | F | 1 | 7.465 | 7.465 | 9.704 | 154.525 |
| 0-9 | Jefe de Cocina | F | 1 | 12.442 | 12.442 | 16.174 | 257.541 |
| 0-10 | Ayudante de Cocina | V | 1 | 4.832 | 4.832 | 6.281 | 100.013 |
| 0-11 | Jardinero | V | 2 | 4.832 | 9.663 | 12.562 | 200.025 |
| 0-12 | Mesero | V | 1 | 4.832 | 4.832 | 6.281 | 100.013 |
| 0-13 | Asistente Servicios Generales | F | 2 | 9.953 | 19.907 | 25.879 | 412.066 |
| 0-14 | Camarera | V | 4 | 4.832 | 19.326 | 25.124 | 400.051 |
| 0-15 | Encargado de lavandería | V | 1 | 4.832 | 4.832 | 6.281 | 100.013 |
| 0-16 | Masajista | V | 2 | 8.053 | 16.105 | 20.937 | 333.376 |
| 0-17 | Cosmetólogo | V | 1 | 8.053 | 8.053 | 10.468 | 166.688 |
| TOTALES | | | 21,0 | | 161.305 | 178.778 | 3.846.818 |

Costo Anual

| Clasificación Por Categorías | | | | F/V | Nº | Nómina | Prestaciones Sociales | Total |
|------------------------------|--------------------------|---|-------------|-----|----|------------------|-----------------------|------------------|
| 1 | Gerentes Directivos | | 4 | | | 615.859 | 800.617 | 1.416.476 |
| 2 | Empleados Comunes | | 9 | | | 553.342 | 719.345 | 1.272.687 |
| 3 | Empleados Especializados | | 8 | | | 503.328 | 654.327 | 1.157.655 |
| TOTALES | | | 21,0 | | | 1.672.530 | 2.174.288 | 3.846.818 |
| | Empleados Fijos | F | 9 | | | 1.063.757 | 1.382.884 | 2.446.641 |
| | Empleados Contratados | V | 12 | | | 608.773 | 791.405 | 1.400.177 |
| | | | 21,0 | | | 1.672.530 | 2.174.288 | 3.846.818 |

Parámetros

Prestaciones Sociales 130,00% del costo mensual o anual
 Meses por año 9 meses por año
 Inc Anual por productividad 20,00% sobre el sueldo basico del año anterior

| CUADRO 7. MATERIA PRIMA | | | | | | | | |
|---|------------------|---------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|----------------------|----------------------|
| Descripción | Base de Cálculos | 1er Año | 2do Año | 3er año | 4to Año | 5to Año | 6to Año | 7mo Año |
| VOLUMEN DE PRODUCCION | | | | | | | | |
| Capacidad Instalada | | | | | | | | |
| en porcentaje (%) | 100,00 | | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 |
| Capacidad instalada/ día | 44,00 | | 44,00 | 44,00 | 44,00 | 44,00 | 44,00 | 44,00 |
| Capacidad instalada/ año | 197,00 | | 8.668,00 | 8.668,00 | 8.668,00 | 8.668,00 | 8.668,00 | 8.668,00 |
| Capacidad Utilizada | | | | | | | | |
| en porcentaje | 40% | | 0,50 | 0,62 | 0,74 | 0,86 | 0,98 | 0,98 |
| Capacidad instalada/ día | | | 17,60 | 22,88 | 28,16 | 33,44 | 38,72 | 44,00 |
| Capacidad instalada/ año | | | 3.467,20 | 4.507,36 | 5.547,52 | 6.587,68 | 7.627,84 | 8.668,00 |
| Perdida en el proceso (%) | 1% | | -34,67 | -45,07 | -55,48 | -65,88 | -76,28 | -86,68 |
| Capacidad Utilizada Neta | | | 3.432,53 | 4.462,29 | 5.492,04 | 6.521,80 | 7.551,56 | 8.581,32 |
| Servicios a la venta | | | | | | | | |
| Hotel | 40% | | 1.373,01 | 1.784,91 | 2.196,82 | 2.608,72 | 3.020,62 | 3.432,53 |
| Spa | 20% | | 686,51 | 892,46 | 1.098,41 | 1.304,36 | 1.510,31 | 1.716,26 |
| Restaurant y Bar | 40% | | 1.373,01 | 1.784,91 | 2.196,82 | 2.608,72 | 3.020,62 | 3.432,53 |
| Producción total | | | 3.432,53 | 4.462,29 | 5.492,04 | 6.521,80 | 7.551,56 | 8.581,32 |
| CostoTotal Materia Prima por persona | | | | | | | | |
| Costo de Materia prima restaurante | 450,00 | | 450,00 | 558,00 | 691,92 | 857,98 | 1.063,90 | 1.319,23 |
| Costo de agua | 50,00 | | 50,00 | 62,00 | 76,88 | 95,33 | 118,21 | 146,58 |
| Costo de parafina, crema, gel | 80,00 | | 80,00 | 99,20 | 123,01 | 152,53 | 189,14 | 234,53 |
| Costo de champu, jabon cortesia | 50,00 | | 50,00 | 62,00 | 76,88 | 95,33 | 118,21 | 146,58 |
| CostoTotal Materia Prima | | | | | | | | |
| Costo de Materia prima restaurante | 450,00 | | 1.560.240,00 | 2.515.106,88 | 3.838.440,04 | 5.652.102,96 | 8.115.229,93 | 10.062.885,11 |
| Costo de agua | 50,00 | | 173.360,00 | 279.456,32 | 426.493,34 | 628.011,44 | 901.692,21 | 1.118.098,35 |
| Costo de parafina, crema, gel | 80,00 | | 277.376,00 | 447.130,11 | 682.389,34 | 1.004.818,30 | 1.442.707,54 | 1.788.957,35 |
| Costo de champu, jabon cortesia | 50,00 | | 173.360,00 | 279.456,32 | 426.493,34 | 628.011,44 | 901.692,21 | 1.118.098,35 |
| COSTO TOTAL DE MATERIA PRIMA | | | 2.184.336,00 | 3.521.149,63 | 5.373.816,05 | 7.912.944,14 | 11.361.321,90 | 14.088.039,16 |

(Expresado en bolívares)

Parámetros

| | |
|--|---|
| Costo de Materia prima restaurante y bar | 450,00 Bolívares por persona atendida en un día |
| Costo de agua | 50,00 |
| Costo de parafina, crema, gel | 80,00 |
| Costo de champu, jabon cortesia | 50,00 |
| Incremento anual en materias primas | 24% |

| CUADRO 8. INGRESOS | | | | | | | | |
|-----------------------------------|------------------|---------|---------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Descripción | Base de Cálculos | 1er Año | 2do Año | 3er año | 4to Año | 5to Año | 6to Año | 7mo Año |
| VOLUMEN DE PRODUCCION | | | | | | | | |
| Capacidad Instalada | | | | | | | | |
| Capacidad instalada/ día | 44,00 | | 44,00 | 44,00 | 44,00 | 44,00 | 44,00 | 44,00 |
| Capacidad instalada/ año | 197,00 | | 8.668,00 | 8.668,00 | 8.668,00 | 8.668,00 | 8.668,00 | 8.668,00 |
| Capacidad Utilizada | | | | | | | | |
| en porcentaje | 0,40 | | 0,50 | 0,62 | 0,74 | 0,86 | 0,98 | 0,98 |
| Capacidad instalada/ día | | | 17,60 | 22,88 | 28,16 | 33,44 | 38,72 | 44,00 |
| Capacidad instalada/ año | | | 3.467,20 | 4.507,36 | 5.547,52 | 6.587,68 | 7.627,84 | 8.668,00 |
| Perdida en el proceso (%) | 0,01 | | -34,67 | -45,07 | -55,48 | -65,88 | -76,28 | -86,68 |
| Capacidad Utilizada Neta | | | 3.432,53 | 4.462,29 | 5.492,04 | 6.521,80 | 7.551,56 | 8.581,32 |
| Servicios a la venta | | | | | | | | |
| Hotel Habitación (promedio) | 0,40 | | 1.373,01 | 1.784,91 | 2.196,82 | 2.608,72 | 3.020,62 | 3.432,53 |
| Servicio Spa promedio | 0,20 | | 686,51 | 892,46 | 1.098,41 | 1.304,36 | 1.510,31 | 1.716,26 |
| Restaurant y Bar | 0,40 | | 1.373,01 | 1.784,91 | 2.196,82 | 2.608,72 | 3.020,62 | 3.432,53 |
| Producción total | 0,00 | | 3.432,53 | 4.462,29 | 5.492,04 | 6.521,80 | 7.551,56 | 8.581,32 |
| Ingresos por Ventas | | | | | | | | |
| Hotel Habitación (promedio) | 1.550,00 | | 5.320.418,40 | 6.916.543,92 | 8.512.669,44 | 10.108.794,96 | 11.704.920,48 | 13.301.046,00 |
| Servicio Spa promedio | 405,00 | | 1.390.173,84 | 1.807.225,99 | 2.224.278,14 | 2.641.330,30 | 3.058.382,45 | 3.475.434,60 |
| Restaurant y Bar | 945,00 | | 3.243.738,96 | 4.216.860,65 | 5.189.982,34 | 6.163.104,02 | 7.136.225,71 | 8.109.347,40 |
| INGRESOS TOTALES POR VENTA | | | 9.954.331,20 | 12.940.630,56 | 15.926.929,92 | 18.913.229,28 | 21.899.528,64 | 24.885.828,00 |
| (Expresado en bolívares) | | | | | | | | |

Parámetros

| | | |
|-----------------------------|----------|--|
| Hotel Habitación (promedio) | 1.550,00 | bolívares por persona atendida con servicios promedios |
| Servicio Spa promedio | 405,00 | bolívares por persona atendida con servicios promedios |
| Restaurant y Bar | 945,00 | bolívares por persona atendida con servicios promedios |

CUADRO 9. GASTOS DE FABRICACIÓN

(Expresados en Bolívars)

| Descripción | Bases de Calculos | F/V | 1er Año | 2do Año | 3er año | 4to Año | 5to Año | 6to Año | 7mo Año |
|-------------------------------|-------------------|-----|---------|-------------------|-------------------|-------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| PRODUCCION TOTAL | | | | 3.432,53 | 4.462,29 | 5.492,04 | 6.521,80 | 7.551,56 | 8.581,32 |
| Gastos Fijos | | | | | | | | | |
| Seguro Social Obligatorio | 13% | F/V | | 50.895,00 | 61.074,00 | 73.288,80 | 87.946,56 | 115.240,32 | 138.288,38 |
| INCE | 8% | F/V | | 31.320,00 | 37.584,00 | 45.100,80 | 54.120,96 | 70.917,12 | 85.100,54 |
| FAO | 2% | F/V | | 7.830,00 | 9.396,00 | 11.275,20 | 13.530,24 | 17.729,28 | 21.275,14 |
| Ley de Paro Forzoso | 2% | F/V | | 7.830,00 | 9.396,00 | 11.275,20 | 13.530,24 | 17.729,28 | 21.275,14 |
| Comunicaciones | 16.200,00 | F/V | | 4.860,00 | 5.103,00 | 5.358,15 | 5.626,06 | 5.907,36 | 6.202,73 |
| Articulos de Oficinas | 9.000,00 | F/V | | 2.700,00 | 2.835,00 | 2.976,75 | 3.125,59 | 3.281,87 | 3.445,96 |
| Repuestos de Mantenimiento | 16.549,27 | F/V | | 4.964,78 | 5.213,02 | 5.473,67 | 5.747,36 | 6.034,72 | 6.336,46 |
| Energia Eléctrica | 45.360,00 | F/V | | 5.443,20 | 7.429,97 | 9.144,58 | 10.859,18 | 12.573,79 | 14.288,40 |
| Seguros Mercantiles | 1% | F | | 179.570,85 | 188.549,40 | 197.976,87 | 207.875,71 | 218.269,50 | 229.182,97 |
| Varios | 2% | F/V | | 44.794,49 | 58.232,84 | 71.671,18 | 85.109,53 | 98.547,88 | 111.986,23 |
| TOTAL GASTOS FIJOS | | | | 340.208,33 | 384.813,22 | 433.541,20 | 487.471,43 | 566.231,12 | 637.381,95 |
| Gastos Variables | | | | | | | | | |
| Seguro Social Obligatorio | 13% | F/V | | 32.760,00 | 39.897,00 | 50.965,20 | 60.733,53 | 66.806,88 | 79.140,46 |
| INCE | 8% | F/V | | 20.160,00 | 24.552,00 | 31.363,20 | 37.374,48 | 41.111,93 | 48.701,82 |
| Ley de Política Habitacional | 2% | F/V | | 5.040,00 | 6.138,00 | 7.840,80 | 9.343,62 | 10.277,98 | 12.175,46 |
| Ley de Paro Forzoso | 2% | F/V | | 5.040,00 | 6.138,00 | 7.840,80 | 9.343,62 | 10.277,98 | 12.175,46 |
| Comunicaciones | 16.200,00 | F/V | | 11.340,00 | 11.907,00 | 12.502,35 | 13.127,47 | 13.783,84 | 14.473,03 |
| Articulos de Oficinas | 9.000,00 | F/V | | 6.300,00 | 6.615,00 | 6.945,75 | 7.293,04 | 7.657,69 | 8.040,57 |
| Repuestos de Mantenimiento | 16.549,27 | F/V | | 11.584,49 | 12.163,72 | 12.771,90 | 13.410,50 | 14.081,02 | 14.785,07 |
| Energia Eléctrica | 45.360,00 | F/V | | 12.700,80 | 16.511,04 | 20.321,28 | 24.131,52 | 27.941,76 | 31.752,00 |
| Combustibles | 48.600,00 | F/V | | 20.412,00 | 25.272,00 | 31.104,00 | 36.936,00 | 42.768,00 | 48.600,00 |
| Seguridad Industrial | 9,00 | V | | 4.536,00 | 7.312,03 | 11.159,29 | 16.432,05 | 23.592,96 | 33.244,63 |
| Impuestos y Patentes | 1% | V | | 49.771,66 | 64.703,15 | 79.634,65 | 94.566,15 | 109.497,64 | 124.429,14 |
| varios | 2% | F/V | | 149.314,97 | 194.109,46 | 238.903,95 | 283.698,44 | 328.492,93 | 373.287,42 |
| TOTAL GASTOS VARIABLES | | | | 328.959,92 | 415.318,40 | 511.353,17 | 606.390,41 | 696.290,62 | 800.805,06 |
| GASTOS TOTALES | | | | 669.168,24 | 800.131,62 | 944.894,37 | 1.093.861,83 | 1.262.521,74 | 1.438.187,01 |

Parámetros

| | | | | | | | | | |
|---------------------------------|--|------------|------------|------------|------------|------------|-------------|--|--|
| Meses por año | 9,00 meses por año | | | | | | | | |
| Días laborales por mes | 30,00 días laborales por mes | | | | | | | | |
| Seguro Social obligatorio | 0,13 del costo anual de la nómina | | | | | | | | |
| INCE | 0,08 del costo anual de la nómina | | | | | | | | |
| FAO | 0,02 del costo anual de la nómina | | | | | | | | |
| Ley de Paro Forzoso | 0,02 del costo anual de la nómina | | | | | | | | |
| Comunicaciones | 1.800,00 bolívares mensuales | | | | | | | | |
| Articulos de oficina | 1.000,00 bolívares mensuales | | | | | | | | |
| Repuestos de mantenimiento | 5% del total de equipos y maquinaria y equipos de produccion | | | | | | | | |
| Energia eléctrica | 5.040,00 bolívares mensuales | | | | | | | | |
| Consumo por día | 300,00 kwh por día | | | | | | | | |
| Costo por Kw | 0,56 bolívares por kwh | | | | | | | | |
| Combustibles | 5.400,00 bolívares mensuales | | | | | | | | |
| Consumo por día | 20,00 litros por día | | | | | | | | |
| Costo por litro | 1,00 bolívares por litro | | | | | | | | |
| Número de vehículos | 1,00 vehiculos | | | | | | | | |
| Seguridad industrial | 9,00 meses por año | | | | | | | | |
| Costo por mes | 1.260,00 Bolívares por mes | 1.260,00 | 1.562,40 | 1.937,38 | 2.402,35 | 2.978,91 | 3.693,85 | | |
| Seguros mercantiles | 1% de total de activos líquidos | | | | | | | | |
| Impuestos y patentes | 1% de los ingresos totales | | | | | | | | |
| Varios | 2% de los ingresos totales | | | | | | | | |
| Incremento anual | 5% sobre el costo del año anterior | | | | | | | | |
| Inflación estimada | 24% | | | | | | | | |
| Porcentajes de gastos fijos | 30% | | | | | | | | |
| Porcentaje de gastos variables | 70% | | | | | | | | |
| Capacidad utilizada neta | | 40% | 52% | 64% | 76% | 88% | 100% | | |

| CUADRO 10. ESTADO DE RESULTADOS | | | | | | | |
|-------------------------------------|---------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Valores Totales | | | | | | | |
| (Expresados en Bolívars) | | | | | | | |
| Descripción | 1er Año | 2do Año | 3er año | 4to Año | 5to Año | 6to Año | 7mo Año |
| PRODUCCION TOTAL | | 3.432,53 | 4.462,29 | 5.492,04 | 6.521,80 | 7.551,56 | 8.581,32 |
| A INGRESOS POR VENTAS | | 9.954.331,20 | 12.940.630,56 | 15.926.929,92 | 18.913.229,28 | 21.899.528,64 | 24.885.828,00 |
| Materia Prima | | 2.184.336,00 | 3.521.149,63 | 5.373.816,05 | 7.912.944,14 | 11.361.321,90 | 14.088.039,16 |
| Nómina | | 1.480.050,00 | 1.786.410,00 | 2.198.340,00 | 2.630.493,90 | 3.220.835,13 | 3.846.818,03 |
| Gastos de Fabricación | | 669.168,24 | 800.131,62 | 944.894,37 | 1.093.861,83 | 1.262.521,74 | 1.438.187,01 |
| B Costo de Ventas | | 4.333.554,24 | 6.107.691,25 | 8.517.050,42 | 11.637.299,87 | 15.844.678,77 | 19.373.044,20 |
| C Utilidad de Producción (A-B) | | 5.620.776,96 | 6.832.939,31 | 7.409.879,50 | 7.275.929,41 | 6.054.849,87 | 5.512.783,80 |
| D Depreciación y Amortización | | 1.832.107,30 | 1.832.107,30 | 1.832.107,30 | 1.735.107,30 | 1.735.107,30 | 1.469.531,67 |
| E Utilidad antes de int/imp (C-D) | | 3.788.669,66 | 5.000.832,00 | 5.577.772,20 | 5.540.822,11 | 4.319.742,57 | 4.043.252,13 |
| F Intereses Crediticios | | 1.350.629,10 | 1.296.974,29 | 1.071.458,53 | 822.759,75 | 548.494,74 | 548.494,74 |
| G Utilidad antes de impuestos (E-F) | | 2.438.040,56 | 3.703.857,72 | 4.506.313,67 | 4.718.062,36 | 3.771.247,83 | 3.494.757,39 |
| H Impuesto sobre la renta | | -775.433,79 | -1.205.811,62 | -1.478.646,65 | -1.550.641,20 | -1.228.724,26 | -1.134.717,51 |
| I UTILIDAD NETA (G+H) | | 1.662.606,77 | 2.498.046,09 | 3.027.667,02 | 3.167.421,16 | 2.542.523,57 | 2.360.039,88 |
| Valores Unitarios | | | | | | | |
| Descripción | 1er Año | 2do Año | 3er año | 4to Año | 5to Año | 6to Año | 7mo Año |
| PRODUCCION TOTAL | | 3.432,53 | 4.462,29 | 5.492,04 | 6.521,80 | 7.551,56 | 8.581,32 |
| A INGRESOS POR VENTAS | | 2.900,00 | 2.900,00 | 2.900,00 | 2.900,00 | 2.900,00 | 2.900,00 |
| Materia Prima | | 636,36 | 789,09 | 978,47 | 1.213,31 | 1.504,50 | 1.641,71 |
| Nómina | | 431,18 | 400,34 | 400,28 | 403,34 | 426,51 | 448,28 |
| Gastos de Fabricación | | 194,95 | 179,31 | 172,05 | 167,72 | 167,19 | 167,60 |
| B Costo de Ventas | | 1.262,50 | 1.368,74 | 1.550,80 | 1.784,37 | 2.098,20 | 2.257,58 |
| C Utilidad de Producción (A-B) | | 1.637,50 | 1.531,26 | 1.349,20 | 1.115,63 | 801,80 | 642,42 |
| D Depreciación y Amortización | | 533,75 | 410,58 | 333,59 | 266,05 | 229,77 | 171,25 |
| E Utilidad antes de int/imp (C-D) | | 1.103,75 | 1.120,69 | 1.015,61 | 849,58 | 572,03 | 471,17 |
| F Intereses Crediticios | | 393,48 | 290,65 | 195,09 | 126,16 | 72,63 | 63,92 |
| G Utilidad antes de impuestos (E-F) | | 710,28 | 830,04 | 820,52 | 723,43 | 499,40 | 407,25 |
| H Impuesto sobre la renta | | -225,91 | -270,22 | -269,23 | -237,76 | -162,71 | -132,23 |
| I UTILIDAD NETA (G+H) | | 484,37 | 559,81 | 551,28 | 485,67 | 336,69 | 275,02 |

OP Parámetros

TABLA DEL CÁLCULO DEL ISLR

| Escala Tributaria | Base Impositiva | Tasa a Pagar | Deducible |
|--|-----------------|--------------|---------------------------|
| Desde 0 a 2.000 Unidades Tributarias | 0,00 | 15% | 0,00 |
| Entre 2.000 y 3.000 Unidades Tributarias | 214.000,00 | 22% | 15.408,00 140 Unid Tribut |
| Sobre 3.000 Unidades Tributarias | 321.000,00 | 34% | 53.500,00 500 Unid Tribut |
| Valor de la Unidad Tributaria | 107,00 Bs. | | |

CUADRO 11. CAPITAL DE TRABAJO

| Descripción | Mes Uno | Mes Dos | Mes Tres | Mes Cuatro | Mes Cinco | Mes Seis | Mes Siete | Mes Ocho | Mes Nueve | Mes Diez | Mes Once | Mes Doce | Mes Trece | Mes Catorce | Mes Quince | Total Segundo Año | |
|---------------------------------------|---------------------|--------------------|----------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|----------------------|---------------------|
| PRODUCCION TOTAL | 381,39 | 381,39 | 381,39 | 381,39 | 381,39 | 381,39 | 381,39 | 381,39 | 381,39 | 381,39 | 381,39 | 381,39 | | | | 4.576,70 | |
| ORIGEN DE FONDOS | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Ingresos por Inversión | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Aporte propio en activos | | | | | | | | | | | | | | | | 0,00 | |
| Aporte de terceros en activos | | | | | | | | | | | | | | | | 0,00 | |
| Capital de trabajo | | | | | | | | | | | | | | | | 0,00 | |
| Ingresos operacionales | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Ventas del producto | | | | 1.106.036,80 | 1.106.036,80 | 1.106.036,80 | 1.106.036,80 | 1.106.036,80 | 1.106.036,80 | 1.106.036,80 | 1.106.036,80 | 1.106.036,80 | 1.106.036,80 | 1.106.036,80 | 1.106.036,80 | 13.272.441,60 | |
| Ingresos fiscales | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Reintegros y subsidios | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| INGRESOS TOTALES | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 1.106.036,80 | 13.272.441,60 | |
| APLICACIÓN DE FONDOS | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Egresos por inversión | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Inversión total en activos | | | | | | | | | | | | | | | | 0,00 | |
| Egresos por costo de ventas | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Materia Prima | | | 242.704,00 | 242.704,00 | 242.704,00 | 242.704,00 | 242.704,00 | 242.704,00 | 242.704,00 | 242.704,00 | 242.704,00 | 242.704,00 | 242.704,00 | 242.704,00 | 242.704,00 | 2.912.448,00 | |
| Nómina | 164.450,00 | 164.450,00 | 164.450,00 | 164.450,00 | 164.450,00 | 164.450,00 | 164.450,00 | 164.450,00 | 164.450,00 | 164.450,00 | 164.450,00 | 164.450,00 | 164.450,00 | 164.450,00 | 164.450,00 | 1.973.400,00 | |
| Gastos de Fabricación | | 74.352,03 | 74.352,03 | 74.352,03 | 74.352,03 | 74.352,03 | 74.352,03 | 74.352,03 | 74.352,03 | 74.352,03 | 74.352,03 | 74.352,03 | 74.352,03 | 74.352,03 | 74.352,03 | 892.224,32 | |
| Egresos por gastos financieros | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Amortización de intereses | | | | | | 675.314,55 | | | | | | 675.314,55 | | | | 1.350.629,10 | |
| Egresos por pasivos por pagar | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Amortización de capital | | | | | | | | | | | | | | | | 0,00 | |
| Egresos fiscales | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Impuesto sobre la renta | 86.159,31 | 86.159,31 | 86.159,31 | 86.159,31 | 86.159,31 | 86.159,31 | 86.159,31 | 86.159,31 | 86.159,31 | 86.159,31 | 86.159,31 | 86.159,31 | 86.159,31 | 86.159,31 | 86.159,31 | 1.033.911,72 | |
| EGRESOS TOTALES | 250.609,31 | 324.961,34 | 567.665,34 | 567.665,34 | 567.665,34 | 1.242.979,88 | 567.665,34 | 567.665,34 | 567.665,34 | 567.665,34 | 567.665,34 | 1.242.979,88 | 317.056,03 | 242.704,00 | 0,00 | 8.162.613,14 | |
| SALDO DE CAJA | -250.609,31 | -324.961,34 | -567.665,34 | 538.371,46 | 538.371,46 | -136.943,08 | 538.371,46 | 538.371,46 | 538.371,46 | 538.371,46 | 538.371,46 | 538.371,46 | -136.943,08 | 788.980,77 | 863.332,80 | 1.106.036,80 | 5.109.828,46 |
| SALDO DE CAJA ACUMULADO | -250.609,31 | -575.570,65 | -1.143.235,98 | -604.864,52 | -66.493,06 | -203.436,14 | 334.935,32 | 873.306,78 | 1.411.678,25 | 1.950.049,71 | 2.488.421,17 | 2.351.478,09 | 3.140.458,86 | 4.003.791,66 | 5.109.828,46 | | |
| Valor mínimo de la serie | 1.143.235,98 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Parámetros | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Meses por año | 9 meses por año | | | | | | | | | | | | | | | | |
| (Expresados en Bolívares) | | | | | | | | | | | | | | | | | |

CUADRO 13. VALOR AGREGADO

| | Descripción | 1er Año | 2do Año | 3er año | 4to Año | 5to Año | 6to Año | 7mo Año |
|------------|--|---------|---------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| | PRODUCCION TOTAL | | 3.432,53 | 4.462,29 | 5.492,04 | 6.521,80 | 7.551,56 | 8.581,32 |
| | Insumos | | | | | | | |
| | Materia Prima | | 2.184.336,00 | 3.521.149,63 | 5.373.816,05 | 7.912.944,14 | 11.361.321,90 | 14.088.039,16 |
| | Materiales y Respuestos | | | | | | | |
| | Repuestos de Mantenimiento | | 16.549,27 | 17.376,74 | 18.245,57 | 19.157,85 | 20.115,74 | 21.121,53 |
| | Artículos de Oficina | | 9.000,00 | 9.450,00 | 9.922,50 | 10.418,63 | 10.939,56 | 11.486,53 |
| | Seguridad Industrial | | 4.536,00 | 7.312,03 | 11.159,29 | 16.432,05 | 23.592,96 | 33.244,63 |
| | Servicios para la producción | | | | | | | |
| | Energía Eléctrica | | 18.144,00 | 23.941,01 | 29.465,86 | 34.990,70 | 40.515,55 | 46.040,40 |
| | Combustibles | | 20.412,00 | 25.272,00 | 31.104,00 | 36.936,00 | 42.768,00 | 48.600,00 |
| | Servicios Administrativos | | | | | | | |
| | Seguros mercantiles | | 179.570,85 | 188.549,40 | 197.976,87 | 207.875,71 | 218.269,50 | 229.182,97 |
| | Comunicaciones | | 16.200,00 | 17.010,00 | 17.860,50 | 18.753,53 | 19.691,20 | 20.675,76 |
| A | TOTAL INSUMOS | | 2.448.748,13 | 3.810.060,81 | 5.689.550,64 | 8.257.508,60 | 11.737.214,41 | 14.498.390,98 |
| | Valor Agregado | | | | | | | |
| | Trabajo | | | | | | | |
| | Nómina | | 1.480.050,00 | 1.786.410,00 | 2.198.340,00 | 2.630.493,90 | 3.220.835,13 | 3.846.818,03 |
| | Capital | | | | | | | |
| | Intereses Crediticios | | 1.350.629,10 | 1.296.974,29 | 1.071.458,53 | 822.759,75 | 548.494,74 | 548.494,74 |
| | Empresario | | | | | | | |
| | Utilidad Neta | | 1.662.606,77 | 2.498.046,09 | 3.027.667,02 | 3.167.421,16 | 2.542.523,57 | 2.360.039,88 |
| | Estado | | | | | | | |
| | Seguro Social Obligatorio | | 83.655,00 | 100.971,00 | 124.254,00 | 148.680,09 | 182.047,20 | 217.428,85 |
| | INCE | | 51.480,00 | 62.136,00 | 76.464,00 | 91.495,44 | 112.029,05 | 133.802,37 |
| | Ley de Política Habitacional | | 12.870,00 | 15.534,00 | 19.116,00 | 22.873,86 | 28.007,26 | 33.450,59 |
| | Ley de Paro Forzoso | | 12.870,00 | 15.534,00 | 19.116,00 | 22.873,86 | 28.007,26 | 33.450,59 |
| | Impuesto Sobre La Renta | | 775.433,79 | 1.205.811,62 | 1.478.646,65 | 1.550.641,20 | 1.228.724,26 | 1.134.717,51 |
| | Impuestos y Patentes | | 49.771,66 | 64.703,15 | 79.634,65 | 94.566,15 | 109.497,64 | 124.429,14 |
| | Varios | | 194.109,46 | 252.342,30 | 310.575,13 | 368.807,97 | 427.040,81 | 485.273,65 |
| B | TOTAL VALOR AGREGADO | | 5.673.475,77 | 7.298.462,45 | 8.405.271,98 | 8.920.613,38 | 8.427.206,93 | 8.917.905,35 |
| C | VALOR DE LA PRODUCCION (A+B) | | 8.122.223,90 | 11.108.523,26 | 14.094.822,62 | 17.178.121,98 | 20.164.421,34 | 23.416.296,33 |
| D | Depreciación y Amortización | | 1.832.107,30 | 1.832.107,30 | 1.832.107,30 | 1.735.107,30 | 1.735.107,30 | 1.469.531,67 |
| E | INGRESOS POR VENTA (C+D) | | 9.954.331,20 | 12.940.630,56 | 15.926.929,92 | 18.913.229,28 | 21.899.528,64 | 24.885.828,00 |
| | | | | | | | | |
| | CÁLCULO DEL VALOR AGREGADO (expresado en %) | | | | | | | |
| B/C | Pagos a los factores de producción | | 70% | 66% | 60% | 52% | 42% | 38% |
| | Porcentaje promedio de producción | | | | 54% | | | |
| A/C | Pagos a los proveedores de Insumos | | 30% | 34% | 40% | 48% | 58% | 62% |
| | Porcentaje promedio de insumos | | | | 46% | | | |
| OP | Parámetros | | | | | | | |
| | Ingresos por venta | | 9.954.331,20 | 12.940.630,56 | 15.926.929,92 | 18.913.229,28 | 21.899.528,64 | 24.885.828,00 |
| | (Expresados en Bolivares) | | | | | | | |

| CUADRO 14. PUNTO DE EQUILIBRIO | | | | | | | |
|------------------------------------|---------|---------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Descripción | 1er Año | 2do Año | 3er año | 4to Año | 5to Año | 6to Año | 7mo Año |
| PRODUCCION TOTAL | | 3.432,53 | 4.462,29 | 5.492,04 | 6.521,80 | 7.551,56 | 8.581,32 |
| Costos Fijos | | | | | | | |
| Materia Prima | | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Nómina | | 900.450,00 | 1.080.540,00 | 1.296.648,00 | 1.555.977,60 | 2.038.867,20 | 2.446.640,64 |
| Gastos de Fabricación | | 340.208,33 | 384.813,22 | 433.541,20 | 487.471,43 | 566.231,12 | 637.381,95 |
| Intereses Crediticios | | 1.350.629,10 | 1.296.974,29 | 1.071.458,53 | 822.759,75 | 548.494,74 | 548.494,74 |
| Depreciación y Amortización | | 1.832.107,30 | 1.832.107,30 | 1.832.107,30 | 1.735.107,30 | 1.735.107,30 | 1.469.531,67 |
| TOTAL COSTOS FIJOS | | 4.423.394,72 | 4.594.434,81 | 4.633.755,03 | 4.601.316,08 | 4.888.700,36 | 5.102.048,99 |
| Costos Variables | | | | | | | |
| Materia Prima | | 2.184.336,00 | 3.521.149,63 | 5.373.816,05 | 7.912.944,14 | 11.361.321,90 | 14.088.039,16 |
| Nómina | | 579.600,00 | 705.870,00 | 901.692,00 | 1.074.516,30 | 1.181.967,93 | 1.400.177,39 |
| Gastos de Fabricación | | 328.959,92 | 415.318,40 | 511.353,17 | 606.390,41 | 696.290,62 | 800.805,06 |
| Intereses Crediticios | | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Depreciación y Amortización | | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| TOTAL COSTOS VARIABLES | | 3.092.895,92 | 4.642.338,03 | 6.786.861,22 | 9.593.850,84 | 13.239.580,45 | 16.289.021,61 |
| COSTOS TOTALES (F+V) | | 7.516.290,64 | 9.236.772,84 | 11.420.616,25 | 14.195.166,92 | 18.128.280,81 | 21.391.070,61 |
| Impuesto sobre la Renta | | 775.433,79 | 1.205.811,62 | 1.478.646,65 | 1.550.641,20 | 1.228.724,26 | 1.134.717,51 |
| Utilidad Neta | | 1.662.606,77 | 2.498.046,09 | 3.027.667,02 | 3.167.421,16 | 2.542.523,57 | 2.360.039,88 |
| INGRESOS POR VENTA | | 9.954.331,20 | 12.940.630,56 | 15.926.929,92 | 18.913.229,28 | 21.899.528,64 | 24.885.828,00 |
| Punto de Equilibrio por año | | | | | | | |
| Expresado en porcentaje | | 64% | 55% | 51% | 49% | 56% | 59% |
| Unidades de Producción | | 2.212,86 | 2.470,59 | 2.784,31 | 3.220,05 | 4.263,00 | 5.092,86 |
| Ingresos por Ventas | | 6.417.306,91 | 7.164.712,90 | 8.074.500,75 | 9.338.149,17 | 12.362.687,53 | 14.769.288,49 |
| Meses por Año | | 6 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| Días laborables por año | | 174 | 149 | 137 | 133 | 152 | 160 |
| Ingresos por venta | | 9.954.331,20 | 12.940.630,56 | 15.926.929,92 | 18.913.229,28 | 21.899.528,64 | 24.885.828,00 |
| (Expresados en Bolívars) | | | | | | | |

Punto de Equilibrio promedio

Expresado en:

Porcentaje

Unidades de Producción

Ingresos por Ventas

Meses por Año

Días laborables por años

Parámetros

Meses por año

Días laborables por año

56% del 100% de cualquier variable

3.340,61 ventas por servicio

bolívares de ingresos por ventas

5,04 meses de producción y venta en el año

151,07 días laborables de producción y venta en el año

9,00 meses por año

270,00 días laborables por año

