



UNIVERSIDAD DE ORIENTE
VICERRECTORADO ACADÉMICO
COMISIÓN CENTRAL DE ESTUDIOS DE POSTGRADO
POSTGRADO EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
MENCIÓN GERENCIA EN FINANZAS

Proyecto de Inversión para el Desarrollo Turístico Sustentable en
el Municipio Sucre del Estado Sucre, Caso Playa San Luís, Sector
Los Bordonos, Para El Año 2008.

Tutor Académico:

Msc. José Muñoz

ELABORADO POR:

Lcdo. Pedro J. Martínez M.

Trabajo De Grado Para Optar Al Título De Magíster Scientiarum En Ciencias
Administrativas Mención Gerencia En Finanzas.

Cumaná, octubre 2009

ÍNDICE.

	Pág.
ÍNDICE DE FIGURAS.....	v
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	vi
DEDICATORIA.....	xiii
AGRADECIMIENTO.....	xiv
RESUMEN.....	xv
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	6
EL PROBLEMA Y SUS GENERALIDADES.....	6
1.1.- Naturaleza y Alcance.....	6
1.2.- Objetivos de la Investigación.....	14
1.2.1.- Objetivo General.....	14
1.2.2.- Objetivos Específicos.....	14
1.3.- Justificación.....	15
1.4.- Metodología Utilizada.....	16
1.4.1.- Tipo de Investigación.....	16
1.4.2.- Nivel de Investigación.....	17
1.4.3.- Alcance.....	18
1.4.4.- Fuentes de Información.....	18
1.4.5.- Población y Muestra.....	19
1.4.6.- Técnicas e Instrumentos de Recolección de la Información.....	23
1.4.7.- Análisis y Presentación de los Datos.....	26
CAPÍTULO II.....	28
Fundamentos Teóricos.....	28
2.1.- Aspectos Generales de un Proyecto de Inversión.....	28
2.1.1.- Proyecto de Inversión.....	28
2.1.2.- Tipos Básicos de Proyectos.....	29

2.1.3.- Elaboración de un Proyecto.	30
2.1.4.- Estudio de un Proyecto.	31
2.2.- Estudio de Mercado.	32
2.2.1.- Definición de Mercado.	32
2.2.2.- Tipos de Mercado.	33
2.2.3.- Elementos del Mercado.	35
2.2.3.1.- Demanda.	36
2.2.3.2.- Clientes.	38
2.2.3.3.- Oferta.	39
2.2.4.- Elementos de la Mezcla de Mercado.	41
2.2.4.1.- Producto.	42
2.2.4.2.- Precio.	42
2.2.4.3.- Promoción.	43
2.2.4.4.- Plaza.	44
2.3.- Estudio Técnico.	45
2.3.1.- Tamaño Óptimo.	46
2.3.2.- Localización.	47
2.4.- Estudio Económico – Financiero.....	48
2.4.1.- Económico.	49
2.4.1.1.- Cuantificación de los Gastos.	49
2.4.1.2.- Cuantificación del Costo.	51
2.4.1.3.- Cuantificación de los Ingreso.	54
2.4.1.4.- Presupuesto.	55
2.4.2.- Financiero.	59
2.4.2.1.- Punto de Equilibrio.	59
2.4.2.2.- Flujo de Fondo del Proyecto.....	61
2.4.2.3.- Métodos y Técnicas de Evaluación de Proyectos que toman en Consideración el Valor del Dinero en el Tiempo.	63
2.4.2.3.1.- Análisis de Sensibilidad (AS).....	71

2.5.- HISTORIA DEL TURISMO.	76
2.6.- Aspectos Históricos del Turismo en Venezuela	80
2.6.1.- Turismo en el Estado Sucre.....	82
2.6.1.1.- Condiciones Generales del Municipio Sucre.....	84
2.7.- Bases Legales.	86
CAPÍTULO III	90
PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	90
3.1.- Presentación y Análisis de los resultados de las encuestas aplicadas a los habitantes de municipio Sucre del estado Sucre.	91
3.1.1.- Perfil del Entrevistado.	91
3.1.2.- Percepción de la actividad turística,.....	94
3.1.3.- Promoción,.....	98
3.1.4.- Participación Gubernamental.....	99
3.1.5.- Participación	101
3.1.6.- Servicios	102
3.2.- Presentación y Análisis de los resultados de las encuestas aplicadas a los Turistas que visitan el municipio Sucre del estado Sucre.	106
3.2.1.- Perfil del Entrevistado.	106
3.2.2.- Frecuencia y motivación del turista,.....	108
3.2.3.- Promoción,.....	113
3.2.4.- Percepción,	115
3.2.5.- Servicios,	118
3.2.6.- Preferencia,.....	120
3.2.7.- Gasto Promedio por día	124
3.3.- Presentación y Análisis de los resultados de las encuestas aplicadas a los Prestadores de Servicio Turísticos del Sector los Bordones de la Playa San Luís del municipio Sucre.	126
3.3.1.- Perfil del Entrevistado.	127

3.3.2.- Percepción	128
3.3.3.- Promoción,.....	131
3.3.4.- Participación Gubernamental,	133
3.3.5.- Servicios	134
3.3.6.- Productividad,	136
3.3.7.- Participación,	140
3.4.- Presentación y Análisis de los resultados de las encuestas aplicadas a la Población con Experiencia en Materia Turística del municipio Sucre del estado Sucre.....	142
3.4.1.- Perfil del Entrevistado.	143
3.4.2.- Percepción	144
3.4.3.- Participación,	149
3.4.5.- Inconvenientes.....	152
CAPÍTULO IV	156
PROYECTO DE INVERSIÓN PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO SUSTENTABLE EN EL MUNICIPIO SUCRE DEL ESTADO SUCRE CASO PLAYA SAN LUIS, SECTOR LOS BORDONES	156
4.1.- Estudio de Mercado.....	156
4.2.- Estudio Técnico.	167
4.3.- Estudio Económico.....	169
4.4.- Estudio Financiero.....	183
CONCLUSIONES.....	192
RECOMENDACIONES.....	195
DEFINICIÓN DE TÉRMINOS	196
BIBLIOGRAFÍA	200
ANEXOS.....	204
HOJA DE METADATOS	214

ÍNDICE DE FIGURAS.

	Pág.
Figura N° 1.....	37
Curva de la Demanda.....	37
Figura N° 2.....	40
Curva de la Oferta.....	40

ÍNDICE DE GRÁFICOS.

	Pág.
Gráfico N° 1	92
Sexo de la Población del municipio Sucre.	92
Gráfico N° 2	92
Nacionalidad de la Población.....	92
del municipio Sucre.....	92
Gráfico N° 3	93
Profesión de los habitantes.....	93
del municipio Sucre.....	93
Gráfico N° 4	93
Ocupación de los habitantes.....	93
del municipio Sucre.....	93
Gráfico N° 5	94
La Actividad Turística como Modelo de Desarrollo.	94
Gráfico N° 6	95
Destino como producto turístico.....	95
Gráfico N° 7	95
Frecuencia de visitas al sector los Bordones.	95
Gráfico N° 8	96
Satisfacción al turista.	96
Gráfico N° 9	97
Beneficiados de la Actividad Turística.	97
Gráfico N° 10	97
Fines Distintos al Económico.	97
Gráfico N° 11	98
Promoción Turística del Destino.	98
Gráfico N° 12	99

Herramientas Publicitarias.....	99
Gráfico N° 13	100
Aporte Financiero Local.....	100
Gráfico N° 14	100
Programas de Formación Turística.....	100
Gráfico N° 15	101
Plan o Proyecto municipal.....	101
Gráfico N° 16	102
Nivel de Participación.....	102
Gráfico N° 17	103
Planta Turística.....	103
Gráfico N° 18	103
Servicios Ofertados.....	103
Gráfico N° 19	104
Calidad de los Servicios.....	104
Gráfico N° 20	105
Operarios del Sector.....	105
Gráfico N° 21	106
Sexo de la Población turistas.....	106
Gráfico N° 22	107
Nacionalidad de la Población de Turistas.....	107
Gráfico N° 23	107
Procedencia de la Población Turística.....	107
Gráfico N° 24	108
Ocupación de la Población Turística.....	108
Gráfico N° 25	109
Primera Visita de la Población Turística.....	109
Gráfico N° 26	109
Frecuencia de Visitas de la Población Turística.....	109

Gráfico N° 27	110
Motivación a Volver.....	110
Gráfico N° 28	111
Permanencia de la Población Turística.....	111
Gráfico N° 29	111
Temporadas Más Frecuentes.	111
Gráfico N° 30	112
Selección del Producto Turístico.....	112
Gráfico N° 31	113
Cantidad de Acompañantes de la Población Turística.....	113
Gráfico N° 32	113
Tipo de Acompañantes de la Población Turística.....	113
Gráfico N° 33	114
Promoción del Producto Turístico.	114
Gráfico N° 34	115
Herramientas Publicitarias.	115
Gráfico N° 35	116
Los Bordones como Producto Turístico.	116
Gráfico N° 36	116
Expresión del Turista.	116
Gráfico N° 37	117
Retorno del Turista.	117
Gráfico N° 38	117
Recomendar el Destino Turístico.....	117
Gráfico N° 39	118
Servicios Prestados a los Turistas.	118
Gráfico N° 40	119
Servicios Demandados por la Población Turística.....	119
Gráfico N° 41	120

Nuevos Servicios a la Población Turística.	120
Gráfico N° 42	121
Expendedores de Servicios a la Población Turística.	121
Gráfico N° 43	121
Preferencia por el Expendedor.	121
Gráfico N° 44	122
Cambio en los Establecimientos.	122
Gráfico N° 45	123
Alojamientos de la Población Turísticas.	123
Gráfico N° 46	123
Medio de Transporte de la Población Turísticas.	123
Gráfico N° 47	124
Protección al Turista.	124
Gráfico N° 48	125
Gasto Promedio por Día.	125
Gráfico N° 49	125
Satisfacción al Turista.....	125
Gráfico N° 50	127
Sexo de los Prestadores de Servicios Turísticos.	127
Gráfico N° 51	128
Nacionalidad de los Prestadores de Servicio Turístico.	128
Gráfico N° 52	129
Selección del Destino Turístico.....	129
Gráfico N° 53	129
Sector como Producto Turístico.....	129
Gráfico N° 54	130
Satisfacción al turista.	130
Gráfico N° 55	131
Temporadas Productivas.	131

Gráfico N° 56	132
Promoción Turística del Destino.	132
Gráfico N° 57	132
Herramientas Publicitarias.	132
Gráfico N° 58	133
Apoyo Gubernamental.	133
Gráfico N° 59	134
Programas de Formación Turística.	134
Gráfico N° 60	135
Servicios Ofertados a la Población Turística.....	135
Gráfico N° 61	135
Nuevos Servicios.	135
Gráfico N° 62	136
Capacidad Total de Clientes.	136
Gráfico N° 63	137
Promedios de Clientes Diarios.....	137
Gráfico N° 64	137
Promedios de Clientes Diarios.....	137
Gráfico N° 65	138
Ingreso Promedios Diarios.....	138
Gráfico N° 66	138
Gastos de los Prestadores de Servicios.	138
Gráfico N° 67	139
Cambio en los Establecimientos.....	139
Gráfico N° 68	140
Fines Distintos al Económico.....	140
Gráfico N° 69	141
Promoción de los Prestadores de Servicios.	141
Gráfico N° 70	141

Inversión en el Sector los Bordones.	141
Gráfico N° 71	143
Sexo de los Expertos en Turismo.	143
Gráfico N° 72	144
Ocupación de los Expertos en Turismo.	144
Gráfico N° 73	145
Expresión Sobre el Ambiente Turístico.	145
Gráfico N° 74	145
Selección del Destino Turístico.	145
Producto turístico.	146
Gráfico N° 76	147
Gestión Turística.	147
Gráfico N° 77	147
Fines Distintos al Económico.	147
Gráfico N° 78	148
Beneficio Principal de la Actividad Turística.	148
Gráfico N° 79	149
Temporadas Productivas.	149
Gráfico N° 80	150
Promoción de los Expertos en Turismo.	150
Gráfico N° 81	151
Apoyo Gubernamental.	151
Gráfico N° 82	152
Programas de Formación Turística.	152
Gráfico N° 83	153
Inconvenientes para el Desarrollo Turístico.	153
Gráfico N° 84	154
Limitantes del Sector Los Bordones.	154
Gráfico N° 85	159

Demanda Actual	159
Gráfico N° 86	171
Gráfico N° 88	173
Gráfico N° 90	176
Gráfico N° 91	177
Gráfico N° 92	178

DEDICATORIA.

A mi hermano **EDUARDO ENRIQUE**, quien no se encuentra con nosotros físicamente, pero ha sido por siempre inspiración y compañía para mí, “siempre argumentaba, la constancia y dedicación dan sus frutos”. **DIOS TE BENDIGA POR SIEMPRE HERMANO.**

A mi sobrino **ROMEL**, y a mi hermana **MARTHA**, aunque tampoco puedo verlos, dedico este trabajo a sus memorias. **DIOS LOS BENDIGA POR SIEMPRE.**

A mis tres **APRECIADOS TESOROS, EDUARDO SEBASTIÁN, REINALDO SEBASTIÁN Y A MI ESPOSA (MARA)** son el regalo más hermoso de la vida sus sonrisas me alivian el alma y me hacen sentir **EL PADRE Y ESPOSO MÁS AFORTUNADO.**

A mis padres, **PEDRO ROBERTO Y ROSARIO**, ejemplos de respeto y amor, quienes cada día de sus vidas me han enseñado a valorar la unión familiar y a lograr las metas propuestas.

LOS AMARE POR SIEMPRE.

AGRADECIMIENTO.

A DIOS TODO PODEROS Y A LA VIRGEN DEL VALLE, a quienes todo los días les encomiendo mis espíritu y me proporcionan fuerzas para alcanzar mis propósitos.

A MI GRAN AMIGA KAREN ELISA, por su gran condición humana y su colaboración desinteresada hacia mí persona, ***DIOS TE BENDIGA.***

A MIS DOS ETERNOS AMIGOS Y AHORA COMPADRES, DIEGO JOSÉ Y FRANKLYN FERNANDO, gracias por su amistad, ustedes sin saberlo me proporcionan energías para tratar de hacer las cosa bien ***DIOS LES BENDIGA.***

A MI ASESOR JOSÉ MUÑOZ, AMIGO, gracias por toda tu colaboración en el logro de esta ***META. DIOS TE BENDIGA.***

GRACIAS POR SIEMPRE.



UNIVERSIDAD DE ORIENTE.
VICERRECTORADO ACADÉMICO.
COMISIÓN CENTRAL DE ESTUDIOS DE POSTGRADO.
POSTGRADO EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS.
MENCIÓN GERENCIA EN FINANZAS.

Proyecto de Inversión para el Desarrollo Turístico Sustentable en el Municipio Sucre del Estado Sucre, caso Playa San Luís, Sector los Bordones, para el año 2008.

Autor: Lcdo. Pedro J., Martínez M.

Tutor: Msc. José F., Muñoz.

Fecha: Junio 2009.

RESUMEN

El turismo constituye actualmente una de las actividades más importantes y dinámicas del mundo moderno. Es una inmensa organización prestadora de servicios, que impulsa el crecimiento económico de la nación anfitriona mediante la generación de empleo y divisas, además de fortalecer el desarrollo social, cultural y tecnológico entre otros. Venezuela, a pesar de contar con bellezas naturales que la hacen atractiva para la actividad turística, la inversión en el referido sector ha sido casi nula. Bajo este contexto, el Ejecutivo Nacional presentó el Plan Nacional Estratégico de Turismo 2008 – 2013, buscando fomentar, orientar y consolidar el desarrollo del turismo como una actividad básica para la participación de los actores que conforman el Sistema Turístico Nacional que permita un desarrollo integral de las comunidades, encontrándose sustentado en las potencialidades naturales que hacen del país un objetivo turístico por excelencia, ya que posee en cada una de sus regiones un menú de diferentes bellezas naturales e históricas. Uno de estos maravillosos escenarios naturales, es el Municipio Sucre un factor fundamental para la actividad turística, donde se llevó a cabo una investigación enmarcada desde la óptica de una metodología de campo y documental, permitiendo medir la factibilidad de invertir en el Desarrollo del Turismo Sustentable de la playa San Luís, Sector Los Bordones del Municipio Sucre del Estado Sucre, mediante el funcionamiento de pequeños o mini restaurantes.

INTRODUCCIÓN.

El turismo constituye actualmente una de las actividades más importantes y dinámicas del mundo moderno. Es una inmensa organización prestadora de servicios, que impulsa el crecimiento económico de la nación anfitriona mediante la generación de empleo y divisas, además de fortalecer el desarrollo social, cultural y tecnológico entre otros.

Los gobiernos y empresarios de países europeos como, España, Francia; de América: Estados Unidos y México; y algunos del continente asiático y del caribe, han financiado proyectos de inversión en materia hotelera, posadera y de capacitación de recursos humanos, sustentados en sus potenciales de atractivos naturales y artificiales, convirtiéndolos en destinos turísticos interesantes para los visitantes de todo el mundo y proporcionándoles oportunidades de desarrollo económico y social.

Como en el resto de las organizaciones de negocios, la mayoría de los inversionistas privados desearían un retorno razonablemente rápido sobre sus inversiones de capital. Por lo tanto, para hacer del turismo una inversión atractiva se hace necesario establecer incentivos financieros. Al respecto, el gobierno nacional, necesitará ofrecer concesiones especiales con el objetivo de movilizar capitales hacia las áreas designadas como prioritarias para un determinado plan nacional de turismo.

En Venezuela, a pesar de contar con bellezas naturales que la hacen atractiva para la actividad turística, no ha existido por parte de las

autoridades gubernamentales, regionales y locales una verdadera preocupación por lograr la integración, que permita desarrollar un plan estratégico que muestre las ventajas comparativas del sector, y que ofrezcan los servicios y beneficios que deben prestársele tanto al turista como al mismo operador.

En tal sentido, la planificación de inversión para el turismo en Venezuela, debe ser una herramienta primordial para el desarrollo de este sector, impulsando mecanismos de financiamiento en el mismo, para favorecer a los distintos prestadores de servicios turísticos presentes en el territorio nacional.

Uno de estos mecanismos, son los proyectos de inversión, los cuales se originan de ideas que se convierten en una propuesta de acción que, necesariamente requieren del uso de recursos humanos, financieros, técnicos, entre otros, para su concreción. De allí, la urgencia de aplicar una variedad de medidas incentivas; tales como: subsidios, exoneraciones totales o parciales y otros desgravámenes impositivos sobre los beneficios económicos, así como también el establecimiento de facilidades financieras mediante créditos de instituciones públicas o a través de instituciones financieras de carácter privado. Cabe destacar que la actual Ley Orgánica de Turismo contempla tales incentivos.

Es aquí, donde se requiere la intervención de los planificadores (Ejecutivo Nacional, Regional, Municipal) de la actividad turística que logren dar las facilidades para la inserción de los inversionistas y las comunidades en la elaboración de proyectos dentro de los planes estratégicos de la nación.

Bajo este contexto, el Ejecutivo Nacional presentó el Plan Nacional Estratégico de Turismo 2008 – 2013, buscando fomentar, orientar y consolidar el desarrollo del turismo como una actividad básica para la participación de los actores que conforman el Sistema Turístico Nacional que permita un desarrollo integral de las comunidades, encontrándose sustentado en las potencialidades naturales que hacen de Venezuela un objetivo turístico por excelencia, ya que posee en cada una de sus regiones un menú de diferentes bellezas naturales e históricas.

En el caso específico de la región nororiental del país, se encuentra ubicado el Estado Sucre, el cual cuenta con 15 municipios, siendo Cumaná la capital del mismo, y donde está situado el Municipio Sucre, objeto principal de este estudio, famoso por su diversidad de bellezas naturales, tales como playas con agua de pocos oleajes, de arenas finas y blancas, ríos para desarrollar la actividad del ecoturismo, museos históricos, entre otras. Elementos éstos que convierten al municipio, en un área geográfica importante en materia turística para el país. Lamentablemente, no han sido aprovechados por carecer de una estrategia socio-económica por parte de las autoridades locales, que permitan hacer de este municipio y por ende del estado una localidad apta para la implementación de un Plan de Inversión para el Desarrollo del Turismo Sustentable, que acentúe las bases del crecimiento de esta importante actividad.

En este sentido, el poseer maravillosos escenarios naturales, que hacen del Municipio Sucre un factor fundamental para la actividad turística, pero que contrastan con unos pobladores que en su mayoría se sienten desasistidos y no cuentan con los recursos para promover la actividad, se llevó a cabo una investigación enmarcada desde la óptica de una metodología de campo y documental, permitiendo medir la factibilidad de

invertir en el Desarrollo del Turismo Sustentable de la playa San Luís, Sector los Bordones del Municipio Sucre del Estado Sucre. Para tal fin, se realizó un análisis de preinversión, mediante cuatro estudios o escenarios.

El estudio de mercado permitió determinar en primer lugar la oferta de los servicios que se prestan en el sector, su demanda actual o real, así como su estimación durante los cinco años de financiamiento de la inversión; y en segundo lugar los posibles clientes demandantes. Se realizó un estudio técnico que reveló la información cualitativa y cuantitativa para establecer de manera aproximada el tamaño óptimo y localización de lo que pudiera ser un mini restaurante dentro del referido destino turístico y un estudio económico que arrojó las cifras de ingresos, costos y gastos de la inversión. Por último, se aplicaron las herramientas financieras revelando la viabilidad y rentabilidad de la inversión.

Se espera que los resultados de la investigación den a conocer parte de la situación real del turismo en el referido municipio, y propiciar las bases para el estudio de un plan de inversión general que conlleve al desarrollo del turismo sustentable en la región.

El presente trabajo se encuentra estructurado de la siguiente manera:

Capítulo I, denominado “El problema y sus Generalidades del Desarrollo Turístico Sustentable de la Playa San Luís, Sector Los Bordones”, el cual contiene la naturaleza, objetivo general, los objetivos específicos y la justificación del estudio y la metodología utilizada para llevar a cabo el proceso de inversión.

Capítulo II, identificado como “Fundamentos Teóricos para el Análisis

de Preinversión del Desarrollo Turístico Sustentable de la Playa San Luís, Sector Los Bordones”, donde se encuentra el sustento teórico relacionado con la investigación.

Capítulo III, muestra la “Presentación y Análisis de los Resultados”. Aquí se presentan los análisis de las opiniones de los diversos actores involucrados en la investigación, obtenidas de la información recabada con los instrumentos (encuestas) aplicados, descritos en el Capítulo III.

Capítulo V, denominado “Proyecto de Inversión para el Desarrollo Turístico Sustentable en el Municipio Sucre del Estado Sucre, caso Playa San Luís, Sector Los Bordones.

Por último, se presentan las Conclusiones, Recomendaciones, Glosario de Términos, Bibliografía y Anexos.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA Y SUS GENERALIDADES

Proyecto de Inversión para el Desarrollo Turístico Sustentable en el Municipio Sucre del Estado Sucre, caso Playa San Luís, Sector los Bordones, para el año 2008.

1.1.- Naturaleza y Alcance.

Antes de escoger la opción de inversión, conviene evaluar y comparar la gama de ofertas que hay en el mercado, haciendo referencia a las vastas posibilidades que se encuentran en las Instituciones Bancarias, Fondos de Pensiones, Casas de Bolsa e Instrumentos Financieros, como opciones de inversión.

Todas estas series de alternativas, que pudieran llamarse proyectos de inversión producen ciertas incertidumbres sobre lo que deparará el futuro, en gran medida por los recursos financieros que se invertirán y su retorno. En función de esto, el rentista se apoya en herramientas y/o modelos que permiten visualizar posibles vías o escenarios sobre su inversión, con la finalidad de tomar las decisiones más acertadas.

De allí que una de las herramientas usadas por los inversionistas consista en la preparación e implementación de proyectos de inversión el cual, comprende tres grandes pasos: análisis de preinversión, ejecución y operación. El análisis de preinversión, fase en la cual se centró el desarrollo de la presente investigación, requiere tener conocimiento de la situación actual del área, empresa o del entorno hacia donde estaría dirigida la

inversión, con la idea de identificar cómo se está al inicio del proceso, mediante los diagnósticos de mercado, técnico, económico y financiero, evaluaciones estas que proporcionarán la información necesaria a la hora de medir la factibilidad de un proyecto de inversión.

Hoy en día, la actividad turística presenta gran relevancia a nivel mundial, sólo basta con observar ciertos indicadores como: número de personas desplazadas fuera de su región por motivos de placer o negocios, el producto interno bruto (PIB) de algunas naciones industrializadas del área occidental y el nivel de inversiones que genera. Esto sencillamente ha propiciado a ciertos países un crecimiento sustancial en sus economías, tal es el caso de España, donde el turismo aporta al PIB, según la Organización Mundial del Turismo (OMT) (2003), un 12,2%. En el Caribe, es posible observar como naciones con limitaciones en actividades industriales, han logrado hacer de la actividad turística, una fuente importante de entradas de divisas. En este sentido, la OMT (2003) ha presentado algunos de estas cifras

“Los ingresos generados por la actividad turística en los países en desarrollo alcanzaron un 42% del total de los servicios ofrecidos, con un pronóstico de crecimiento explosivo. Efectivamente, para el año 2005, los ingresos por actividades turísticas en la mayoría de destinos (países) crecieron en términos absolutos en 49.000 millones de dólares de EEUU, para alcanzar 682.000 millones de dólares de EEUU (548.000 millones de Euros), con un crecimiento en los ingresos turísticos, a moneda local y a precios constante, del 3,4%. Según especialistas, el rápido crecimiento de las corrientes turísticas de las últimas décadas continuará hasta llegar a ser la actividad comercial más importante del planeta con un volumen de transacciones mayor que la del petróleo”.

Acorde con estas cifras, son tantos los beneficios económicos reportados por el turismo como factor de arrastre económico y generador de divisas, que dicha actividad es considerada piedra angular del desarrollo económico y social de muchas regiones, capaz de dinamizar sus economías, hasta el punto de convertirlas en dependientes de la misma.

Sin embargo, algunos autores, tales como Rodríguez (2000:7), han declarado que *“el crecimiento del sector turístico a escala internacional ha arrastrado problemas, en su mayoría por el impacto a las sociedades y al medio ambiente”*. En este mismo orden la investigadora Morillo (2002:1), señala que:

“el ejercicio improvisado y exacerbado de la actividad turística ha contribuido al deterioro irreversible de los recursos naturales, principales activos turísticos, amenazando no solo el futuro de la actividad misma sino también el bienestar de las comunidades receptoras y hasta el equilibrio ambiental del planeta”.

Por lo antes expuesto, el turismo no sólo se puede ver como una actividad de crecimiento económico, pues la tendencia de los planificadores es reducir la presión socio-ambiental ejercida por los esquemas tradicionales del turismo, lo cual obliga a replantear los enfoques, metodologías y modelos conceptuales y operativos para planificar, ejecutar y gestionar proyectos turísticos rentables a partir de recursos que se creían, hasta hace poco, renovables y por ende infinitos. En este sentido, la estrategia a implementar se enmarca dentro del concepto de turismo sustentable, el cual puede definirse como aquel que satisface las necesidades del presente sin comprometer o arriesgar la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer sus necesidades, es decir, que permite resguardar los recursos

naturales de los países y asegurar ingresos de divisas extranjeras altamente necesitadas.

Venezuela, al igual que muchos países latinoamericanos, posee evidentes ventajas comparativas como destino, atractivos en términos de diversidad de paisajes y áreas de interés natural y cultural; playas, montañas, médanos, nieves y hermosas selvas, la hacen un escenario interesante para los visitantes. Su ubicación geográfica, que da como punto de entrada hacia Sudamérica y el acceso ideal de Latinoamérica hacia Estados Unidos y Europa, la constituye un producto turístico por excelencia.

Dentro de su gran gama de diversidad, Venezuela le ofrece al mundo, según García (2007:26):

“de occidente a oriente, tres mil (3.000) kilómetros de playas caribeñas, sol tropical, arenas blancas, rojas o plateadas. Algunas de ellas son lugares frecuentados o territorios solitarios. Unas con aguas mansas y tranquilas; otras con olas enormes, estas últimas ideales para practicar deportes acuáticos. Posee 72 islas e islotes de insuperable belleza. Gran variedad de relieves montañosos que ofrecen distintos tipos de clima, particularmente en la Región Andina, en la cual existen altos picos, numerosas lagunas, hermosos valles y mesetas. Cuenta con una selva llena de especies únicas de flores, faunas y grandes ríos de una extensión de 430.000 Km². Se tienen 39 parques nacionales y 41 monumentos naturales. Para disfrutar de la fauna, flora y colosales ríos, existe una extensión de llanura de 300.000 Km²”.

Es innegable las potencialidades naturales del país, capaz de ajustarse a un sin fin de gustos. No obstante, la promoción y las facilidades de financiamiento para la actividad turística son sus grandes enemigos;

debilidades que se ven reflejadas en la estructura del sistema turístico.

La industria turística no puede ser vista como un sistema que opera de manera autónoma e independiente de los poderes políticos establecidos en el país; el rol del Estado en relación a la planificación y al desarrollo del turismo no sólo se basa en definir una política de turismo, sino también debe incluir temas relevantes, como la promoción de los productos en el mercado extranjero, la elaboración de planes generales que contribuyan a mejorar la cantidad y calidad de la oferta y la coordinación y el financiamiento (a través de recursos propios o de otros agentes estatales) en áreas como infraestructura, transporte, entre otras.

Ahora bien, en función de que el gobierno debe ser actor principal para generar las bases para el desarrollo y la regulación del turismo en las respectivas escalas nacionales, regionales y locales, el Ejecutivo Nacional, a través del Ministerio del Poder Popular para el Turismo (MINTUR), realizó un proceso de diagnóstico de las debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas en materia del mercadeo turístico para Venezuela, así como consultas previas entre los actores vinculados en la gestión del turismo tanto a nivel público como a nivel privado, refiere (MINTUR, 2006) el Plan Nacional Estratégico de Turismo 2008 – 2013, enmarcado dentro de los denominados Polos de Desarrollo Endógeno y Turismo Sustentable, el cual está dividido en siete polos de desarrollo y contiene los lineamientos estratégicos que orientarán las acciones del mercadeo para Venezuela, como destino turístico durante los próximos seis años.

Al respecto, la Ministra Aguaje (2007) expresó:

“el objetivo del plan es contribuir al mejoramiento de la calidad

de vida de la población y fortalecer el sistema turístico nacional, a través del posicionamiento de Venezuela en el mercado turístico nacional e internacional como un multideestino capaz de generar nuevas formas asociativas de inclusión social para el desarrollo sustentable y sostenible, con base en el plan de desarrollo de la nación, para esto es de suma importancia fomentar, orientar y consolidar el desarrollo del turismo a través de la corresponsabilidad de todos los actores que conforman el Sistema Turístico Nacional que permita un desarrollo endógeno integral, en coordinación con las unidades políticas del Estado”.

En lo referente al Estado Sucre, y específicamente al Municipio Sucre, zona objeto de estudio, este forma parte en el referido plan, del polo de desarrollo número dos, denominado “Eje Nor Oriental Costero”. En el se establecen sólo ciertas líneas generales del producto turístico a ofrecer por el municipio, dejando por fuera otras actividades que pudieran perfectamente plantearse para un desarrollo equilibrado, armónico y auto sostenido del turismo en el mismo y por consiguiente en el Estado Sucre, ya que sus bondades naturales y socio culturales, además de su excelente posición geográfica, reafirma sus potencialidades, y lo ubica dentro de una estrategia de desarrollo económico y social para la región Nor Oriental.

Como se dijo en párrafos anteriores, Cumaná (Municipio Sucre), capital del estado Sucre, forma parte de los 15 municipios que constituyen unidades político-administrativas, para lo cual señala Moreno (2003), son unidades primarias que juegan un rol importante para lograr el auténtico desarrollo sostenible en las actividades que el hombre decida emprender, fundamentalmente referidas a las turísticas, en cuanto a su desarrollo se refiere. Estas unidades ofrecen un paquete turístico, que incluyen ciertas bondades naturales como playas, ríos, montañas, y monumentos históricos; además de contar con una excelente gastronomía, poseer ciertas

infraestructuras hoteleras reconocidas a nivel nacional y mundial, tener una población de trato cordial y ser la ciudad más cercana del Parque Nacional Mochima.

Sin embargo, a pesar de que el Municipio Sucre cuenta con todas las bondades descritas anteriormente, el Plan Estratégico Nacional de Turismo, dentro de sus líneas de acción, tan sólo hace referencia al desarrollo del atractivo turístico cultural y religioso, así como lo cercano de otras poblaciones atractivas del estado, dejando muy disminuida sus otras potencialidades.

De allí que no quede realmente claro, cuál sería el diagnóstico del potencial turístico del referido municipio, así como tampoco el Plan de Gestión a llevar a cabo por parte de MINTUR u organismos del estado. Bajo esta óptica, se llevó a cabo una investigación que permitió medir la viabilidad y rentabilidad de la inversión, en cuanto al funcionamiento de pequeños restaurantes, como base para el Desarrollo Turístico Sustentable en el Municipio Sucre, Estado Sucre, caso Playa San Luís, Sector los Bordones, bajo el entendido de que actualmente se considera al turismo como factor estratégico de desarrollo económico sustentable, que convertiría a la nación menos dependiente del petróleo, y particularmente a una de las capitales de estado con menos fuentes de empleo y por ende de ingreso.

Mediante la realización de esta investigación se pretendió dar respuesta a la siguiente interrogante:

¿Cuáles serán los lineamientos para desarrollar un Proyecto de Inversión para el Desarrollo Turístico Sustentable en el municipio Sucre del estado Sucre, caso Playa San Luís, sector los Bordones?

En tal sentido, fue indispensable responder las siguientes preguntas:

- ¿Cuáles son los aspectos generales (culturales, sociales, turísticos y económicos) del Municipio Sucre – Estado Sucre?
- ¿Con que tipo de apoyo financiero cuentan las comunidades de este municipio, en específico las que prestan servicios en la playa San Luís, Sector los Bordones, para vender su imagen turística a Venezuela y al mundo?
- ¿Cuál será, la demanda, oferta y los elementos de la mezcla de mercado de la unidad prestadora de servicios en la playa San Luís, Sector los Bordones?
- ¿Qué productos y servicios ofrecen los prestadores de servicios a la población turística de la playa San Luís, sector los Bordones?
- ¿Cuál Será el Tamaño óptimo y la Localización de la unidad de prestación de servicios en la playa San Luís, sector los Bordones?
- ¿Cuál Será, la cuantificación de los ingresos, costos y gastos de la unidad de prestación de servicios en la playa San Luís, sector los Bordones?
- ¿Cuál Será la factibilidad de inversión de la unidad de prestación de servicios en la playa San Luís, sector los Bordones?
- ¿Cuál será el impacto que producen las inversiones, para la puesta en marcha de pequeños o mini restaurantes en la Playa de San Luís, sector los Bordones?

1.2.- Objetivos de la Investigación.

1.2.1.- Objetivo General.

Elaborar una Propuesta de Inversión para el Desarrollo Turístico Sustentable en el Municipio Sucre del estado Sucre, caso Playa San Luís, Sector los Bordones.

1.2.2.- Objetivos Específicos.

- Señalar los aspectos generales (culturales, sociales, turísticos y económicos) del municipio Sucre del estado Sucre.
- Identificar el apoyo financiero que tienen las comunidades de este municipio, en específico las que prestan servicios en la playa San Luís, sector los Bordones, para vender su imagen turística a Venezuela y al mundo.
- Determinar mediante el Estudio de Mercado, la demanda, oferta y los elementos de la mezcla de mercado en la playa San Luís, sector los Bordones.
- Identificar que productos y servicios ofrecen los prestadores de servicios a la población turística de la playa San Luís, sector los Bordones.
- Identificar el Tamaño óptimo y la Localización de la unidad de prestación de servicios en la playa San Luís, sector los Bordones.
- Determinar a través del Estudio Económico, la cuantificación de los ingresos, costos y gastos de la unidad de prestación de servicios en la

playa San Luís, sector los Bordones.

- Determinar mediante el Estudio Financiero la factibilidad de inversión de la unidad de prestación de servicios en la playa San Luís, sector los Bordones.
- Determinar el impacto que producen las inversiones, para la puesta en marcha de pequeños o mini restaurantes en la Playa de San Luís, sector los Bordones.

1.3.- Justificación.

No sólo en las investigaciones se deben formular las preguntas y determinar los objetivos de la misma, es necesario justificar el estudio, haciendo énfasis en las razones que motivan el desarrollo del problema planteado, dándole respuestas a las interrogantes de: Para qué y Por qué se va a emprender la investigación, cuál es su importancia y cuáles son las contribuciones y aportes de ésta, tal y como lo señala, Sampieri (2006: 51).

“la justificación de la investigación, indica el porqué de la investigación exponiendo sus razones. Por medio de la justificación debemos demostrar que el estudio es necesario e importante”.

Es por ello que las razones deben dar respuesta de lo necesario e importante del estudio a realizar. En función de esto, el resultado de la investigación propone la factibilidad de llevar a cabo Inversiones para el Desarrollo Turístico Sustentable de la Playa San Luís, Sector los Bordones en el Municipio Sucre del Estado Sucre, mediante la puesta en marcha de pequeños restaurantes.

Actualmente en Venezuela, el turismo está en un proceso de crecimiento, motivando a las personas, empresas y hasta el Gobierno, que disponen de recursos financieros para invertir en dicha actividad. En tal sentido, los resultados obtenidos toman gran importancia, en el entendido de que les proporcionará a los inversionistas y, por qué no, al Gobierno Nacional, Regional y Local, las bases necesarias para desarrollar las bondades turísticas del municipio, en específico la Playa San Luís, Sector los Bordones, como una actividad sustentable que beneficie a la población mediante la generación de empleo y contribuya al crecimiento económico de la localidad y por ende de la región.

Además, el estudio dejará un precedente sobre un material que servirá de base para futuras investigaciones para la región y la población venezolana en general.

1.4.- Metodología Utilizada.

Cuando se hace referencia al diseño de la investigación, se plantea un modelo o plan estratégico, que le permita al investigador hacer un contraste de los hechos con la teoría. Por ello es de suma importancia definir el tipo de investigación a realizar, así como el grado de profundidad al que espera llegar el investigador.

En esta sección, se detallan los procedimientos que permitirán obtener la información requerida que le darán solución al problema planteado.

1.4.1.- Tipo de Investigación.

El diseño de la investigación que se planteó en la presente investigación,

es de tipo documental y de campo; documental por cuanto las características del estudio requirieron de fuentes bibliográficas, tales como; textos, leyes, trabajos de investigación, así como de la búsqueda y exploración de información en fuentes electrónicas, que permitieron tener las bases referenciales y conceptuales sobre Proyecto de Inversión y el Turismo; y de campo, porque se recogieron los datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, y de los sujetos involucrados en la investigación, entre ellos los, habitantes del municipio, turistas, sujetos considerados expertos en materia turística tanto del estado como del municipio, prestadores de servicios turísticos (propietarios de establecimientos) del Sector los Bordones de la playa San Luís, así como de los propietarios y/o encargados de hoteles, posadas y restaurantes ubicados en la Playa San Luís del Municipio Sucre .

1.4.2.- Nivel de Investigación.

La investigación realizada fue de tipo descriptivo. Indica Arias (2006:48), que el mismo consiste, *“en la caracterización de un hecho, fenómeno o grupo con el fin de establece su estructura o comportamiento”*.

Por lo tanto, permitió caracterizar el objeto de estudio, al poder identificar los objetivos estratégicos que se persigue al presentar un Proyecto de Inversión para el Desarrollo del Turismo (playa San Luís, Sector los Bordones) Sustentable en el Municipio Sucre del Estado Sucre, mediante la viabilidad y rentabilidad de la construcción y puesta en marcha de pequeños restaurantes en el referido destino turístico. De igual manera se hacen notar sus posibles ventajas y desventajas, así como el impacto que tiene sobre el desarrollo social y económico de sus pobladores.

1.4.3.- Alcance.

La investigación se enmarcó en la actividad turística de la playa San Luís, Sector los Bordones, del Municipio Sucre del Estado Sucre, a través de la factibilidad de la puesta en funcionamiento de pequeños restaurantes.

1.4.4.- Fuentes de Información.

Es todo aquello que suministra información al investigador. Para efectos de este estudio, se utilizaron fuentes primarias y secundarias.

Fuentes Primarias.

La información primaria se obtuvo directamente del fenómeno en estudio, a través de los instrumentos previamente seleccionados, la cual está conformada por la población del Municipio Sucre del Estado Sucre, por los visitantes o turistas que escogerían a la playa San Luís, sector los Bordones como destino turístico, por los expertos en materia turística localizados en la zona y, por último, por los propietarios y/o encargados de los establecimientos prestadores de servicios de dicho destino.

Entendiéndose como fuente primaria según Méndez (2006:102), la

“información oral y escrita que es recopilada directamente por el investigador a través de relato o escritos transmitidos por los participantes en un suceso o acontecimiento”.

Fuentes Secundarias.

Para Méndez (2006:103), se entiende por fuente secundaria a

“la información escrita que ha sido recopilada y transcrita por personas que han recibido tal información a través de otras fuentes escritas o por un participante en un suceso o acontecimiento”.

En tal sentido, y con la finalidad de sustentar la presente investigación se recurrió a textos, revistas especializadas, prensas, trabajos previos y páginas Web, relacionadas en el objeto de estudio.

1.4.5.- Población y Muestra.

Población.

La población permite determinar que tan amplio será el hecho a investigar. La misma dependerá de ciertos aspectos tales como; las características de la investigación, la metodología a utilizar para la evaluación de los datos y la delimitación del estudio. A este respecto, Hurtado (2001:294) dice:

“Para la estrategia previa a la determinación de la población, se requiere establecer las unidades de análisis sujetos a ser estudiados y medidos por cuanto necesariamente los elementos de la población no tienen que estar referidos únicas y exclusivamente a individuos (hombres, mujeres o niños) ejecutivos; puede ser instituciones, animales, objetos físicos, etc, en función de la delimitación del problema y de los objetivos de la investigación”.

Al respecto, la investigación consideró cuatro tipos de poblaciones

Población del Municipio Sucre.

La población del municipio Sucre del estado Sucre, se ubica para el año 2006 en 343.507 habitantes aproximadamente, esto según la oficina del Instituto Nacional de Estadística que se encuentra en el estado Sucre.

Población de Turistas.

Se refiere al número de turistas que visitan al Municipio, la cual no fue posible determinar, ya que los organismos encargados de llevar los registros de entradas y salidas de los turistas no poseen información al respecto.

Población de Prestadores de Servicios Turísticos de la playa San Luís, Sector los Bordones.

Se refiere a la población de los propietarios y/o encargados de los Establecimientos (kioscos) prestadores de servicios turísticos del Sector los Bordones de la playa San Luís del Municipio Sucre del Estado Sucre. Según la Oficina de Turismo de la alcaldía del Municipio Sucre, para el año 2007, el destino turístico cuenta con 46 puestos de servicios. Para el estudio se tomaron en cuenta todos los elementos de la población, ya que se considera manejable.

Población Expertos en Turismo.

Se refiere al número de personas expertas en materia turística, ubicadas en la Dirección de Turismo del estado y de la Oficina de Turismo de

la Alcaldía del Municipio Sucre del Estado Sucre. Dicha población fue de libre escogencia por parte del investigador. Limitándose a un número de 52 personas pertenecientes a la dirección y oficina de turismo, tanto del estado como del municipio Sucre. Al igual que la población anterior se tomaron todos los elementos de la población.

Muestra.

Sabino (2002:83), la define *“Como una parte del todo que llamamos universo y que sirve para representarlo”*

Con respecto a la población del Municipio Sucre, se utilizó el muestreo aleatorio simple para población finita, el cual es un procedimiento de selección de una muestra de tamaño n , de una población N , tal que todos y cada uno de los elementos que se tomen de la población tengan la misma probabilidad de ser seleccionados en la muestra. Para obtener la muestra, se aplicó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N * P * Q * Z^2}{E^2 * (N - 1) + P * Q * Z^2}$$

Donde:

N = Tamaño de la población del Municipio Sucre 343.507 habitantes.

n = Tamaño de la muestra

Z = Número de unidades tipificadas o estándar, que resulta del nivel de confianza (probabilidad) asumido por el investigador en el estudio. Para el desarrollo de la investigación se utilizó un nivel de confianza de 95%, lo que proporciona un número de unidades tipificadas de 1,96. Determinada a través de la tabla de área bajo la curva normal.

P = Proporción de éxitos o casos favorable. En esta investigación se

asumió un número de casos favorables de 50%.

Q = Proporción de fracaso o no éxitos. Se asigna de igual manera un 50%.

E = Error de muestreo, es la diferencia entre la muestra que se toma y el parámetro que se estima. En este caso se asumió un 5%.

En este sentido al introducir la información en la fórmula, se tiene el siguiente tamaño de muestra.

Datos:

N = 46000 habitantes.

n = ?

Z = 1,96

P = 0,5

Q = 0,5

E = 0,05

$$n = \frac{343.507 * 0,50 * 0,50 * (1,96)^2}{(0,05)^2 * (343.507 - 1) + 0,50 * 0,50 * (1,96)^2} \rightarrow$$

$$n = 384$$

Se tomó una muestra de 384 habitantes para la aplicación del instrumento seleccionado.

En el caso de la población de **turistas** que visitan al municipio, se hizo imposible determinar el parámetro poblacional correspondiente, esto debido a que el organismo encargado de llevar los datos estadísticos no posee información al respecto. Cabe introducir en este punto que la mayor afluencia de turistas que visitan la Playa de San Luís ocurre en temporadas altas. En específico se estaría hablando de la Semana Santa y Carnaval, es decir, que al plantearse un muestreo aleatorio simple para una población infinita se

tendría aproximadamente una muestra de 384, lo que resultaría inapropiado poder ubicar esa cantidad de visitantes en temporadas bajas en el sector. En tal sentido, es propuesta del investigador el uso de un tipo de muestreo a conveniencia o por propósito, el cual según Vieytes (2004:404) define como:

“el investigador elige a los sujetos y situaciones según los fines de su estudio, seleccionando aquellos que considera típicos, algo muy difícil de lograr al azar con muestras pequeñas que utiliza la investigación que contenga aspectos cualitativos.”

En función de lo anterior, se eligió una muestra aproximada de 150 turistas, por ser considerada representativa para el estudio. Estos elementos (típicos) se seleccionaron en el destino turístico de la playa San Luís, Sector los Bordones, así como en los sitios de alojamientos y disfrutes (hoteles, restaurantes, etc.), en un horario comprendido de 9:30 AM a 6:00 PM, durante tres meses.

1.4.6.- Técnicas e Instrumentos de Recolección de la Información.

La información, según Méndez (1998),

“es la materia prima de la cual puede llegarse a explorar, describir y explicar hechos o fenómenos que definen un problema de investigación.”

Por otra parte Arias (2006:71), señala que:

“la pertinencia de seleccionar las técnicas e instrumentos necesarios para la recolección de los datos, definiendo la técnica como el procedimiento o forma particular de obtener los

mismos y los instrumentos, cualquier dispositivo formato, que se pueda utilizar para obtener, registrar o almacenar información.”

En el caso particular de este estudio, las técnicas utilizadas para ir a la fuente primaria, consistieron en entrevistas no estructuradas, específicamente las entrevistas focalizadas, la cual define Sabino (1992: 157) como:

“aquellas donde existe un margen más o menos grande de libertad para formular las preguntas y las respuestas, sin necesidad de un cuestionario o modelo rígido, teniendo la particularidad de concretarse en un único tema.”

Además se hizo uso de la aplicación de cuestionarios. Al respecto Arias (2006:72) señala,

“es la modalidad de encuesta que se realiza de forma escrita mediante un instrumento o formato en papel contentivo de una serie de preguntas. Se le denomina cuestionario auto administrado por que debe ser llenado por el encuestado, sin intervención del encuestador.”

En ese sentido Razo (1998:207), comenta

“en los cuestionarios se recaba información mediante cédulas con preguntas impresas, así el encuestado responde de acuerdo con su criterio y proporciona antecedentes útiles para el investigador.”

Otra técnica utilizada y que permitió obtener información de la fuente secundaria es la técnica de fichaje, la cual sirvió para acumular de manera metódica ordenada los diversos datos e ideas, para la realización del trabajo. Los instrumentos utilizados para recoger la información fueron: las fichas, cédulas de entrevistas, cuestionarios, Leyes, Revistas, Internet y Textos especializados en el tema.

Operacionalización de Variables.

Independientemente de la naturaleza o los fines que se pretendió alcanzar durante la investigación, es necesario plantear las variables involucradas que son las que permiten en realidad precisar los aspectos que se investigaron.

Según Arias (2006: 55), “la variable es una característica, cualidad o medida que puede sufrir cambios y que es objeto de análisis, medición o control en una investigación.

Por otro lado los indicadores, señalan como medir las dimensiones o rasgos de las variables.

VARIABLE	INDICADORES
Estudio de Mercado.	Oferta, Demanda, Producto, Precio, Promoción, Plaza.
Estudio Técnico.	Tamaño Optimo, Localización.
Estudio Económico.	Cuantificación, de los Gastos, ingresos y Costo del proyecto.
Estudio Financiero	Punto de Equilibrio, Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Análisis de Sensibilidad.

Fuente: Elaboración Propia (2008-2009).

1.4.7.- Análisis y Presentación de los Datos.

Los datos recopilados fueron analizados a través de técnicas lógicas, específicamente mediante los métodos de análisis-síntesis, el análisis consistió en descomponer el todo en sus partes e identificar, para dar respuesta a las interrogantes planteadas en los objetivos específicos y en el planteamiento del problema de la presente investigación, mientras que la síntesis relacionó los elementos componentes del problema y proporcionó las explicaciones a partir del estudio.

Así mismo se tomó la opinión de un grupo de expertos, mediante la aplicación de cuestionarios estructurados o no estructurados. La información o retroalimentación obtenida se consideró de gran valor, puesto que proceden de personas con experiencias en sus respectivas áreas de especialización. En el caso que nos compete, sobre Turismo Sustentable que se pudiera aplicar en la Playa de San Luís del Municipio Sucre del Estado

Sucre. Además dichos datos fueron sometidos a una clasificación y tabulación, así como su representación a través de diagramas o figuras geométricas.

CAPÍTULO II

FUNDAMENTOS TEÓRICOS

Proyecto de Inversión para el Desarrollo Turístico Sustentable en el Municipio Sucre del Estado Sucre, caso Playa San Luís, Sector los Bordones, para el año 2008.

2.1.- Aspectos Generales de un Proyecto de Inversión.

2.1.1.- Proyecto de Inversión.

No todas las ideas empresariales pueden ser exitosas, sin embargo, impulsarlas implica el uso de recursos propios o de terceros y el fracaso de éstas puede significar la pérdida total o parcial de dichos recursos; por tal motivo para disminuir esas pérdidas se elaboran los proyectos, porque a través de ellos podemos diagnosticar si las ideas, son rentables económica y financieramente. Por ello, es importante que los inversionistas que tienen deseos de superación, tengan claro lo que es un proyecto antes de realizar una inversión.

Con respecto a la definición de proyecto de inversión, Sapag y Sapag (1995: 4) refiere que “es una propuesta de acción técnico económica para resolver una necesidad utilizando un conjunto de recursos disponibles, los cuales pueden ser, recursos humanos, materiales y tecnológicos entre otros”.

De igual manera Sanin (1990: 7) indica que “un proyecto de inversión es una propuesta de acción que implica la utilización de un conjunto determinado de recursos para el logro de unos resultados esperados”. En

este mismo orden, Baca (2006:2), explica,

"se puede describir como un plan que, si se le asigna determinado monto de capital y se le proporciona insumo de varios tipos, podemos producir un bien o un servicio, útil al ser humano o la sociedad general.

Se le podría agregar a estas definiciones que un proyecto de inversión requiere un conjunto de tareas elementales bien definidas que se ejecutan de acuerdo a un orden determinado.

Es importante resaltar que el proceso para la preparación de un proyecto de inversión, es igual tanto para bienes como para servicios, siendo este último a destacar en la elaboración de la presente investigación.

2.1.2.- Tipos Básicos de Proyectos.

Existen ciertas clasificaciones sobre proyectos de inversión, la más general, según el Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social (ILPES) (1982:16), es aquella que la divide de acuerdo a su naturaleza:

- **Proyecto de Inversión Privada**, es aquel acometido por un empresario particular para satisfacer sus propios objetivos. El proyecto interesará al empresario en la medida en que mayor sea el balance a su favor, es decir, por el grado en que los ingresos superen al valor total pagado por concepto de costos.
- **Proyecto de Inversión Pública**, es un instrumento de intervención del

Estado en aquellas áreas que correspondan a su misión y naturaleza. De manera general, el Estado tiene funciones importantes que cumplir en áreas económicas y sociales, bien porque no sea atractiva la intervención para el empresario privado, o bien porque se trate de servicios sensibles de naturaleza innegable. El objetivo principal es atender a una población carente de un determinado servicio (o un conjunto de servicios) y los beneficiarios regularmente se expresan por el nivel efectivo de satisfacción de la necesidad por parte de los usuarios del proyecto, siempre y cuando el costo de oportunidad social de los recursos lo justifique. En relación al turismo un proyecto puede ser encaminado por inversión privada o pública.

2.1.3.- Elaboración de un Proyecto.

En la elaboración inicial, todo proyecto de empresa se desarrolla en torno a una idea, que trata de poner de manifiesto basándose en la información existente e inmediatamente disponible, éstas surgen generalmente como consecuencia de:

- Requerimiento del mercado, detección de una necesidad.
- La existencia de un recursos susceptibles de explotación
- Repetición de experiencias ajenas.
- Oportunidades de negocio en mercados poco abastecidos.
- Requerimientos de un cliente.
- Avance tecnológico.
- Adaptación a regulaciones.

- La necesidad de sustituir importaciones.
- La necesidad de competir en la producción de un bien o en la prestación de un servicio.

A partir de esa idea el interesado procede a la realización de un diagnóstico que identifique las distintas vías de solución y además le proporcionen las bases bien fundadas para rechazar o adoptar la idea.

2.1.4.- Estudio de un Proyecto.

En un estudio de proyectos, cualquiera que sea la profundidad con que se realice, se distinguen tres grandes fases, según Sapag y Sapag (1995). La primera fase, es llamada Análisis de Preinversión, la cual consiste en conocer la situación actual, identificar conceptos claves actuales, Identificar como estamos al inicio del proceso; se estudian desde lo máximo de puntos de vista, todas las partes esenciales de la empresa y de su entorno, tratando de relacionarlas entre sí, esto a través de los diagnósticos de mercado, técnico, económico y financiero; la segunda conocida como Ejecución o de Inversión, la cual comprende el proceso de implementación del proyecto, donde se materializan todas las inversiones previas a su puesta en marcha y finalmente la fase de Operación, cuya duración depende del tipo de proyecto, es aquí donde la inversión ya materializada está en ejecución.

En vista de que el presente trabajo se centró en la fase de análisis de preinversión o estudio de pre factibilidad, se utilizó como herramienta el análisis de preinversión, el cual señala Baca (2006:10):

"la fase de pre factibilidad, se refiere a un proceso de selección

basado en la viabilidad mercadológica, tecnológica, económica y financiera, que permite tomar la decisión sobre la conveniencia o no de llevar a cabo el proyecto, que puede ser para la producción de un bien o la prestación de un servicio”.

2.2.- Estudio de Mercado.

Ahora bien, para el análisis de preinversión, se hace la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de los canales de distribución. Para lo cual hay que tomar en consideración el estudio de mercado.

2.2.1.- Definición de Mercado.

En la práctica, cada persona tiene una definición de mercado en función de lo que mejor le parece o le conviene, por ejemplo, para un accionista, el mercado tiene relación con los valores o el capital; para una ama de casa, es el lugar donde compra los productos que necesita; desde el punto de vista de la economía, es el lugar donde se reúnen oferentes y demandantes, donde se determinan los precios de los bienes y servicios a través del comportamiento de la oferta y la demanda.

No obstante a continuación, se presentarán algunas definiciones de mercado orientadas a la disciplina de mercadotecnia.

Para Bonta y Farber. (2002:19), el mercado es

"Donde confluyen la oferta y la demanda. En un sentido menos

amplio, el mercado es el conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto. El mercado de los autos está formado no solamente por aquellos que poseen un automóvil sino también por quienes estarían dispuestos a comprarlo y disponen de los medios para pagar su precio."

Otra definición de mercado enfocada al marketing para turismo, según Figuerola (1979:133) es aquel

"que nace por la existencia de un producto, en este caso, los servicios turísticos, que son ofrecidos por los oferentes en forma y carácter muy heterogéneos, y demandados por otro grupo de personas, que integran la demanda turística."

Tomando en cuenta las definiciones anteriores, se deduce que existen principalmente dos fuerzas que mueven el mercado, la demanda y la oferta, la primera son los compradores reales y potenciales que tienen una determinada necesidad y/o deseo, dinero para satisfacerlo y voluntad para hacerlo, y la segunda, los vendedores que ofrecen un determinado producto para satisfacer las necesidades y/o deseos de los compradores mediante procesos de intercambio de bienes o servicios.

2.2.2.- Tipos de Mercado.

Para Philip (1991:11,12), la economía moderna opera con base en el principio de la división del trabajo, donde cada persona se especializa en la producción de algo, recibe una paga, y con su dinero adquiere las cosas que necesita. Por consiguiente, los mercados abundan en la economía moderna. En este sentido, existen algunas clasificaciones que ordenan los diferentes

mercados agrupándolos según su tipo. Estos pueden ser: según su geografía, competencia establecida, tipo de recurso, tipo de cliente y tipo de producto. A continuación se describirán según el tipo de cliente y producto.

Tipos de Mercado, según el Tipo de Cliente:

Para Fischer y Espejo (1990:85-89), los tipos de mercado desde el punto de vista del cliente, se dividen en:

- Mercado del Consumidor: En este tipo de mercado los bienes y servicios son adquiridos para un uso personal.
- Mercado del Productor o Industrial: Está formado por individuos, empresas u organizaciones que adquieren productos, materias primas y servicios para la producción de otros bienes y servicios.
- Mercado del Revendedor: Está conformado por individuos, empresas u organizaciones que obtienen utilidades al revender o rentar bienes y servicios.
- Mercado del Gobierno: Está formado por las instituciones del gobierno o del sector público que adquieren bienes o servicios para llevar a cabo sus principales funciones.

Tipos de Mercado, según el Tipo de Producto:

De acuerdo a esta clasificación, según Fischer y Espejo (1990:85-89), el mercado se divide en:

- Mercado de Productos o Bienes: Está formado por empresas, organizaciones o individuos que requieren de productos tangibles.
- Mercado de Servicios: Está conformado por empresas, personas u organizaciones que requieren de actividades, beneficios o satisfacciones que pueden ser objeto de transacción.
- Mercado de Ideas: Tanto empresas como organizaciones necesitan constantemente de "buenas ideas" para ser más competitivas en el mercado. Por ello, la mayoría están dispuestas a pagar una determinada cantidad de dinero por una "buena idea". En tal sentido, existen ferias de exposición de proyectos en universidades y escuelas, las cuales, tienen el objetivo de atraer empresarios, inversionistas, caza-talentos, etc.
- Mercado de Lugares: Está compuesto por empresas, organizaciones y personas que desean adquirir o alquilar un determinado lugar, ya sea para instalar sus oficinas, construir su fábrica o simplemente para vivir. También está compuesto por individuos que deseen conocer nuevos lugares, pasar una vacación, recrearse en un determinado lugar, etc.

2.2.3.- Elementos del Mercado.

Todo mercado bien sea éste de un bien o servicio se encuentra constituido por dos elementos básicos, oferta y demanda, ambos expresan las cantidades que los individuos están dispuestos a ofrecer y demandar dentro del sistema económico. El modelo de oferta y demanda se completa cuando se establece un acuerdo entre compradores y vendedores.

2.2.3.1.- Demanda.

Este elemento del mercado expresa la cantidad de bienes y servicios que se estima estará vinculado al proyecto de inversión.

Según Fischer y Espejo (1990:240),

"la demanda se refiere a las cantidades de un producto que los consumidores están dispuestos a comprar a los posibles precios del mercado".

En ese mismo orden, Baca (2006:17), la define como;

"la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado."

Ahora, en cuanto a la definición de demanda, desde la perspectiva del turismo, la OMT (1998:59), la define como;

"el número total de personas que viajan o desean viajar, para disfrutar de facilidades turísticas y de servicios en lugares distintos al lugar de trabajo y de residencia habitual."

En este sentido, la demanda en su término más amplio y común es la cantidad de bienes y/o servicios que los compradores o consumidores están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos, quienes además, tienen la capacidad de pago para realizar la transacción a un precio

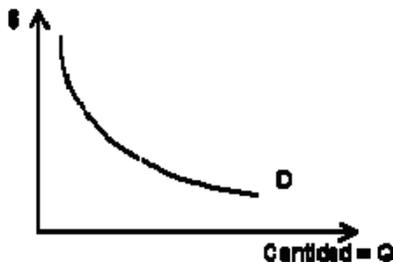
determinado y en un lugar establecido.

En un proyecto de inversión el análisis de la demanda, por un lado, persigue determinar y medir cuáles son las fuerzas que influyen en los requerimientos del mercado en relación a un bien o servicio, y por el otro, busca determinar la posibilidad de participación del producto del proyecto en la satisfacción de la demanda.

En la determinación de la demanda se encuentran presente una serie de factores, tales como, la necesidad real de ese bien o servicio, su precio, la capacidad adquisitiva de la población, entre otros, que son producto del empleo de ciertas herramientas de investigación de mercado. La siguiente gráfica, muestra la relación entre las cantidades de un bien que los consumidores (clientes) están dispuestos a comprar y todos los precios posibles, en un período específico, con los demás factores constantes (sin sufrir modificaciones).

Figura N° 1.

Curva de la Demanda



Fuente: Sapag y Sapag (1995) Preparación y Evaluación de Proyectos

Como se puede observar es una curva con pendiente negativa, ya que la misma muestra la relación inversa que existe entre el precio y la cantidad demandada, es decir, a menor precio mayor demanda de determinado bien o servicio y viceversa.

2.2.3.2.- Clientes.

En el comercio, marketing y el turismo, un cliente es quien accede a un producto o servicio por medio de una transacción financiera (dinero) u otro medio de pago. También se puede definir, como personas o instituciones cuyas necesidades, expectativas o inquietudes son atendidas con el resultado de un proceso, proyecto o experiencia. Normalmente, cliente, comprador y consumidor son la misma persona.

Tipos de Clientes.

En un sentido general, una empresa u organización tiene dos tipos de clientes:

- **Clientes Actuales:** Son aquellos (personas, empresas u organizaciones) que le hacen compras o solicitan servicios a la empresa de forma periódica o que lo hicieron en una fecha reciente. Este tipo de clientes es el que genera el volumen de ventas actual, por tanto, es la fuente de los ingresos que percibe la empresa en la actualidad y es la que le permite tener una determinada participación en el mercado.
- **Clientes Potenciales:** Son aquellos (personas, empresas u organizaciones) que no le realizan compras o solicitan servicios a la empresa en la actualidad pero que son visualizados como posibles

clientes en el futuro porque tienen la disposición necesaria, el poder de compra y la autoridad para comprar. Este tipo de clientes es el que podría dar lugar a un determinado volumen de ventas en el futuro (a corto, mediano o largo plazo) y por tanto, se los puede considerar como la fuente de ingresos futuros.

2.2.3.3.- Oferta.

Constituye un elemento importante en el diagnóstico de mercado, pues es la cantidad de bienes y servicios que se estima ofrecerá el proyecto.

Para Fischer y Espejo (1990:243) la oferta se refiere a:

"las cantidades de un producto que los productores están dispuestos a producir a los posibles precios del mercado." Complementando esta definición, ambos autores indican que la ley de la oferta "son las cantidades de una mercancía que los productores están dispuestos a poner en el mercado, las cuales, tienden a variar en relación directa con el movimiento del precio, esto es, si el precio baja, la oferta baja, y ésta aumenta si el precio aumenta."

De igual manera, Baca (2006:48) comenta

"la oferta es la cantidad de bienes y servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a la disposición del mercado a un precio determinado."

Para la Organización Mundial del Turismo (1998:86), la oferta se refiere;

"al producto alojamiento, en cualquiera de sus modalidades distinguiéndose a su vez, dentro de una oferta básica entre oferta hotelera y extrahotelera. Así como los productos y los servicios que forman parte de la oferta complementaria."

En síntesis, la oferta es la cantidad de productos y/o servicios que los vendedores quieren y pueden vender en el mercado a un precio y en un período de tiempo determinado para satisfacer necesidades o deseos de los demandantes.

Al igual que la demanda, en un proyecto se requiere determinar o medir la cantidad de bienes y servicios que se pretende poner a disposición del mercado, la cual es producto de ciertos factores, como son los precios en el mercado del producto, los subsidios del gobierno al producto, el entorno económico entre otros. Para su determinación se debe emplear ciertas herramientas de investigación de mercado.

Figura N° 2.
Curva de la Oferta



Fuente: Sapag y Sapag (1995) Preparación y Evaluación de Proyectos

En la representación gráfica se muestra la cantidad total de un producto que los productores están dispuestos a producir o vender, en un determinado período de tiempo, a diversos precios del producto, cuando los demás factores de la oferta permanecen constantes. La curva de la oferta normalmente tiene pendiente positiva que muestra una relación directa entre los precios y las cantidades.

2.2.4.- Elementos de la Mezcla de Mercado.

A mediados de la década de los años 60, el Dr. Jerome McCarthy (premio Trailblazer de la American Marketing Association) introdujo el concepto de las **4 P's**, que hoy por hoy, se constituye en la clasificación más utilizada para estructurar las herramientas o variables de la mezcla de mercadotecnia.

Kotler y Armstrong (1991:63) definen la mezcla de mercadotecnia como

*"el conjunto de herramientas tácticas controlables de mercadotecnia que la empresa combina para producir una respuesta deseada en el mercado meta. La **mezcla de mercadotecnia** incluye todo lo que la empresa puede hacer para influir en la demanda de su producto"*

La mezcla de mercadotecnia o como se conoce en inglés, Marketing Mix, forma parte de un nivel táctico de la mercadotecnia, en el cual, las estrategias se transforman en programas concretos para que una empresa pueda llegar al mercado con un producto o servicio (turismo entre otro tipo) que satisfaga necesidades y/o deseos, a un precio conveniente, con un mensaje apropiado y un sistema de distribución que coloque el producto en

el lugar correcto y en el momento más oportuno. A estos cuatro elementos se les denomina: Producto, Precio, Plaza (distribución) y Promoción, los cuales se describirán a continuación de manera general.

2.2.4.1.- Producto.

Según Fischer y Espejo (1990:164) un producto,

“es todo aquello (tangible o intangible) que se ofrece a un mercado para su adquisición, uso y/o consumo y que puede satisfacer una necesidad o un deseo. Puede llamarse producto a objetos materiales o bienes, servicios, personas, lugares, organizaciones o ideas”.

Desde el punto vista turístico, para la OMT, una primera aproximación a la idea de producto permitiría definirlo como;

“el conjunto de bienes y servicios que son utilizados para el consumo turístico por grupos determinados de consumidores”.

En este sentido se puede asumir que un producto, es mucho más que un objeto físico. Es un completo conjunto de beneficios o satisfacciones que los consumidores perciben que obtienen cuando lo compran, es la suma de los atributos físicos, psicológicos, simbólicos y de servicio.

2.2.4.2.- Precio.

Se denomina precio al valor monetario asignado a un bien o servicio. Conceptualmente, se define como la expresión del valor que se le asigna a

un producto o servicio en términos monetarios y de otros parámetros como esfuerzo, atención o tiempo. El precio no es sólo dinero e incluso no es el valor propiamente dicho de un producto tangible o servicio (intangible), sino un conjunto de percepciones y voluntades a cambios de ciertos beneficios reales o percibidos como tales.

2.2.4.3.- Promoción.

Kotler y Armstrong (1992:86) definen promoción como

“el conjunto de herramientas o variables de comunicación utilizadas por las organizaciones para comunicarse con sus mercados, en busca de sus propios objetivos. La elección y uso de estas herramientas, abarca una serie de actividades cuyo objetivo es informar, persuadir y recordar al cliente y otros interesados, las características, ventajas y beneficios del servicio o producto.

La mezcla de promoción está constituida por publicidad, promoción de ventas, venta personal y relaciones públicas. Estos principios de promoción son similares tanto para un producto tangible como intangible. Sin embargo existen algunas diferencias, las cuales se deben principalmente a aspectos tales como; las características de las industrias de servicios; las características de los servicios. En cada una de estas categorías existen factores responsables de dichas diferencias. Entre estos podemos mencionar la naturaleza de la competencia y condiciones de mercado, restricciones profesionales y éticas, naturaleza del servicio, entre otras.

2.2.4.4.- Plaza.

También conocida como posición o distribución, incluye todas aquellas actividades de la empresa que ponen el producto a disposición del mercado meta. Sus variables son las siguientes; canales, cobertura, surtido, ubicaciones, inventario, transporte y logística.

Todas las organizaciones, bien sea que produzcan bienes tangibles o intangibles, tienen interés en las decisiones sobre la plaza, es decir, como poner a disposición de los usuarios las ofertas y hacerlos accesibles a ellos. La plaza es un elemento de la mezcla del marketing que ha recibido poca atención en lo referente a los servicios debido a que siempre se le ha tratado como algo relativo a movimiento de elementos físicos, motivado a que la generalización usual que se hace sobre distribución del servicio es que la venta directa es el método más frecuente y que los canales son cortos.

En cuanto al canal de distribución, éste consiste en el conjunto de personas y empresas que forman parte de la transferencia de un bien o servicio desde su productor al consumidor o usuario del negocio final producto. Se dice que un canal es largo cuando intervienen muchos intermediarios (mayoristas, distribuidores, almacenistas, revendedores, minoristas, etc.) y corto cuando intervienen pocos. En este sentido, se puede hablar de dos tipos de canales:

- **Canal directo.** Es cuando el productor vende el producto directamente al consumidor sin intermediarios. Abarcaría conceptos tales como; venta telefónica, por correo, a domicilio, por internet etc.
- **Canal indirecto.** Cuando el productor se sirve de intermediarios para

hacer llegar la mercancía al consumidor, incluyen, mayoristas, minoristas entre otros.

2.3.- Estudio Técnico.

En esta parte del análisis de preinversión de un proyecto, se busca diseñar la función de producción óptima, que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto deseado, sea éste un servicio o bien. La parte restante de este estudio corresponde a las técnicas e instrumentos necesarios para ese fin. Es así como el estudio técnico no sólo debe demostrar la viabilidad técnica del proyecto, sino que debe mostrar y justificar cual es la alternativa técnica que mejor se ajusta a los criterios de optimización.

El estudio técnico aporta información cualitativa y cuantitativa respecto a los factores productivos que deberá contener una nueva unidad en operación, esto es: tecnología; magnitud de los costos de inversión; recursos, previsiones para la nueva unidad productiva. En definitiva el objetivo en esta etapa es diseñar como se producirá aquello que venderás.

Para Baca (2006:8), esta parte del estudio puede subdividirse en cuatro partes; determinación del tamaño óptimo, localización óptima, ingeniería del proyecto y análisis administrativos. Cabe destacar, que en el desarrollo de la investigación sólo se hace mención del tamaño y la localización óptima del servicio.

2.3.1.- Tamaño Óptimo.

Para el Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social (ILPES) (1982:93). El tamaño óptimo de un proyecto

"se mide por su capacidad de producción de bienes o servicios, definida en términos técnicos en relación con la unidad de tiempo de funcionamiento normal de la empresa. Este concepto de producción normal se puede definir como la cantidad de productos por unidad de tiempo que se puede obtener con los factores producción elegida, operando en las condiciones locales que se espera que se produzca con mayor frecuencia durante la vida útil proyecto y conducentes al menor costo unitario posible.

Por su lado, Gallardo (1998:34) nos comenta, que para determinar el tamaño óptimo de un proyecto;

"existen por lo menos, dos puntos de vista, el técnico (o de ingeniería) y el económico. El primero a la capacidad o tamaño como el nivel máximo de producción que puede obtenerse de una operación con determinados equipos e instalaciones. Por su parte, el económico define la capacidad como el nivel de producción que, utilizando todos los recursos invertidos, reduce al mínimo los costos unitarios o bien, que genera las máximas utilidades."

Sin duda, la importancia del tamaño óptimo en el estudio de factibilidad se ve reflejado en que sus resultados forman parte fundamental para determinar aspectos económicos y financieros sobre los montos de inversión que representa cada activo que se empleará, así como la evaluación de la rentabilidad que éstos producirán en el proyecto.

Por otra parte, hay quienes piensan que la determinación óptima de un proyecto es difícil, debido a que las técnicas existentes para su determinación son interactivas y no existe un método preciso y directo para realizar los cálculos. Aunque no existe una técnica única para determinar el tamaño recomendable, esto puede basarse en dos consideraciones que le confieren un carácter cambiante a la parte óptima del proyecto; la relación precio-volumen, por el efecto de la elasticidad de la demanda, y la relación costo-volumen, por las economías de escala que pueden lograrse en el proceso productivo. En definitiva, la evolución que se realice de estas variables tiene por objeto determinar los costos y beneficios de las diferentes alternativas posibles a implementar.

2.3.2.- Localización.

Para el autor Baca (2006:90), la localización óptima de un proyecto;

"es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) u obtener el costo unitario mínimo (criterio social).

En ese mismo orden Gallardo (1998:31) la define como, *"una posición de competencia basada en menores costos de transporte y en la rapidez del servicio."*

La ubicación de un proyecto de cualquier índole no debe ser tomada de forma apresurada, pues la misma contribuye a reducir al mínimo los costos de inversión y operación que son necesarios para su ubicación en un lugar apropiado. En este sentido, una acertada ubicación del proyecto respecto a sus mercados naturales, se traduce en grandes beneficios para los

inversionistas del proyecto. Por el contrario, si se está alejada de ellos le puede representar grandes perjuicios.

Por lo tanto, al estudiar la localización del proyecto es posible conseguir más de una solución factible adecuada, más todavía cuando el análisis se realiza en nivel de prefactibilidad, donde las variables relevantes no son calculadas en forma concluyente. En este sentido, la selección de la ubicación debe tener un carácter definitivo transitorio que permita optar por aquella que presente el máximo rendimiento. Por lo tanto, el objetivo general del estudio de localización, bien sea para la producción de un bien o la prestación de un servicio, es por supuesto determinar el sitio de ubicación.

En este análisis de la ubicación del proyecto, hay dos etapas necesarias que realizar; la selección de una macrolocalización y, dentro de ésta, la microlocalización definitiva. Algunas veces se considera que en el análisis de preinversión sólo es necesario definir una macrozona, pero no hay una regla al respecto. Para la selección de la macro y microlocalización se consideran algunos factores que comúnmente influyen en la localización, tales como, la disponibilidad y confiabilidad de los sistemas de apoyo, donde se incluyen los servicios públicos de electricidad y agua, las condiciones sociales y culturales, donde se estudian no sólo las variables demográficas como tamaño, distribución, edad entre otros, sino también aspectos como la actitud hacia el nuevo servicio, calidad, confiabilidad, tradiciones y costumbres, por ultimo las consideraciones legales y políticas.

2.4.- Estudio Económico – Financiero.

Son dos diagnósticos muy relacionados a la hora de analizar la factibilidad del proyecto. Aquí se establecerá el monto de los recursos

requeridos para iniciar el proyecto, así como la aplicación de tales recursos financieros.

2.4.1.- Económico.

Esta etapa tiene como objetivo, ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporciona el estudio de mercado y técnico, partiendo de la determinación de los recursos necesarios para la realización del proyecto, mediante la elaboración de datos numéricos, tales como los gastos, ingresos y costos entre otros, para un determinado lapso (presupuestos). Esta información servirá para aplicar las herramientas de análisis financieros.

2.4.1.1.- Cuantificación de los Gastos.

En esta parte del estudio se establecerá la cantidad de recursos que por concepto de gastos estimados, se incurrirán para el desarrollo del proyecto de inversión.

Definición de Gastos.

Según Kieso (1984:46), gastos son:

"las disminuciones brutas del activo o los incrementos brutos del pasivo (o una combinación de ambos) resultantes de la entrega o producción de bienes, de la prestación de servicios o de otra actividad lucrativa".

Ahora para Polimeni (1994:11) un gasto se define como *"un costo que*

ha producido un beneficio y que ha expirado”.

Las definiciones anteriores indican, que la realización de un gasto por parte de la empresa lleva de la mano una disminución del patrimonio empresarial.

En general, se entiende por gasto al sacrificio económico para la adquisición de un bien o servicio, derivado de la operación normal de la organización, y que no se espera que pueda generar ingresos en el futuro.

Clasificación de Gastos.

Antes de conocer la clasificación de este rubro, es preciso mencionar que los gastos tienen como característica principal que constituye una cuenta de tipo nominal, es decir, se utilizan para registrar transacciones en las que la empresa efectuó erogaciones de dinero con el propósito de obtener una ganancia futura.

Entre las cuentas o tipos de egresos más comunes se encuentran los;

- **Gastos de compra:** Son los gastos o erogaciones adicionales relacionados con la compra de mercancía.
- **Gastos de Venta:** Reflejan todos los gastos o erogaciones ocasionados por la acción de vender.
- **Gastos de Administración:** Reflejan todos aquellos egresos normales y necesarios para administrar adecuadamente una empresa.
- **Gastos por Servicios:** comprende aquellos gastos que se consumen

por concepto de luz, agua, teléfono, entre otros.

- **Gastos financieros:** Son los que provienen de los intereses pagados por los préstamos previstos.

No existe un criterio único para clasificar los gastos, esto va a depender del tipo de actividad a la cual se dedique la empresa; sin embargo, la clasificación anterior está en función de las erogaciones más naturales que se relaciona con un bien o servicio.

Gastos Projectados.

Para efectos de un proyecto de inversión se habla de gastos proyectados refiriéndose a todas las erogaciones de dinero que se harán en un tiempo determinado con el fin de obtener una ganancia o utilidad en el mismo periodo de tiempo. El tiempo a utilizar para estimar o proyectar los gastos debe coincidir con la vida útil del proyecto o el tiempo de ejecución del mismo. Estas proyecciones por lo general están en función, en primer lugar, de la actividad económica de la empresa, y en segundo lugar, al crecimiento de la demanda que se obtiene en el estudio de mercado (tasa de crecimiento de la población y de la demanda) combinado con la capacidad óptima o el crecimiento que va a tener la empresa durante la vida útil del proyecto.

2.4.1.2.- Cuantificación del Costo.

Así como se producen gastos, en un proyecto también se producen ciertas cantidades de recursos estimados que se erogan por concepto de costos, en los cuales se incurrirán para el desarrollo del proyecto de inversión. No siempre es fácil definir costo, debido a las diversas

asociaciones del cual es objeto.

Definición de Costo.

Con respecto al costo Polimeni (1994:11) lo define como;

"el "valor" sacrificado para adquirir bienes o servicios, que se mide en una unidad monetaria mediante la reducción de activos o al incurrir en pasivos en el momento que se obtienen los beneficios".

Así mismo Kieso (1984:365), expresa que; *"el costo es el valor cedido a fin de obtener una mercancía en la cantidad requerida y transportada al lugar deseado".*

Entonces se podría definir costo, como aquel que representa una porción del precio de adquisición de artículos, propiedades o servicios, que ha sido diferida o que todavía no se ha aplicado a la realización de ingresos.

Clasificación de Costo.

La clasificación del costo puede emplearse de diversas formas, sin importar el tipo de actividad a la que la empresa se dedique. Sin embargo, las empresas de servicios no utilizan el empleo de materia prima para determinar el costo del producto, tan sólo hacen uso de la mano de obra y de los costos indirectos. Por mano de obra se puede entender, el esfuerzo físico o mental empleados en la producción del servicio, y por costos indirectos aquellos en los que necesita incurrir la empresa para el logro de sus fines. Ahora bien, la clasificación de costo que más se ajusta a una empresa

dedicada a la prestación de un servicio, es la relacionada según el volumen.

Relación con el Volumen de Servicio.

Aquí los costos varían de acuerdo a los cambios presentados en el volumen de servicio, se clasifican en:

- **Costos Fijos:** son aquellos en los que el costo fijo **total** permanece constante dentro de un rango relevante de servicio, mientras que el costo fijo por **unidad** varía con la producción de servicio.
- **Costo Variable:** son aquellos en los que el costo **total** cambia en proporción directa a los cambios en el volumen, o producción de servicio, dentro del rango relevante, en tanto que el costo **unitario** permanece constante.
- **Costos mixtos:** estos costos tienen las características de fijos y variables, a lo largo de varios rangos relevantes de operación.

Diferencia entre Costo y Gasto.

Aunque ya se ha dejado claro las definiciones de gasto y costo, se pretende expresar la diferencia básica entre dichos rubros, que permitirá manejar mejor sus conceptos. El costo se refiere a erogaciones imputadas a la generación de los ingresos de la organización, es decir, son aquellas erogaciones necesarias que están directamente relacionadas con el proceso productivo. Mientras que los gastos son erogaciones que no están relacionadas con la producción pero que son necesarias para darle apoyo al proceso productivo.

2.4.1.3.- Cuantificación de los Ingreso.

Los ingresos al igual que los gastos y costos son elementos básicos para estimar la factibilidad de un proyecto. La cuantificación de los ingresos constituye para el inversionista la base primordial para confrontación con los gastos y poder determinar la posible ganancia o pérdida estimada del proyecto de inversión.

Definición de Ingresos.

Polimeni, R. (1994:11) define ingreso, *"como el precio de los productos vendidos o de los servicios prestados"*.

Mientras que Kieso (1984:46) comenta que los ingresos;

"son los incrementos brutos del activo o las disminuciones brutas del pasivo (o una combinación de ambas cosas) obtenidos de la entrega o la producción de bienes, de la prestación del servicios o de otras actividades lucrativas, realizadas por la empresa durante un periodo".

En este sentido, por ingreso se entendería cuándo la empresa o entidad, en el ejercicio de su actividad presta servicios y bienes al exterior. A cambio de ellos, percibe dinero o nacen derechos de cobro a su favor, que se convertirá en efectivos en las fechas estipuladas. Por lo tanto, los ingresos son compensaciones que recibe la empresa, si ésta es industrial o mercantil serán ventas de un producto, en las empresas financieras lo constituyen principalmente los intereses cobrados y en las de servicio, son ingresos por tal actividad. Esto indica que la denominación ingresos, va a depender del

tipo de actividad que ofrezca la organización.

Ingresos Proyectados.

En un proyecto de inversión es fundamental la proyección o estimación de los ingresos para medir su factibilidad, ya que al ser confrontados con los gastos proyectados arrojará la utilidad o pérdida del ejercicio. El tiempo a utilizar para estimar o proyectar los ingresos debe coincidir con la vida útil del proyecto o el tiempo de ejecución del mismo. Al igual que lo comentado en los gastos, las proyecciones están en función de la actividad económica de la empresa, del crecimiento de la demanda y de la población que se obtiene en el estudio de mercado, combinado con la capacidad óptima o el crecimiento que va a tener la empresa durante la vida útil del proyecto.

2.4.1.4.- Presupuesto.

El presupuesto es un instrumento importante utilizado como medio administrativo de determinación adecuada de capital, costos e ingresos necesarios en una organización; así como la debida utilización de los recursos disponibles acorde con las necesidades de cada una de las unidades y/o departamentos. Este instrumento también sirve de ayuda para la determinación de la factibilidad económica de los proyectos de inversión, a través de las cifras presupuestadas y/o proyectadas, con base en la información confiable de los estudios de mercado y técnico en concordancia con los objetivos y la vida útil de proyecto.

Definición de Presupuesto.

Existen muchas definiciones sobre presupuesto, Burbano (1998:9) lo

define como;

"la estimación programada, de manera sistemática, de las condiciones de operación y de los resultados a obtener por un organismo en un periodo determinado".

Otra de estas definiciones es la presentada por Kieso (1984:95) para el:

"un presupuesto puede definirse como la presentación ordenada de los resultados previstos de un plan, un proyecto o una estrategia".

De esta manera, un presupuesto es la previsión de ciertas partidas tales como gastos e ingresos para un periodo o determinado lapso, el cual permite a las empresas, gobiernos, inversionistas o familias establecer prioridades y evaluar la consecución de sus objetivos.

Clasificación de los Presupuestos.

Es importante resaltar que para la predicción o estimación de las diferentes partidas que proporcionan el plan global de un proyecto de inversión, se tomará como base la elaboración del presupuesto maestro, ya que éste encierra una gran cantidad de componentes importantes para planear la actividad económica del proyecto. Los presupuestos pueden clasificarse desde varios puntos de vista, el orden de prioridad que se les dé depende de las necesidades del usuario.

➤ Según la Flexibilidad.

- **Rígidos o Fijos:** Por lo general se elabora para un solo nivel de actividad. Una vez alcanzado éste, no se permite los ajustes requeridos por las variaciones que sucedan.
- **Flexibles o Variables:** Este tipo de presupuesto, se elaboran para diferentes niveles de actividad y pueden adaptarse a las circunstancias que surjan en cualquier momento. Cabe destacar que tienen amplia aplicación en el campo de la presupuestación de los costos, gastos indirectos, administración y ventas.

➤ **Según el Período que Cubran.**

- **A Corto Plazo:** Son aquellos que se planifican para cumplir el ciclo de operaciones de un año.
- **A Largo Plazo:** En este caso, se ubican aquellos que se planifican para el desarrollo del Estado o de las grandes empresas, por ejemplo en el caso de los planes de un gobierno su horizonte general consulta lineamientos de índoles económicas.

➤ **Según el Sector en el cual se Utilizan.**

- **Sector Público:** Son aquellos que cuantifican los recursos que requieren la operación normal, la inversión y el servicio de la deuda pública de los organismos y las entidades oficiales.
- **Sector Privado:** Las utilizan las empresas particulares con base en la planificación de las actividades empresariales.

➤ **Según el Campo de Aplicabilidad en la Empresa.**

- **Presupuesto Financiero:** incluye el cálculo de partidas y/o rubros que inciden fundamentalmente en el balance. Conviene en este caso destacar el de caja o tesorería y el de capital, también conocido como de erogaciones capitalizables.
- **Presupuesto Maestro:** Es un Presupuesto que proporciona un plan global para un ejercicio económico próximo. Generalmente se fija a un año, debiendo incluir el objetivo de utilidad y el programa coordinado para lograrlo.

Los pasos fundamentales en el desarrollo del presupuesto maestro se inician con la estimación de la variable que va a condicionar el desarrollo de la actividad del proyecto para un período determinado, teniendo en cuenta los objetivos a largo plazo. Este proceso de fijar metas a largo plazo se conoce comúnmente como planeación estratégica. El proceso culmina con la presentación de los estados que van a recoger de manera global las estimaciones previamente realizadas. La presentación y contenido de estos estados es similar a la de los estados financieros que presentan las empresas al final de su ejercicio económico, con la única diferencia que en este contexto las cifras son prospectivas.

Los inversionistas suelen utilizar el presupuesto maestro como un vehículo que se emplea para dirigir los recursos disponibles, con el fin de cumplir lo establecido en el proyecto. Además les sirve como herramienta útil en el control de los costos. Los principales componentes de un presupuesto maestro son: presupuesto de operación que incluyen; predicción de ventas, gastos de ventas, gastos administrativos y costos, presupuesto de caja; pronósticos de entradas y salidas de cajas, entre otros.

2.4.2.- Financiero.

En el estudio financiero se describirán algunas herramientas básicas que permitirán la viabilidad y rentabilidad del proyecto tales como, el análisis de punto de equilibrio y de flujo de efectivo, además algunos métodos que toman en cuenta el Valor del Dinero a través del Tiempo. Entre éstas, el Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR) y el Análisis de Sensibilidad (AS). Los datos para calcularlos se obtendrán de las previsiones de precios y cantidades demandadas comprendidas en el estudio de mercado y del análisis del estudio técnico.

2.4.2.1.- Punto de Equilibrio.

El análisis del punto de equilibrio está dirigido principalmente a determinar el peso que los costos fijos totales ejercen sobre los ingresos totales y los costos variables totales. El punto de equilibrio es una medida contable de carácter puntual, que se calcula para cada uno de los años de producción en forma independiente y que indica las áreas de pérdida y utilidad contable que existen antes y después de dicho punto.

Todo proceso productivo bien sea para la colocación en el mercado de algún bien y/o servicios, generará una serie de Costos Totales (CT) que se clasifican en Costos Fijos Totales (CFT) y Costos Variables Totales (CVT). Por otra parte este bien y/o servicio expresado en unidades, producirá un Ingreso Total (IT), el cual se obtendrá de la multiplicación del precio (P) por el número de unidades producidas y vendidas (Q). Ahora bien, en el proceso de producción existe cierto nivel, donde los Costos Totales (CT) se igualan a los Ingreso Totales (IT), a esto se le denomina punto de equilibrio y que

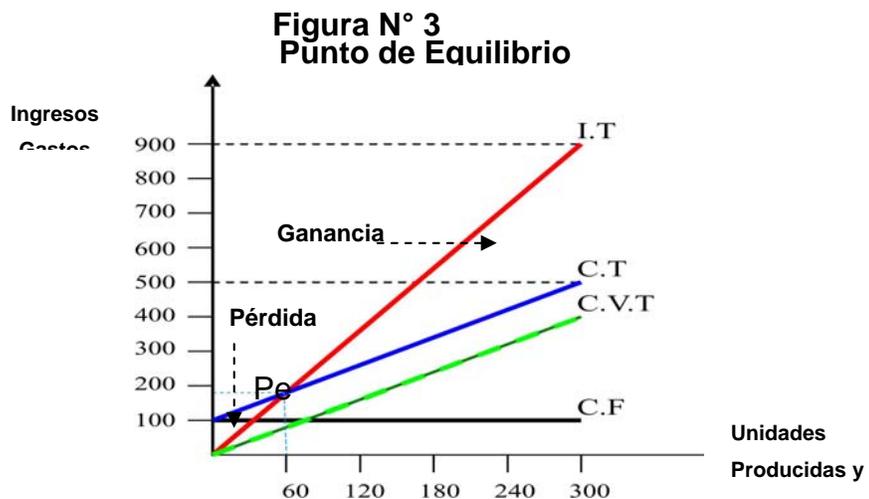
mide el peso, o la influencia, que tienen los Costos Fijos Totales (CFT) de una empresa en el desarrollo de sus operaciones. Es importante resaltar que el punto de equilibrio se puede obtener utilizando las unidades vendidas, mediante los Ingresos Totales.

Del párrafo anterior se desprenden ciertas expresiones necesarias para el cálculo del punto de equilibrio. $IT = P * Q$ $CT = CFT + CVT$

Para poder calcular el punto de equilibrio utilizando los ingresos totales es necesario determinar el Costo Variable Unitario (CVU), el cual viene dado por la división del CVT entre Q, la expresión es la siguiente; $CVU = \frac{CVT}{Q}$

Para el cálculo del punto de equilibrio expresado en Ingresos Totales se utilizará la siguiente formula; $IT = \frac{CFT}{1 - CVU} \cdot P$

En la siguiente gráfica se muestra un ejemplo de la determinación del punto de equilibrio.



Fuente: Elaboración Propia (2008).

2.4.2.2.- Flujo de Fondo del Proyecto.

El flujo de caja de un proyecto es un estado de cuenta que resume las entradas y salidas efectivas de dinero a lo largo de la vida útil del mismo, por lo que permite determinar la rentabilidad de la inversión. Mediante este instrumento se podría evaluar el éxito o fracaso financiero de un proyecto. Toda inversión tiene desembolsos, cuando estos desembolsos se hacen previamente con el objeto de generar productos o servicios en el futuro, se produce lo que comúnmente se conoce como inversión. Existen otros desembolsos que permiten la producción de bienes o servicios, son los llamados costos, algunos de los cuales son no desembolsados, es decir, no constituyen salida en efectivo de dinero pero si tienen impacto en el efectivo que genera el proyecto. De igual manera y como se mencionó en el punto anterior, así como en un proyecto hay costos, las ventas de un bien o la prestación de un servicio permiten la entrada de ingresos.

En tal sentido, el flujo de caja es un instrumento que permitirá medir las inversiones, los costos y los ingresos de un proyecto. Tiene como objetivo determinar cuanto efectivo neto (ingresos menos egresos) se generará por el proyecto, desde que se realiza el momento de la inversión y hasta el último período de operación del proyecto.

Construcción del Flujo de Fondos Proyectados.

No existe un esquema único para la construcción del flujo de fondo de proyecto, sin embargo, coexisten varias formas distintas para construirlo, dependiendo de la finalidad que se persiga con él. Para el desarrollo de esta investigación, es necesario argumentar que el desarrollo del mismo permitirá identificar la construcción de un flujo de fondos, el cual podría estar dirigido

hacia el cálculo de la rentabilidad de una inversión nueva.

Ahora bien el flujo de caja, cualquiera sea la finalidad con que se elabora, tiene una estructura convencional basada en criterios conocidos y ampliamente aceptados, alguno de estos elementos y consideraciones más importantes que le conforman son, el uso de momentos, horizonte de evaluación y el valor del salvamento del activo. En la siguiente tabla se muestra un modelo de flujo de caja para la inversión.

Cuadro N° 1
Flujo de Fondos Financiero
 Expresado en Bs.F.

AÑOS	0	1	2	3	4	5
Ingresos operacionales.						
Ingresos por ventas.		xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
Ingresos totales.		xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
Egresos por inversión total.	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
Egresos por costos de producción.		xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
Egresos por pasivos por pagar.		xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
Egresos fiscales.		xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
Menos: Depreciación y amortización.		-xxx	-xxx	-xxx	-xxx	-xxx
Egresos totales.	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
Flujo de fondos financiero.	-xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx

Fuente: Miguel salcedo. El Proceso de Evaluación de Proyectos de Inversión. Un enfoque Teórico- Práctico. (2007).

2.4.2.3.- Métodos y Técnicas de Evaluación de Proyectos que toman en Consideración el Valor del Dinero en el Tiempo.

Biermant y Smitdt, (citado por Sapag y Sapag (2003:295), explican el significado del Valor del Dinero en el Tiempo, (VDT), señalando que:

“un dólar recibido hoy es más valioso que un dólar recibido dentro de 5 años, en virtud de las posibilidades de inversión disponibles para el dólar de hoy. Al invertir o prestar el dólar recibido hoy, puedo tener considerablemente más de un dólar dentro de cinco años. Sí el dólar recibido se emplea ahora para el consumo, estaré dando más que el valor de un dólar de consumo en el año cinco. Por esta razón los ingresos futuros deben descontarse siempre”.

De todas las técnicas que se emplean en las finanzas, ninguna es más importante que el concepto del Valor del Dinero a Través del Tiempo (VDT). Las decisiones de inversión implican la colocación de dinero, el cual genera aumento o disminución de la riqueza inicial, por lo tanto, el valor del dinero es distinto dependiendo del momento en que se halla utilizado y de su ubicación temporal en los diferentes periodos de planificación del proyecto.

En síntesis, el valor del dinero en el tiempo significa que el dinero colocado hoy no tiene el mismo valor en el futuro, si se encuentran en periodos diferentes de tiempo y si la tasa de interés es mayor que cero.

Una de las técnicas de dinero en el tiempo empleadas para evaluar proyectos de inversión es el Valor Actual Neto.

Valor Actual Neto.

Con respecto al Valor Actual Neto (VAN), Baca G. (2006:181), lo define como; *"el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial"*.

Otra definición del VAN, es la que señala Serrano, J. (2002:57), el cual

expresa:

"es el resultado algebraico de traer a Valor Presente, utilizando una tasa de descuento adecuada, todos los flujos (positivos o negativos) relacionados con un proyecto de inversión".

Dentro de las finanzas es el método más utilizado y por lo general el más aceptado. Mide la rentabilidad del proyecto en valores monetarios que exceden a la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión.

En definitiva, es un enfoque de flujo de efectivo descontado, en el que todos los flujos de caja se descuentan del valor actual utilizando la tasa de rendimiento requerida, es decir, el VAN admite comparar todo los ingresos y egresos del proyecto en un solo momento del tiempo. El valor actual neto de una propuesta de inversión se determina utilizando la siguiente expresión.

$$VAN = \left[F_E * \frac{1 - (1 + i)^{-n}}{i} \right] - I_I$$

Donde "F_E", representa el flujo de efectivo para el periodo, es decir, el flujo de ingresos y egresos del proyecto; "i" es la tasa de rendimiento requerida o de descuento, "n" periodo de tiempo del proyecto e "I_I" la inversión inicial del proyecto en el momento cero.

Criterios de Aceptación.

Si el VAN es mayor que cero, mostrará cuánto se gana el proyecto después de recuperar la inversión por sobre la tasa de rendimiento exigida de retorno del proyecto; si el resultado es igual a cero, indica que el proyecto rinde exactamente la tasa rendimiento que se quería obtener después de

recuperar el capital invertido, y si el resultado es menor de cero entonces que no es recomendable invertir en el proyecto, debido a que muestra el monto que falta para ganar la tasa que se deseaba obtener después de recuperada la inversión.

De acuerdo a lo anterior, si el VAN es cero, el inversionista gana justo lo que quería ganar; si es positivo, el VAN, muestra cuánto más gana por sobre lo que quería ganar, pero si es negativo, no indica pérdida, sino cuanto faltó para que el inversionista ganara todo lo que quería ganar. En forma más sencilla si el VAN es mayor que cero, el proyecto debería aceptarse, si es menor el inversionista debería rechazarlo.

Ventajas.

- Este método reconoce que el dinero tiene un valor distinto según el momento en el cual se lo percibe, es decir, toma en consideración el valor del dinero en el tiempo y la magnitud de los flujos de efectivo.
- Se interpreta fácilmente su resultado en términos monetarios.
- Considera a absolutamente todos los flujos de fondos que están asociados con un proyecto de inversión y no solamente a una parte de los mismos.

Desventajas.

- Supone una reinversión total de todas las ganancias anuales, lo cual no sucede en la mayoría de las empresas.
- Uno de los inconvenientes del criterio del valor actual neto es que a

muchas personas les resulta más difícil manejar un rendimiento expresado en valor neto de unidades monetarias que un rendimiento porcentual. Como resultado de ello, en numerosas empresas se emplea otro método también basado en el valor presente neto pero más fácil de interpretar. Nos referimos al método de la Tasa Interna de Retorno (TIR).

Tasa Interna de Retorno (TIR).

Otro de los criterios de evaluación más usado es la Tasa Interna de Retorno, la cual según Sanin, H. (1990:126) la define como aquella;

"tasa de interés que aplicada a los ingresos y gastos de un proyecto, para cada año de la vida de la inversión, equilibra o nivela sus valores al presente".

Por su parte, Sanrandeu, P. (2002:110) nos dice que:

"es la tasa de actualización que hace que el valor presente neto, sea igual a cero y su resultado se interpreta como el máximo costo de capital que soporta un proyecto de inversión".

En función de éstas definiciones, se podría argumentar que la TIR evalúa el proyecto en función de una única tasa de rendimiento por periodo con lo cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual, es decir, es calcular la tasa que hace al VAN igual a cero. En tal sentido, Bierman y Smidt señalan,

“este método representa la tasa más alta que un inversionista podría pagar sin perder dinero, si todo los fondos para el financiamiento de la inversión se tomaran prestados y el préstamo (principal interés acumulado) se pagara con las entradas de efectivo de la inversión a medida que se fuesen produciendo”.

El señalamiento muy particular de estos autores, es necesario decir que no incluyen los conceptos de costo de oportunidad, muy tomado en cuenta por los inversionistas, así como el riesgo asociado al proyecto. Esto se menciona para aclarar la intención del criterio.

Procedimiento para Calcular la TIR.

El procedimiento que se va a emplear para calcular la Tasa Interna de Retorno, se conoce por lo general como el método de tanteo. Los pasos a seguir son los siguientes:

- Se escoge la tasa de rendimiento mínimo requerida del proyecto y se procede a hallar el VAN. Si el VAN resulta positivo, se pasa al siguiente paso.
- Se escoge una tasa superior a la primera y se repite la operación de actualización.
- Si por el contrario, la tasa de rendimiento mínimo requerido hubiese arrojado un VAN negativo, hay que disminuir por tanteo la tasa de interés hasta obtener un valor actual neto positivo.
- Al tener una tasa de interés asociada a un VAN positivo y otra tasa de interés relacionada con un VAN negativo, se procede a aplicar la

siguiente expresión para calcular la TIR:

$$TIR = I_M + \frac{(+)\text{VAN}}{(+)\text{VAN} + |(-)\text{VAN}|} * (I_M - I_m)$$

Donde I_m es la tasa menor de las dos seleccionadas, expresada en porcentaje, I_M es la tasa mayor.

Criterios de Aceptación.

Por lo regular el criterio de aceptación, que se emplea con el método de la tasa interna de rendimiento, consiste en comparar la tasa interna de rendimiento con la tasa de rendimiento requerida, también conocida como tasa límite o mínima. Si la primera excede la tasa requerida, se acepta el proyecto; en caso contrario, se rechaza. Al igual que lo mencionado en el flujo de fondo del proyecto, el cálculo de la TIR podría estar dirigido hacia el cálculo de la rentabilidad de una inversión nueva.

Tasa Interna de Rendimiento Financiera.

También llamada tasa de interna de retorno de la empresa, mide la rentabilidad del negocio con el propósito de poder comprobar si éste, visto como un todo, es financieramente rentable. El flujo de caja utilizado en su determinación incluye el monto total de la inversión del proyecto y abarca los aportes del inversionista y los de la institución financiera. Como criterio de aceptación, la tasa Interna de retorno de la empresa no debe ser menor a la tasa de costo de capital del proyecto. Si lo fuera, aunque la TIR del inversionista esté por encima de la del costo de capital, el negocio sería

financieramente débil.

El autor Baca (2006:187) señala las siguientes ventajas y desventajas en el cálculo de la TIR para medir la evaluación de un proyecto. Es necesario aclarar que no fueron tomadas textualmente.

Ventajas

- Toma en cuenta el valor del dinero a través del tiempo.
- No es necesario determinar la tasa de descuento requerida.
- Tiende a favorecer, cuando se usa sobre los proyectos individuales, a los de baja inversión inicial.

Desventajas

- Complejidad matemática de su cálculo, cuando la vida útil del proyecto es superior a dos años. Es necesario considerar que el cálculo de la TIR requiere resolver una ecuación de grado igual a la vida útil del proyecto.
- Por lo anterior, existirán “n” TIR en un proyecto de vida útil de “n” años, pudiendo existir varias soluciones reales positivas o soluciones reales negativas o complejas, que no tienen sentido económico. No obstante, si se produce un sólo cambio de signo en el polinomio de los flujos del proyecto, entonces existirá sólo una solución real positiva y, en ese caso particular, tiene sentido económico esa tasa.
- Supone que los flujos de fondos se reinvierten a la TIR y no a la tasa de descuento del inversionista. Esto último sólo es válido cuando los

fondos se reinvierten en el mismo proyecto y la rentabilidad de éste no se altera por modificaciones de tamaño.

2.4.2.3.1.- Análisis de Sensibilidad (AS).

Los resultados que se alcanzan con la aplicación de los criterios de evaluación anteriormente descritos, no miden exactamente la rentabilidad del proyecto, sino que presentan unos de los tantos escenarios futuros posibles. Los cambios, que por lo general se producirán en el comportamiento de las variables del entorno, harán que sea casi imposible esperar que la rentabilidad calculada sea la que justamente tenga el proyecto implementado. En este sentido, la aceptación o rechazo de un proyecto debe estar más fundamentado en la comprensión del origen de la rentabilidad de la inversión y del impacto de la no ocurrencia de alguna medida considerada en el cálculo de la TIR o VAN. Al respecto, Del Sol (1999:259), señala lo siguiente:

"un buen proyecto siempre es vulnerable a la reacción que tendrán los competidores que intentarán imitar u ofrecer sustituto al producto exitoso, los proveedores que tratarán de participar de este éxito subiendo los precios del insumo, e, incluso, de los propios trabajadores que presionarán por mejoras salariales ante los positivos resultados del negocio".

La anticipación a estas variaciones permitirá a la organización, no sólo medir el impacto que podría producir en sus resultados, sino además, reaccionar adecuadamente, tal vez implementando, barreras de entradas de nuevos contrincantes o tomar medidas para enfrentar la presión de los trabajadores. A pesar de todo lo señalado, los métodos que incorporan los

riesgos no son malos, sino insuficientes para agregarlos por sí sólo a una evaluación. Por ello surgen los modelos de sensibilización como alternativa interesante de considerar a la hora de agregar información que posibilite decidir más convenientemente respecto a una inversión. Es bueno resaltar que los modelos de sensibilidad se proponen como un complemento de los métodos de riesgo.

Para Baca (2006:195), El AS es;

"el procedimiento por medio del cual se puede determinar cuánto se afecta (que tan sensible) la tasa interna de retorno ante cambios en determinadas variables del proyecto".

Este método tiene por finalidad mostrar los efectos que sobre la TIR o el VAN tendría la variación o cambio en el valor de una o más de las variables de costo o de ingreso que inciden en el proyecto (por ejemplo la tasa de interés, el volumen y/o el precio de ventas, el costo de la mano de obra, el de las materias primas, el de la tasa de impuestos, el monto del capital, etc.), y a la vez mostrar la holgura con que se cuenta para su realización ante eventuales variaciones de tales variables en el mercado. Un inversionista podría aceptar un proyecto bajo las condiciones previstas en él, pero cambiaría de opinión, si las variables de costo variaran significativamente al alza o si los ingresos tienden a la baja.

De allí la importancia del análisis de sensibilidad que permite evaluar el proyecto, observando los diferentes escenarios que se pueden presentar cuando existen cambios en los valores de las variables consideradas para la medición de los resultados.

Así como la sensibilización se aplica sobre las variables económico-financieras contenidas en el flujo de caja del proyecto, también su aplicación puede comprender cualquiera de las variables técnicas o de mercado. En otras palabras, la sensibilización de factores como la localización, el tamaño o la tecnología se reduce al análisis de sus inferencias económicas en el flujo de caja.

En función del número de variables que se sensibilicen, el método puede clasificarse en unidimensional y multidimensional. Es importante acotar que los métodos de análisis de sensibilidad pueden plantearse para observar los cambios que se producen en el VAN o en la TIR, productos de cambios en las variables que componen el flujo de caja.

Métodos del Análisis de Sensibilidad.

Los análisis de sensibilidad de proyectos de inversión pueden realizarse aplicando los siguientes modelos, según Sapag (2001: 262):

- **Modelo Multidimensional:** Se considera como el método más tradicional y común. Conocido como el modelo *Hertz* o multidimensional, su análisis considera que pasa con la tasa interna de retorno, cuando se modifica el valor de una o más variables que se consideran susceptibles de cambiar durante el periodo de evaluación. El procedimiento, propone que se elaboren tantos flujos de cajas como posibles combinaciones se identifiquen entre las variables que componen el flujo de caja. Cabe la pregunta entonces, ¿cuál sería el Valor Actual Neto o la Tasa Interna de Retorno si cada una de esas variables aumentara o disminuyera simultáneamente en una

determinada proporción cada una o a determinados valores absolutos?

- **Modelo Unidimensional:** Este modelo opcional plantea que, en vez de analizar que pasa con el VAN o la TIR cuando se modifica el valor de una o más variables se determine la variación máxima que puede resistir el valor de una variable relevante para que el proyecto siga siendo atractivo para el inversionista. Se pregunta entonces, ¿cuál sería la TIR o el VAN, si esa variable aumentara o disminuyera en una determinada proporción? Esa variación puede ser porcentual o puede ser un cambio a un determinado valor absoluto. Es claro entonces que las demás variables de ingreso o de gasto permanecen constantes, es decir, que no varían.

El objetivo en los dos casos planteados, es determinar cuál sería esa nueva TIR o el VAN y su comparación con la TIR o VAN inicial del proyecto (obtenida con los datos de los flujos netos futuros del estudio) y, con la Tasa de costo de capital, para determinar la conveniencia o inconveniencia financiera del mismo, o las holguras que se tienen para aceptar posibles cambios en cada una de las variables, siempre considerando que cada proyecto solo tiene una única tasa interna de retorno.

Usos y Abusos de la Sensibilidad.

Básicamente, la sensibilización se realiza para evidenciar la marginalidad de un proyecto, para indicar su grado de riesgo o para incorporar valores no cuantificados.

La marginalidad de un proyecto no se considera relevante desde el punto de vista teórico, si no existe incertidumbre. Pero si se confecciona

algún flujo de caja, sobre el cual se basa la evaluación del proyecto, el resultado de innumerables estimaciones acerca del futuro, siempre será necesaria su sensibilización. En ese sentido, al determinar que el valor asignado a una variable es muy incierto, se precisa la sensibilización del proyecto a los valores probables de esa variable. Si el resultado es muy sensible a esos cambios, el proyecto es riesgoso.

Bajo esta óptica el AS, permite profundizar el estudio de una variable en particular o, a la inversa, para no profundizar más su estudio si, por ejemplo, se determina que el resultado del proyecto es insensible a determinada variable. En este caso, no se justifica ser perfeccionista para calcular exactamente un valor que se sabe es irrelevante. En general, mientras mayor sea un valor y más cercano esté el periodo cero en el tiempo, más sensible es el resultado a toda variación porcentual en la estimación.

Ahora bien, así como el análisis de sensibilidad facilita el estudio de los resultados de un proyecto, su uso excesivo puede generar serias deficiencias en la evaluación. Uno de los abusos del análisis de sensibilidad, es cuando el evaluador lo usa como excusa para no intentar cuantificar cosas que podrían haberse calculado. Lo mismo sucede cuando el informe presenta solamente un conjunto complicado de interpelaciones entre valores cambiantes, omitiendo proporcionar una orientación. Es aquí donde el evaluador debe asumir su rol de consejero frente al inversionista, sirviéndose del análisis de sensibilidad para efectuar las recomendaciones de aceptación o rechazo del proyecto.

2.5.- HISTORIA DEL TURISMO.

El origen del turismo presenta sus primeras manifestaciones desde el mismo inicio de la propia historia. El hombre siempre ha estado impulsado a realizar viajes, esto por diversas circunstancias, emigración, guerras, peregrinaciones y hasta por placer. El viaje de placer, de aventura o de descanso, según Vogeler C (1995:8) *“era muy usual entre los reyes y faraones del antiguo Egipto y también en la vieja China”*, por otro lado, hay quienes argumentan, tal es el caso de Encarta (2005):

“el turismo puede ser reconocido desde el momento en que se empezó a viajar; la narrativa de Marco Polo en el siglo XIII, el grand tour de la aristocracia británica a Europa en el siglo XVIII, de donde al parecer surgen los términos turista y turismo, por último los viajes de David Livingstone por los países africanos durante el siglo XIX, ejemplos de lo que se denomina turismo temprano.

Desde allí comienza un proceso donde algunos investigadores intentan definir el turismo como fenómeno y objeto de estudio. Cabe mencionar que hasta la fecha no existe una definición única e invariable sobre turismo. A continuación se presentarán algunas de ellas. Unas de las primeras definiciones se debe a dos investigadores Suizos Hunziker y Krapf (citado por Gil, 2001:15): los cuales señalan que el

“turismo es la totalidad de las relaciones y fenómenos relacionados con la estadía de extranjeros en una localidad, en el supuesto de que no ejerzan una actividad remunerada importante, temporal o permanente”.

Por su parte Acerenza (1984:23) lo define como:

“una forma particular del uso del tiempo libre, y una forma especial de recreación, además se encuentra relacionada con la educación el placer, el descanso aunque puede estar relacionado, también, con algún otro tipo de actividad.

La Organización Mundial del Turismo (OMT), fundada en Madrid en 1975, organismo internacional encargado de establecer las definiciones sobre turismo. La OMT (1998:41) la define como aquella que:

“comprende las actividades que realiza las personas durante su viaje y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocio y otros motivos”.

La definición del turismo adoptada por la OMT es bastante amplia y excluye dos tipos principales de viajeros: quienes viajan para residenciarse en otro lugar y quienes lo hacen para realizar una actividad remunerada por un empleador del sitio visitado. En consecuencia, se podría decir que el turismo no es más que las diferentes actividades que realiza el ser humano durante sus viajes a lugares que no encierren su entorno habitual y que produce dos elementos primordiales, como lo son: la economía y la producción.

Ahora bien, en función del concepto tan amplio sobre turismo, el 4 de marzo de 1993, la OMT recomendó las siguientes categorías de turismo; **Doméstico**, el cual abarca los residentes de un país que visitan ese mismo país. **De entrada**, que implica a los no residentes de un país A' visitando al

país A'. **De salida**, que comprende los residentes de un país que visitan otros países. **Interno**, que abarca el turismo doméstico y de entrada. **Nacional**, que incluye el turismo doméstico y de salida. **Internacional**, que comprende el turismo de entrada y salida.

Para nadie es un secreto que sea cual sea la actividad de turismo ésta se ha convertido en cierto factor de arrastre económico y generador de divisas. Dicha actividad es considerada piedra angular del desarrollo económico de muchas regiones, capaz de dinamizar la economía de países, hasta el punto de convertirlas en dependientes. Pero el ejercicio improvisado y exacerbado de la actividad turística ha contribuido al deterioro irreversible de los recursos naturales, principales activos turísticos, amenazando no solo el futuro de la actividad misma sino también el bienestar de las comunidades receptoras y hasta el equilibrio ambiental del planeta. El turismo internacional es considerado uno de los causantes de esta situación.

En este sentido, Rodríguez señala (2000:2) *“el crecimiento del turismo internacional ha acarreado problemas, sobre todo en lo referente a su impacto en las sociedades y en el medio ambiente”*.

La aceptación sin restricciones de los beneficios del turismo en la década de los 70' empezó a dar paso a una propuesta más equilibrada sobre el papel del turismo en el desarrollo, especialmente en lo referente a sus impactos no económicos. Por ello, la tendencia de los planificadores de turismo esta reorientada a reducir la presión socio-ambiental ejercida por los esquemas tradicionales del turismo, lo cual obliga a replantear los enfoques, metodologías y modelos conceptuales y operativos para planificar, ejecutar y gestionar proyectos turísticos rentables a partir de recursos que se creían, hasta hace poco, “renovables” y por ende infinitos. Por lo tanto, se podría

argumentar que en la época de los 90' surge un nuevo criterio, ya no basado en ventajas económicas, si no en un turismo vinculado con la protección del entorno. Este fenómeno se conoce como turismo sustentable, el cual puede definirse como una forma de efectuar turismo económicamente viable pero sin destruir los recursos que pueden ser usados en un futuro, en especial el medio ambiente y la sociedad.

La OMT ha adoptado el enfoque sostenible para el turismo y lo concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida.

Esto plantea la necesidad de involucrar a las comunidades locales como la clave del éxito del desarrollo. Para lograr la participación activa de los pobladores receptores, se considera necesaria una difusión de la investigación y de la información integral acerca del tipo de turismo que se pretende lograr para así crear una vinculación entre los que desarrollan y buscan su implantación, ya sean públicos o privados y las zonas de destino turístico.

En realidad, la OMT plantea el turismo sostenible como un modelo de desarrollo económico que mejora permanentemente la calidad de vida de la comunidad, facilita al visitante una experiencia de alto nivel y protege al medio ambiente. Por lo tanto esta nueva forma de crecimiento económico, mediante el desarrollo del turismo debe contemplar y reconocer como base el vínculo existente entre la actividad turística y la protección del entorno, esto bajo la concepción de mejorar la calidad de vida de la comunidad receptora, proporcionar al visitante una experiencia de alta calidad del medio ambiente

del que tanto la comunidad anfitriona como los visitantes dependen.

2.6.- Aspectos Históricos del Turismo en Venezuela.

Referirse a la historia del turismo en Venezuela, es ubicarse en fechas recientes (en la década de los 50) es cuando realmente esta actividad comienza a despertar inquietudes, pero con ciertas limitaciones. Se instauran planes de créditos para la construcción de hoteles en la ciudad capital y algunas provincias del interior, además se establecen exoneraciones para la importación de bienes destinados al desarrollo de la actividad. Es así como en Caracas se construye el hotel Ávila, en San Bernardino y el Tamanaco en las Mercedes, con el propósito de recibir cierta clase de turista de categoría, en el interior del país comienzan a edificarse nuevos hoteles, con la idea de disponerlos en diversos Estados considerados como estratégicos para el desarrollo del sector, el hotel Bella Vista (en Margarita), Humbolt (en la montaña El Ávila) Cumanagoto (Estado Sucre), El Tama (San Cristóbal), Moruno y Prado Rió (en Mérida), Aguas Calientes (en Ureña, Estado Táchira), Lago (Maracaibo), entre otros.

En esa misma época, mediante decretos se declaran varias regiones del país, como “zonas turísticas” y se crea la Junta de Fundamento Turístico, adscrita a la Corporación Venezolana de Fomento (CVF), destinada a otorgar créditos para el desarrollo de la referida actividad. Otra de las funciones de la junta es la de restaurar monumentos y adquirir bienes para el patrimonio turístico, entre estos el Museos de Armas de Puerto Cabello y la réplica de la Ñao Santa María, actualmente el Parque del Este en Caracas, etc.

Venezuela en esa época parece despertar o adaptarse, aunque de

manera lenta, a la realidad que representa para el mundo el turismo. Es así como, un país con variados recursos naturales, clima estable, bonitas playas y de gente hospitalaria, con una ubicación estratégica que permite verla como la entrada natural de América del sur y del caribe, necesita urgentemente de una política de Estado con permanencia, continuidad y de excelente conducción en materia de turismo, que le proporcione al inversionista privado y a las comunidades protección para el verdadero desarrollo de este sector. En función de la política actual que lleva a cabo el Ejecutivo Nacional en proporcionar un crecimiento económico desde adentro y con actividades distintas a la renta petrolera, se comienza a observar al turismo como una actividad importante dentro de planes de desarrollo del país.

Desde esta perspectiva, el Estado venezolano, percibiendo al turismo como factor de desarrollo endógeno que beneficiará el crecimiento económico sustentable de la nación, establece dentro de la Constitución de 1999, en su artículo 308, al turismo como actividad económica. En ese mismo orden de ideas se aprueba una Ley Orgánica de Turismo y se nombra un Ministro para su desarrollo. Esto se ve enaltecido, el 26 de noviembre de 2001, al decretar en Gaceta Oficial N° 37.332, lo siguiente:

“la actividad turística en el país no ha tenido la trascendencia necesaria para convertirse en un factor de desarrollo económico y social, debido a que no se ha considerado como una de las principales actividades económicas generadoras de divisas, lo que le ha restado importancia porque no se ha tenido en cuenta que el turismo puede crear una plataforma de desarrollo que puede convertirse en una de las primeras fuentes generadora de empleo y, en consecuencia, de armonía social; además de coadyuvar al conocimiento y a la difusión de valores culturales, que debido a diversos factores no están al alcance de los venezolanos”.

Bajo este contexto se podría declarar que las intenciones del Ejecutivo Nacional, al parecer, es hacer que el turismo forme parte del crecimiento económico. De ser así, existiría la posibilidad de disminuir la dependencia casi única de la renta petrolera. Para nadie es un secreto que otros países han hecho de sus atractivos turísticos la gran fuente generadora de divisas, tal es el caso de Aruba y Curazao. Ahora bien, Venezuela es un país con excelentes bondades naturales y socio-culturales en casi todas sus regiones, pudiendo convertirse en unos de los pilares principales de esta actividad a nivel mundial, partiendo de un plan de desarrollo equilibrado, armonioso y auto sostenido, que tome dos elementos esenciales; proyectos de inversión tanto privados como públicos y la participación organizada de las comunidades, bajo la perspectiva de ser servidores del turismo. Si se afianza la planificación dentro de estos elementos aprovechando su potencial natural, se pudiera convertir al país, en una gran potencia para el desarrollo económico y social de sus pobladores.

2.6.1.- Turismo en el Estado Sucre.

El estado Sucre está ubicado en el extremo nororiental del país, limita por el norte con el Mar caribe y el estado Nueva Esparta, por el sur con los estados Monagas y Anzoátegui, por el este con la República de Trinidad y Tobago, Océano Atlántico de por medio, y por el oeste con el estado Anzoátegui y el Mar Caribe.

Ocupa una extensión de 11.800 Km², con una población aproximada de 786.483 habitantes (según la oficina del Instituto Nacional de Estadística, Sucre), los cuales disfrutan de un clima tropical, con una temporada de lluvias de julio a diciembre y una temporada seca de enero a junio. La

ubicación geográfica del referido estado reviste carácter estratégico por su condición fronteriza y sus espacios marítimos, los cuales alberguen gran potencial del desarrollo turístico. Para el aprovechamiento y disfrute, tanto del turista de descanso y el inquieto, el estado sucre les ofrece un gran potencial tanto natural como socio-cultural e histórico, intenso litoral de 705 Km, de costa marina hay numerosas puntas, cabos, ensenadas y playas y más de 20 islas e islotes, abundantes bahías naturales que sirven de puertos para el turismo de vela.

Además cuenta con numerosos ríos que ofrecen grandes posibilidades de desarrollo recreacional tales como, cordón de Cariaco, Sabacual, Manzanares, Los Dos Ríos, Las Puertas de Miraflores, San Juan, entre otros. Sucre también posee una gran cantidad de manantiales termales. A estos elementos se suma el valor socio-cultural de su pueblo como área de asiento de numerosas manifestaciones del patrimonio histórico y cultural donde se localizan ruinas, fuertes, iglesias, lugares arqueológicos, centros artesanales y otras expresiones de la cultura popular.

En cuanto a las actividades generadoras de ingresos se encuentra la producción de casabe, tabaco, ron, cacao, fabricación de cuatros, principal ingrediente de las hermosas composiciones musicales de nuestro folclor; además del comercio y la pesca artesanal, aún hoy una de las principales fuentes de ingresos de sus pobladores.

El Estado Sucre lo conforman 15 municipios, los cuales, tal como lo señala Moreno (2003: I), son:

“unidades político-administrativo primarias que juegan un rol importante para el lograr el auténtico desarrollo sostenible en

las actividades que el hombre decida emprender, fundamentalmente las referidas a las turísticas, en cuanto a su desarrollo se refiere.”.

Una de estas unidades potenciales, en materia de atractivos turístico, bien sea en sitios de intereses históricos y religiosos o de disfrutes naturales, es Cumaná (municipio Sucre), capital del Estado Sucre.

2.6.1.1.- Condiciones Generales del Municipio Sucre.

Ciudad capital del Estado Sucre, es conocida como “Primogénita del Continente” por ser la primera ciudad fundada por los españoles en el continente americano en el año 1515. Se ubica en la parte oeste del estado, limita por el norte con el Golfo de Cariaco y el Mar Caribe, por el este limita con los Municipios y Bolívar y Montes, hacia el sur con los Municipios Freites, Libertador y Bolívar del Estado Anzoátegui.

Según la oficina del Instituto Nacional de Estadística Sucre, Cumaná tiene una extensión territorial de 1.535 Km², con una población aproximada de 305.000 habitantes, que disfrutan de un clima seco y cálido, esencial para el uso de playas y ríos. Posee un centro histórico de incalculable valor conformado por Fuertes, Ruinas, Iglesias, y casas de estilo colonial que evidencian la importancia de la ciudad, donde se desarrollaron notables acontecimientos, entre estos sitios destacan, el Fuerte de San Antonio de la Eminencia, el Museo Ayacucho, La Iglesia Santa Inés, el Callejón del Alacrán, entre otros.

Por cualquiera de sus accesos podrá disfrutar de hermosos paisajes. Por vía terrestre desde el Estado Anzoátegui lo acompañan ensenadas y playas del Parque Nacional Mochima. Por vía marítima desde la Isla de

Margarita las distintas tonalidades del azul del Mar Caribe y los tonos rojizos de la Península de Araya. Desde el estado Monagas lo abrigara una gama de verdes montañas y un clima muy agradable.

La pesca, agricultura, industria, comercio y el turismo son las actividades económicas que se desarrollan en la zona. Esta acogedora ciudad cuenta con una gastronomía de platos a bases de pescado fresco y frutos del mar de sabores inconfundibles, de gran demanda por los visitantes. A esto se le suma el trato cordial de su gente.

Además, la ciudad cuenta con una variedad de instalaciones hoteleras, las cuales podrá seleccionar desde hoteles cinco (5) estrellas de renombre mundial, como el Cumanagoto y los Bordones, hasta pequeñas posadas con características particulares que son atendidas por sus propios dueños. A la orilla de estos hoteles y de la mayoría de estas posadas se encuentra ubicada playa San Luís, con imponentes palmeras y de bajo oleaje.

Es importante destacar que este sitio de esparcimiento no ha sido realmente considerado por parte de las autoridades nacionales, regionales y locales para el desarrollo del turismo sustentable en el municipio, esto se evidencia porque dentro de las perspectivas del Plan Nacional Estratégico de Turismo 2008 – 2013, presentado por el Ejecutivo Nacional tan sólo se resalta el turismo cultural e histórico en el Municipio Sucre del Estado Sucre, dejando por fuera el potencial del turismo de sol y playa (playa San Luís) del municipio.

Por otra parte, la carencia de planes para apoyar a las comunidades o a los inversionistas privados, en la construcción de edificaciones para el expendio de comidas y bebidas, han provocados que las comunidades

utilicen infraestructuras (kioscos) inadecuadas para la prestación del servicio, lo que va en detrimento de la actividad, debido al crecimiento anárquico de dichos establecimientos.

En tal sentido, no basta con la intención de redactar planes que hagan entender que el turismo es considerado como prioritario para el despegue económico de la nación ya que ese signo declaratorio ha sido reiterado, pero el turismo no se edifica con solo buenas intenciones y deseos, sino con hechos, programas, planificación, estrategias y proyectos de inversión, ya que la política turística debe ser considerada como una actividad sostenible en forma permanente, que involucre labor mancomunada del sector público y privado, pero destacando fundamentalmente la participación de la ciudadanía en general.

2.7.- Bases Legales.

En materia legal el turismo tiene su fundamento en dos bases, que se podrían considerar primordiales. La primera, la contempla el texto de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, en su Artículo 310, donde la define como una actividad económica de interés nacional, el cual establece:

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

La segunda base se encuentra sustentada, dentro del conjunto de Leyes que de alguna manera han regulado y regido la actividad turística en el país, desde la promulgación de la primera Ley de Turismo, el 20 de agosto de 1938, la cual es publicada en la Gaceta Oficial N° 1.966 del 18 de Agosto del año ya indicado. Dicha ley, fue considerada en su momento aceptable. De igual manera se aceptó su reglamento, el cual fue publicado el 10 de Octubre de 1939, teniendo como notas destacadas normas sobre listas, tarjetas y cartas de turismo; señalamiento de que la Oficina Nacional de Turismo.

Ahora bien, la Ley Orgánica de Turismo vigente, dictada por la Asamblea Nacional y publicada en Gaceta Oficial N° 38.215 de fecha 23 de Junio de 2005, la cual tiene como objeto promover y regular la actividad turística como factor de desarrollo sustentable del país, y en el cual se declara dicha actividad como de utilidad pública y de interés general. En ese mismo orden, el Gobierno Nacional ha presentado al país dos Planes Estratégicos, el primero abarca el período 2003-2007, el segundo que actualmente se encuentra vigente comprende el periodo 2008-2013. De manera muy general ambos contienen las mismas estrategias, manteniéndose en concordancia con los nuevos lineamientos en materia turística.

Esta nueva Ley, establece en su artículo N° 1 De las Disposiciones Fundamentales lo siguiente:

“la presente ley tiene por objeto promover y regular la actividad turística como factor de desarrollo sustentable del país, mediante el establecimiento de normas que garanticen la orientación, facilitación, el fomento, la coordinación y el control de la actividad turística, estableciendo los mecanismos de

participación y concertación de los sectores públicos y privados en esta actividad. Así mismo, regular la organización y funcionamiento del Sistema Turístico Nacional”.

Por otra parte, se presentan dos hechos importantes. El primero es que la actividad turística se declara de utilidad pública y de interés general; el segundo, tiene que ver con el compromiso del Estado, el cual protegerá a través del ordenamiento jurídico vigente a los Capitales Nacionales y Extranjeros que sean invertidos en este importante sector de la economía nacional.

Así mismo, en el Capítulo I del Título III, se establece lo concerniente a la descentralización de funciones, indicando en el artículo 23, que el Ministerio de Turismo coordinará con los estados y municipios el levantamiento de información y demás procesos relativos a las necesidades de desconcentración o descentralización en materia turística. Además, en los artículos 24 y 25 establece la competencia de los Estados y Municipios.

Artículo 24: *“Los Estados, los Territorios Federales, las Dependencias Federales, el Distrito Capital, las autoridades competentes en el espacio insular de la República y los Municipios, ejercerán las atribuciones constitucionales y legales en materia turística, de manera coordinada, armónica y con sujeción a las directrices de la política nacional de turismo sustentable, a fin de garantizar el tratamiento integral previsto en esta ley”.*

Artículo 25: *“La formulación de la política en materia turística y el ejercicio de las actividades de planificación por parte del Ministerio de Turismo, se harán en armonía con los intereses de las unidades político territorial de la República para dar cumplimiento a los fines de la presente ley”.*

De igual manera, en los Capítulos II y III del Título III de la precitada ley en sus artículos 26, 27, 28, 29 y 30, se expresan las funciones que deben realizar los estados y municipios con respecto a las actividades turísticas.

CAPÍTULO III

PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Proyecto de Inversión para el Desarrollo Turístico Sustentable en el Municipio Sucre del Estado Sucre, caso Playa San Luís, Sector los Bordones, para el año 2008.

La información recabada a través de los diferentes cuestionarios aplicados en la investigación, se presentan mediante tablas y gráficos con sus respectivos análisis, con el propósito de dar un mejor desarrollo y entendimiento a la presentación se llevó a cabo en cuatro fases; la primera referida a la población de habitantes del municipio Sucre del estado Sucre, la segunda corresponde a la usuarios (turistas) de los atractivos naturales del sector los Bordones de la playa San luís del mencionado municipio, la tercera esta basada en los prestadores de servicio turístico del referido sector y por última la referida a los expertos en materia turística, ubicados en la Dirección de Turismo del estado y de la Oficina de Turismo de la alcaldía del municipio Sucre.

La aplicación de los cuatro cuestionarios, se realizó con la finalidad de obtener información objetiva, precisa y confiable por parte de los actores involucrados en el desarrollo turístico del sector los Bordones de la playa San Luís del Municipio Sucre. Dicha información fue procesada a través del programa de Diseño y Análisis de Encuestas de Investigación social y de Mercadeo (DYANE) y tabulada mediante el programa de computación (Microsoft Excel). Esto permitió determinar las frecuencias absolutas y relativas de las variables, información utilizada en el estudio de factibilidad de inversión para la construcción y puesta en marcha de mini restaurantes,

como base para el desarrollo del destino turístico (playa San Luís, sector los Bordones). Cabe resaltar que las gráficas, presentadas fueron elaboradas por el autor.

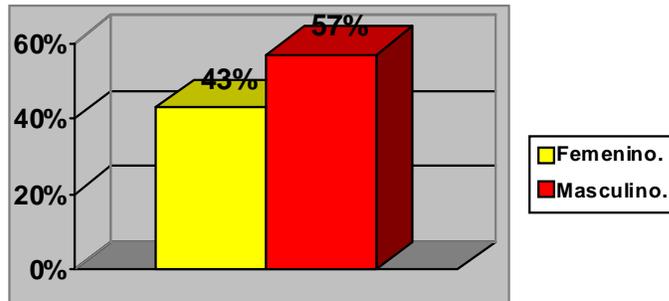
3.1.- Presentación y Análisis de los resultados de las encuestas aplicadas a los habitantes de municipio Sucre del estado Sucre.

En esta parte del análisis se muestra la opinión de la población de los habitantes del Municipio Sucre del Estado Sucre referente a la actividad turística. Información de gran importancia, debido al protagonismo inherente de las comunidades en cuanto a ser beneficiados o no con el desarrollo de la actividad turística y además por ser los llamados a brindar parte de la interacción y atención con los visitantes. A continuación se describen los argumentos considerados más relevantes de ésta población mediante gráficos.

3.1.1.- Perfil del Entrevistado.

En cuanto al sexo de la población de los de los habitantes del Municipio Sucre, tal y como se puede observar en el gráfico nº 1, el 43% pertenece al género femenino y el 57% restante al sexo masculino.

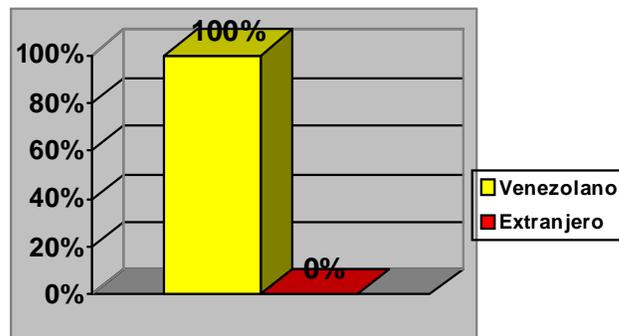
Gráfico N° 1
Sexo de la Población del municipio Sucre.



Fuente: Elaboración Propia (2008-2009).

Nacionalidad, en cuanto al vínculo jurídico entre el individuo y el estado venezolano, la gráfica n° 2 muestra que el 100% de los habitantes encuestados en el Municipio Sucre son de nacionalidad venezolana.

Gráfico N° 2
Nacionalidad de la Población del municipio Sucre.

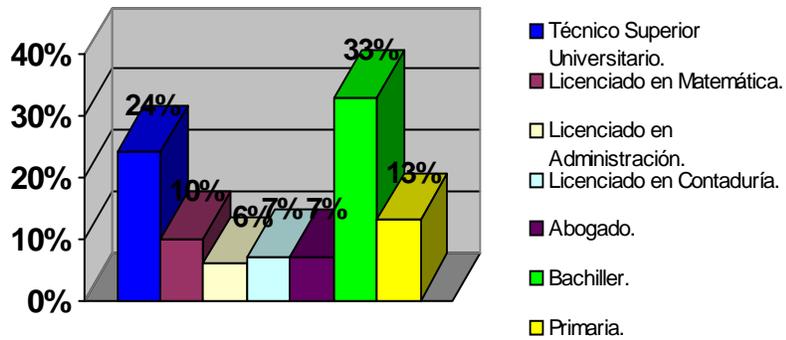


Fuente: Elaboración Propia (2008-2009).

Profesión, es la labor que desempeña un ciudadano para contribuir con su bienestar individual y colectivo. Como se muestra en la gráfica n° 3, el 54% de los encuestados son de carreras universitarias y el 46% restante de la población del municipio están constituido por ciudadanos con educación

diversificada y primaria.

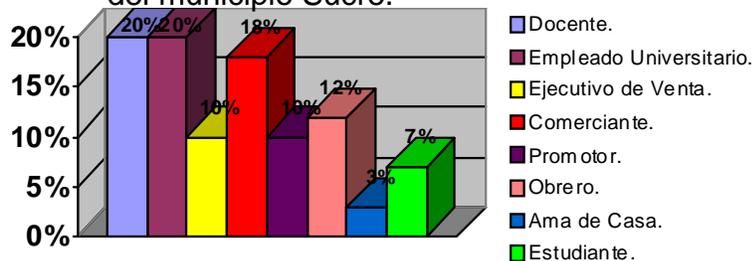
Gráfico N° 3
Profesión de los habitantes del municipio Sucre.



Fuente: Elaboración Propia (2008-2009).

Ocupación, es la faena que requieren de ciertas habilidades o destrezas especializadas para ser llevadas a cabo. El 20% de la población del Municipio Sucre, se encuentra empleado en actividades de docencia, un 20% son empleados universitarios, un 18% tienen la labor de comerciantes y el 32% restantes ocupan diversas profesiones. (Ver gráfica nº 4).

Gráfico N° 4
Ocupación de los habitantes del municipio Sucre.



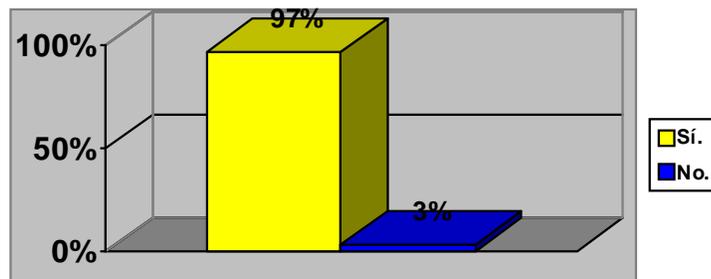
Fuente: Elaboración Propia (2008-2009).

3.1.2.- Percepción de la actividad turística,

Se refiere tal aspecto a la apreciación de los habitantes del Municipio Sucre, sobre la actividad turística como modelo de desarrollo social y económico.

Actividad turística como factor de desarrollo, en los actuales momentos tal actividad es considerada en cualquier localidad, región o país una oportunidad de desarrollo sustentable. En la gráfica nº 5, se puede apreciar que casi la totalidad (97%) de los habitantes del municipio sienten que la actividad turística es la oportunidad de desarrollo social y económico para el municipio y tan sólo un 3% opina lo contrario.

Gráfico N° 5
La Actividad Turística como Modelo de Desarrollo.

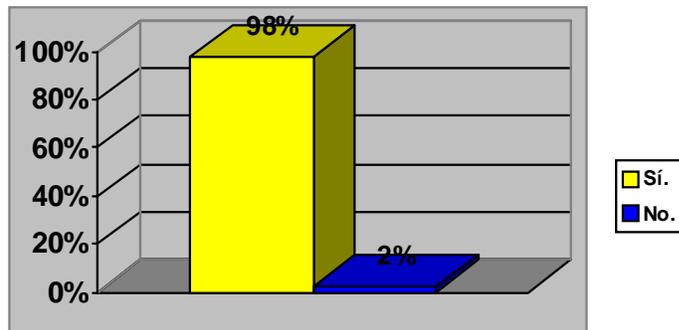


Fuente: Elaboración Propia (2008-2009).

Los Bordones producto turístico, es el conjunto de atributos, beneficios y satisfacciones que brinda el sector los Bordones de la playa San Luís a sus habitantes y visitantes. En relación a este punto, el 98% de los habitantes considera que el referido sector cuenta con el potencial natural para ser un atractivo turístico, mientras que el porcentaje restante piensa que

no tienen tales atributos. (Ver gráfica n° 6).

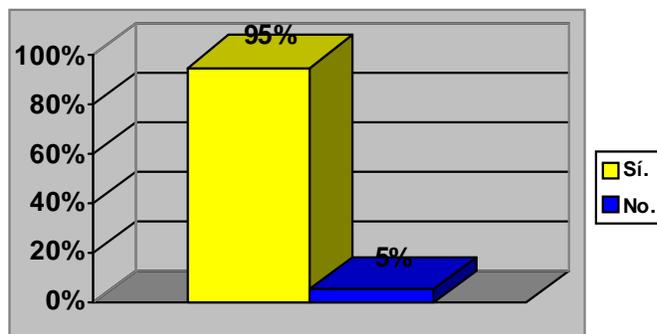
Gráfico N° 6
Destino como producto turístico.



Fuente: Elaboración Propia (2008-2009).

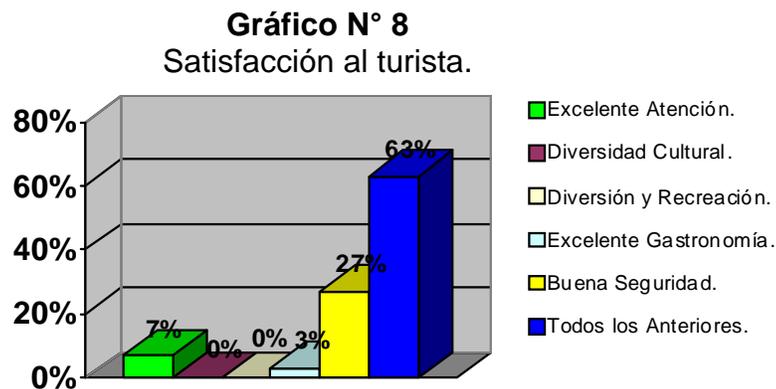
Afluencia de visitantes al sector, en función de las potenciales naturales del sector para la actividad turística, es importante conocer la opinión de los habitantes del municipio sobre la frecuencia con que visitan la playa los Bordones, en la gráfica n° 7, se observa que un 95% disfruta de ésta playa y tan sólo un 5% manifestó que no.

Gráfico N° 7
Frecuencia de visitas al sector los Bordones.



Fuente: Elaboración Propia (2008-2009).

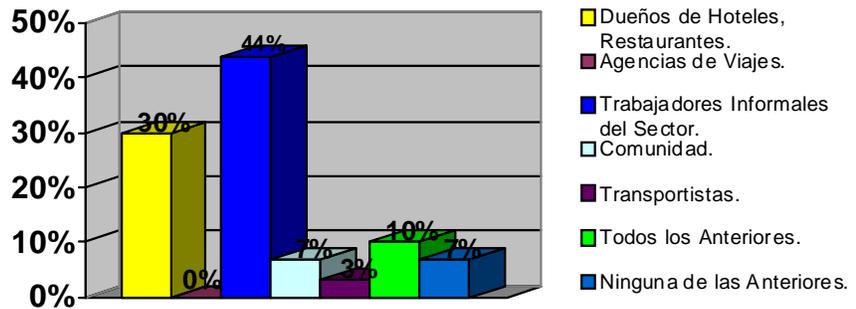
Satisfacción al turista, aspecto de gran importancia para el desarrollo de la actividad, debido a la influencia que tiene sobre el retorno del temporadista y su promoción hacia nuevos visitantes. El 63% de la población del municipio considera que para satisfacer al turista durante su permanencia en el destino es necesaria una mezcla de excelente atención, diversión y recreación, diversidad cultural, excelente gastronomía y buena seguridad; mientras que el 37% restante asume que es preciso brindar excelente atención, excelente gastronomía y buena seguridad. (Ver gráfica n° 8).



Fuente: Elaboración Propia (2008-2009).

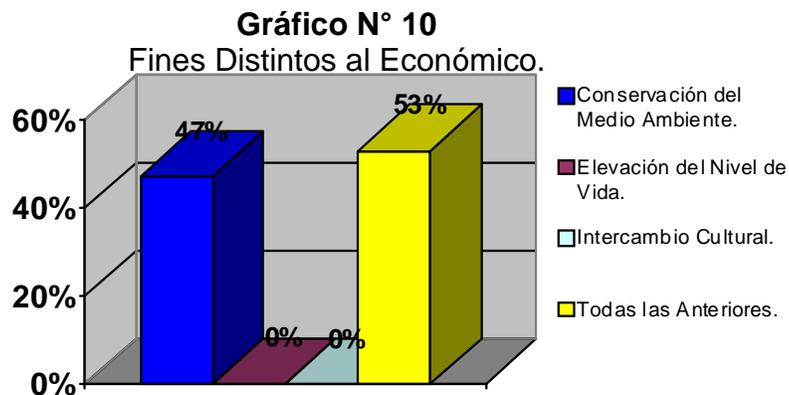
Son beneficiados con la actividad turística, este punto trata de la opinión de los habitantes del municipio, en cuanto al sector beneficiado por la actividad turística en la zona de los Bordones de la playa San Luís. En la gráfica n° 9, se aprecia que el 44% de los habitantes consideran como beneficiados a los prestadores de servicios turísticos, un 30% creen que son los dueños de hoteles, restaurantes y posadas del sector, un 20% se inclina por una mezcla de todas las anteriores y tan sólo un 7% piensa que ningún sector se beneficia de la actividad.

Gráfico N° 9
Beneficiados de la Actividad Turística.



Fuente: Elaboración Propia (2008-2009)

Fines distintos al económico, Al ser consultados los habitantes del municipio Sucre, un 53% consideran la integración de todas y el 39% restante de los habitantes encuestados manifestaron que la conservación del medio ambiente debe ser la finalidad distinta a la económica, (Ver gráfica n° 10).



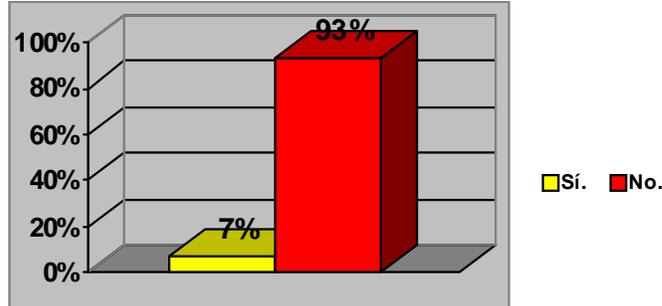
Fuente: Elaboración Propia (2008-2009).

3.1.3.- Promoción,

Éste aspecto tiene que ver con la información y divulgación en materia turística del sector de la playa los Bordones del municipio Sucre del estado Sucre.

Promoción del sector los Bordones, los datos señalan que el 93% de los habitantes del municipio consideran que las autoridades municipales no emplean los medios de promoción e información para el desarrollo de la actividad turística del sector de la playa los Bordones. Esto se puede observar en la y gráfica nº 11.

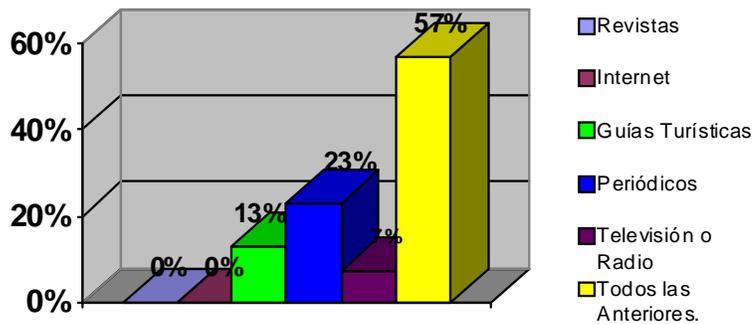
Gráfico N° 11
Promoción Turística del Destino.



Fuente: Elaboración Propia (2008-2009).

Herramientas o medios publicitarios, como lo refleja la gráfica nº 12, existe un 57% de inclinación por parte de los habitantes del municipio Sucre en recomendar la utilización de todos los medios publicitarios para promocionar e informar de las bondades naturales de la playa los Bordones, mientras que un 43% restante de los pobladores del municipio creen que lo mejor es usar una combinación de guías turísticas, periódicos y televisión o radio, son los mejores medios para tal fin.

Gráfico N° 12
Herramientas Publicitarias.



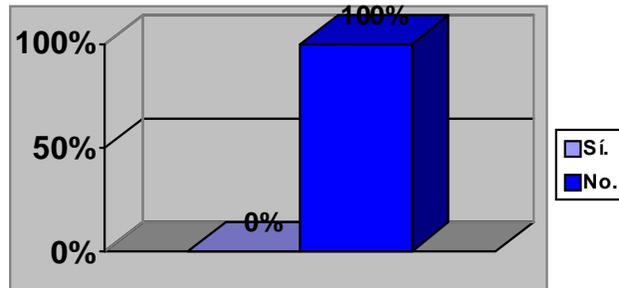
Fuente: Elaboración Propia (2008-2009).

3.1.4.- Participación Gubernamental

Está representado por el apoyo dispuesto por el gobierno nacional, regional y local en cuanto a su participación y desarrollo turístico de una localidad, en el caso que compete el sector los Bordones de la Playa San Luís, mediante financiamientos, formación y capacitación hacia las comunidades y emprendedores de la actividad turística, caso específico prestadores de servicios turísticos del descrito destino.

Apoyo Financiero por parte de las autoridades locales, constituye la visión que tienen los habitantes del municipio Sucre del órgano local, en cuanto al aporte financiero para el desarrollo de la actividad turística. Tal y como se aprecia en la gráfica n° 13, el 100% de los encuestados consideran que el aporte no es suficiente ni contribuye en el desarrollo de la actividad, esto se ve reflejado en el tipo de establecimientos, que sin contar con los permisos de funcionamiento y menos con una estructura adecuada para la prestación de servicios, dañan y dificultan de cierto modo el desarrollo de la playa San Luís, sector los Bordones como destino turístico.

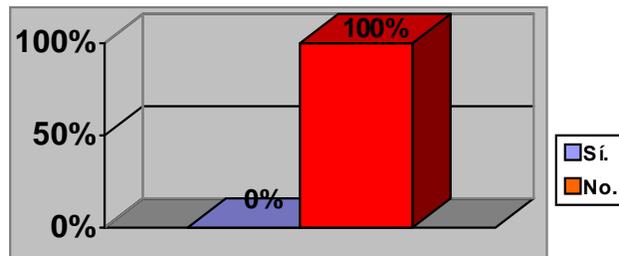
Gráfico N° 13
Aporte Financiero Local.



Fuente: Elaboración Propia (2008-2009).

Programas de formación, consiste en adiestrar y capacitar a los habitantes y a las comunidades en general para tan importante actividad desarrollo económico, los resultados indican que el 100% de los encuestados, desconocen de algún programa de formación y capacitación para prestar la actividad turística. (Ver gráfica n° 14)

Gráfico N° 14
Programas de Formación Turística.

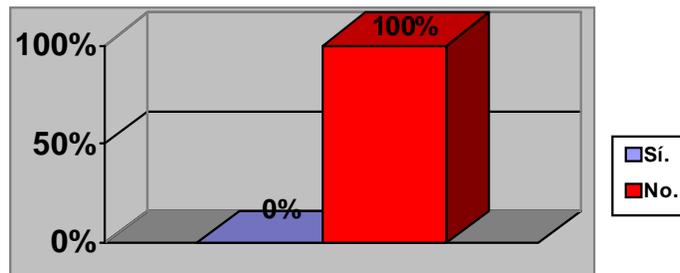


Fuente: Elaboración Propia (2008-2009).

Proyecto de desarrollo de la actividad turística en el sector los Bordones, al respecto el 100%, de los habitantes del municipio Sucre

desconocen la existencia de algún plan o proyecto por parte de las autoridades locales para incentivar el desarrollo turístico del potencial natural del sector los Bordones de la playa San Luís. (Ver gráfica n° 15).

Gráfico N° 15
Plan o Proyecto municipal.



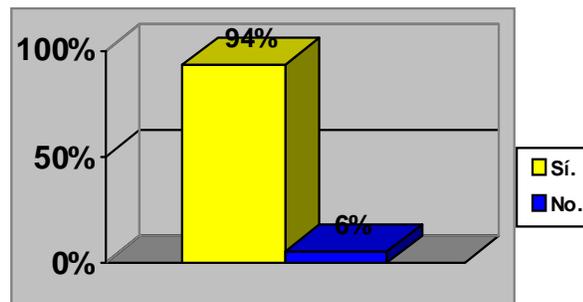
Fuente: Elaboración Propia (2008-2009).

3.1.5.- Participación

Constituye el nivel de motivación por parte de los habitantes del municipio Sucre en su participación con el desarrollo de la actividad turística.

Nivel de participación en el desarrollo de la actividad turística, el 94% de los pobladores les gustaría participar con el desarrollo de la actividad turística en el municipio. (Ver gráfica n° 16).

Gráfico N° 16
Nivel de Participación.



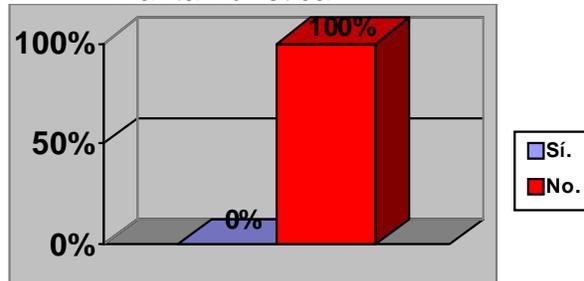
Fuente: Elaboración Propia (2008-2009).

3.1.6.- Servicios

El presente punto está relacionado con la visión que tienen los habitantes del municipio Sucre, respecto a los distintos servicios prestados a los turistas que visitan el sector los Bordones de la playa San Luís.

Planta turística, se refiere a la cantidad de habitaciones y camas existentes en la playa San Luís. Tal como se puede observar en la gráfica n° 17, el 100% de los habitantes considera insuficiente las instalaciones del lugar para ofrecer la pernocta de los turistas.

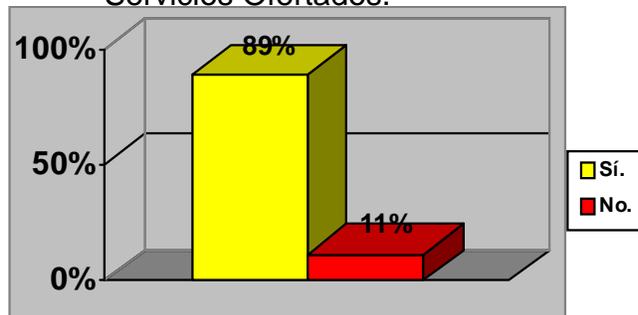
Gráfico N° 17
Planta Turística.



Fuente: Elaboración Propia (2008-2009).

Servicios ofertados por los establecimientos del sector los Bordones. Se les preguntó al respecto a los habitantes del municipio y el 89% expresó conocer y demandar los servicios ofertados por los establecimientos que operan en el sector los Bordones, un 11% argumentó desconocer los servicios que allí se ofrecen. (Ver gráfica n° 18)

Gráfico N° 18
Servicios Ofertados.

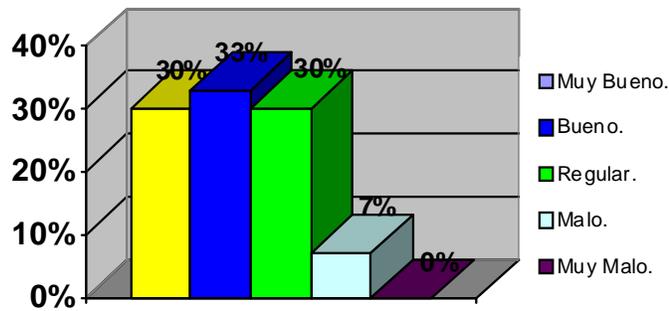


Fuente: Elaboración Propia (2008-2009).

Calidad en la prestación de servicios, se refiere a la valoración que le dan los habitantes del municipio a los servicios prestados por los

establecimientos que operan en el sector los Bordones de la playa San Luís. En la gráfica n° 19, se observa que el 63% habitantes del municipio califican la calidad de los servicios entre muy bueno y bueno, mientras que un 30% de los habitantes lo consideran regular y tan sólo el 7% restante de la población lo califican como malo.

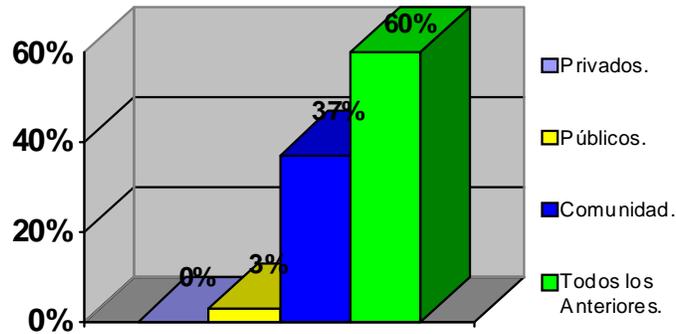
Gráfico N° 19
Calidad de los Servicios.



Fuente: Elaboración Propia (2008-2009).

Operarios del sector los Bordones, se les consultó a los habitantes del municipio Sucre, sobre quiénes deberían ser los operadores de los servicios turísticos de la playa los Bordones. El 60% considera, que debe ser la integración de los sectores públicos y privados con la comunidad para darle el verdadero impulso a tan importante actividad de desarrollo económico y social a la ciudad de cumaná, y el 40% restante de los encuestados se inclina por una mezcla de los organismos públicos con la comunidad. (Ver gráfica n° 20).

Gráfico N° 20
Operarios del Sector.



Fuente: Elaboración Propia (2008-2009).

Ideas o sugerencia, los habitantes del municipio Sucre proponen varias sugerencias para la formulación de proyectos de inversión, entre las que se encuentra, la integración de las comunidades con las instituciones de carácter público y los inversionistas privados con el propósito de desarrollar e impulsar la actividad turística en el municipio y específico en el sector los bordones de la playa San Luís, sin embargo, el sentir de los encuestados fue que la mayor participación sea de las comunidades a través del turismo sustentable, esto acompañado de programas de formación, capacitación y adiestramiento a la población en materia turística, coinciden que así se diversificaría la actividad económica de la zona. Otra sugerencia importante fue invertir en la construcción de pequeños restaurantes en la zona, considerando la participación de los pequeños emprendedores que allí laboran, lo que generaría nuevos empleos. Además, sugieren la planificación de eventos playeros y de intercambio cultural con otras regiones del país y naciones extranjeras, así como la prestación de nuevos servicios para los visitantes de la zona.

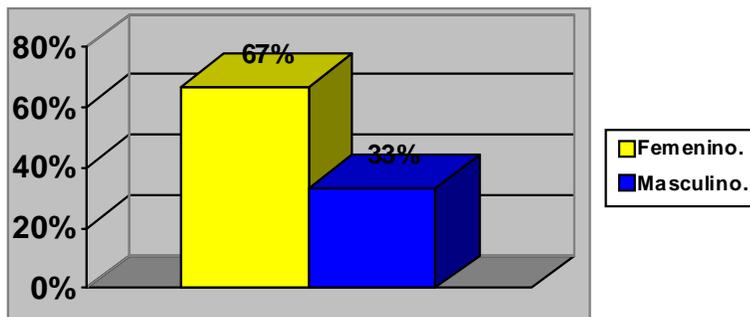
3.2.- Presentación y Análisis de los resultados de las encuestas aplicadas a los Turistas que visitan el municipio Sucre del estado Sucre.

En esta parte del análisis se muestra la opinión de la población de turistas que seleccionan al municipio Sucre y específicamente el sector los bordones de la playa San Luís como destino turístico y que hacen uso de los servicios allí ofertados, información considerada de gran importancia, debido a que en definitiva son los visitantes los que demandan, califican y aprueban si los atractivos poseen las condiciones para ser considerados destinos turísticos por excelencia. A continuación se describe los argumentos considerados más relevantes de ésta población mediante gráficos.

3.2.1.- Perfil del Entrevistado.

En cuanto al sexo de la población de los de los turistas que visitan el municipio Sucre, como se puede observar en la gráfica n° 21, el 67% pertenecen al género masculino y el 33% restante al sexo femenino, lo que nos indica que los hombres visitan más el municipio.

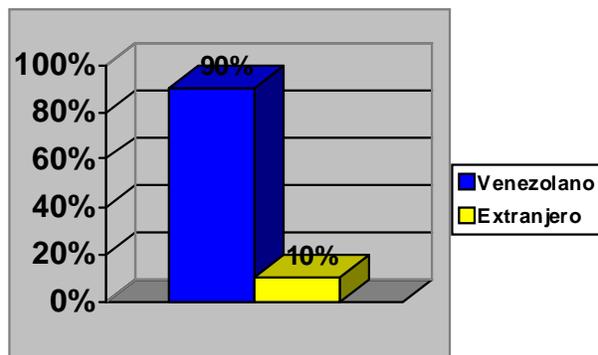
Gráfico N° 21
Sexo de la Población turistas.



Fuente: Elaboración Propia (2008-2009).

Nacionalidad, en cuanto al vínculo jurídico entre el turista y el estado venezolano, la gráfica n° 22 muestran que el 90% de los turistas encuestados en el municipio Sucre son de nacionalidad venezolana y el 10% restante son de procedencia extranjera.

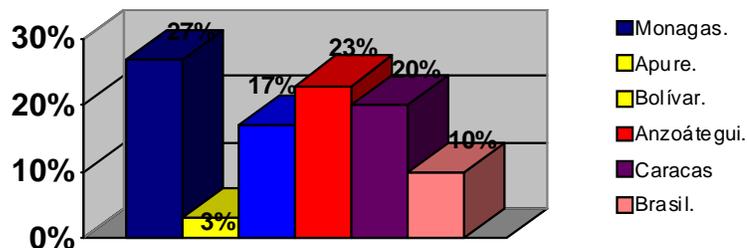
Gráfico N° 22
Nacionalidad de la Población de Turistas.



Fuente: Elaboración Propia (2008-2009).

Procedencia, es el lugar de origen de los visitantes. El 27% de los visitantes encuestados son oriundos del estado Monagas, un 23% provienen del estado Anzoátegui, el 20% vienen de la capital del país, un 20% son de otras localidades y el 10% restante son de nacionalidad extranjera. (Ver gráfica n° 23).

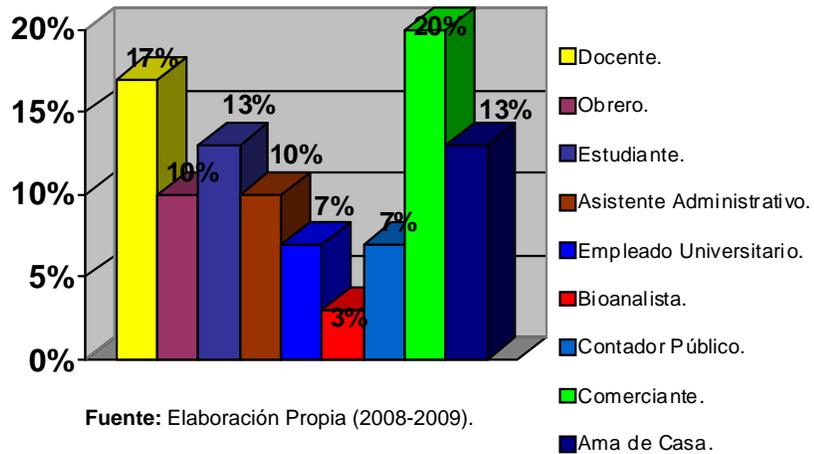
Gráfico N° 23
Procedencia de la Población Turística.



Fuente: Elaboración Propia (2008-2009).

Ocupación, es la faena que requieren de ciertas habilidades o destrezas especializadas para ser llevadas a cabo. El 17% de la población de turistas que visitan al municipio Sucre, se encuentra empleado en actividades de docencia, un 17% son empleados universitarios y asistentes administrativos, un 20% tienen la labor de comerciantes y el 32% restante ocupan diversas profesiones. (Ver gráfica n° 24).

Gráfico N° 24
Ocupación de la Población Turística.



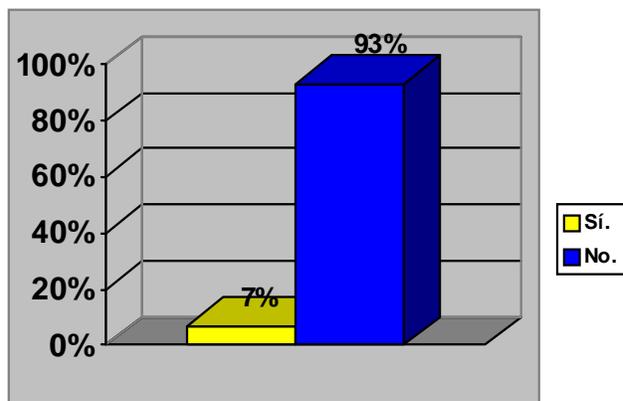
3.2.2.- Frecuencia y motivación del turista,

En este aspecto se pretende conocer el interés del turista por conocer el destino turístico, así como también identificar la frecuencia de su visita y su permanencia.

Frecuencia, en cuanto al número de visitas al año por parte de los turistas, en la gráfica n° 25, el 93% manifestó que han visitado el municipio en más de una oportunidad y tan sólo el 7% realiza su primera visita. En el

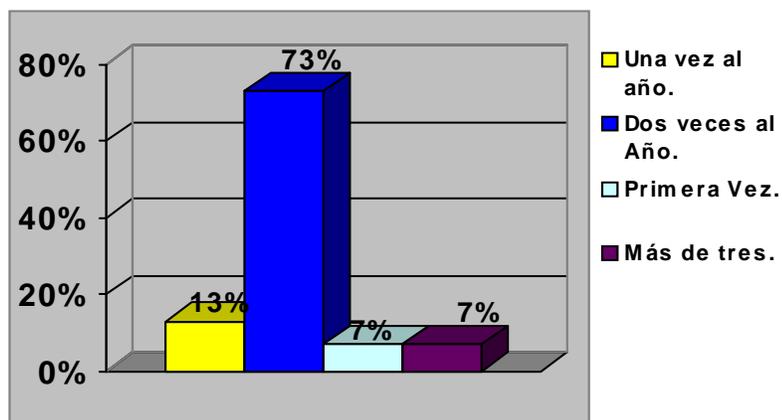
mismo orden de ideas en la gráfica n° 26, se observa que de ese porcentaje de turistas que han regresado a este destino turístico, el 80% lo ha realizado en dos o más oportunidades, un 13% regresa una vez al año y solamente un 7% viene por primera vez.

Gráfico N° 25
Primera Visita de la Población Turística.



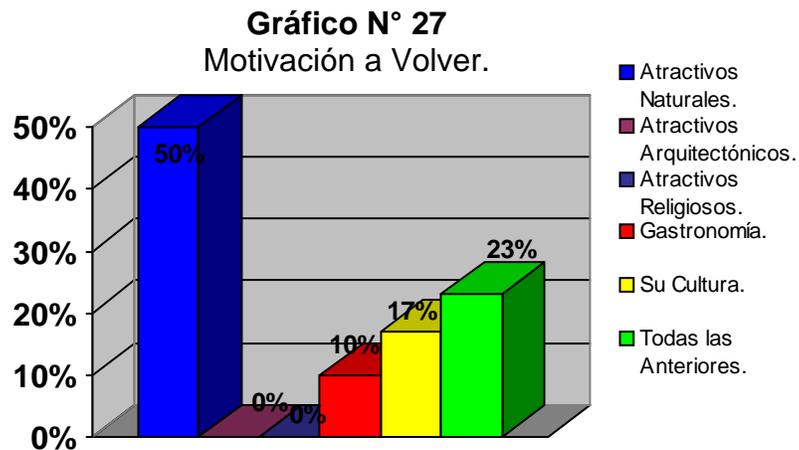
Fuente: Elaboración Propia (2008-2009).

Gráfico N° 26
Frecuencia de Visitas de la Población Turística.



Fuente: Elaboración Propia (2008-2009).

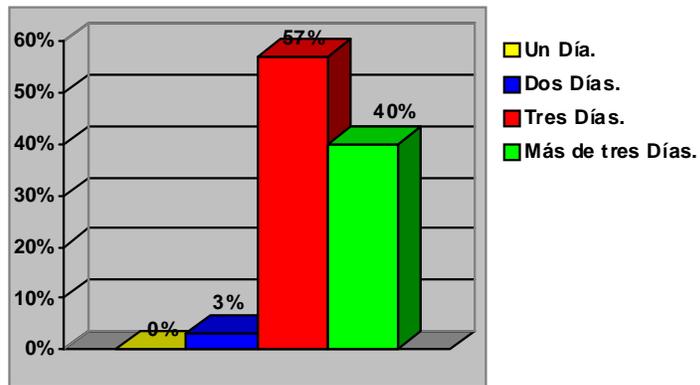
Motivación, como se aprecia en la gráfica n° 27, el 50% de los turistas afirman que su visita al municipio se debe a sus atractivos naturales, un 23% lo hacen por una mezcla de atractivos naturales, arquitectónicos, religiosos, culturales y gastronomía, el 27% restante manifestó que su visita se debe una integración de gastronomía y cultura.



Fuente: Elaboración Propia (2008-2009).

Permanencia, trata sobre la estadía del turista en el municipio, al respecto se le pregunto a la población encuestada, y un 57% pernotan tres días, un 40% lo hace por más tres días y el 3% restante e la población tiene una estadía de dos días en el municipio. (Ver gráfica n° 28).

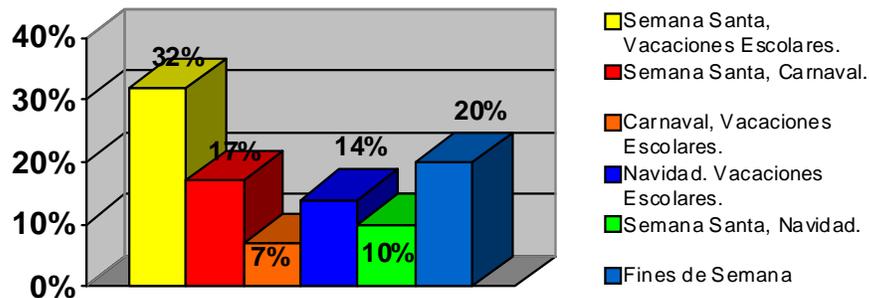
Gráfico N° 28
Permanencia de la Población Turística.



Fuente: Elaboración Propia (2008-2009).

Temporadas más frecuente, es la época del año seleccionada por los turistas para visitar y disfrutar del municipio Sucre. En la gráfica n° 29, se aprecia que el 56% de la población turística considera que las temporadas más apropiadas para visitar a Cumaná es una mezcla de Semana Santa, Carnaval y Vacaciones Escolares, un 24% opina que las temporadas más convenientes son una integración de Semana Santa, Navidad y Vacaciones Escolares y un 20% de la población manifiesta trasladarse hacia el destino los Fines de Semana.

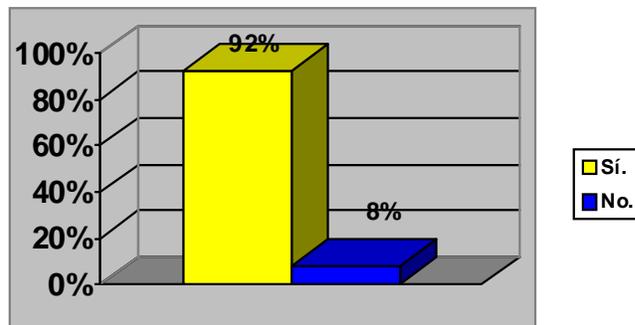
Gráfico N° 29
Temporadas Más Frecuentes.



Fuente: Elaboración Propia (2008-2009).

Selección del producto turístico o destino turístico, se observa en la gráfica n° 30, que el 92% de los turistas durante su permanencia en el municipio visitan el sector de los bordones de la playa San Luís, por su gran atractivo natural y tranquilo oleaje, mientras el 8% restante argumentaron no visitar el lugar.

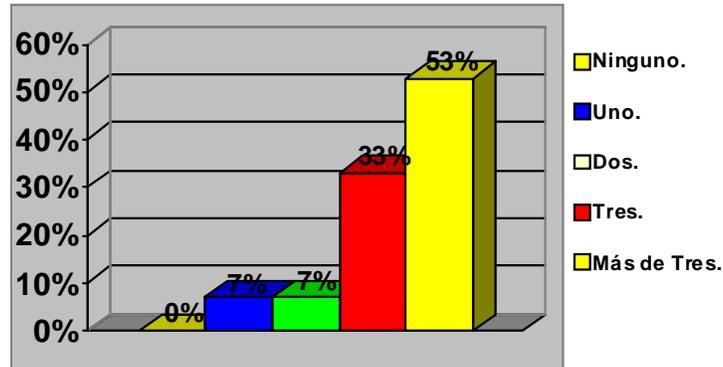
Gráfico N° 30
Selección del Producto Turístico.



Fuente: Elaboración Propia (2008-2009).

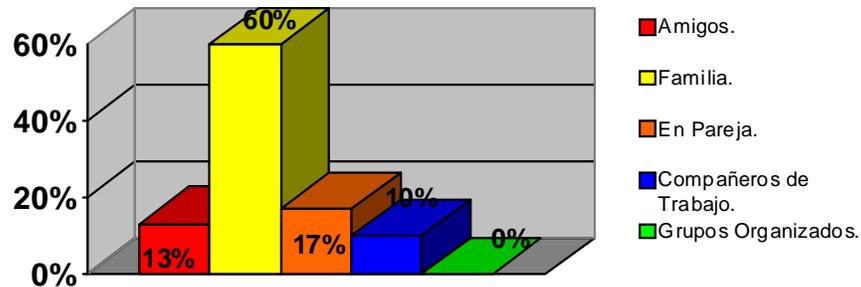
Acompañantes, se le preguntó a la población de turistas si en su visita al sector de los Bordones de la playa San Luís vienen acompañados. Como se observa en la gráfica n° 31, el 86% respondió que vienen acompañados por tres o más personas, un 14% restante visita el lugar con dos o menos. De igual forma se les consultó sobre el tipo de acompañantes, el 77% manifestó que viene en parejas o con familiares, un 13% con amigos y sólo el 10% de la población de turistas acuden al sector con compañeros de trabajo. (Ver tabla n° 32).

Gráfico N° 31
Cantidad de Acompañantes de la Población Turística.



Fuente: Elaboración Propia (2008-2009).

Gráfico N° 32
Tipo de Acompañantes de la Población Turística.



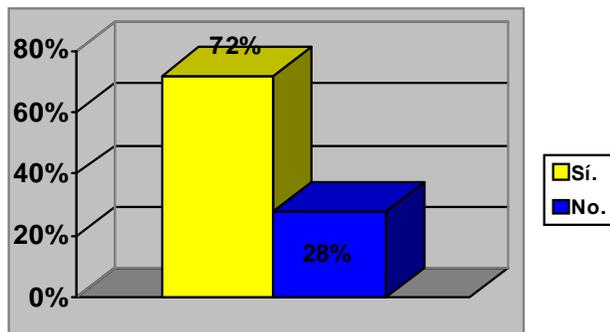
Fuente: Elaboración Propia (2008-2009).

3.2.3.- Promoción,

Este aspecto tiene que ver con la información y divulgación en materia turística del municipio Sucre por parte de las autoridades locales, así como las herramientas de comunicación del producto turístico (playa San Luís, sector los Bordones).

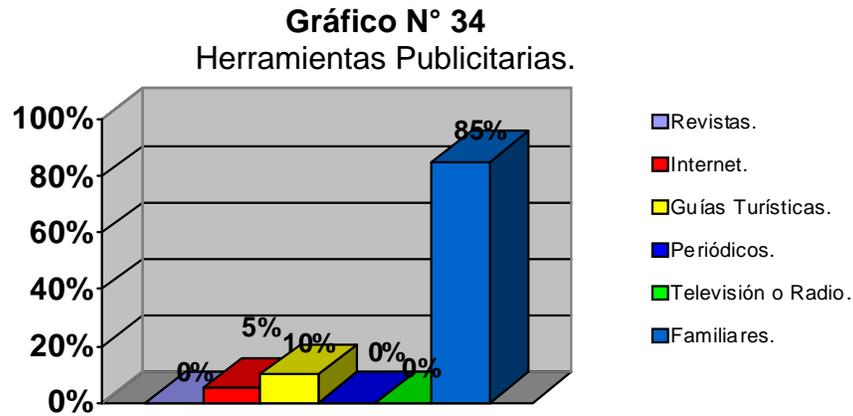
Promoción, se le consultó a la población turística si conocían de algunas promociones a través de las herramientas utilizadas por las autoridades locales para mostrar las características y beneficios del sector los Bordones de la playa San Luís, el 72% contestó no tener conocimientos al respecto, mientras un 28% restante dijo a ver vistos algún tipo de promoción en guías turísticas y por el portal de Internet de la Dirección de Turismo del Estado Sucre. Esto se puede observar en la gráfica n° 33.

Gráfico N° 33
Promoción del Producto Turístico.



Fuente: Elaboración Propia (2008-2009).

Herramientas o medios publicitarios, como lo refleja la gráfica n° 34, el 85% de la población de turistas encuestados, manifestó haber conocido el municipio Sucre por referencias familiares, un 5% mediante el uso de páginas en internet y la parte restante de los turistas consultados, que equivale a un 10% se informaron del lugar por medio de guías turísticas. Los datos por si sólo nos muestran la debilidad del uso de las herramientas para persuadir, divulgar sobre las bondades y ventajas del destino turístico por excelencia, deteniendo o dificultando en gran medida su desarrollo.

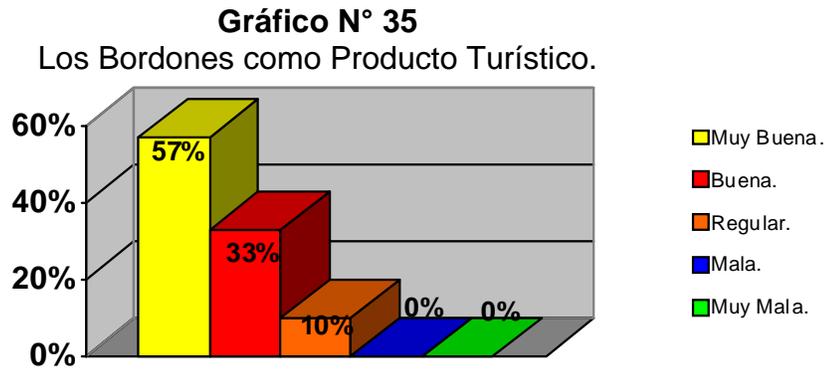


Fuente: Elaboración Propia (2008-2009).

3.2.4.- Percepción,

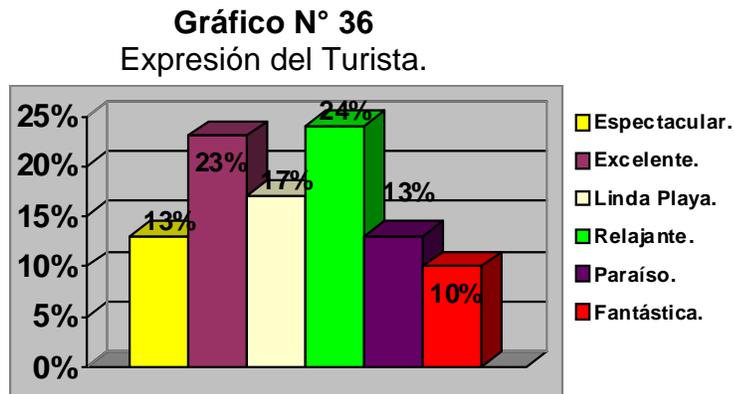
Se refiere tal aspecto a la apreciación de los turistas que visitan al municipio Sucre, sobre las bondades naturales, seguridad del sector los Bordones en comparación con otras zonas de la playa San Luís.

Los Bordones como producto turístico. El 57% de la población turística califica las bondades naturales del sector lo Bordones como muy buena, un 33% tiene una apreciación del producto como buena y tan sólo el 10% restante la considera regular. Estos resultados permiten presumir, la excelente referencia de éste destino turístico por parte de los visitantes. (Ver gráfica n° 35).



Fuente: Elaboración Propia (2008-2009).

Expresión sobre los Bordones. Trata de la descripción que hacen los turistas a través de una palabra sobre su visita y disfrute de la playa los Bordones. Al respecto, la gráfica n° 36, recoge las impresiones, un 56% exclamó una mezcla de excelente, espectacular y relajante. El restante 44%, pronunció frases como, linda playa, paraíso y fantástica.

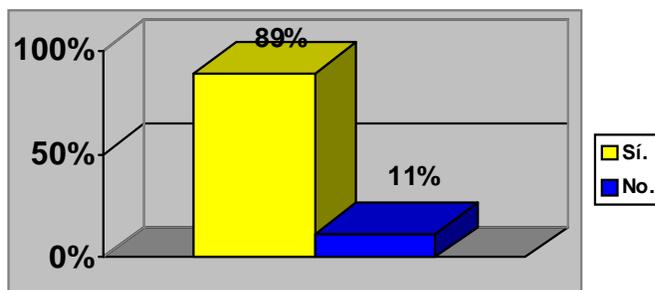


Fuente: Elaboración Propia (2008-2009).

Retorno del turista, trata del regreso del turista a visitar y disfrutar de la playa los Bordones. El 89%, respondió que sí le gustaría volver al sector,

por su parte 11% restante comentó lo contrario. (Ver gráfica n° 37).

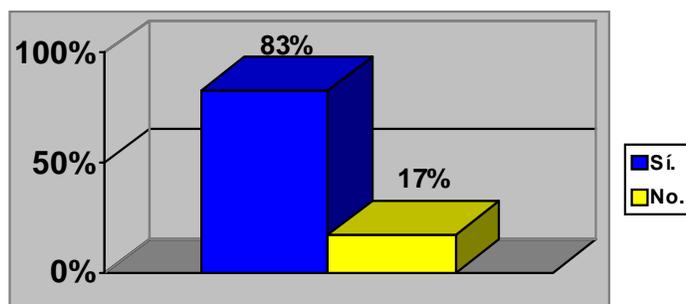
Gráfico N° 37
Retorno del Turista.



Fuente: Elaboración Propia (2008-2009).

Recomendar el destino turístico, en la gráfica n° 38, se observa que el 83% de la población turística, recomendaría a otras personas sobre las bondades naturales del sector los Bordonos de la playa San Luís como destino turístico. Mientras un 17%, no la recomendaría.

Gráfico N° 38
Recomendar el Destino Turístico.

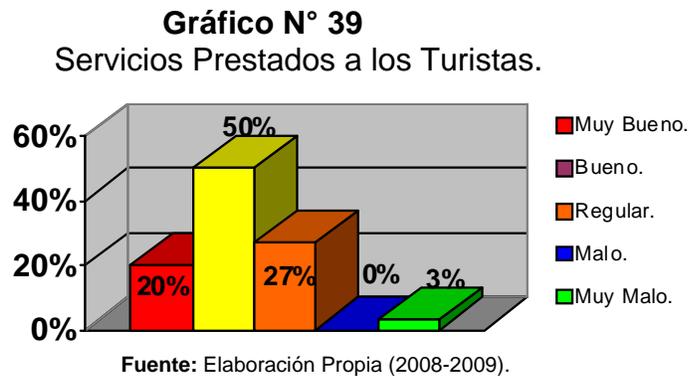


Fuente: Elaboración Propia (2008-2009).

3.2.5.- Servicios,

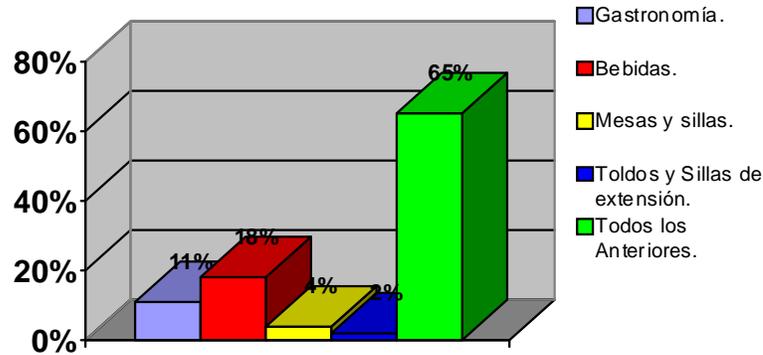
El presente punto está relacionado con la visión que tienen los turistas que visitan al municipio Sucre respecto a los distintos servicios prestados a los turistas que visitan el sector los Bordonos de la playa San Luís.

Servicios prestados por los establecimientos del sector los Bordonos. Se le preguntó a los turistas en el municipio, su opinión, el 70% lo calificó como muy bueno y bueno, mientras el 30% manifestó entre regular y malo. (Ver gráfica n° 39)



Servicios demandados por la población turística, en la gráfica n° 40, se muestra que el 65% de los turistas que visitan el sector los Bordonos de la playa San Luís, solicitan una mezcla de bebidas, gastronomía, mesas y sillas, toldos y sillas extensión, un 29% demanda entre gastronomía y Bebidas.

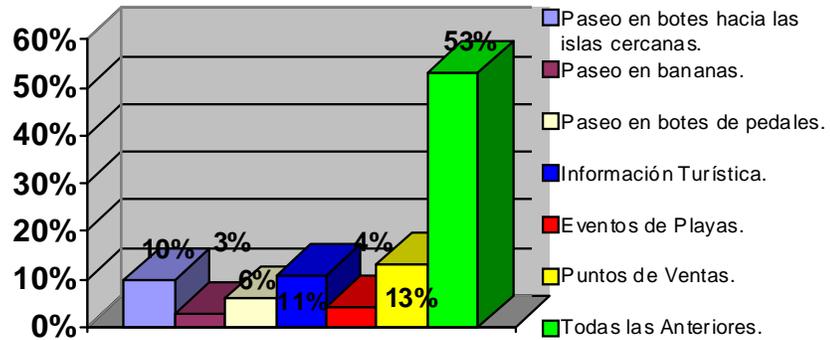
Gráfico N° 40
Servicios Demandados por la Población Turística.



Fuente: Elaboración Propia (2008-2009).

Nuevos servicios, tal y como se puede apreciar en la gráfica n° 41, el 53% de la población encuestada cree que siempre y cuando mejoren su estructura e imagen deberían ofertar la integración de todos los servicios, mientras que un 28% prefieren recibir de estos establecimientos servicios tales como, puntos de ventas y eventos de playas y sólo un 19% restantes se inclinan por una mezcla de paseo en botes hacia las islas cercanas, bananas y botes de pedales. Tal afirmación de los turistas, hace presumir lo imprescindible de modificar o cambiar el tipo de establecimiento que funcionan dentro del destino turístico, con miras a mejorar la percepción de los visitantes sobre el sector, tal como lo muestra su opinión sobre los servicios, además de no contribuir con el desarrollo turístico sustentable del destino.

Gráfico N° 41
Nuevos Servicios a la Población Turística.



Fuente: Elaboración Propia (2008-2009).

3.2.6.- Preferencia,

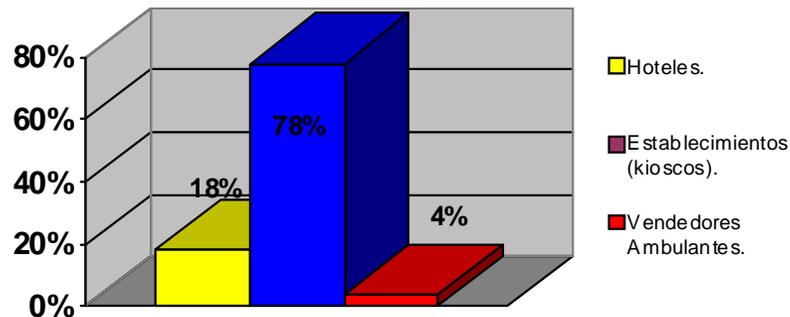
Trata tal aspecto de la percepción o actitud asumida por la población turística en cuanto a los servicios, alojamiento y medio de transporte utilizado para visitar al municipio y en específico al sector los Bordonos de la playa San Luís.

Expendedores de servicios, se le preguntó a la población de turistas, de quién prefiere recibir los servicios que ofertan los distintos expendedores ubicados en el sector los Bordonos. En función de esto el 78% manifestó demandar los servicios de los establecimientos (kioscos) en la playa, un 18% opta por los hoteles del sector y un 4% restante prefiere los vendedores ambulantes. (Ver gráfica n° 42).

De igual manera se les consulto sobre cuál es la razón principal de esa preferencia, en ese sentido, el 18% que optaron por los hoteles, se inclinan por su calidad-higiene, mientras el 78% de los demandantes de los

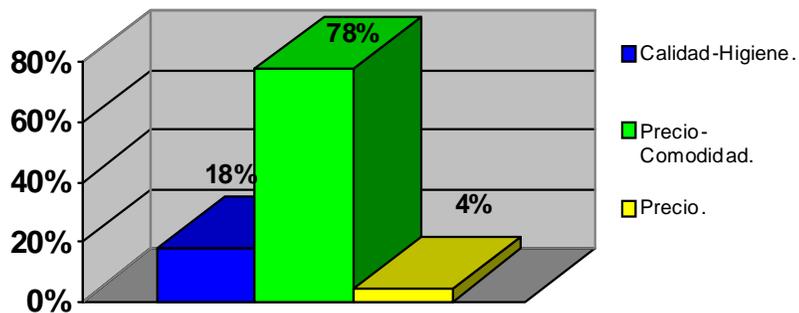
establecimientos (kioscos) lo hacen por su precio-comodidad y el resto por su precio. Mediante el análisis de los resultados sobre la preferencia y su razón principal, se puede asegurar, de manera consiente la necesidad de darle un cambio significativo a los establecimientos prestadores de servicios para acentuar las bases del crecimiento y desarrollo de la actividad turística del sector los Bordonos de la playa San Luís como destino. (Ver gráfica nº 43).

Gráfico N° 42
Expendedores de Servicios a la Población Turística.



Fuente: Elaboración Propia (2008-2009).

Gráfico N° 43
Preferencia por el Expendedor.

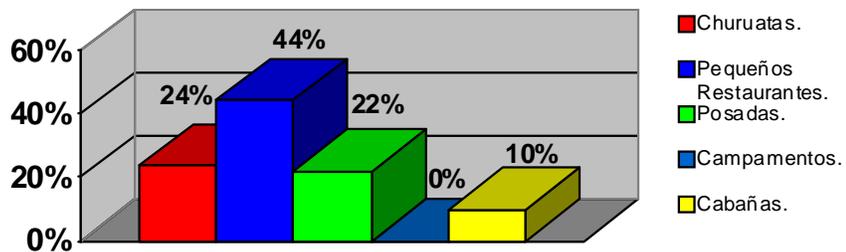


Fuente: Elaboración Propia (2008-2009).

Cambio ideal para los establecimientos (kioscos), el desarrollo

integral del sector de los Bordones de la playa san Luís, debe tomar en consideración el cambio de las instalaciones que prestan los servicios turístico, mediante financiamientos de fácil acceso por parte de los entes encargados del empuje de la actividad turística, así como programas de formación, capacitación y adiestramiento de los pequeños emprendedores que allí laboran, como a los habitantes del municipio en materia turística, al respecto se le pregunto a la población de turistas, sobre cuál debería ser el cambio idóneo de los establecimientos, el 44% manifestó la preferencia por la construcción de pequeños restaurantes, un 22% por posadas, un 23% se inclina por churuatas y el 10% restante se inclinó por cabañas. En función de este tipo de opinión, y por ser los turistas los principales usuarios demandantes y calificadores de los servicios, surgió la propuesta de factibilidad de la puesta en funcionamiento de pequeños restaurantes, como base fundamental para el desarrollo turístico sustentable del sector los Bordones de la playa San Luís. (Ver gráfico n° 44).

Gráfico N° 44
Cambio en los Establecimientos.

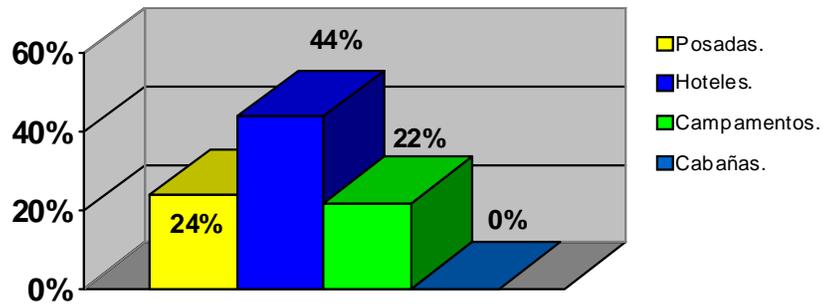


Fuente: Elaboración Propia (2008-2009).

Alojamiento, se refiere a la peculiaridad de pernotar del turista si se alojara en las cercanías del sector los Bordones de la playa San Luís, en la gráfica n° 45, se puede apreciar que un 44% prefiere hospedarse en posadas, un 30% elige hoteles, un 13% en campamentos a la orillas de la

playa y un 13% en cabañas.

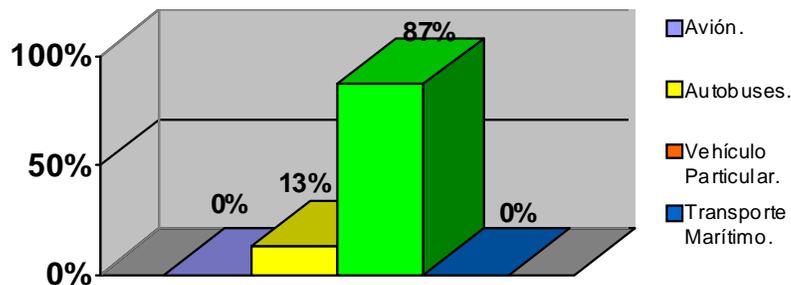
Gráfico N° 45
Alojamientos de la Población Turísticas.



Fuente: Elaboración Propia (2008-2009).

Medio de transporte, trata sobre el tipo de medio de transporte utilizado por la población para trasladarse a su destino turístico. En la gráfica n° 46, se puede observar que la mayoría, representada en un 87%, utilizó vehículo propio para visitar a Cumaná y el 13% restante elige servicio de transporte público.

Gráfico N° 46
Medio de Transporte de la Población Turísticas.

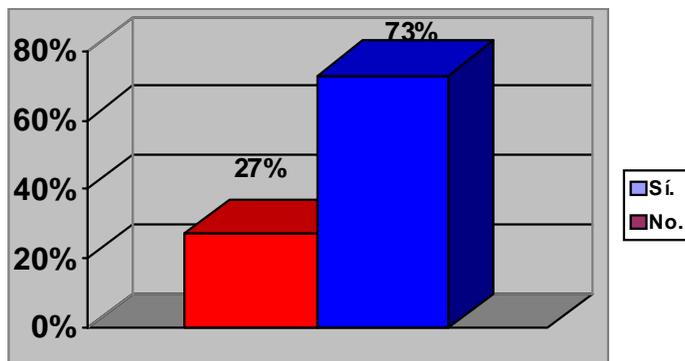


Fuente: Elaboración Propia (2008-2009).

Protección al turista, se refiere al resguardo y seguridad física del

turista y de sus bienes personales. El 73% de los encuestados manifestaron no sentir la presencia de los agentes encargados de su seguridad, un 27% opinó sentir la presencia de los funcionarios encargados de la seguridad. En este sentido, es necesario que las autoridades locales proporcionen y fortalezcan esta medida, que hará sentir al visitante, operadores de los servicios y comunidad en general, la seguridad y protección a la hora de seleccionar al sector los Bordones como destino turístico. (Ver gráfica nº 47).

Gráfico N° 47
Protección al Turista.

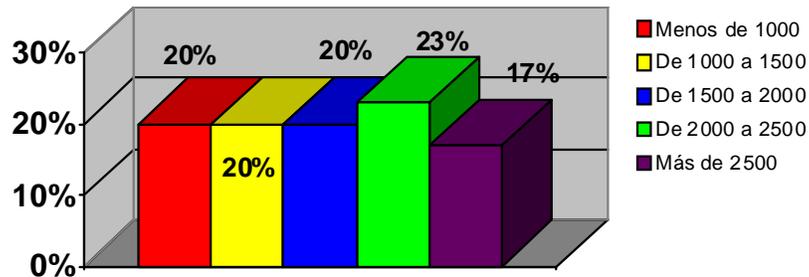


Fuente: Elaboración Propia (2008-2009).

3.2.7.- Gasto Promedio por día

Es la cantidad promedio por persona, consumida por la población turística durante su permanencia en el municipio. Un 40%, de la población turística que elige como destino turístico al municipio consume entre 1000,⁰⁰ y 2000,⁰⁰ Bs.F., un 23% gasta entre 2000,⁰⁰ y 2500,⁰⁰ Bs.F., un 20% menos de 1000,⁰⁰ y el 17% restante más de 2500,⁰⁰ Bs.F. (Ver gráfica nº 48).

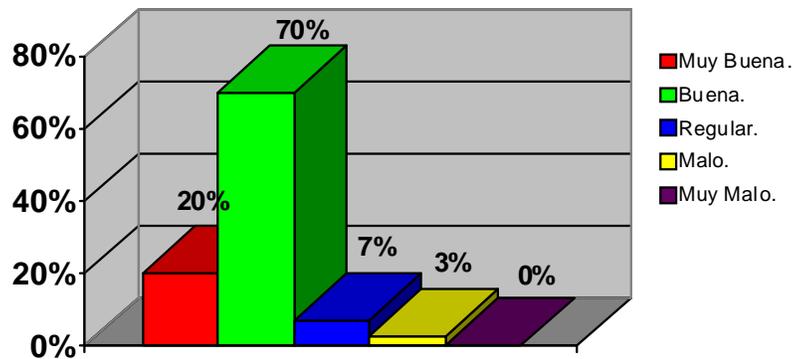
Gráfico N° 48
Gasto Promedio por Día.



Fuente: Elaboración Propia (2008-2009).

Satisfacción al turista, aspecto de suma importancia para el desarrollo de la actividad, debido a la influencia que tiene sobre el retorno del temporadista y su promoción hacia nuevos visitantes. Se le consultó a la población de turistas sobre el grado de satisfacción, en relación al gasto en que incurrió durante su estadía en el destino turístico. un 70% de la población considera que su satisfacción fue buena, un 20% lo califica como muy buena y el 10% restante como regular y mala. (Ver gráfica n° 49)

Gráfico N° 49
Satisfacción al Turista.



Fuente: Elaboración Propia (2008-2009).

Ideas o sugerencia, los turistas, mostraron cierto interés por las condiciones naturales del destino turístico, e indicaban que los organismos gubernamentales deberían aprovechar su ventaja comparativa, indicando que las autoridades municipales no sólo deberían proporcionar seguridad y limpieza a la playa San Luís sector los Bordones, durante la Semana Santa, para promocionar los eventos de playa. En tal sentido, sugirieron a los órganos encargados del desarrollo del turismo en el municipio, mayor presencia de los entes policiales, así como, diversificar las actividades y presentarlas durante todo el año, de esta manera se estaría en cierto modo promocionando e invitando a los visitantes nacionales y por que no a los turistas internacionales al disfrute de este destino, que ya con sus bondades naturaleza cuenta.

Por su puesto que tal planificación debe incluir seguridad, mejora de los estacionamientos, transporte interno, servicios públicos, entre otros. Además señalaron, que aunque el tipo de servicios ofertado es económico, directo y cómodo, las instalaciones no son precisamente las más adecuadas para tal fin y éstas de alguna manera dañaban la imagen y limitaban el desarrollo de la playa San Luís, sector los Bordones, por tal situación es potestad del estado, presentar alternativas para la construcción de estructuras adecuadas, que no afecten el medio ambiente y mejoren las condiciones para brindar mejores servicios.

3.3.- Presentación y Análisis de los resultados de las encuestas aplicadas a los Prestadores de Servicio Turísticos del Sector los Bordones de la Playa San Luís del municipio Sucre.

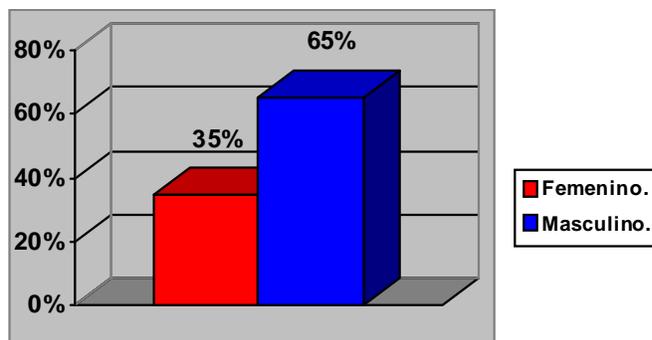
En esta parte del análisis de los resultados, se muestra la opinión de la población de los prestadores de servicios turísticos del sector los Bordones,

resultados notables, ya que éstos se encuentran en contacto directo y permanente con los turistas, al brindarles los servicios para el disfrute de la actividad. Es de resaltar la importancia de los servidores turístico, ya que de alguna manera su cordial y excelente atención son ingredientes principales para el regreso de los visitantes influyendo en la percepción sobre la playa San Luís, sector los Bordones. A continuación se describen los argumentos considerados más relevantes de ésta población mediante gráficos.

3.3.1.- Perfil del Entrevistado.

En cuanto al sexo de los prestadores de servicios turísticos, tal y como se puede observar en la gráfico n° 50, el 65% pertenece al género femenino y el 35% restante al sexo masculino, lo que indica que las mujeres están más abocadas a este tipo de oficio.

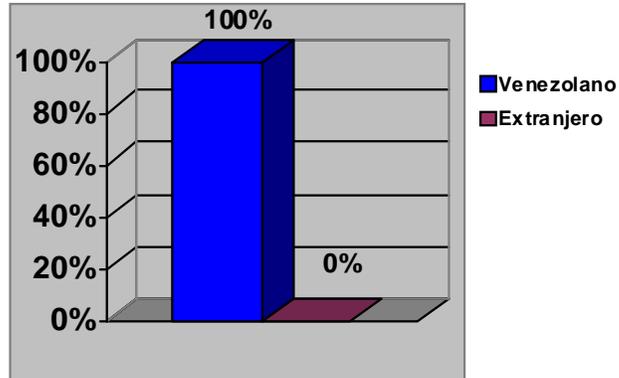
Gráfico N° 50
Sexo de los Prestadores de Servicios Turísticos.



Fuente: Elaboración Propia (2008-2009).

La nacionalidad, se puede observar que el 100% de los prestadores de servicio turístico de la playa los Bordones son de nacionalidad venezolana. (Ver gráfica n° 51).

Gráfico N° 51
Nacionalidad de los Prestadores de Servicio Turístico.

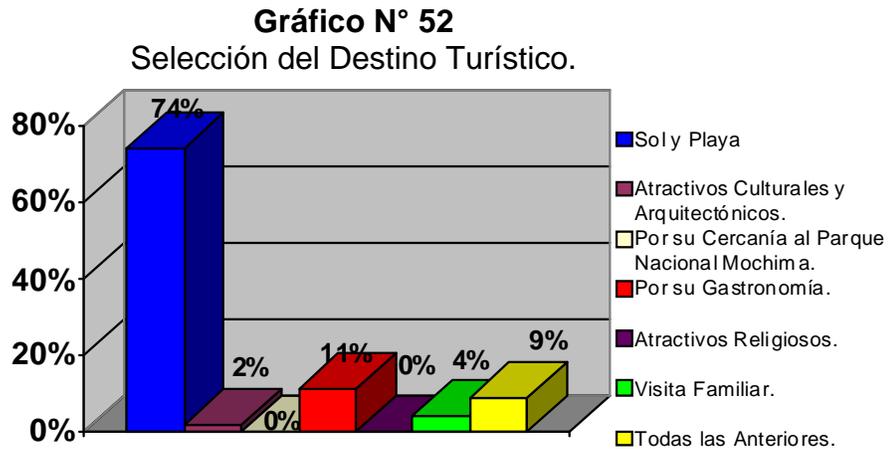


Fuente: Elaboración Propia (2008-2009).

3.3.2.- Percepción

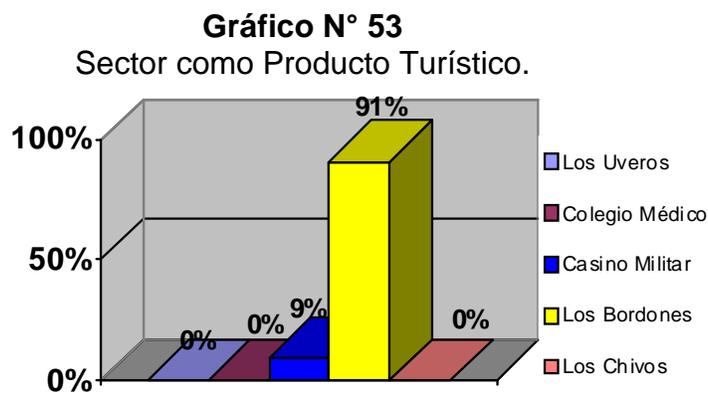
En esta categoría se muestran la visión que asumen los prestadores de servicios turísticos del sector los Bordones del sector de la playa San Luís del municipio Sucre. En diferentes aspectos.

Selección del destino turístico, el 65%, de los prestadores de servicios del sector consideran que la razón principal por la que los turistas escogen al municipio como destino turístico, es la mezcla de sol y playa, mientras el 35% restante expresan que las razones están compuestas por su gastronomía, atractivos arquitectónicos y visita a familiares. (Ver gráfica n° 52).



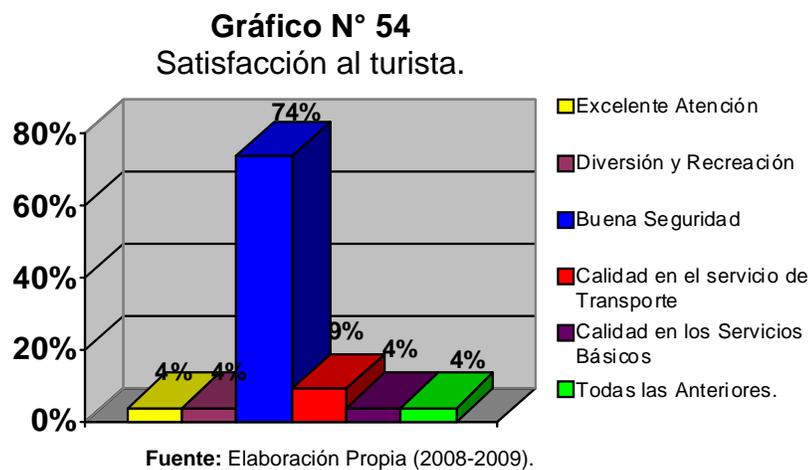
Fuente: Elaboración Propia (2008-2009).

Sector como producto turístico, se observa en la gráfica n° 53 que el 91% de la población de los prestadores de servicios, consideran al sector de los Bordonos de la playa San Luís, con mayor potencial para convertirse en producto turístico. Sin embargo, afirman la necesidad del apoyo gubernamental de los entes locales, regionales y nacionales, en cuanto a materia de financiamiento y seguridad del referido sector, ya que el atractivo y potencial natural existe en la zona.



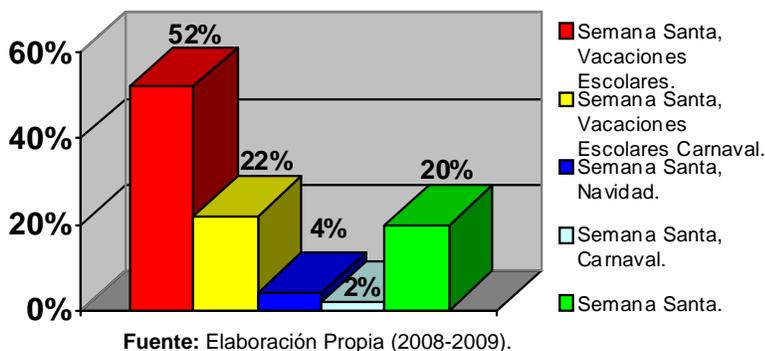
Fuente: Elaboración Propia (2008-2009).

Satisfacción al turista, aspecto de suma importancia para el desarrollo de la actividad, debido a la influencia que tiene sobre el retorno del temporadistas y su promoción hacia nuevos visitantes. El 74% de los prestadores de servicios turísticos consideran que para satisfacer al turista durante su permanencia en el destino se requiere tener buena seguridad e integridad física del turista en el sector, mientras que un 22%, se inclina por una mezcla de excelente atención, diversión y recreación, calidad en los servicios básicos y en el servicio de transporte, el 4% restante se prefiere una combinación de todos los anteriores. (Ver gráfica n° 54).



Temporadas más productivas, el 52% de los prestadores de servicio turístico del sector los Bordones de la playa San Luís, consideran que la época del año más convenientes para el desplazamiento de corrientes turísticas es una combinación de Semana Santa y Vacaciones Escolares, mientras que un 22% piensan que las productivas son una mezcla de Semana Santa, Carnaval y Vacaciones Escolares, sin embargo, un 20% cree que la verdadera época apropiada es Semana Santa y tan sólo un 6% combina Semana Santa con Navidad y Carnaval. (Ver gráfica n° 55)

Gráfico N° 55
Temporadas Productivas.

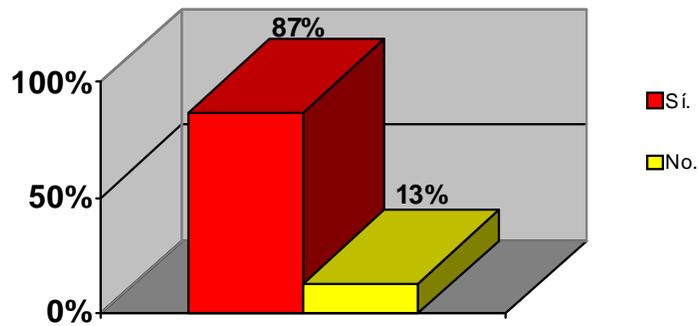


3.3.3.- Promoción,

Este aspecto tiene que ver con la información y divulgación en materia turística del sector de la playa los Bordones del municipio Sucre del estado Sucre.

Promoción turística del destino, los datos señalan, tal como se puede observar en la gráfica n° 56, que el 87% de los prestadores de servicio del sector de la playa los Bordones, consideran que las autoridades municipales no emplean los medios de promoción e información para el desarrollo de la actividad turística del referido sector, mientras el 13% restante de los prestadores de servicios opinan que si lo hacen por medio de guías turísticas.

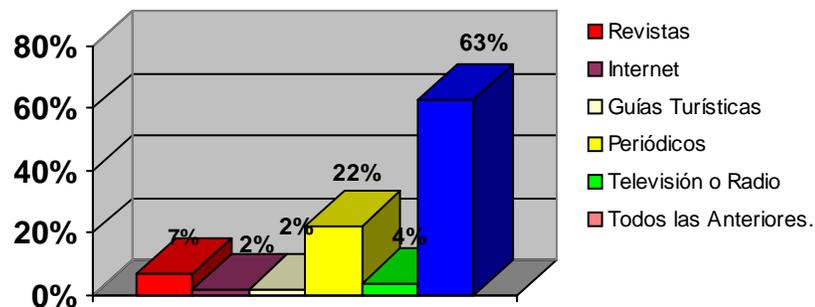
Gráfico N° 56
Promoción Turística del Destino.



Fuente: Elaboración Propia (2008-2009).

Herramientas o medios publicitarios, como lo refleja la gráfica n° 57, existe un 63% de inclinación por los encuestados en que se deberían utilizar todos los medios publicitarios para promocionar e informar de las bondades naturales de la playa los Bordones y un 22% opina que los periódicos es mejor medio para tal fin, mientras el 15% restante de los prestadores de servicio turístico, creen que lo mejor es usar una combinación de revistas, Internet, guías turísticas y televisión o radio.

Gráfico N° 57
Herramientas Publicitarias.

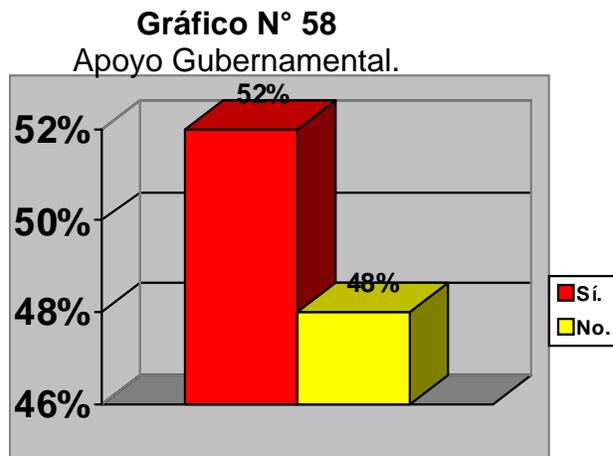


Fuente: Elaboración Propia (2008-2009).

3.3.4.- Participación Gubernamental,

Está representado por el apoyo que brinda el gobierno nacional, regional y local en cuanto al desarrollo turístico de una localidad, en el caso que compete el sector los Bordonos de la Playa San Luís.

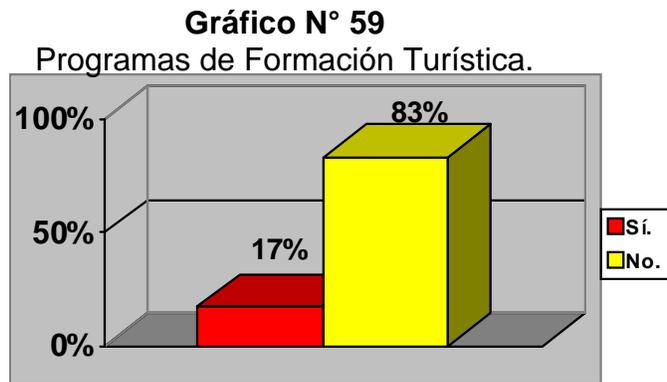
Apoyo gubernamental, constituye la visión que tienen los prestadores de servicios turísticos de los órganos que funciona como base para el desarrollo de la actividad turística. Se observa en la gráfica n° 58, que el 52% considera que si existe un apoyo relativo por parte de las autoridades locales en el desarrollo de la actividad turística, a través del financiamiento de los eventos de playas y proporcionando seguridad a los temporadistas, tan sólo en las Semanas Santas. Mientras, el 48% de la población restante no sienten una verdadera participación por parte de dichas autoridades.



Fuente: Elaboración Propia (2008-2009).

Programas de formación, consiste en adiestrar y capacitar a los prestadores de servicios y a la comunidad en general para tan importante

actividad desarrollo económico, los resultados indican que el 83% de los encuestados, no conoce ni ha recibido ningún programa de capacitación, y tan sólo el 17% de éstos lo conocen, pero no lo han recibido. (Ver gráfica n° 59).



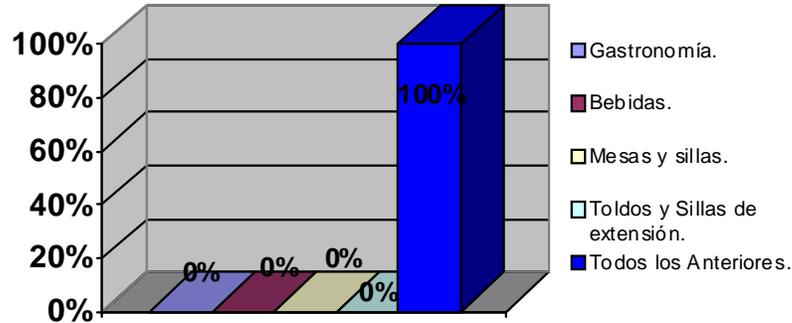
Fuente: Elaboración Propia (2008-2009).

3.3.5.- Servicios

El presente punto está relacionado con los servicios ofertados por los prestadores turísticos a la población que visita el sector los Bordonos de la playa San Luí.

Servicios ofertado a la población turística, en la gráfica n° 60, se muestra que el 100% de los prestadores de servicios turísticos brinda a los turistas servicio de bebidas, gastronomía, mesas y sillas, toldos y sillas extensión.

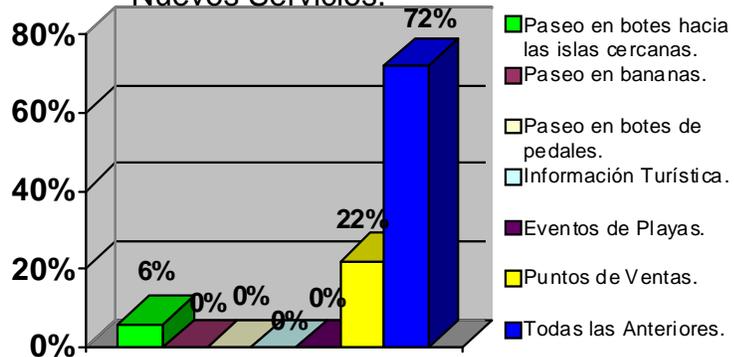
Gráfico N° 60
Servicios Ofertados a la Población Turística.



Fuente: Elaboración Propia (2008-2009).

Nuevos servicios, tal y como se puede apreciar en la gráfica n° 61, el 72% de la población encuestada cree que siempre y cuando cuenten con el financiamiento por parte de organismos públicos encargados del desarrollo de la actividad turística, pueden ofertar la integración de todos los servicios, mientras que el 28% restantes se inclinan por una mezcla de paseo en botes hacia las islas cercanas y puntos de ventas, deben ser los nuevos servicios.

Gráfico N° 61
Nuevos Servicios.



Fuente: Elaboración Propia (2008-2009).

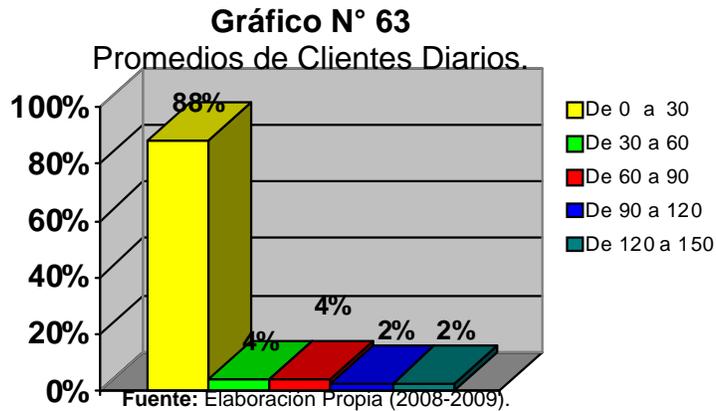
3.3.6.- Productividad,

Se refiere a la capacidad instalada del establecimiento (kiosco), que permite generar los ingresos en su máxima o mínima producción.

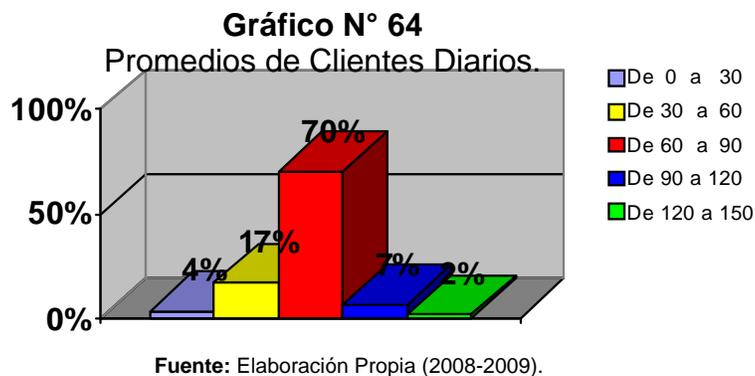
Capacidad de atención al cliente, el 91% de los prestadores de servicios turístico del sector los bordones, puede atender diariamente entre 40 y 60 clientes y apenas el 9% restante oferta una atención de 20 a 40 clientes. (Ver gráfica nº 62).



Promedio de clientes diarios en temporada normal (baja), al respecto se le consultó a la población sobre el promedio de atención de clientes diarios durante el año, el 88% de la población de establecimientos turísticos atienden por día en un año, una cantidad clientes entre 0 a 30, un 10% de los encuestados reciben de 30 a 120 clientes, mientras el 2% restantes de los prestadores de servicios turísticos, asumen una atención de clientes por día en un intervalo que va desde 120 a 150. (Ver gráfica nº 63).

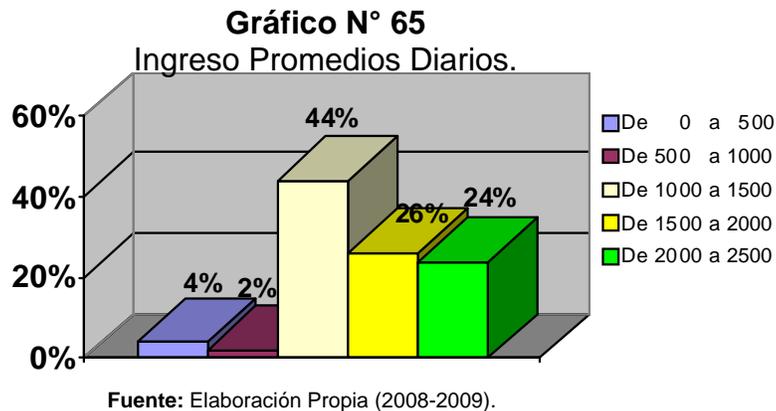


Promedio de clientes diarios en temporada alta, al respecto se le consultó a la población sobre el promedio de atención de clientes diarios durante el año, el 70% de la población de establecimientos turísticos atienden por día en un año entre 60 a 90 clientes, un 21% de los encuestados reciben de 0 a 60 clientes, mientras el 9% restantes de los prestadores de servicios turísticos, asumen una atención de clientes por día en un intervalo que va desde 90 a 150. (Ver gráfica n° 64).

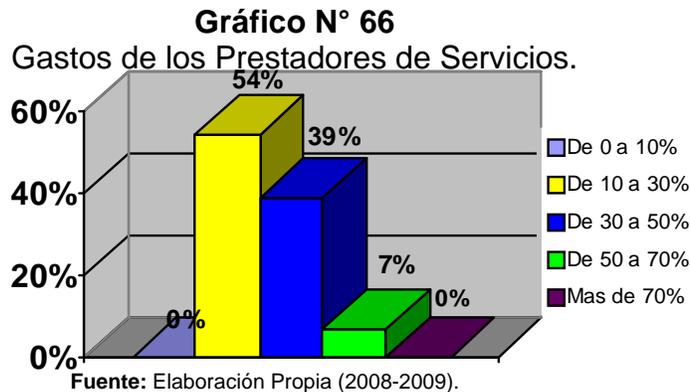


Ingreso promedio diario, este aspecto trata sobre los ingresos promedio diarios anual, que perciben los prestadores de servicio turístico provenientes de las erogaciones de los visitantes del sector los Bordones. El

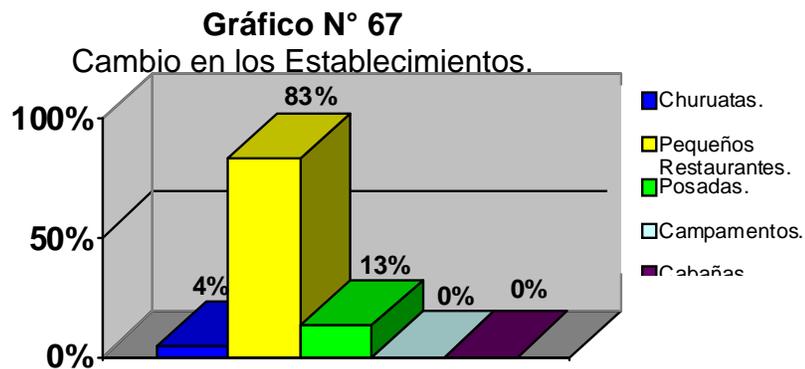
50%, indicó un ingreso promedio diario, que oscila entre 1500 y 2500 Bs.F., un 44% percibe de 1000 a 1500 Bs.F., mientras que un 6% de los prestadores de servicio turístico reciben un ingreso promedio diario de 0 a menos de 1000 Bs. f. (Ver gráfica n° 65)



Gastos, es la cantidad que invierten los prestadores de servicios turísticos para generar sus ingresos. En la gráfica n° 66, se puede observar que un 54% de la población consultada, incurren en un gasto entre el 10% al 30%. El 39%, de los prestadores de servicios del sector erogan del 30% al 50% y tan sólo el 7% lo hacen entre un 50% y 70%.



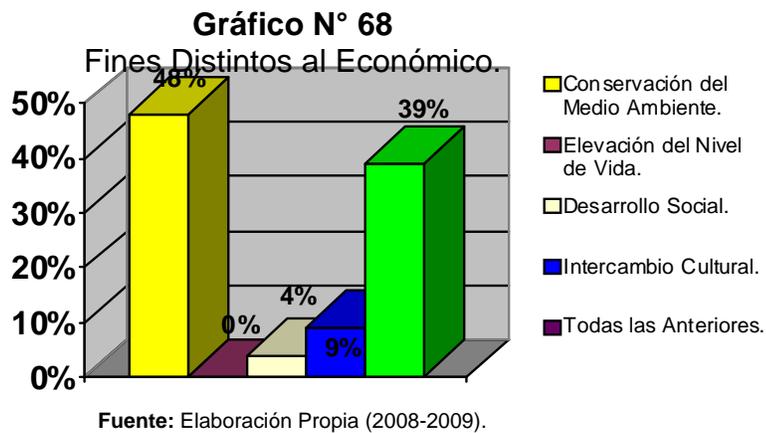
Cambio ideal para los establecimientos (kioskos), el desarrollo integral del sector de los Bordones de la playa San Luís, debe tomar en consideración el cambio de las instalaciones que prestan los servicios turísticos mediante el otorgamiento de crédito de fácil acceso para los pequeños emprendedores del sector, propiciados a través de los entes local y regional encargados del empuje de la actividad, todo esto en coordinación con los planes del Gobierno Nacional. De esta manera, se estará promoviendo un nuevo modelo productivo para el referido destino turístico, generando mejores servicios, fuentes de empleo, incorporación de las comunidades y mejoras en el crecimiento económico social del municipio. En función a lo anterior, se les preguntó a la referida población, sobre cuál debería ser cambio idóneo de los establecimientos, el 83% manifestó la preferencia por la construcción de pequeños restaurantes, un 13% por posadas y el 4% restante se inclinó por churuatas. (Ver gráfico n° 67).



Fuente: Elaboración Propia (2008-2009).

Fines distintos al económico, al ser consultados los prestadores de servicio turístico, un 48% manifestó que la conservación del medio ambiente debe ser la finalidad distinta a la económica, un 13% combinó desarrollo

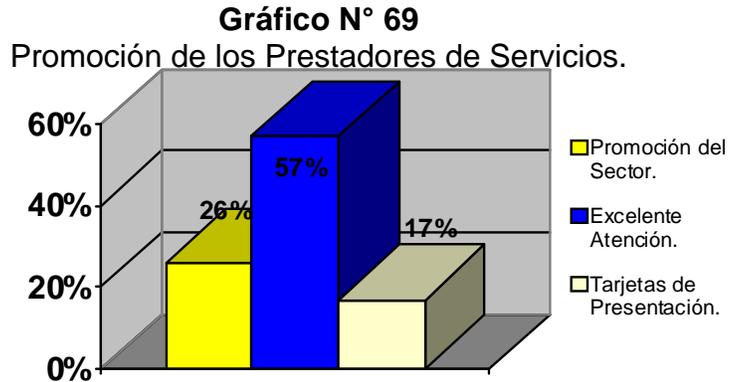
social e intercambio cultural y el 39% restante de los prestadores de servicio consideran la integración de todas. (Ver gráfica n° 68).



3.3.7.- Participación,

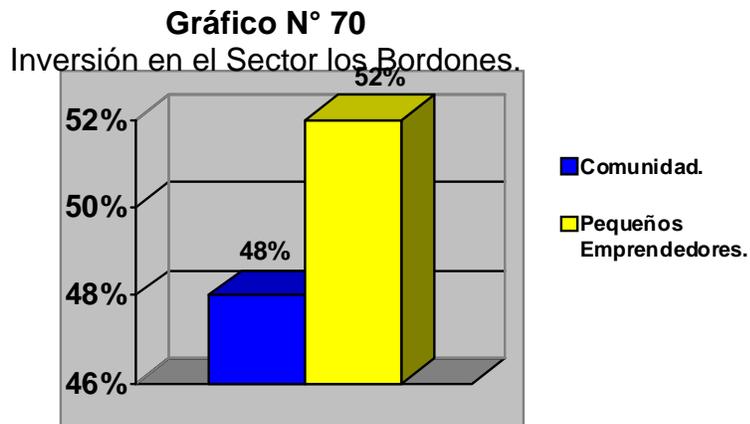
Se refiere al nivel o grado de intervención de los prestadores de servicio turístico en cuanto a la promoción del sector.

Promoción por parte de los prestadores de servicios, la gráfica n° 69, presenta la forma como participan los prestadores de servicios turísticos, promocionando el sector de los Bordones, un 57% opinó mediante una excelente atención al cliente, un 26% participa mediante la promoción de las bondades naturales del sector con sus amigos, familiares y clientes y el 17% restante a través de tarjetas de presentación.



Fuente: Elaboración Propia (2008-2009).

Inversión en la playa los Bordones. Se le preguntó de manera abierta a los prestadores de servicios turísticos, sobre quiénes consideraban deberían ser los encargados de desarrollar la actividad turística en la playa los Bordones de San Luís, de formularse proyectos de inversión, es decir, hacia dónde deben estar dirigidos los recursos, al respecto, el 48% sugirió que la comunidad debe ser la encargada, por su parte el 52% restante considera que debe estar a cargo de los pequeños emprendedores. (Ver gráfica n° 70).



Fuente: Elaboración Propia (2008-2009).

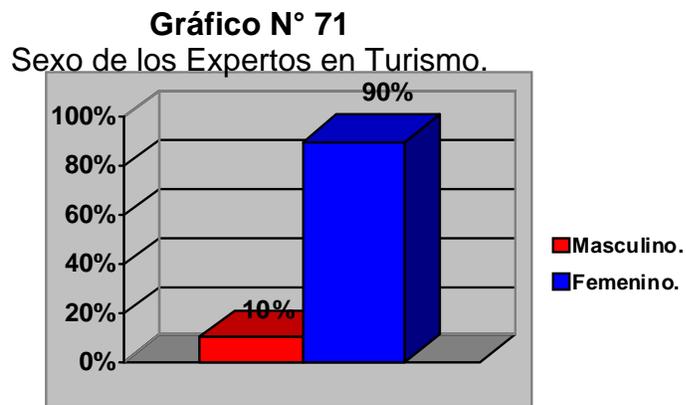
Ideas o sugerencia, es el sentir de los prestadores de servicios de la playa San Luís, sector los Bordones, la nula o mínimo apoyo por parte de los organismos locales y regionales en propuestas o planes de inclusión para el desarrollo de la actividad en el sector, por tal razón proponen a las mencionadas autoridades a elaborar y elevar proyectos antes los organismos nacionales, donde se solicite su incorporación en el polo de desarrollo endógeno número dos, con el objetivo de participar dentro de los lineamientos estratégicos de desarrollo de la actividad turística, mediante la ejecución de obras y equipamientos necesario para la consolidación de la playa San Luís, sector los Bordones como destino turístico. Además, de poder recibir la formación, capacitación y sensibilización como oferentes de servicios turísticos. De igual manera, los operadores de estos kioscos, no cuentan con la preparación adecuada para la manipulación de alimentos y por lo tanto no tienen la permisología sanitaria.

3.4.- Presentación y Análisis de los resultados de las encuestas aplicadas a la Población con Experiencia en Materia Turística del municipio Sucre del estado Sucre.

En esta parte del análisis de los resultados, se muestra la opinión de la población de expertos en materia turística del municipio Sucre del estado Sucre, información de gran valor para la investigación, debido a que se proceden de personas con experiencias en sus respectivas áreas sobre Turismo Sustentable para el caso de la Playa de San Luís sector los Bordones del municipio Sucre del estado Sucre. A continuación se describe los argumentos considerados más relevantes de ésta población mediante gráficos.

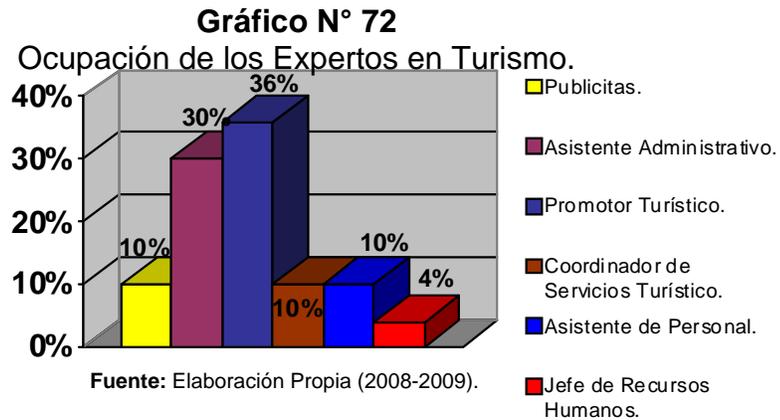
3.4.1.- Perfil del Entrevistado.

Sexo, de los empleados con experiencia en materia turística, tal y como se puede observar en la gráfico n° 71, el 90% pertenece al genero femenino y el 10% restante al sexo masculino, la cifras indican que las mujeres están más abocadas a esta profesión.



Fuente: Elaboración Propia (2008-2009).

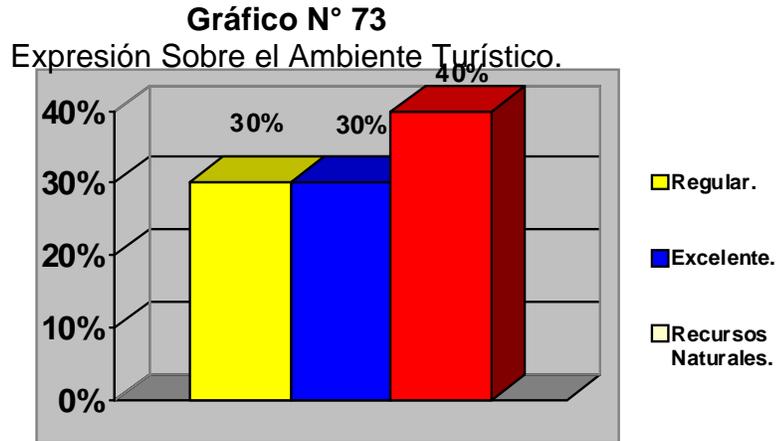
Ocupación, de la población del personal con experiencia en turismo. El 36% de la población que labora en la Dirección y Oficina de Turismo del estado y municipio respectivamente, están empleados como promotores turísticos, un 30% son empleados administrativos y el 34% restante ocupan cargos en diferentes áreas. (Ver gráfica n° 72).



3.4.2.- Percepción

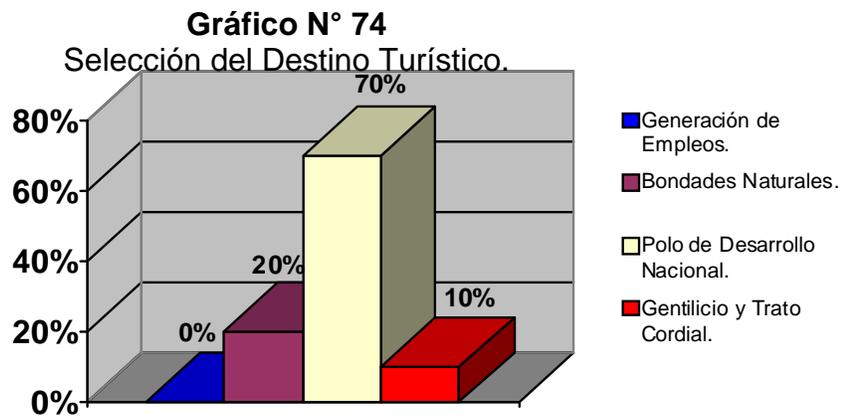
Se refiere tal aspecto a la apreciación de los especialistas en turismo que laboran Dirección y Oficina de Turismo del estado y municipio, sobre el ambiente turístico del municipio Sucre.

Expresión sobre el ambiente turístico, trata de la opinión de la población sobre el ambiente turístico del municipio Sucre, mediante una frase. Al respecto, la gráfica n° 73, recoge tales expresiones, un 40% observa gran abundancia de recursos naturales. El restante 60% de este personal, manifiesta que el ambiente es excelente y/o regular.



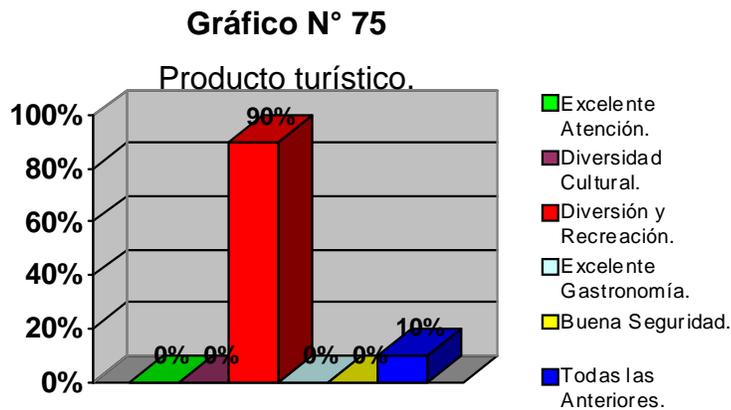
Fuente: Elaboración Propia (2008-2009).

Selección del destino turístico, se le consultó a los encuestados sobre la razón principal para considerar al municipio como destino turístico y su influencia en el desarrollo económico y social de la región, al respecto, el 70%, de la población consideran que la razón principal por la que los turistas escogen al municipio como destino turístico, es su adhesión al polo de desarrollo número dos, mientras el 30% restante expresan que las razones están compuestas por las bondades naturales y el gentilicio y trato cordial de sus pobladores. (Ver gráfica n° 74).



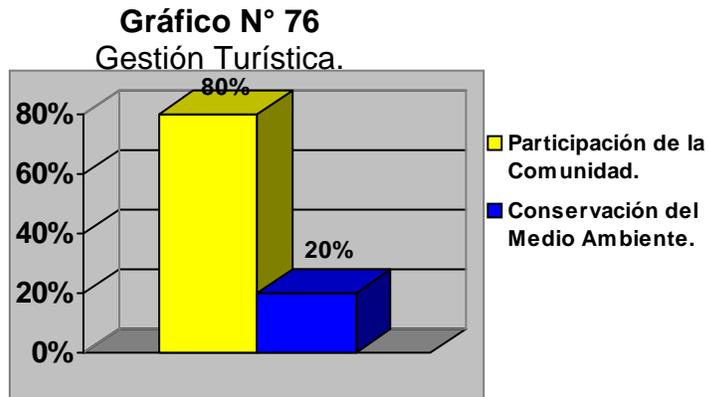
Fuente: Elaboración Propia (2008-2009).

Sector como producto turístico, se observa en la gráfica n° 75, que el 90% de la población considera como razón principal en la selección del sector los Bordones de la playa San Luís, como producto turístico, lo apropiado para la diversión y recreación de sus visitantes, tan sólo el 10% restante piensa que es por la integración de todas las anteriores.



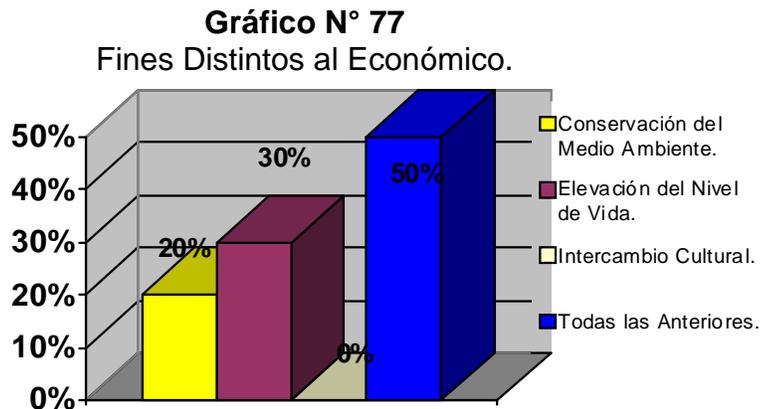
Fuente: Elaboración Propia (2008-2009).

Gestión turística, se refiere a la implementación de planes de gestión turística para el desarrollo de la actividad en el municipio, al respecto en la gráfica n° 76, se observa al 80% de los expertos en turismo considerando que tales planes se deben ejecutar con la participación de la comunidad y el 20% restante opinan que dicha planificación de gestión turística debe incluir la conservación del ambiente. Es importante resaltar que ambas consideraciones se enmarcan sobre el turismo sustentable, es decir, perdurable en el tiempo con la participación de generaciones familiares.



Fuente: Elaboración Propia (2008-2009).

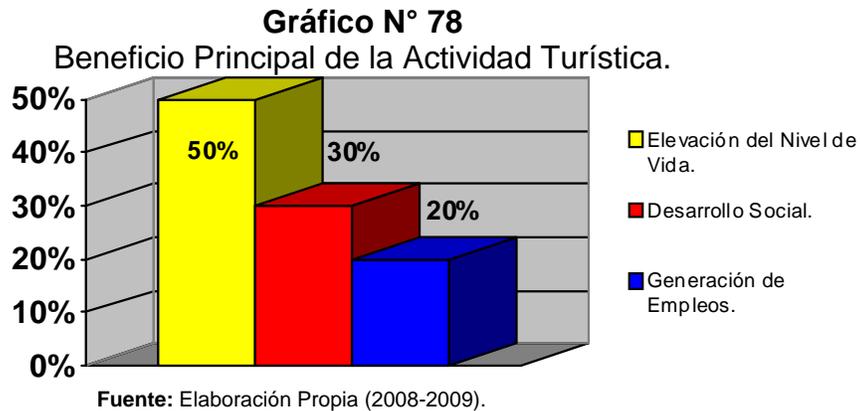
Fines distintos al económico, al ser consultados el personal con experiencia en turismo, al respecto, un 50% manifestó que la finalidad debe ser la integración de todas las anteriores, y el 50% restante de los población considera una combinación de la conservación del medio ambiente y elevación del nivel de vida sus pobladores. (Ver gráfica nº 77).



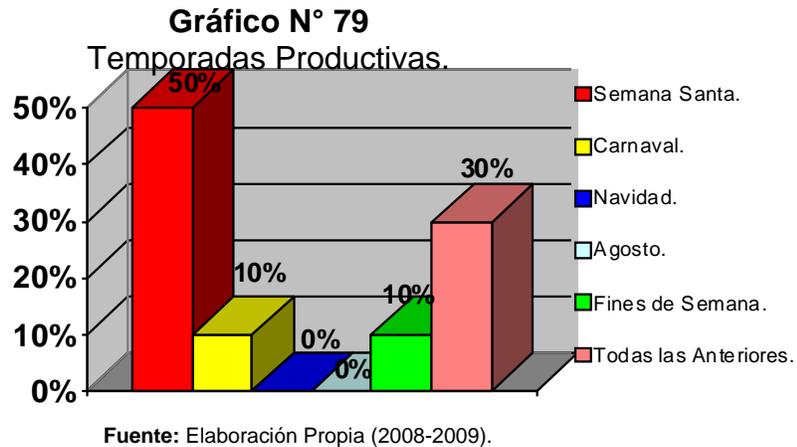
Fuente: Elaboración Propia (2008-2009).

Beneficio principal con la actividad turística, este punto trata de la opinión del personal con experiencia en materia turística del estado y municipio Sucre en cuanto al beneficio principal de los habitantes del sector los Bordones de la playa San Luís, con el desarrollo de la actividad turística.

En la gráfica n° 78 se aprecia que el 50% de esta población considera como beneficio principal para las comunidades aledañas es la elevación de los niveles de vida, debido por una parte a la generación de empleos directos e indirectos con la puesta en funcionamiento de los pequeños restaurantes y por otra parte por los beneficios económicos que generaría a los dueños y familiares de los referidos establecimientos. Un 30% creen que la razón es el desarrollo social y tan sólo un 7% piensa en al generación de empleo.



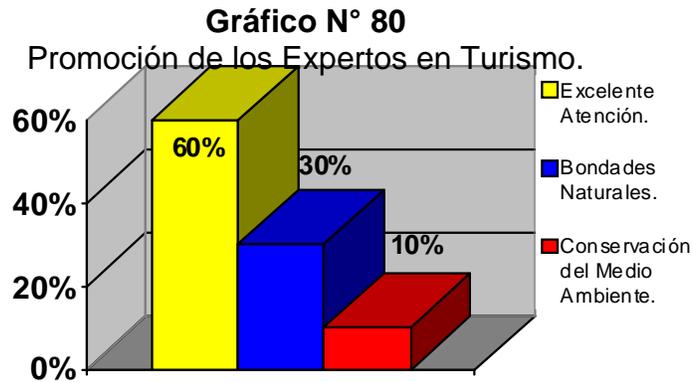
Temporadas más productivas, el 50% de la población considera que la época del año más conveniente para el desplazamiento de corrientes turísticas es Semana Santa, un 30% cree que cualquier época del año es ideal para la visita de los turistas, siempre que se le proporcione un desarrollo integral al sector los Bordones de la playa San Luís, mientras que un 20% piensa que las temporadas más productivas son una mezcla de Carnaval y fines de Semana. (Ver gráfica n° 79)



3.4.3.- Participación,

Se refiere al nivel o grado de intervención de los expertos en materia turística de la Dirección de Turismo del estado Sucre y la Oficina de turismo de la alcaldía del municipio Sucre, en cuanto a la promoción del sector.

Promoción por parte de los expertos en turismo, la gráfica nº 80, presenta la forma cómo participan el personal con experiencia en materia turística, promocionando el municipio, un 60% cree que mediante una excelente atención al turista se logra promocionar tan importante actividad, un 30% participa mediante la promoción de las bondades naturales del municipio y el 10% restante, a través de la concientización de las comunidades y turistas en la conservación del medio ambiente. Cabe destacar que la opinión del personal no tiene una base que sustente tal promoción del sector, debido a que no utilizan ningún medio de comunicación para tal fin.

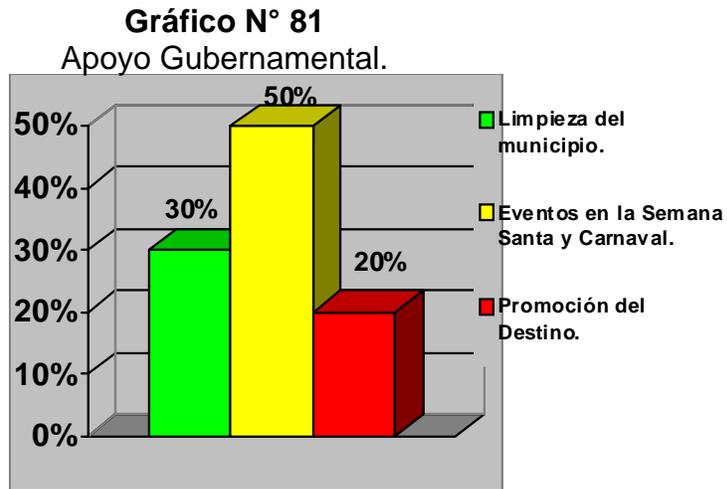


Fuente: Elaboración Propia (2008-2009).

3.4.4.- Participación Gubernamental

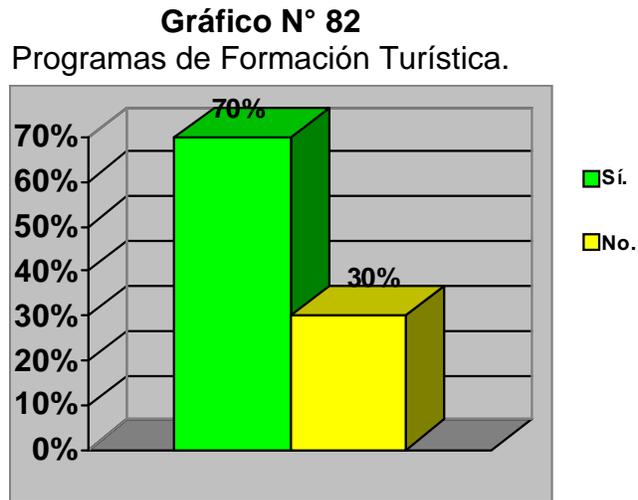
Está representado por los planes dispuestos por el gobierno nacional, regional y local en cuanto a su participación y desarrollo turístico de la localidad.

Apoyo gubernamental, constituye la visión que tiene la referida población de los órganos que funcionan como base para el desarrollo de la actividad. Se observa en la gráfica n° 81, que el 30% considera que existe un apoyo en cuanto a la limpieza del municipio y el 70% restante opina que el apoyo en el desarrollo de la actividad turística por parte de las autoridades locales es relativo, combinando la promoción del turismo mediante el financiamiento de los eventos de playas en las temporadas de Semana Santa y las celebraciones de Carnaval, no así en el resto del año.



Fuente: Elaboración Propia (2008-2009).

Programas de formación, consiste en el adiestramiento y capacitación de la comunidad sobre programas de preparación para la actividad turística, los resultados indican que el 70% de conocen un programa de atención al turista para los prestadores de servicios turísticos dictado por el Fondo Mixto y sólo el 30% de éstos no conocen ningún programa de capacitación para las comunidades; lo cual difiere completamente a lo afirmado por os propios expendedores del sector. (Ver gráfica nº 82)

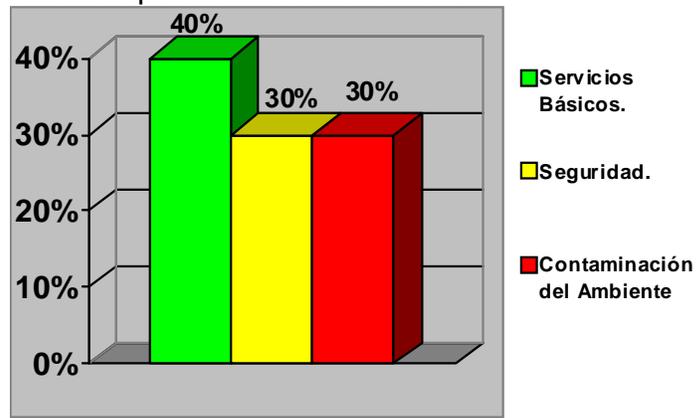


Fuente: Elaboración Propia (2008-2009).

3.4.5.- Inconvenientes

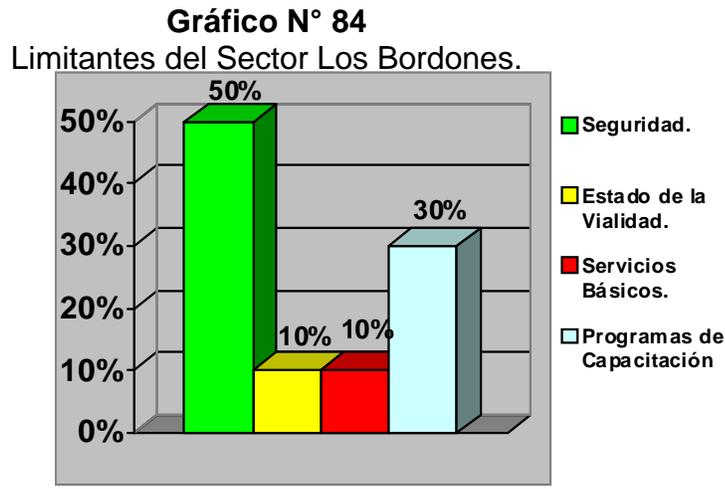
Se refiere a las deficiencias o situaciones de índoles desfavorables que de alguna manera han contribuido al poco desarrollo de la actividad turística en la región oriental, en específico al municipio Sucre. En la tabla y gráfica n° 83, se muestra la opinión de los expertos, donde el 40% cree que el inconveniente más cotidiano lo constituye la precaria situación en los servicios básicos, mientras el 60% restante mezcla inconvenientes como seguridad y contaminación ambiental.

Gráfico N° 83
Inconvenientes para el Desarrollo Turístico.



Fuente: Elaboración Propia (2008-2009).

Limitantes del Sector los Bordones, al respecto el 50% de la población de expertos considera, que el principal problema lo constituye la seguridad del los visitantes, un 20% se inclina por combinar la deficiencia en los servicios básicos y estado de las vías de acceso al sector los bordones de la playa San Luís y un 30% de la mencionada población, se inclina por la escasa o nula planificación en programas de capacitación de las comunidades en cuanto al desarrollo de la actividad turística. (Ver gráfica n° 84)



Fuente: Elaboración Propia (2008-2009).

Ideas o sugerencia, el personal con experiencia en materia turística que labora en la Dirección y Oficina de Turismo del estado y municipio, proponen varias sugerencias para la formulación de proyectos de inversión, entre las que destacan, la modificación de los locales del sector pequeños restaurantes, bajo el financiamiento del los organismos encargados del desarrollo de la actividad turística, en el marco del plan nacional endógeno del polo de desarrollo, denominado “Eje Nor Oriental Costero”. En mismo orden de ideas, se encuentran, invertir en la construcción de un bulevar en el sector, situación que daría mejor imagen a esta hermosa playa, así como mejorar los servicios básicos y la conservación del medio ambiente (playa) de la zona. Todas estas sugerencias, consideran la participación de las comunidades con las instituciones de carácter público y los inversionistas privados.

Ideas o Sugerencias conjuntas, de acuerdo a cada una de las opiniones de los distintos actores involucrados en la investigación, coincidieron en las condiciones naturales del destino turístico, e indicaban

que los organismos gubernamentales deberían aprovechar su ventaja comparativa. En el mismo orden de ideas, sugirieron a los órganos encargados del desarrollo del turismo en el municipio, mayor presencia de los entes policiales, así como, diversificar las actividades y presentarlas durante todo el año, de esta manera se estaría en cierto modo promocionando e invitando a los visitantes nacionales y por que no a los turistas internacionales al disfrute de este destino, que ya con sus bondades naturaleza cuenta.

De igual manera las autoridades en el proceso de planificación y desarrollo del destino turístico, deben incluir seguridad, mejora de los estacionamientos, transporte interno, servicios públicos, entre otros. Además señalaron, que aunque el tipo de servicios ofertado es económico, directo y cómodo, las instalaciones no son precisamente las más adecuadas para tal fin y éstas de alguna manera dañaban la imagen y limitaban el desarrollo de la playa San Luís, sector los Bordones, por tal situación es potestad del estado, presentar alternativas para la construcción de estructuras adecuadas, que no afecten el medio ambiente y mejoren las condiciones para brindar mejores servicios. Además, coinciden que tanto los prestadores de servicios turísticos como la población en general deben recibir la formación, capacitación y sensibilización como oferentes de servicios turísticos.

En función del análisis de los resultados y las propuestas manifestadas por los actores involucrados en la investigación, se procedió a utilizar una parte importante de la información para la propuesta o alternativa de inversión para el Sector los Bordones de la playa San Luís.

CAPÍTULO IV

PROYECTO DE INVERSIÓN PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO SUSTENTABLE EN EL MUNICIPIO SUCRE DEL ESTADO SUCRE CASO PLAYA SAN LUIS, SECTOR LOS BORDONES

*Proyecto de Inversión para el Desarrollo Turístico
Sustentable en el Municipio Sucre del Estado Sucre, caso
Playa San Luís, Sector los Bordones, para el año 2008.*

4.1.- Estudio de Mercado.

En el estudio de mercado se determinó la demanda actual para la mezcla de los servicios ofertados por los pequeños emprendedores, así como su estimación bajo el esquema de financiamiento para cinco años o 60 meses, el cual será presentado por trimestres para la simplificación de cálculo. De igual manera se establecen los posibles clientes demandantes, así como la capacidad u oferta de los prestadores servicios.

Elementos de Mercado

Para realizar tanto el cálculo de la demanda actual como las demás variables involucradas en los resultados de la investigación, se utilizó la información recabada de las encuestas aplicadas a la población de prestadores de servicios turísticos y visitantes del sector los Bordones de la playa San Luís del periodo (temporadas 2008), debido a dos razones, las cuales se consideraron como determinantes. En primer lugar, los organismos (Dirección y Oficina de Turismo respectivamente) encargados de llevar las

estadísticas de entradas, permanencias y otros datos de los visitantes a los diferentes destinos turísticos del municipio y del estado Sucre, no poseen registros de base de datos. En segundo lugar, la información que se presenta en la determinación de la demanda y por ende en la ofertas de servicios provienen, de los actores principales para el desarrollo turístico sustentable del sector los Bordonos de la playa San Luís.

Demanda Actual.

Para la determinación de la demanda actual semanal, se utilizó la siguiente ecuación lineal: $Da = Pcd * Tds$

Donde;

Da = Demanda actual.

Pcd = Promedio de Cliente Diarios Atendidos por los Prestadores de Servicio.

Tds = Total Días Trabajados a la Semanal.

La información condensada en la tabla número 63, presenta la cantidad de clientes diarios atendidos en temporada normal (baja) por los prestadores de servicios turísticos de la playa San Luís sector los Bordonos. De dicha información se obtuvo el promedio aritmético de clientes por día, el cuál es de 23 clientes/diarios, cabe destacar que casi lo totalidad de estos establecimientos laboran cuatro días a la semana. Al aplicar la ecuación anterior tenemos:

$$Da = Pcd * Tds \quad \longrightarrow \quad Da = 23 * 4 \quad \longrightarrow \quad Da = 92 ,$$

que es la demanda actual semanal promedio por establecimiento durante la

temporada baja. El cálculo de la demanda actual para el primer año se presenta en trimestres, e incluye la cantidad de clientes atendidos tanto en temporadas normales como altas.

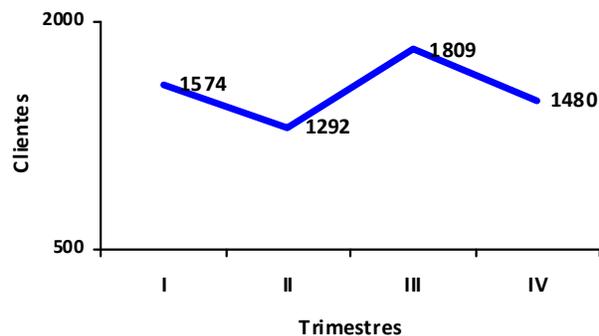
En lo referente a la época normal, para el primer trimestre se obtuvo un total de 1.104 clientes, lo cual se determinó multiplicando la demanda semanal por el número de semanas del mes y la cantidad de meses de un trimestre.

En cuanto a la cantidad de demandantes para las temporadas altas, se utilizó la información resumida en la gráfica número 64 del capítulo tres, se determinó que en promedio se atienden 70 clientes/diario. Si a éste total se le resta la cantidad de consumidores en época normal se tiene como excedente 47 demandantes, multiplicado por diez días de vacaciones correspondientes a seis Decembrinas y cuatro de Carnaval del primer trimestre del año, tenemos la cantidad de 470 si le sumamos 1.104 clientes de la temporada baja, nos da un total para el primer trimestre de 1.574 clientes. En la siguiente gráfica se muestra la demanda actual para los cuatros trimestre del año.

Gráfico N° 85

**Demanda Actual
Primer Año**

Demanda Actual o Real



Fuente: Elaboración Propia (2008-2009).

En la determinación de la demanda del segundo, tercero y cuarto trimestre, se encuentran incluidos cuatros días de Semana Santa, quince de Vacaciones Escolares y ocho decembrinas, respectivamente, así como la cantidad de clientes en temporada normal.

Estimación de la Demanda.

En lo que respecta a la cantidad de clientes a estimar para los siguientes periodos (cinco años), ésta se mantendrá de acuerdo a la demanda actual, debido a que no se prevee dentro del estudio de factibilidad la ampliación de la capacidad instalada de los establecimientos, además de ser la única información que se maneja para el estudio.

Clientes.

Los clientes actuales y potenciales son los turistas de ambos sexos y de cualquier edad, de procedencia nacional e internacional, demandantes de los

servicios ofertados por los prestadores (pequeños emprendedores) del sector antes mencionado y con deseo de disfrutar los recursos naturales de la playa San Luís, sector los Bordonos. En cuanto a los consumidores de carácter nacional considerado como actual y potencial para la demanda de los servicios, son aquellos calificados como no pobres por los lineamientos del Instituto Nacional de Estadística (INE), bajo los criterios del nivel de ingreso, las necesidades básicas insatisfechas (NBI) y el método integrado. En tal sentido se puede considerar como turista no pobre aquel cuyo nivel de ingreso mensual es superior al valor de la canasta alimentaria (Bs. F. 799,00 en mayo de 2008). Se cataloga a un hogar como no pobre cuando su nivel de ingreso mensual es superior al valor de la canasta básica (Bs. 776.598 en febrero de 2006). El informe de la evolución de los indicadores de pobreza en Venezuela elaborado por el INE y publicado en octubre de 2005 registra que en el primer semestre de ese año, 38,5% de los hogares venezolanos se clasificaban como pobres moderados y que la cifra podía alcanzar 35% en el mes de diciembre.

Sin embargo, no se descarta la visita de turistas de origen nacional y por su puesto de procedencia internacional con ingresos superiores al antes mencionado, si tomamos en consideración los hoteles de lujo que rodean a la playa (sector los Bordonos) en estudio.

Oferta.

Los servicios ofrecidos por parte de los prestadores turísticos, son una mezcla de gastronomía, bebidas, mesas, sillas, toldos y sillas extensión. Para brindarlos: en promedio cada establecimiento tiene una capacidad instalada de 48 clientes, tal como se muestra en la gráfica 62 del capítulo tres. Dicha capacidad se encuentra distribuida de la siguiente manera, en el

área de las mesas del restaurante, existe una capacidad para 32 consumidores, colocando ocho mesas con cuatro sillas, el resto de la atención es mediante la instalación de toldos y sillas de extensión en un área común cercano al mar. La información utilizada es la suministrada por los pequeños emprendedores.

Sin embargo, es de hacer notar que la capacidad de atención para las temporadas altas se incrementa utilizando los espacios cercanos al mar con la colocación de una mayor cantidad de toldos y sillas de extensión. Esto se puede determinar si observamos el déficit que se produce al comparar los promedios de la capacidad instalada de atención al turista y la demanda de los servicios.

En cuanto a la prestación de nuevos servicios, una vez culminado el pago del financiamiento, se contempla brindar; paseo en botes hacia otras playas cercanas (Mochima, Araya Punta Araya, etc.), además del alquiler de bananas, botes de pedales, información turística, eventos de playa y puntos de ventas.

Elementos de la Mezcla de Mercado.

En esta parte de la investigación, se especifica el producto como destino turístico, así como los servicios ofertados por los prestadores del sector para la satisfacción del visitante. En el mismo orden se establece el precio sugerido por éstos y las herramientas de promoción y distribución.

Producto.

El proyecto de inversión, para el desarrollo turístico sustentable de la

playa San Luís del sector los Bordones del Municipio Sucre del Estado Sucre como destino turístico, presenta características naturales reconocidas por sus visitantes, así lo considera el 98% de los turistas encuestados (ver página, 101 capítulo III). En tal sentido, el producto principal es desarrollar la actividad turística del sector los Bordones, lo cual integrará la participación de los prestadores de servicio del lugar, con las comunidades del municipio y el apoyo de los organismos locales, regionales y nacionales mediante el financiamiento de la construcción y puesta en funcionamiento de pequeños o mini restaurantes como una de las alternativas que sirven de base para el desarrollo de la actividad en el sector, por supuesto bajo el enfoque de conservación del medio ambiente y sustentable en el tiempo. Tal razón, conlleva a relacionar los recursos naturales con los servicios (como subproductos) ofertados en el sector, los cuales se mencionan a continuación. Es importante resaltar, que dicha ideas de servicios a través de este tipo de establecimiento surgió por las propuestas de los diferentes actores involucrados en la investigación, las cuales fueron utilizadas en la elaboración del presente proyecto de inversión; los principales productos que fueron expuestos por estos pequeños operadores turísticos, se encuentran:

Pequeño Restaurante, el servicio de restaurante, cuya cocina ha de ofrecer a los turistas nacionales e internacionales y demás comensales del municipio, un menú que incluyan los platos criollos, especialmente los autóctonos de la región, así como la más variadas que se expenden en la zona. De igual manera se prestará un servicio de bebidas, para lo cual se tramitarán los permisos legales correspondientes antes las autoridades competentes, Dirección de Hacienda de la alcaldía del municipio Sucre, ministerio de Sanidad, entre otras. La operación del restaurante estará a cargo de los pequeños emprendedores que laboran en el sector, con la participación de los habitantes de las comunidades, a través de la generación

de empleos directos e indirectos en pro de su elevación del nivel de vida e integración social.

Además los prestadores de servicios turísticos brindarán el alquiler de mesas y sillas de extensión para los visitantes que deseen disfrutar de las bondades naturales de la playa, todo esto en un ambiente cálido, cordial y familiar, que proyecte una excelente atención, mediante el gentilicio del habitante cumanés.

Programación de Paseos, entre las actividades proyectadas, se encuentra el ofrecimiento de paseos a los turistas nacionales e internacionales y demás visitantes a las bondades naturales de las playas cercanas tales como; Mochima, Araya y Punta Araya. Además, se prestarán paseos en botes de pedales y bananas, para el disfrute de niños, jóvenes y adultos, siempre con la participación de los habitantes de las comunidades del municipio

Precio.

A continuación se determina el precio de la mezcla de los servicios, para lo cual, en primer lugar se calcula el promedio de ingresos de los establecimientos mediante los datos provenientes de la gráfica número 65, referente a las temporadas altas. Los cálculos arrojaron una media de ingresos por día de Bs. F. 1.565, 22 por establecimiento. En segundo lugar, tal como se mencionó en páginas anteriores, se obtuvo de la información presentada en la tabla número 64, un promedio de 70 clientes/diario atendido en estos locales en la referida temporada. Por último para determinar el precio de los servicios se divide los ingresos por día entre la cantidad de clientes diarios.

,donde

$$P = \frac{Ips}{Pcd}$$

P = Precio de los Servicios.

Ips = Ingreso Promedio de los Servicios.

Pcd = Promedios de Clientes por Día.

$$P = \frac{1565,22}{70} \longrightarrow P = B.S.F. 22,36 \text{ es el precio}$$

promedio diario de la mezcla de servicios ofertados por los pequeños emprendedores del sector los Bordones.

Es importante destacar, que el precio promedio de los servicios en temporadas altas, guarda poca diferencia en comparación con el de las temporadas normales, razón por la cual es indiferente la utilización de otros datos para tal fin. Según la información suministrada.

Promoción.

Para la promoción de las bondades naturales de la playa San Luís del Sector los Bordones como destino turístico, es necesario la participación de las autoridades locales y regionales, debido a los altos costos que genera el empleo de herramientas publicitarias.

En atención, a las opiniones, de los actores involucrados (población, turistas, prestadores de servicios turísticos) en el desarrollo de la actividad turística sustentable del sector antes mencionado, se propone como medios de persuasión y divulgación, una mezcla de Internet, Guías Turísticas, Revistas, Periódicos y Televisión o Radio, como promoción al turista nacional e internacional, sobre las bondades naturales, ventajas y beneficios del Sector los Bordones como destino turístico por excelencia para su disfrute y recreación.

Para lograr parte del éxito en el uso de los medios publicitarios que fortalezcan la presencia de los visitantes en el destino, es necesario la promoción de los servicios a través, de una excelente atención, buena gastronomía, gentileza y trato cordial por parte de los prestadores de los servicios (pequeños restaurantes) y de los habitantes en general, mediante su formación y capacitación.

Plaza.

Para la posición o distribución del producto, como destino turístico, resulta necesario que las autoridades (locales, regionales y nacionales) activen los lineamientos estratégicos que fortalecerán la relación entre los distintos actores del Sistema Turístico del Municipio Sucre, es decir prestadores de servicios, sector privado y comunidades, mediante la articulación y coordinación de dichos actores.

Para ello, los prestadores de servicios de la playa San Luís Sector los Bordones, fijarán precios accesibles de los servicios de restaurantes y la promoción de desayunos incluidos en los paquetes derivados de las negociaciones con los entes privados, tales como agencias de viajes, operadores turísticos y hoteles. Las comunidades participarán mediante el disfrute del patrimonio turístico del municipio (turismo popular), así como su incorporación en la prestación del servicio, mediante procesos de autogestión y cogestión a través de su sensibilización, formación y capacitación, que redundarán en beneficios económicos y mejoras en la calidad de vida. Para lograr tal integración, las autoridades fortalecerán el marco legal que garantice el desarrollo de la actividad, crearan redes orientadas a la comercialización y posicionamiento del producto como destino. Además, simplificará y optimizará los criterios para la obtención de financiamiento a los

prestadores de servicios turísticos.

Impacto Social del Proyecto.

El Proyecto de Inversión para el Desarrollo del Turismo Sustentable de la Playa San Luís Sector los Bordonos, pasa por hacer necesario la participación de las comunidades aledañas a éste y las que allí laboran a través de la economía informal. Para lo cual, resulta necesaria su incorporación al mercado productivo, a través de las mejoras a sus locales de trabajo. En este sentido y atendiendo a las opiniones de los diferentes entes involucrados con el destino turístico, se propone la construcción de los minis restaurantes. Esto traerá múltiples efectos sociales:

- Efectos Directos, la operación del restaurante estará a cargo de los pequeños emprendedores que laboran en el sector. La participación de los habitantes de las comunidades se verá reflejada con su puesta en marcha, a través de la generación de empleos directos, ya que cada establecimiento exige tres empleados, un cocinero un ayudante de cocina, un mesonero y un aseador, quienes percibirán salario mínimo. En total se creará 184 empleos directos aproximadamente, que beneficiaran a un igual números de familia, lo que se traducirá en elevación del nivel de vida e integración social.
- Efectos Indirectos, el desarrollo de proyecto también generará la participación de proveedores, agencias de viajes, operadores turísticos, hoteles, transportistas, gobiernos entre otros, es decir permitirá la diversificación del mercado turístico en el Municipio Sucre y por ende del estado. Cabe destacar, que con los financiamientos otorgados a través de los bancos de naturaleza pública, es prioritario la participación

de la sociedad, punta de lanza del Ejecutivo Nacional, quien busca promover el turismo popular que además de generar beneficios económicos y mejoras en la calidad de vida, permita la protección del medio ambiente y resalte la cultura de las comunidades. Situación dentro de la cual se enmarcó, la viabilidad del presente proyecto.

Otro aspecto que habla del impacto social que tendrá el Proyecto de Inversión para el Desarrollo del Turismo Sustentable de la playa San Luís, sector los Bordonos, está referido a la oportunidad que brinda el funcionamiento de los pequeños restaurantes a los trabajadores a través de los beneficios e incentivos laborales establecidos en la Ley Orgánica del Trabajo. Además, los referidos establecimientos generarán aportes monetarios tanto al municipio como al mismo gobierno central a través de la cancelación de los impuestos respectivos.

4.2.- Estudio Técnico.

El estudio técnico aporta información cualitativa y cuantitativa útil para el desarrollo de la inversión del destino turístico de la playa San Luís Sector los Bordonos, dicho estudio permitió determinar de manera aproximada el tamaño óptimo y la localización de la unidad de prestación de servicios, (en el caso que nos compete el mini restaurante), que servirá de base para alcanzar el fin, desarrollo del destino turístico.

Tamaño Óptimo.

La determinación del tamaño óptimo del mini restaurante reflejará la inversión en los activo que se emplearán en la capacidad de producción de

servicios para reducir al mínimo los costos unitarios y generar las máximas utilidades. En este sentido, analizados los resultados de las opiniones de los habitantes, turistas, prestadores de servicios y expertos tanto en turismo como en ingeniería, se propone la construcción de mini restaurantes como base para el desarrollo del destino turístico.

El local tiene un área aproximada de construcción de 93,6M², dividida en dos. El área de la cocina es de 21M², dentro de la cual se ubicarán dos mesones revestido con cerámica, uno en la parte posterior de 5 metro de largo y otro de 4 metros en la parte delantera tiene una puerta de hierro con marco de hierro y una ventana con mostrador de 2 x 1,5 metros.

Para el área de las mesas la construcción aproximada es de 37,8 M² con 7 metros de ancho y 5,4 metros de largo donde se colocarán 8 mesas con sus respectivas sillas, la entrada a las mesas se ubicará en la parte delantera con un ancho de 2 metros y una altura de 1,2 metros, revestida con friso y pintura de esmalte. (Ver anexos 1 y 2). Por supuesto todo esto respetando la orilla de playa y los árboles que se encuentran enmarcados en la zona.

Localización.

Hacia el noroeste de la ciudad de Cumaná, se encuentra ubicado el sector los Bordones de la playa San Luís, considerada en la investigación como el destino turístico a desarrollar, para lo cual es fundamental la construcción de establecimientos que brinden una mejor imagen, traducidos en la prestación de excelentes servicios. Desde esta perspectiva, se propone como lugar para su ubicación un terreno del destino turístico de propiedad municipal, el cual cumple con la distancia de 80 metros, tal como lo rige el

decreto con fuerza de Ley de las Zonas Costeras en su artículo número nueve. Dicho terreno tiene un área aproximada de 102.086, 40M², presentando la siguiente situación geográfica; por el norte limita con el Mar Caribe, por el sur lindera con el distribuidor los Bordones, hacia el este y oeste limita con dos hoteles de reconocido nombre a nivel nacional e internacional, como el Cumanagoto y Bordones respectivamente. Además, de encontrarse muy cerca de la entrada a la ciudad por la vía terrestre desde el Estado Anzoátegui, lo que facilita la atención de los visitantes.

Otras de las ventajas de la localización del mini restaurante en el Sector los Bordones, es que cuenta con vías de accesos que facilitará la entrada de vehículos particulares y de servicios públicos, para el traslado de turistas o visitantes, además es utilizado por las autoridades municipales para los eventos de playas. Es importante acotar que del área antes mencionada, tan sólo se utilizará para el desarrollo del proyecto un aproximado de 52.496,35M². (Ver anexos 3, 4, 5 y 6).

A continuación se describen los cálculos de cada una de las partidas que conformaran el estado de flujo de efectivo.

4.3.- Estudio Económico.

En esta parte del proyecto de inversión para el desarrollo turístico sustentable de la playa San Luís, Sector los Bordones, se determinó la cuantificación de los ingresos, costos y gastos, que permitió medir la factibilidad de los pequeños o mini restaurantes que sustituirán a los establecimientos (kioscos) situados actualmente en este destino turístico

Cuantificación de los Ingresos.

Los ingresos actuales o reales del proyecto para el primer año se determinan por el promedio de clientes diarios multiplicado por el precio promedio diario de la mezcla de servicios ofertados. Es importante recordar que los cálculos se presentan en trimestres, tal y como se estableció en la determinación de la demanda. Los ingresos se calculan utilizando la siguiente expresión matemática:

donde;

$$I = Pcd * P$$

I = Ingresos.

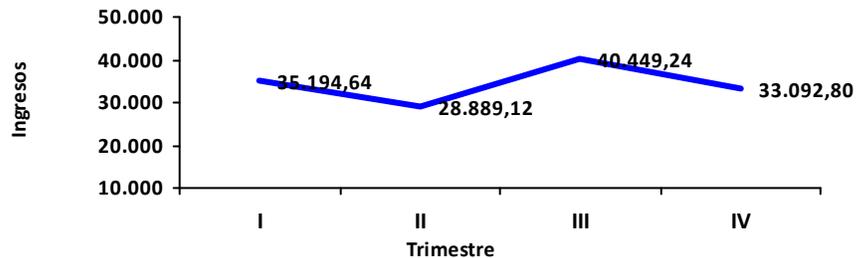
Pcd = Promedios de Clientes por Día.

P= Precio de los Servicios.

Al aplicar la formula $I = 1.574 * 22,36 \longrightarrow$ tenemos que

$I = Bs.f. 35.194,64$, es el ingreso actual del primer trimestre de los establecimientos que prestan servicios en la playa San Luís del Sector los Bordones. En la siguiente gráfica se muestran los ingresos para el periodo actual. En relación al precio, éste se mantendrá constante tanto para el año actual como para los tres meses iniciales del primer año de del proyecto. Para el plazo restante de financiamiento variará en función del índice promedio anual de inflación de restaurantes y cafetines.

Gráfico N° 86
Ingreso Actual o Real.
(en Bs.f.)



Fuente: Elaboración Propia (2008-2009).

Ingresos Proyectados.

En cuanto a la proyección de los ingresos para los cinco años de financiamiento de la inversión, se tomó como parámetro el índice de precio de crecimiento promedio porcentual de restaurantes y cafetines (IPRC), correspondientes a ocho periodos (2001-2008). El procedimiento fue el siguiente, en primer lugar se halló la tasa de variación porcentual durante los lapsos de tiempo referidos, utilizando la siguiente expresión

$$V\% = \frac{IPC_a - IPC_n}{IPC_n} * 100, \text{ donde;}$$

V% = Variación de Precio Porcentual.

IPC_a = Índice de Precio al Consumidor actual.

IPC_n = Índice de Precio al Consumidor anterior.

En segundo lugar se tomó como año base 100% al año 2001, y por último se determinó el incremento medio porcentual interanual, el cual se utilizó como factor de prorrateo de los ingresos. La formula aplicada fue la siguiente.

$$r = \sqrt[n]{\frac{IF_f}{IF_i}} - 1, \text{ donde; } r \text{ es igual al promedio de crecimiento}$$

interanual de la inflación, "IFf" es el índice final de la inflación, IFi corresponde al índice inicial de inflación y n es el número de periodos transcurridos desde el incremento de variación porcentual inicial al final. Aplicando la formula de variación porcentual tenemos que;

$$V\% = \frac{305,50 - 238,70}{238,70} * 100 \longrightarrow V\% = 27,98\%, \text{ es la}$$

Variación de la inflación del año 2002 con respecto al año base (2001), a éste resultado se le aplica factor de crecimiento $100\% + (100\% * 27,98\%)$. Obteniéndose un incremento porcentual $127,98\%$ para el referido periodo

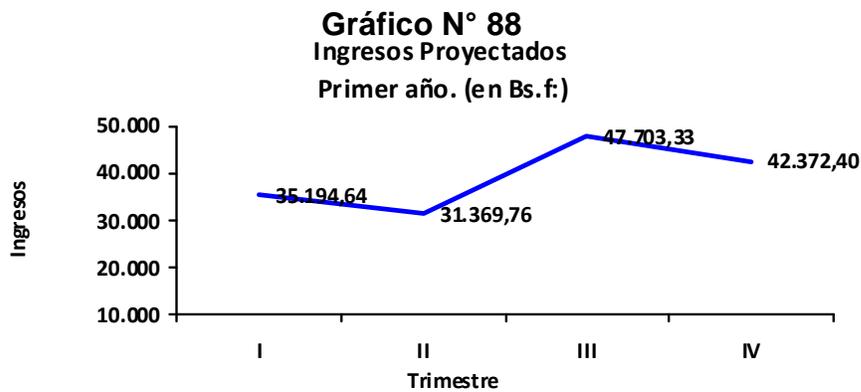
En la siguiente tabla se muestran las tasas de variación e incremento porcentual de los índices de inflación para restaurantes y cafetines, correspondientes a los periodos 2001 al 2008.

Tabla N°1 Variación e Incremento Porcentual. (2001-2008)			
Años	IPRC%	V%	FC
2001	238,70	100	-
2002	305,50	27,98	127,98
2003	423,80	38,72	177,53
2004	538,20	26,99	225,45
2005	642,40	19,36	269,10
2006	801,20	24,72	335,62
2007	1152,30	4382	482,69
2008	1723,80	49,60	722,10

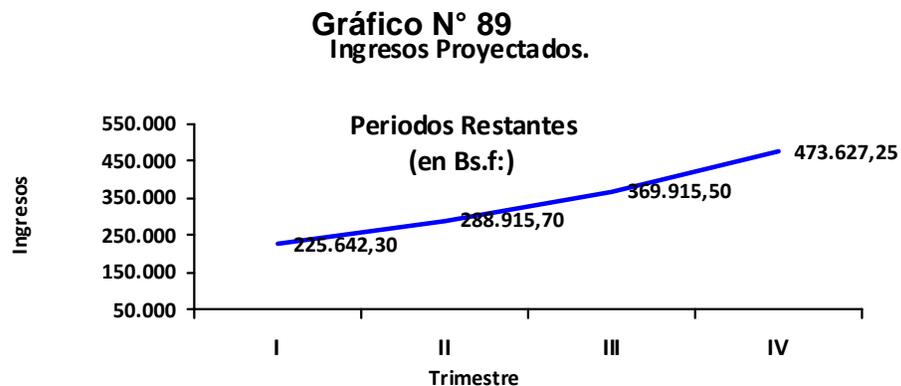
Fuente: Elaboración Propia (2008-2009).

De la anterior información se obtiene que $r = \sqrt[7]{\frac{722,10}{127,98}} - 1 \longrightarrow$
 $r = 28,04\%$, es el incremento promedio interanual de la inflación. Para

ser un poco conservador y por tratarse de un negocio nuevo, en el proyecto de inversión durante el primer año se efectuará un prorateo del precio de incremento anual de los servicios en los cuatro trimestres, no así para los cuatro años restantes, para lo cual si se utilizará el incremento anual. En tal sentido, se presentan dos gráficas, en la primera (gráfica N° 88) se presentan la proyección de los ingresos en trimestres para el primer año de financiamiento, la segunda (gráfica N 89) a manera de resumen, muestra la proyección anual para el plazo restante.



Fuente: Elaboración Propia (2008-2009).



Fuente: Elaboración Propia (2008-2009).

Cuantificación de los Costos.

Para determinar los costos actuales que servirán de base para desarrollar el presente proyecto de inversión, se tomó en consideración la información condensada en la gráfica número 66 del Capítulo tres. De dicha información se determinó un costo mensual de Bs.f 5.502,10, equivalente al 46,90%, de los ingresos por concepto de servicios. En el costo del proceso productivo para la prestación de los servicios, convergen tres elementos, insumos, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación. Es importante resaltar que los valores estimados para los elementos del costo de producción provienen de la información suministrada por los prestadores de servicio del sector y de consultas a propietarios y dueños de restaurantes aledaños.

Los insumos variarán en función de los volúmenes de servicios prestados por el mini restaurante, estos alcanzarán un monto mensual de de Bs.f, 1.946,09, lo que equivale a un 35,37% del costo total mensual.

La mano de obra, como se dijo antes, incluye un cocinero, ayudante de cocina y un mesonero, los cuales percibirán salario mínimo de Bs.f. 799, 23, mensual, es decir, en total se cancelarán por concepto de mano de obra directa Bs.f. 2397, 69 por mes.

El costo indirecto de fabricación, está compuesto por Insumos indirectos, Mano de Obra Indirecta y Otros Costos Indirectos de Fabricación.

- Por concepto de Insumos Indirectos, se estima se erogarán un promedio de Bs.f. 116.53 mensuales. Dicha información provienen de la

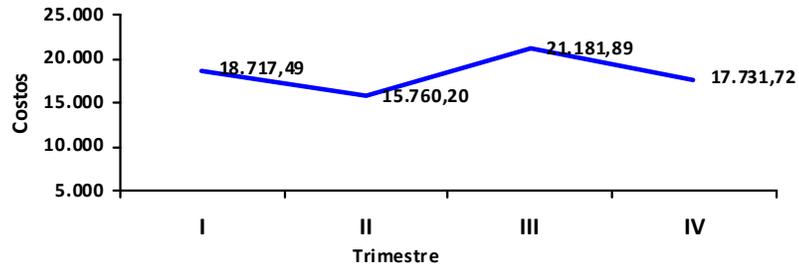
consulta no sólo a los prestadores del sector los Bordones, también se incluyen la de los propietarios de restaurantes aledaños al Sector los Bordones de la playa San Luís.

- La Mano de Obra Indirecta está representada por el aseo del local, quien recibirá un salario mínimo mensual de Bs.f. 799,23
- Entre los costos no causados a los servicios, pero necesarios para el beneficio del mini restaurante; se estimó por concepto de electricidad, teléfono, agua y aseo urbano, un 3,22% de los costos total, lo que equivale en un mes a Bs.f. 177,17. A los costos indirectos de fabricación se le cargará el 75% del referido monto, la parte restante irá a gastos administrativos. Se utilizó una base prorrateo en función al número de trabajadores. En la partida de materiales y limpieza se infiere un costo mensual de Bs.f.109.68

Producto de la información suministrada por los prestadores de servicios, considerada como datos actuales de la presente investigación, el costo total indirecto de fabricación mensual alcanzó Bs.f.1.158,32, equivalente al 21,05% del costo total.

Respecto a la retención para pasivos laborales, se retiene un 23.06% del total de la nómina a pagar durante un me, sobre la base de los artículos 108, 174, 219, y 223 de la Ley Orgánica del Trabajo. Para el primer trimestre, la retención se ubicó en 2.211,20 Bs.f., correspondiente a 83 días de salario al año para cada trabajador. En la siguiente gráfica n° 90, se presentan los costos y pasivos laborales del periodo en el cual se recogieron los datos, considerados como actuales o reales.

Gráfico N° 90
Costo y Pasivo Actual o Real. (en Bs.f.)



Fuente: Elaboración Propia (2008-2009).

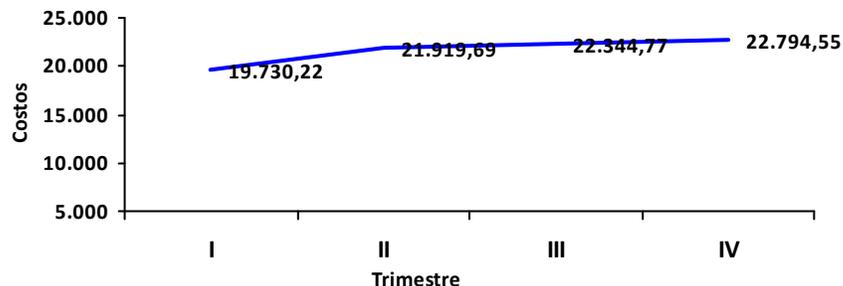
Costos Projectados.

En la proyección de los costos que se incurrirán para la prestación de los servicios durante los cinco años de financiamiento, se utilizará como parámetro para los insumos y costos indirectos el Índice Nacional de Precio al Consumidor (INPC), mediante la determinación del crecimiento promedio porcentual, correspondiente a ocho periodos (2001-2008). El procedimiento utilizado es similar al aplicado para los ingresos. Mientras que la Mano de Obra será estimada a través del promedio de variación porcentual del aumento del salario mínimo decretado por el Ejecutivo Nacional durante los periodos 2004 – 2008. Esto a partir del segundo trimestre de cada año.

Al igual que los ingresos, el costo del proceso productivo para los tres primeros meses del año inicial de financiamiento no tendrá incremento o variación, manteniéndose de acuerdo al 46,90% de los ingresos del primer trimestre del año actual. En tal sentido, la estimación se realiza de la siguiente manera:

- Los insumos y costos indirectos de fabricación, sin la mano de obra indirecta se mantienen para el primer trimestre del año uno de proyección, ascendiendo a un monto de Bs.f. 6.915,54. Este valor se incrementará, en los periodos restantes en un 18,46% correspondiente al incremento promedio interanual porcentual del Índice Nacional de Precio al Consumidor (INPC).
- La Mano de Obra Directa e Indirecta se estimará en un 18,64%, correspondiente al promedio de incremento anual del salario mínimo de los periodos antes mencionados. Por ultimo, los pasivos laborales se incrementan en función de los aumentos salariales, y del número de días de retención. A continuación se muestran dos gráficas. En la primera (gráfica N° 91) se presenta la proyección de los costos totales, pasivos laborales (en trimestres) para el primer año de financiamiento. La segunda (gráfica N° 92) a manera de resumen, muestra la proyección anual para el plazo restante. Las respectivas gráficas permiten apreciar mejor la variación y evolución de dichos costos.

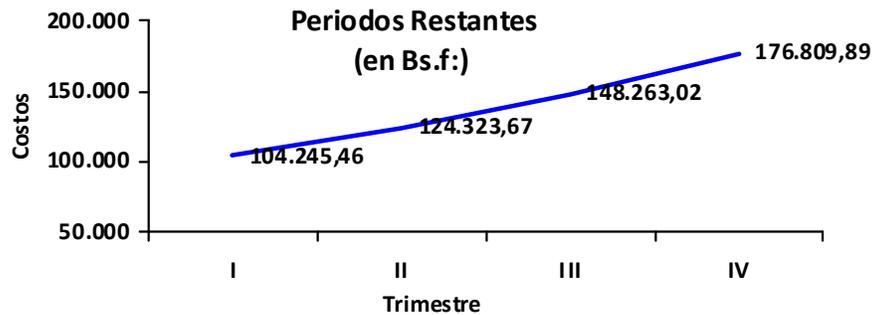
Gráfico N° 91
Costo Proyectado Primer Año. (en Bs.f.)



Fuente: Elaboración Propia (2008-2009).

Gráfico N° 92

Costos Proyectados.



Fuente: Elaboración Propia (2008-2009).

Cuantificación de los Gastos.

La determinación de los gastos administrativos u otros gastos considerados como actuales o reales, que servirán de base para la proyección del flujo de caja y permitirán la adquisición de un bien o servicio producto de la operación normal del mini restaurante que funcionará en la playa San luís del Sector los Bordones para la presente investigación son los siguientes:

- Sueldo del Gerente o Propietario, se le cancelará por concepto de sus labores, dos salarios mínimos mensuales que ascienden a Bs.f.1.598, 46, al igual que los salarios de la Mano de Obra directa e indirecta, se incrementarán en función del promedio de crecimiento anual del salario mínimo.
- Honorarios Profesionales, los cuales serán cancelados a un Contador

Público por la preparación de los Estados Financieros, declaración de impuestos y revisión de ingresos. El monto a percibir se encuentra sujeto a los artículos 3, 4 y 5 de la Publicación Legal y Reglamentaria número nueve (PRL-9), donde se establece la tabla de honorarios profesionales en unidades tributarias. Para la prestación del mencionado servicio se cancelarán quince unidades. sin embargo, por desconocer en cuanto el gobierno Nacional incrementará las unidades tributarias para los siguientes periodos, se estima su aumento en un 20%, a partir del segundo trimestre de cada año.

- Para la cancelación de los gasto por concepto del servicio de electricidad, teléfono, agua y aseo urbano, se cargará el 25% del monto mensual por este concepto en Bs.f. 44,29
- Gasto por Impuesto Municipal, el cual se cancelará según Gaceta Municipal extraordinaria número 353, en su artículo 10, donde se establece la base imponible para la determinación del impuesto sobre actividades económicas. En el caso del mini restaurante la alícuota correspondiente es del 1% anual de los ingresos Brutos.
- Para la depreciación, de los activos se utilizará el método de línea recta, el cual distribuye la depreciación total en partes iguales durante todos los períodos de su vida útil o estimada. La fórmula de línea recta es la siguiente:

$$Depreciación = \frac{Costo - Valor de Rescate}{Vida útil}$$

La edificación tiene un costo estimado para su construcción de Bs.f. 121.128,05, con un valor de rescate del 20% y una vida útil de veinte años. Esto nos dará una depreciación anual de Bs.f. 4.845,12 Para la depreciación

de los mobiliarios y equipos, su estimación total es de Bs.f.12.276, 48, con una vida útil de ocho años y no se infiere valor de rescate. El gasto por depreciación tendrá un monto anual de Bs.f 1.534,56.

- Gastos financieros, que permitirán cancelar el financiamiento requerido para la ejecución del presente proyecto de inversión, que alcanza la cifra de Bs.f.133.404,54, que incluye la construcción del mini restaurante así como la adquisición de mobiliario y equipos para su equipamiento. Se determinará mediante el sistema de amortización francés, que trata sobre rentas constantes durante todo el periodo de financiamiento.

Para poder establecer la evaluación de factibilidad económica y financiera del proyecto de inversión se plantea un escenario bajo condiciones de financiamiento directo establecidas por el Banco Nacional de Desarrollo Económico y Social de Venezuela (BANDES), que incluye una tasa de interés para proyectos en el área turística de doce por ciento (12%) anual, un plazo de amortización de cinco años o sesenta (60) meses, a partir de la fecha del primer pago y un período de gracia de seis meses.

$$a_{ni} = \left[\frac{1 - (1 + i)^{-n}}{i} \right]$$

En el anexo número 7, se encuentra la tabla de amortización del préstamo. Para la determinación del gasto de financiamiento mensual se utilizará la siguiente formula:

$$R = \frac{P_o}{a_{ni}}, \text{ donde; } R = \text{Es la renta que incluye amortización e}$$

intereses

de la deuda.

P_0 = Deuda adquirida para financiamiento.

a_{ni} = Factor de amortización.

i = Tasa de financiamiento.

n = número de periodos.

Aplicando la expresión del factor de amortización tenemos que;

$$a_{ni} = \left[\frac{1 - (1 + 0,01)^{-54}}{0,01} \right] \rightarrow a_{ni} = 41,56866, \text{ al}$$

Hallar la renta tenemos, $R = \frac{133.404,54}{41,56866} \rightarrow R = Bs.f. 3.209,26$

A partir del segundo semestre se comenzarán a cancelar los intereses correspondientes y la amortización del préstamo. (Ver flujo de caja del proyecto).

Gastos Projectados.

En cuanto a los parámetros a utilizar para proyectar los diferentes gastos administrativos, se determinarán de la siguiente manera:

- Sueldo del Gerente o Propietario, durante los cinco años de financiamiento se estimará en función del incremento medio porcentual

del salario mínimo, es decir para el primer año el monto mensual será de Bs.f.1.896,42

- Los gastos por concepto de servicios, se incrementarán por el promedio interanual porcentual del Índice Nacional de Precio al Consumidor (INPC). Para el segundo trimestre del financiamiento se tendrá un monto de 140,21 Bs.f.
- Gasto por Impuesto Municipal, tal como se mencionó variará en función de los ingresos brutos. Se tendrá para el año uno del financiamiento un impuesto de Bs.f. 351,00 Bs.f.
- Depreciación, la disminución del valor de los activos debido a su uso en el desarrollo del proyecto tendrá un monto mensual de Bs.f. 531,64.
- Gastos financieros, su estimación será en función de la cuota de amortización más intereses cancelados para el capital solicitado para el financiamiento del proyecto, tal cuota mensual será de Bs.f. 3.209,26

Presupuesto de Inversión.

La inversión que pondría en marcha la construcción del pequeño restaurante, que según opiniones de los actores involucrados en el proyecto dará un giro fundamental en la imagen del destino turístico, es el resultado de un proceso de consultas a expertos ingenieros de la localidad, quienes mediante sus criterios de evaluación permitieron estimar el presupuesto (valores del mercado) de construcción y equipamiento del establecimiento. En la siguiente tabla n° 93 se muestra el resumen de la estimación aproximada en bolívares fuertes, los detalles del presupuesto de la inversión se presentan en el anexos número ocho.

Tabla N° 2 Presupuesto de Inversión (En Bs.f.)	
Infraestructura.	36.984,17
Techo.	21.255,94
Albañilería.	19.901,74
Herrería.	40.229,52
Pintura.	2.756,68
Mobiliarios y Equipos.	12.276,49
Total	133.404,54

Fuente: Elaboración Propia (2008-2009).

4.4.- Estudio Financiero.

En esta parte se analizará la factibilidad de la inversión, aplicando las herramientas financieras, como punto de equilibrio, flujo de efectivo, Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR) y el Análisis de Sensibilidad (AS). Todo esto para medir la viabilidad y rentabilidad del proyecto.

Punto de Equilibrio.

El análisis del punto de equilibrio, expresado en los ingresos totales para el primer año de operaciones del proyecto, que permitirán determinar el peso que los costos fijos totales ejercen sobre los ingresos totales y los costos variables totales. Para su cálculo, utilizarán las siguientes expresiones;

$$IT = P * Q \quad CT = CFT + CVT$$

Para el primer año de funcionamiento, el proyecto presenta la siguiente

información contable; los Ingreso Totales (IT) son de Bs.f. 156.640,13, se tienen unos Costos Fijos Totales (CFT) de Bs.f. 69.284,28 y los Costos Variables Totales (CVT) ascienden 65.054,00. Además, la cantidad de clientes (Q) y el Precio del periodo (P) se ubicaron en Bs.f.6.155 y 25,41, respectivamente.

Para efectuar el cálculo del punto de equilibrio, es necesario determinar el Costo Variable Unitario (CVU), el cual viene dado por la siguiente formula;

$$CVU = \frac{CVT}{Q} \quad \longrightarrow \quad CVU = \frac{65.054,00}{6.155} \quad \longrightarrow \quad CVU = Bs.f.10,56$$

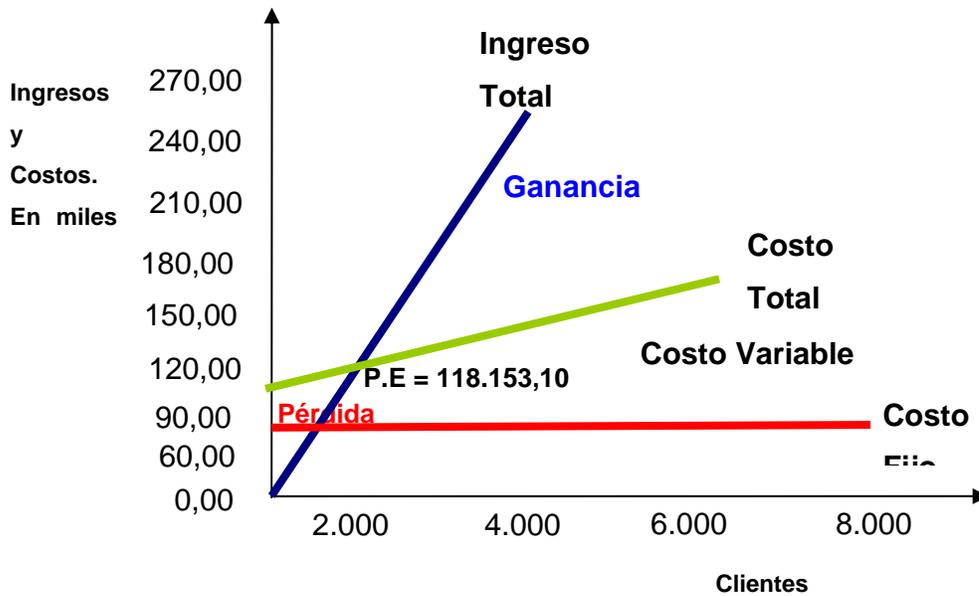
Aplicando la siguiente expresión se determinó, que el punto de equilibrio expresado en los Ingresos Totales, para el primer año de funcionamiento del mini restaurante, es el siguiente;

$$IT = \frac{CFT}{1 - \frac{CVU}{P}} \quad \longrightarrow \quad IT = \frac{69.284,28}{1 - \frac{10,56}{25,41}} \quad \longrightarrow \quad IT = Bs.f.118.553,10$$

Esto indica que cuando los ingresos se ubiquen en dicha cantidad, se igualan a los costos totales. Ahora bien, la cantidad de clientes, que deben entrar al establecimiento para que los Costos Totales sean iguales a los Ingresos Totales, se determinó a través de la siguiente expresión;

$$Q = \frac{CFT}{P - CVU} \quad \longrightarrow \quad Q = \frac{69.284,28}{25,41 - 10,56} \quad \longrightarrow \quad Q = 4.666 \text{ clientes.}$$

En conclusión, 4.666 clientes no le generarán al proyecto ni pérdidas ni ganancias, durante el primer año de operaciones. En la siguiente gráfica, se muestra la representación del punto de equilibrio.



Fuente: Elaboración Propia (2008-2009).

Antes del punto de equilibrio (PE), equivalente a Bs.f 118.153,10, los ingresos totales que entrarían al establecimiento productos de sus operaciones, son menores que los costos totales por lo que hay una pérdida contable y, después del referido punto de equilibrio, los ingresos totales proyectados para el primer año de financiamiento del pequeño restaurantes, son mayores que los costos totales por lo que hay una ganancia contable.

Flujo de Caja del Proyecto.

El estado de cuenta de entrada y salida de efectivo estimado del restaurante que operará en el destino turístico, playa San Luís Sector los Bordones, permitió determinar la rentabilidad de la inversión durante la vida útil del proyecto. En la siguiente tabla se muestra el flujo de caja para el primer año de la prestación de servicios del mini restaurante, en el anexo

nueve, se encuentran la proyección para los cinco años.

Tabla N° 3 Mini Restaurante. Flujo de Caja 1er año				
	1er año			
INGRESOS	I T	II T	III T	IV T
Restaurante.	35.194,64	31.369,76	47.703,33	42.372,40
Total.	35.194,64	31.369,76	47.703,33	42.372,40
Costos				
Mano Obra D.	7139,07	8.533,86	8.533,86	8.533,86
Mano Obra I.	2397,69	2.844,62	2.844,62	2.844,62
Reserva.	3.223,92	3.223,92	3.223,92	3.223,92
Insumos	5.838,27	6.177,43	6.536,30	6.916,01
Costos I.	1.077,27	1.139,85	1.206,07	1.276,13
Total.	19.676,22	21.919,69	22.344,77	22.794,55
U. P. Marginal.	15.518,42	9.450,07	25.358,56	19.577,85
GASTOS. ADMT.				
Sueldo P.	4.795,38	5.689,26	5.689,26	5.689,26
H. Profesional.	2.070,00	2.475,00	2.475,00	2.475,00
Gastos S.	132,87	140,59	148,76	157,40
Impuestos M.	351,95	313,70	477,03	423,72
Gastos F.			3.945,69	3.773,52
Total.	7.350,20	8.618,55	12.735,74	12.518,90
Depreciación	1.594,92	1.594,92	1.594,92	1.594,92
U. P. Bruta	6.573,30	-763,39	11.027,90	5.464,03
ISLR	986,00		1.654,19	819,60
U. P. Neta	5.587,31	-763,39	9.373,72	4.644,43
Depreciación	1.594,92	1.594,92	1.594,92	1.594,92
Flujo C. Operativa.	7.182,23	831,53	10.968,64	6.239,35
Pago Préstamo			5.682,08	5.854,25
Flujo C. Neta	7.182,23	831,53	5.286,56	385,10

Fuente: Elaboración Propia (2008-2009).

A partir de los flujos de efectivo netos presentados en el anexo 9, se evaluó el éxito o fracaso financiero del proyecto. Mediante las técnicas de colocación de dinero, durante los cinco años proyectados en la planificación de funcionamiento del mini restaurante a la tasa de descuento establecida por la institución bancaria, en el caso que nos compete, la tasa preferencial de 12% convenida por BANDES, para el sector turismo.

Valor Actual Neto.

Utilizando los flujos de efectivo del proyecto de inversión a la tasa de financiamiento o descuento, se determinó su rentabilidad mediante el método más usado en el área de las finanzas, Valor Actual Neto, a través de la siguiente expresión matemática;

$$VAN = \left[F_E * \frac{1 - (1+i)^{-n}}{i} \right] - I_I \rightarrow \text{desarrollando la formula}$$

$$V_{AN} = F_{E1} * (1+i)^{-1} + F_{E2} * (1+i)^{-2} + F_{E3} * (1+i)^{-3} + \dots + F_{En} * (1+i)^{-n}$$

tenemos que:

donde; F_E , representa los flujos de efectivos, i es la tasa de rendimiento requerida, descuento o de financiamiento de un 12% anual, n periodos tiempo de 20 trimestres correspondiente a los cinco años del financiamiento y I_I la inversión inicial o capital del proyecto en el momento cero de Bs.f. 133.404,54. Aplicando tal expresión se pudo determinar lo siguiente:

$$\begin{aligned} V_{AN} = & 7.182,23*(1,03)^{-1} + 831,53*(1,03)^{-2} + \\ & 5.286,56*(1,03)^{-3} + 385,10*(1,03)^{-4} + \\ & 12.313,73*(1,03)^{-5} + 141,50*(1,03)^{-6} + \\ & 15.728,23*(1,03)^{-7} + 5.201,06*(1,03)^{-8} \dots\dots\dots \\ & 33.144,12*(1,03)^{-20} \quad \rightarrow \end{aligned}$$

$$VAN = 244.620,50 - 133.404,54 \quad \rightarrow$$

$VAN = Bs.f.111.215,96$, este resultado nos indica que la puesta en marcha del mini restaurante, en la playa San Luís Sector los Bordonos es factible, es decir, el proyecto rinde más que el capital a invertir. Según la información suministrada por las encuestas aplicadas a los prestadores de servicios, turistas y habitantes del municipio. Por lo tanto, se puede considerar como una alternativa para el desarrollo sustentable de la playa San Luís, Sector los Bordonos.

Tasa Interna de Retorno.

Este criterio de evaluación aplicada a los ingresos y gastos del proyecto para los cinco años de vida de la inversión, permitió determinar la tasa de rendimiento para cada periodo señalado, con la cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos, es decir, hacer el Valor Actual Neto igual a cero. En este sentido, se partió del VAN financiero positivo a la tasa de descuento del 12%, aumentándola por tanteo hasta conseguir un resultado negativo, el cual se obtuvo con una tasa de financiamiento del 32%, de la siguiente manera:

$$\begin{aligned}
 V_{AN} &= 7.182,23*(1,08)^{-1} + 831,53*(1,08)^{-2} + \\
 &5.286,56*(1,08)^{-3} + 385,10*(1,08)^{-4} + \\
 &12.313,73*(1,08)^{-5} + 141,50*(1,08)^{-6} + \\
 &15.728,23*(1,08)^{-7} + 5.201,06*(1,08)^{-8} \dots\dots\dots \\
 &33.114,12*(1,08)^{-20} \\
 VAN &= 132.366,88 - 133.404,54 \quad \rightarrow
 \end{aligned}$$

$VAN = Bs.f. -1.037,66$, en función de tales resultados se procede aplicar la fórmula promedio de la Tasa Interna de Retorno (TIR), mediante el uso de la interpolación.

$$TIR = I_m + \frac{(+VAN)}{(+VAN + |(-)VAN|} * (I_M - I_m) , \text{ donde; } I_M, \text{ es la tasa de mayor de descuento correspondiente al 32\%, } I_m \text{ es la tasa de financiamiento del 12\%.}$$

$$TIR = 12\% + \frac{111.215,96}{111.215,96 + |(-1.037,66)|} * (32\% - 12\%) \quad \rightarrow$$

$TIR = 31,82\%$,este resultado se comparó con la tasa de descuento de 12%. En tal sentido, desde el punto de vista de la TIR, se consideró que el proyecto es factible para la inversión. Este método nos indica que la tasa del 31,82%, es la más alta que los prestadores de servicios turísticos de la Playa San Luís del Sector los Bordonos, podría pagar sin perder dinero; si todos los fondos para el financiamiento de la inversión se tomaran a través de créditos y el préstamo (principal e interés acumulado) se pagara con las entradas de efectivo de la inversión a medida que se fuesen produciendo. Es importante mencionar que la decisión de aceptar la inversión mediante el criterio de la

Tasa Interna de Retorno, deja por fuera los conceptos de costo por oportunidad y el riesgo asociado al proyecto. Sin embargo la tasa de requerimiento mínimo supera el doble de la tasa de financiamiento, lo que podría hacer lucir la rentabilidad de la inversión como muy atractiva.

Análisis de Sensibilidad.

Un modelo que sirve de complemento a los modelos de riesgos calculados anteriormente, es el Análisis de Sensibilidad, el cual permitió medir las variaciones que se pueden presentar en el Valor Actual Neto del proyecto, si se producen cambios en algunas variables presentes en el flujo de caja.

Dado que la puesta en marcha del mini restaurante, depende en gran medida del impulso del destino turístico (playa San Luís Sector los Bordones) por parte de las autoridades gubernamentales, sean estas de índole Local, Regional y Nacional, que incidiría en mejoras financieras para los prestadores de servicios turísticos del sector, para hacerle frente al pago o la amortización a la tasa de costo de capital prestado por el BANDES.

En este sentido, se decidió plantear varios escenarios unidimensional de la sensibilización del VAN, a través del incremento o decrecimiento del ingreso, manteniendo inalterables las demás variables presentes en los flujos de caja, esto para observar el cambio o la incidencia final en el Valor Actual Neto y que tan rentable sigue siendo la puesta en marcha del mini restaurante en el sector los Bordones de la playa San Luís, como palanca de apoyo para el desarrollo al mencionado destino turístico.

Los escenarios planteados consistirían en aumentar o disminuir los

ingresos en variaciones positivas o negativas de 5%, 10% ó 25%. La tabla (n° 95) siguiente, presenta los resultados obtenidos mediante la utilización el programa electrónico de Microsoft Excel.

Tabla N° 4.				
Posibles Escenarios.				
Variable Ingreso				
Escenarios	Variación en los ingresos (%)	VPN inicial	VPN final	Variación del VPN (%)
1	5%	111.215,96	155.956,85	40,23
2	10%	111.215,96	200.697,73	80,46
3	25%	111.215,96	334.920,39	201,14
4	-5%	111.215,96	63.002,85	-43,35
5	-10%	111.215,96	13.545,29	-87,82
6	-25%	111.215,96	-154.413,40	-238,84

Fuente: Elaboración Propia (2008-2009).

Como se puede observar, el Valor Actual Neto de este tipo de proyecto es muy sensible a la variación que puedan presentar los ingresos proyectados durante todo el estudio. En gran medida se debe a la influencia que ejerce la presencia de turistas o visitantes en el destino turístico, factor determinante en los resultados definitivos para medir la factibilidad económica financiera del proyecto. Por lo tanto, así como un aumento en los ingresos hace muy atractivo la puesta en marcha del mini restaurante, una disminución de éste induciría a los prestadores de servicios del sector a no invertir.

CONCLUSIONES.

Una vez analizado y finalizado el presente trabajo de investigación, mediante la presentación del Proyecto de Inversión para el Desarrollo Turístico Sustentable en el Municipio Sucre del Estado Sucre, caso Playa San Luís, Sector los Bordones, se llegó a las siguientes conclusiones:

- El Municipio Sucre, cuenta con un gran potencial y variados atractivos turísticos, dentro de los cuales se encuentra la playa San Luís Sector los Bordones, destino perfecto para el desarrollo del turismo sustentable.
- El desarrollo de la actividad turística, en el Sector los Bordones de la playa San Luís, debe buscar la integración de todos los actores del Sistema Turístico Nacional, para la construcción de un nuevo modelo productivo sustentable, que eleve el nivel socioeconómico de los habitantes, conserven el medio ambiente e incremente el desarrollo económico del municipio, región oriental y en definitiva del país.
- Los prestadores de servicios turísticos del Sector los Bordones argumentan recibir un apoyo financiero relativo por parte de las autoridades locales en las temporadas de Semana Santa, a través del financiamiento de eventos playeros, siendo insuficiente para el desarrollo de tan importante actividad económica.
- Para crear las bases que propicien el desarrollo del destino turístico, es necesario invertir en la construcción de nuevas infraestructuras, en específico pequeños restaurantes en la zona, considerando la participación de los pequeños emprendedores que allí laboran, lo que

generaría nuevos empleos.

- El desarrollo del turismo sustentable debe estar acompañado de programas de formación, capacitación y adiestramiento a la población, así como de nuevos emprendedores en materia turística.
- El estudio para construcción y puesta en funcionamiento de pequeños o mini restaurantes, es factible para el sector los Bordones de la playa San Luís, según la información suministrada por los distintos actores involucrados.
- El plan de desarrollo del destino turístico, mediante la puesta en marcha de los nuevos establecimientos, debe incluir seguridad, mejora de los estacionamientos, transporte interno, servicios públicos, entre otros beneficios que sirvan para captar al turista.
- Los servicios ofrecidos por parte de los operadores ya establecido, a visitantes del destino, son una mezcla de gastronomía, bebidas, mesas, sillas, y toldos. Además, una vez culminado el pago del financiamiento, se contempla brindar; paseo en botes hacia las islas cercanas (Mochima, Araya Punta Araya, etc.), en bananeros, en botes de pedales, información turística, eventos de playa y puntos de ventas.
- Los consumidores de carácter nacionales considerados como actuales y potenciales para la demanda de los servicios, son aquellos calificados como no pobres por los lineamientos del INE, bajo los criterios del nivel de ingreso, las necesidades básicas insatisfechas (NBI) y el método integrado. Sin embargo, no se descarta la visita de turistas de origen nacional y por su puesto de naturaleza internacional con ingresos superiores al antes mencionado.
- La persuasión y divulgación, pasa una mezcla de Internet, Guías turísticas, Revistas, Periódicos y Televisión o Radio, como promoción al

turismo nacional e internacional, sobre las bondades naturales, ventajas y beneficios del Sector los Bordones como destino turístico por excelencia para su disfrute y recreación.

- Para la posición o distribución del producto, como destino turístico, es necesario que las autoridades (locales, regionales y nacionales) activen los lineamientos estratégicos que fortalecerán la relación entre los distintos actores del Sistema Turístico del municipio Sucre.
- Los cálculos realizados, arrojaron la factibilidad de inversión para la construcción de los mini restaurantes en el sector los Bordones de la playa San Luís del municipio Sucre del estado Sucre.
- La construcción de los minis restaurantes, traerá múltiples efectos sociales, a través de la generación de empleos directos, ya que cada establecimiento exige cuatro empleados, un cocinero un ayudante de cocina, un mesonero y un aseador, quienes percibirán salario mínimo. Además, generará la participación de proveedores, agencias de viajes, operadores turísticos, hoteles, transportistas, gobiernos entre otros.

RECOMENDACIONES.

Se propone a las autoridades del municipio, elevar ante el Ministerio del Poder Popular para el Turismo (MINTUR), la solicitud de incluir a la playa San Luís, sector los Bordones en el Plan Nacional Estratégico de Turismo, a través del denominado Polo de Desarrollo Endógeno y Turismo Sustentable “Eje Nor Oriental Costero”, número dos, con el propósito de poder lograr de manera sistemática y sostenida el desarrollo de la actividad turística en la localidad, elevando así el nivel de vida de sus habitantes, así como su formación a fin de que puedan convertirse en un destino turístico por excelencia. En tal sentido, se recomienda utilizar como una de las alternativas el Proyecto de Inversión para el Desarrollo Turístico Sustentable en el municipio Sucre del estado Sucre, caso Playa San Luís, sector los Bordones.

Además, la inversión considerará la conservación del medio ambiente del sector, así como la oportunidad de contar con el desarrollo de una actividad que generará fuentes de empleos en una zona tan pobre del país.

DEFINICIÓN DE TÉRMINOS

Arias (2006), argumenta sobre esta sección, que se debe dar el significado preciso y según el contexto a los conceptos principales, expresiones o variables involucradas en el problema y en los objetivos formulados. A continuación se señalan algunos términos utilizados en la realización del proyecto, para lograr una mayor comprensión de los aspectos señalados:

Análisis de Sensibilidad.

Para Baca (2006:1995), es el procedimiento por medio del cual se puede determinar cuánto se afecta (que tan sensible) la tasa interna de retorno ante cambios en determinadas variables del proyecto.

Clientes.

Según Fischer y Espejo (1990:242), lo definen, como personas o instituciones cuyas necesidades, expectativas o inquietudes son atendidas con el resultado de un proceso, proyecto o experiencia. Normalmente, cliente, comprador y consumidor son la misma persona.

Costo.

Polimeni (1994:11), lo define como el “valor” sacrificado para adquirir bienes o servicios, que se mide en una unidad monetaria mediante la reducción de activos o al incurrir en pasivos en el momento que se obtienen los beneficios.

Demanda.

Según Fischer y Espejo. (1990:240), se refiere a las cantidades de un producto que los consumidores están dispuestos a comprar a los posibles precios de mercado.

Elementos de la Mezcla de Mercado.

Kotler y Armstrong (1992:63), la definen como el conjunto de herramientas tácticas controlables de mercadotecnia que la empresa combina para producir una respuesta deseada en el mercado meta. La **mezcla de mercadotecnia** incluye todo lo que la empresa puede hacer para influir en la demanda de su producto.

Gastos.

Según Kieso (1984:46), son las disminuciones brutas del activo o los incrementos brutos del pasivo (o una combinación de ambos) resultantes de la entrega o producción de bienes, de la prestación de servicios o de otra actividad lucrativa.

Ingresos.

Kieso (1984:46), infiere que son los incrementos brutos del activo o las disminuciones brutas del pasivo (o una combinación de ambas cosas) obtenidos de la entrega o la producción de bienes, de la prestación del servicios o de otras actividades lucrativas, realizadas por la empresa durante un periodo”.

Localización.

Baca (2006:90), refiere que es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) u obtener

el costo unitario mínimo (criterio social).

Mercado.

Bonta y Farber. (2002:15), en un sentido menos amplio, el mercado es el conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto. El mercado de los autos está formado no solamente por aquellos que poseen un automóvil sino también por quienes estarían dispuestos a comprarlo y disponen de los medios para pagar su precio.

Oferta.

Para Fischer y Espejo. (1990:243), se refiere a las cantidades de un producto que los productores están dispuestos a producir a los posibles precios del mercado. Complementando esta definición, ambos autores indican que la ley de la oferta son las cantidades de una mercancía que los productores están dispuestos a poner en el mercado, las cuales, tienden a variar en relación directa con el movimiento del precio, esto es, si el precio baja, la oferta baja, y ésta aumenta si el precio aumenta.

Presupuesto.

Kieso (1984:95), es la presentación ordenada de los resultados previstos de un plan, un proyecto o una estrategia.

Producto.

Kotler y Armstrong (1992:63), lo definen como todo aquello (tangible o intangible) que se ofrece a un mercado para su adquisición, uso y/o consumo y que puede satisfacer una necesidad o un deseo. Puede llamarse producto a objetos materiales o bienes, servicios, personas, lugares, organizaciones o ideas.

Proyecto de Inversión.

Para Sapag y Sapag (2002:3), es una propuesta de acción técnico económica para resolver una necesidad utilizando un conjunto de recursos disponibles, los cuales pueden ser, recursos humanos, materiales y tecnológicos entre otros.

Tamaño Óptimo.

Para el ILPES (1982:93) (Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social), es la cantidad de productos por unidad de tiempo que se puede obtener con los factores de producción elegido, operando en las condiciones locales que se espera que se produzca con mayor frecuencia durante la vida útil del proyecto y conducentes al menor costo unitario posible.

Tasa Interna de Retorno.

Según Sanin, H. (1999:126), es aquella tasa de interés que aplicada a los ingresos y gastos de un proyecto, para cada año de la vida de la inversión, equilibra o nivela sus valores al presente.

Turismo.

Según Acerenza (1984:23), es una forma particular del uso del tiempo libre, y una forma especial de recreación, además se encuentra relacionada con la educación el placer, el descanso aunque puede estar relacionado, también, con algún otro tipo de actividad.

Valor Actual Neto.

Baca (2006:181), lo define como el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.

BIBLIOGRAFÍA

- ✓ Acerenza, M. (1984). ***Administración del Turismo. Conceptualización y Organización. Editorial Trilla.***
- ✓ Arias Fidas. G. (2006). ***El Proyecto de Investigación. Introducción a la Metodología Científica. Caracas: Editorial Episteme, C.A.***
- ✓ Baca Urbina G. (2006). ***Evaluación de Proyectos. Tercera Editorial. Mc Graw Hill.***
- ✓ Bonta P. y Farber M. (2002), ***Preguntas Sobre Marketing y Publicidad, Grupo Editorial Norma.***
- ✓ Figuerola Palomo M. (1979), ***Economía Turística. Editorial IMNASA.***
- ✓ Fischer L y Espejo G. (1990), ***Administración de la Mercadotecnia. Editorial McGraw-Hill. (Tercera Edición).***
- ✓ Fischer L y Espejo G. (1990), ***Mercadotecnia. Editorial McGraw-Hill. (Cuarta Edición).***
- ✓ García E. (2007). ***Plan Estratégico para el Desarrollo del Turismo del municipio Arismendi del estado Sucre para el período 2007-2012.***
- ✓ Gallardo J. (1998). ***Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión. Editorial. McGraw-Hill.***

- ✓ Hurtado J. (2001). ***El Proyecto de Investigación. Editorial. Sypal. (Tercera Edición).***
- ✓ Hernández Sampieri. R. (2006), ***Metodología de la Investigación. Editorial. McGraw-Hill.***
- ✓ Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social. (1982), ***Guía para la Presentación de Proyectos. Siglos Veintiuno Editores.***
- ✓ Kieso Donald y Weygandt Jerry. (1984), ***Contabilidad Intermedia. Tercera Edición. Limusa.***
- ✓ Méndez C. (2006). ***Metodología. Edición. Limusa. (Cuarta Edición).***
- ✓ Miguel salcedo. ***El Proceso de Evaluación de Proyectos de Inversión. Un enfoque Teórico- Práctico. (2007).***
- ✓ MINTUR. (2006-2007). ***Opinión y Noticias.***
<http://www.mintur.gob.ve/>
- ✓ Moreno, G. (2003). ***Venezuela Transformación Política Administrativa. <http://www.revista-ays.com/> (Consulta 2008, octubre, 30).***
- ✓ Morillo, M. (2002). ***Sustentabilidad Socio – Ambiental de la Actividad Turística. <http://www.docstoc.com/> (Consulta 2008, octubre, 24).***

- ✓ Organización Mundial del Turismo. (1998), ***Introducción al Turismo. Egraf Madrid. (Primera Edición).***
- ✓ Organización Mundial del Turismo. (1998), ***Crecimiento Mundial del Turismo. <http://www.globovision.com/prinp/pnp> (Consulta 2008, Mayo 16).***
- ✓ Philip Kotler y Gary Armstrong. (1991), ***Fundamentos de Marketing. Mc Graw Hill. (Sexta Edición).***
- ✓ Polimeni R y Fabozzi F. (1994), ***Contabilidad de Costos. Tercera Editorial. Mc Graw Hill.***
- ✓ Razo, C. (1998). ***Cómo elaborar y asesorar una investigación. Editorial Pearson. (1era. Edición).***
- ✓ Rodríguez, S. (2000). ***Impacto de la Globalización del Turismo en la Sociedad. <http://www.docstoc.com/> (Consulta 2008, octubre, 20).***
- ✓ Sabino C. (2002). ***El Proceso de Investigación. Una introducción Teórica-Práctica. Editorial Panapo de Venezuela.***
- ✓ Sampieri H. Roberto. (2006). ***Metodología de la Investigación. Editorial McGraw-Hill. (Cuarta Edición).***
- ✓ Sanin Héctor (1990). ***Guía Metodológica para la Formulación y Evaluación de Proyectos. FONVIS.***

- ✓ Sapag Chiang. N. (2001). ***Evaluación de Proyectos de Inversión en la empresa. Editorial Pearson (Primera. Edición).***
- ✓ Sapag Chiang. N. Sapag Chiang. R. (1995). ***Preparación y Evaluación de Proyectos. Editorial McGraw-Hill.***
- ✓ Vieytes Rut (2004). ***Metodología de la Investigación en Organizaciones, Mercado y Sociedad. Editorial de las Ciencias.***
- ✓ Mi Punto (2003). ***Un Plan nunca está de más. Disponible en: http://www.mipunto.com/punto_empresas/000/003/000/042.jsp. (Consulta 2005, Mayo 16).***
- ✓ Producto (2005). ***El turismo ahora es de todos. Disponible en: <http://www.producto.com.ve/259/notas/portada/html>. (Consulta 2008, Marzo, 20).***
- ✓ Producto (2006). ***Volar o no volar. Disponible en: <http://www.producto.com.ve/259/notas/portada/html>. (Consulta 2008, Marzo, 13).***
- ✓ ***Gaceta municipal del municipio Sucre del estado Sucre, de la República Bolivariana de Venezuela N° 353. Cumaná (Consulta 2007, Diciembre, 19).***

ANEXOS

ANEXO N° 7: TABLA DE AMORTIZACIÓN

MESES	RENTA	INTERÉS	AMORTIZACIÓN	SALDO
1				
2				
3				
4				
5				
6				133.404,54
7	3.209,26	1.334,05	1.875,21	131.529,33
8	3.209,26	1.315,29	1.893,96	129.635,36
9	3.209,26	1.296,35	1.912,90	127.722,46
10	3.209,26	1.277,22	1.932,03	125.790,43
11	3.209,26	1.257,90	1.951,35	123.839,07
12	3.209,26	1.238,39	1.970,87	121.868,21
13	3.209,26	1.218,68	1.990,58	119.877,63
14	3.209,26	1.198,78	2.010,48	117.867,15
15	3.209,26	1.178,67	2.030,59	115.836,57
16	3.209,26	1.158,37	2.050,89	113.785,67
17	3.209,26	1.137,86	2.071,40	111.714,27
18	3.209,26	1.117,14	2.092,11	109.622,16
19	3.209,26	1.096,22	2.113,04	107.509,12
20	3.209,26	1.075,09	2.134,17	105.374,96
21	3.209,26	1.053,75	2.155,51	103.219,45
22	3.209,26	1.032,19	2.177,06	101.042,39
23	3.209,26	1.010,42	2.198,83	98.843,55
24	3.209,26	988,44	2.220,82	96.622,73
25	3.209,26	966,23	2.243,03	94.379,70
26	3.209,26	943,80	2.265,46	92.114,24
27	3.209,26	921,14	2.288,11	89.826,13
28	3.209,26	898,26	2.311,00	87.515,13
29	3.209,26	875,15	2.334,11	85.181,02
30	3.209,26	851,81	2.357,45	82.823,58
31	3.209,26	828,24	2.381,02	80.442,56
32	3.209,26	804,43	2.404,83	78.037,72
33	3.209,26	780,38	2.428,88	75.608,84
34	3.209,26	756,09	2.453,17	73.155,67
35	3.209,26	731,56	2.477,70	70.677,97
36	3.209,26	706,78	2.502,48	68.175,50
37	3.209,26	681,75	2.527,50	65.647,99
38	3.209,26	656,48	2.552,78	63.095,22
39	3.209,26	630,95	2.578,31	60.516,91

Proyecto de Inversión para el Desarrollo Turístico Sustentable en el municipio Sucre del estado Sucre, caso Playa San Luís, sector los Bordones.

40	3.209,26	605,17	2.604,09	57.912,82
41	3.209,26	579,13	2.630,13	55.282,69
42	3.209,26	552,83	2.656,43	52.626,26
43	3.209,26	526,26	2.682,99	49.943,27
44	3.209,26	499,43	2.709,82	47.233,44
45	3.209,26	472,33	2.736,92	44.496,52
46	3.209,26	444,97	2.764,29	41.732,23
47	3.209,26	417,32	2.791,94	38.940,29
48	3.209,26	389,40	2.819,85	36.120,44
49	3.209,26	361,20	2.848,05	33.272,39
50	3.209,26	332,72	2.876,53	30.395,85
51	3.209,26	303,96	2.905,30	27.490,55
52	3.209,26	274,91	2.934,35	24.556,20
53	3.209,26	245,56	2.963,70	21.592,51
54	3.209,26	215,93	2.993,33	18.599,18
55	3.209,26	185,99	3.023,27	15.575,91
56	3.209,26	155,76	3.053,50	12.522,41
57	3.209,26	125,22	3.084,03	9.438,38
58	3.209,26	94,38	3.114,87	6.323,50
59	3.209,26	63,24	3.146,02	3.177,48
60	3.209,26	31,77	3.177,48	0,00
			133.404,54	

ANEXO 8: CONSTRUCCIÓN DE PEQUEÑOS RESTAURANTES, PLAYA SAN LUÍS, SECTOR LOS BORDONES. CUMANÁ EDO SUCRE

Part. No.	Código	Descripción
1	E311110150	EXCAVACIÓN EN TIERRA A MANO PARA ASIENTO DE FUNDACIONES, ZANJAS U OTROS, HASTA PROFUNDIDADES COMPRENDIDAS ENTRE 0.00 Y 1.50 M.
2	S/C	REPLANTEO DE OBRA
3	ES/C	SUMINISTRO Y COLOCACIÓN DE RELLENO COMPACTADO CON MATERIAL PRÉSTAMO RIPIO. INCLUYE ESPONJAMIENTO
4	ES/C	SUM. TRANSP. CONFECCIÓN Y COLOCACIÓN DE PLANCHA METÁLICA DE ACERO (HASTA 20 X 20 cm.) PARA FIJACIÓN DE PERFILES METÁLICOS. INCLUYE: CORTE, ACERO DE ANCLAJE SOLDADO A LA PLANCHA Y SOLDADURA DE ANCLAJES AL ACERO DE REFUERZO EXISTENTE
5	ES/C	SUMINISTRO, CONFECCIÓN Y COLOCACIÓN DE ESTRUCTURA METÁLICA CON TUBOS CONDUVEN
6	ES/C	PINTURA DE FONDO ANTICORROSIVO CROMATO DE ZINC EN VIGAS METÁLICAS
7	C.S/C	BASE DE PIEDRA PICADA
8	E351120210	SUMINISTRO, TRANSPORTE, PREPARACIÓN Y COLOCACIÓN DE ACERO DE REFUERZO FY 4200 kgf/cm ² , UTILIZANDO CABILLA NO.4 A NO.7, PARA INFRAESTRUCTURA
9	E351110210	SUMINISTRO, TRANSPORTE, PREPARACIÓN Y COLOCACIÓN DE ACERO DE REFUERZO FY 4200 kgf/cm ² , UTILIZANDO CABILLA IGUAL O MENOR DEL NO 3 PARA INFRAESTRUCTURA
10	E443090304	COLOCACIÓN DE REVESTIMIENTO DE MADERA MACHIHEMBRADO EN ESTRUCTURAS (TECHOS).
11	E422205000	RECUBRIMIENTO DE LA CAPA IMPERMEABILIZANTE (MANTO) CON TEJAS ASFÁLTICAS.

Proyecto de Inversión para el Desarrollo Turístico Sustentable en el municipio Sucre del estado Sucre, caso Playa San Luís, sector los Bordones.

12	E437011411	SUMINISTRO, TRANSPORTE Y COLOCACIÓN DE PUERTAS BATIENTES DE LAMINAS ENTAMBORADAS DE HIERRO.
13	E461000701	PINTURA DE ESMALTE EN PUERTAS METÁLICAS.
14	S/C	S/T/C DE MARCOS DE CHAPA DOBLADA DE HIERRO, EN PAREDES DE BLOQUE DE 15 cm. DE ESPESOR
15	ES/C	CONCRETO DE F'c 210 Kg./cm ² A LOS 28 DÍAS, ACABADO CORRIENTE. INCLUYE TRANSPORTE DEL CEMENTO Y AGREGADOS HASTA 50 Km., Y EXCLUYE EL REFUERZO METÁLICO Y EL ENCOFRADO.
16	S/C	CONSTRUCCIÓN DE PAREDES DE BLOQUES DE CONCRETO, ACABADO CORRIENTE, E= 15 cm. NO INCLUYE MACHONES, DINTELES NI BROCALES
17	ES/C	CONSTRUCCIÓN DE MESÓN DE CONCRETO REVESTIDO EN CERÁMICA
18	S/C	S/C DE SOBREPISO NIVELADO DE CEMENTO HASTA 6 cm. PARA INSTALACIÓN DE ACABADO FINAL
19	ES/C	CONSTRUCCIÓN DE REVESTIMIENTO DE PISO CON BALDOSAS TIPO CAICO. INCLUYENDO MORTERO BASE
20	ES/C	CONSTRUCCIÓN DE PAREDES DE BLOQUES DE VENTILACIÓN DE CONCRETO, ACABADO CORRIENTE, E=15 cm. INC. TRANSPORTE DE LOS BLOQUES HASTA 50 Km.
21	E412102003	CONSTRUCCIÓN DE REVESTIMIENTO INTERIOR EN PAREDES CON MORTERO A BASE DE CAL, ACABADO LISO. INCLUYE FRISO BASE
22	E412202003	CONSTRUCCIÓN DE REVESTIMIENTO EXTERIOR EN PAREDES CON MORTERO A BASE DE CAL, ACABADO LISO. INCLUYE FRISO BASE.
23	ES/C	I.E. TANQUILLA DE ELECTRICIDAD CON TAPA.
24	ES/C	TANQUILLA PARA AGUAS NEGRAS DE 0,80 X 0,80 X 1,00 mt.
25	ES/C	S/T/I DE CENTRO DE PISO CIRCULAR, D= 2 PULGADAS, STANDARD DE BRONCE. EXCLUYE LA CONSTRUCCIÓN DEL PUNTO
26	E651012051	TAPÓN DE REGISTRO, PARA TUBERÍA EMBUTIDA, DE BRONCE, D=2"
27	ES/C	PUNTOS DE AGUAS BLANCAS DE PVC, DIÁMETRO 1/2" (13 mm) AMBIENTE INTERIOR AL RECINTO SANITARIO EN ÁREAS DE RECLUSIÓN PENAL.
28	S/C	PUNTOS DE AGUAS RESIDUALES/NEGRAS, DE PVC, DIÁMETRO 2" (51 mm)
29	ES/C	PUNTOS DE VENTILACIÓN DE AGUAS NEGRAS CON TUBERÍA DE PVC D= 2"

Proyecto de Inversión para el Desarrollo Turístico Sustentable en el municipio Sucre del estado Sucre, caso Playa San Luís, sector los Bordones.

30	C.S/C	TUBERÍA PARA AGUAS RESIDUALES CON TUBO DE PVC D=4"
31	C.S/C	TUBO DE AGUAS RESIDUALES CON TUBO DE PVC D=2"
32	E542121120	I.E. TOMACORRIENTES CON TAPA PLÁSTICA DOBLE 1 FASE 20 Amp
33	S/C	I.E. INTERRUPTORES COMBINABLES SIMPLES CON TAPA METÁLICA PUENTE Y TORNILLOS, 20 A
34	S/C	CONSTRUCCIÓN DE PUNTO PARA INTERRUPTORES
35	S/C	I.E. CAJETINES METÁLICOS, SALIDAS 3/4", PROFUNDIDAD 1 1/2", RECTANGULARES 2" X 4" EMBUTIDO
36	S/C	S/T/C DE LÁMPARA FLUORESCENTE CIRCULAR 22 W
37	E551121012	I.E. TABLERO METÁLICO CONVERTIBLE, EMBUTIDO, CON PUERTA, 2 FASES + NEUTRO, 10 CIRCUITOS, BARRAS DE 125 Amp. NO INCLUYE BREAKER.
38	E521222047	I.E. CABLE DE COBRE, TRENZADO, REVESTIDO, TW, CALIBRE 6 AWG (4.67 mm).
39	ES/C	S/T/C DE CABLE TW N° 8
40	E521222030	I.E. CABLE DE COBRE, TRENZADO, REVESTIDO, TW, CALIBRE 10 AWG (2.95 mm).
41	E521222023	I.E. CABLE DE COBRE, TRENZADO, REVESTIDO, TW, CALIBRE 12 AWG (2.32 mm).
42	ES/C	I.S. SUMINISTRO, TRANSPORTE Y COLOCACIÓN DE FREGADERO DE ACERO INOXIDABLE.
43	S/C	S/I DE EXTRACTOR
44	E S/C	PINTURA DE ESMALTE EN PAREDES. NO INCLUYE MASTICADO NI FONDO ANTIALCALINO
45	ES/C	ENCOFRADO DE MADERA, ACABADO CORRIENTE,
46	S/C	S/C DE MALLA TRUCKSON 4" X 4" EN PISO
47	S/C	Suministro de congelador
48	S/C	Suministro de cafetera
49	S/C	Suministro de freidora
50	S/C	Suministro de cocina
51	S/C	Suministro de licuadora
52	S/C	Suministro de VITRINA

Proyecto de Inversión para el Desarrollo Turístico Sustentable en el municipio Sucre del estado Sucre, caso Playa San Luís, sector los Bordones.

53	S/C	Suministro de REBANADORA
54	S/C	Suministro de JUEGO DE OLLAS
55	S/C	Suministro de MESAS
56	S/C	Suministro de SILLAS
57	S/C	Suministro de VAJILLAS
58	S/C	Suministro de CUBIERTOS

ANEXO N° 9: MINI RESTAURANTE

FLUJO DE CAJA PROYECTADO A 5
AÑOS

En (Bs. F.)

	1er año				2do año				3er año				4to año			
	IT	IIT	IIIT	IIIT	IT	II T	III T	IV T	IT	II T	III T	IV T	IT	II T	III T	
INGRESOS																
Restaurante	35.100,20	31.292,24	47.558,61	42.254	57.539,35	47.233,13	66.135,38	54.118,95	73.671,15	60.475,45	84.677,16	69.291,79	94.335,58	77.438,55	108.428,73	
TOTAL	35.100,20	31.292,24	47.558,61	42.254,00	57.539,35	47.233,13	66.135,38	54.118,95	73.671,15	60.475,45	84.677,16	69.291,79	94.335,58	77.438,55	108.428,73	
COSTOS DE PRODUCCIÓN																
Mano de obra directa	7139,07	8.533,86	8.533,86	8.533,86	8.533,86	10.124,57	10.124,57	10.124,57	10.124,57	12.011,79	12.011,79	12.011,79	12.011,79	14.250,79	14.250,79	
Mano de obra indirecta	2397,69	2.844,62	2.844,62	2.844,62	2.844,62	3.374,86	3.374,86	3.374,86	3.374,86	4.003,93	4.003,93	4.003,93	4.003,93	4.750,26	4.750,26	
Reserva Pasivo Laborales	2.211,20	4298,54	4298,54	4298,54	3.974,86	3.974,86	3.974,86	3.974,86	4.893,90	4.893,90	4.893,90	4.893,90	6.016,92	6.016,92	6.016,92	
Insumos	5.823,09	6.131,37	6.487,56	6.864,44	7.161,40	7.471,21	7.794,42	8.131,61	8.483,39	8.850,39	9.233,27	9.632,71	10.049,43	10.484,18	10.937,74	
Costos Indirectos del Servicio	1.048,14	1.109,03	1.173,46	1.241,63	1.295,34	1.351,38	1.409,84	1.470,83	1.534,46	1.600,84	1.670,09	1.742,34	1.817,72	1.896,36	1.978,40	
TOTAL	18.619,19	22.917,42	23.338,04	23.783,09	23.810,08	26.296,88	26.678,55	27.076,73	28.411,18	31.360,85	31.812,98	32.284,67	33.899,79	37.398,51	37.934,11	
Utilidad o Pérdida Marginal	16.481,01	8.374,82	24.220,57	18.470,91	33.729,27	20.936,25	39.456,83	27.042,22	45.259,97	29.114,60	52.864,18	37.007,12	60.435,79	40.040,04	70.494,62	
GASTOS ADMINISTRATIVOS																
Sueldo del Propietarios	4.795,38	5.689,26	5.689,26	5.689,26	5.689,26	6.749,74	6.749,74	6.749,74	6.749,74	8.007,89	8.007,89	8.007,89	8.007,89	9.500,56	9.500,56	
Honorarios profesionales	2.070,00	2.475,00	2.475,00	2.475,00	2.475,00	2.970,00	2.970,00	2.970,00	2.970,00	3.564,00	3.564,00	3.564,00	3.564,00	4.276,80	4.276,80	
Gastos por Servicios	132,51	140,21	148,35	156,97	163,76	170,84	178,23	185,94	193,98	202,37	211,12	220,25	229,78	239,72	250,09	
Impuestos municipales	351,00	312,92	475,59	422,54	575,39	472,33	661,35	541,19	736,71	604,75	846,77	692,92	943,36	774,39	1084,29	
Gastos financieros			3.945,69	3.773,52	3.596,13	3.413,37	3.225,06	3.031,05	2.831,17	2.625,22	2.413,04	2.194,42	1.969,19	1.737,12	1.498,03	
TOTAL	7.348,89	8.617,39	12.733,89	12.517,29	12.499,54	13.776,28	13.784,38	13.477,92	13.481,60	15.004,23	15.042,82	14.679,48	14.714,22	16.528,59	16.609,77	
Depreciación	1.594,92	1.594,92	1.594,92	1.594,92	1.594,92	1.594,92	1.594,92	1.594,92	1.594,92	1.594,92	1.594,92	1.594,92	1.594,92	1.594,92	1.594,92	

Proyecto de Inversión para el Desarrollo Turístico Sustentable en el municipio Sucre del estado Sucre, caso Playa San Luís, sector los Bordones.

Utilidad o Pérdida Bruta	7.537,20	-1.837,49	9.891,76	4.358,70	19.634,81	5.565,05	24.077,53	11.969,38	30.183,45	12.515,45	36.226,44	20.732,72	44.126,65	21.916,53	52.289,93	3
ISLR	1.130,58		1.483,76	653,81	2.945,22	834,76	3.611,63	1.795,41	4.527,52	1.877,32	5.433,97	3.109,91	6.619,00	3.287,48	7.843,49	4
Utilidad o Pérdida Neta	6.406,62	-1.837,49	8.408,00	3.704,90	16.689,59	4.730,29	20.465,90	10.173,97	25.655,93	10.638,13	30.792,47	17.622,81	37.507,66	18.629,05	44.446,44	2
Depreciación	1.594,92	1.594,92	1.594,92	1.594,92	1.594,92	1.594,92	1.594,92	1.594,92	1.594,92	1.594,92	1.594,92	1.594,92	1.594,92	1.594,92	1.594,92	1
Flujo de Caja Operativo	8.001,54	-242,57	10.002,92	5.299,82	18.284,51	6.325,21	22.060,82	11.768,89	27.250,85	12.233,05	32.387,39	19.217,73	39.102,58	20.223,97	46.041,36	2
Pago de capital en préstamo			5.682,08	5.854,25	6.031,64	6.214,41	6.402,71	6.596,72	6.796,61	7.002,55	7.214,73	7.433,35	7.658,58	7.890,65	8.129,74	8
FLUJO DE CAJA NETO	8.001,54	-242,57	4.320,84	-554,44	12.252,87	110,80	15.658,11	5.172,17	20.454,24	5.230,50	25.172,66	11.784,38	31.444,00	12.333,32	37.911,62	2

ESCENARIOS	VARIACIÓN EN LOS INGRESOS (%)	VPN INICIAL	VPN FINAL	VARIACIÓN DEL VPN (%)
1	5%	108.784,52	154.156,05	41,71
2	10%	108.784,52	198.776,32	82,72
3	25%	108.784,52	332.637,12	205,78
4	-5%	108.784,52	59.089,93	-45,68
5	-10%	108.784,52	9.310,31	-91,44
6	-25%	108.784,52	-165.407,31	-252,05

VALOR ACTUAL NETO (12%)

Período	FNE	VA
1	10.955,22	7.768,48
2	2.855,36	-235,51
3	8.322,90	4.072,81
4	3.001,24	-538,29
5	17.094,80	11895,99
6	4.085,47	107,57
7	21.223,40	15202,05
8	9.726,28	5021,53
9	26.653,67	19858,49
10	10.319,51	5078,15
11	32.298,25	24439,48
12	17.615,29	11441,15
13	39.382,34	30528,15
14	18.849,78	11974,10
15	47.035,90	36807,40
16	28.278,66	20206,03
17	56.249,02	44742,13
18	30.412,63	21425,88
19	66.553,72	53272,39
20	44.666,39	34.083,50
FNE	495.579,81	
Inver. Inicial	134.155,80	
VA.	332.180,86	

VALOR ACTUAL NETO (30%)

Período	FNE	VA
1	10.955,22	7.443,29
2	2.855,36	-225,65
3	8.322,90	4.019,39
4	3.001,24	-515,75
5	17.094,80	11398,01
6	4.085,47	103,07
7	21.223,40	14.565,68
8	9.726,28	4.811,32
9	26.653,67	19.027,20
10	10.319,51	4865,58
11	32.298,25	23416,43
12	17.615,29	10962,22
13	39.382,34	29.250,23
14	18.849,78	11472,86
15	47.035,90	35266,63
16	28.278,66	19360,20
17	56.249,02	42869,21
18	30.412,63	20528,98
19	66.553,72	51042,38
20	44.666,39	32.656,74
FNE	495.579,81	
Inver. Inicial	134.145,94	
VA.	194.390,28	
VAN	60.244,34	

HOJA DE METADATOS

Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Ascenso – 1/5

Título	Proyecto de Inversión para el Desarrollo Turístico Sustentable en el Municipio Sucre del Estado Sucre, Caso Playa San Luís, Sector Los Bordones, Para El Año 2008.
---------------	--

Autor(es)

Apellidos y Nombres	Código CVLAC / e-mail	
Martínez, Pedro .	CVLAC	11.375.300
	e-mail	
	e-mail	

Palabras o frases claves:

Inversión
Turismo

Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Ascenso – 2/5

Líneas y sublíneas de investigación:

Área	Subárea
Ciencias Administrativas	Administración
	Finanzas

Resumen (abstract):

El turismo constituye actualmente una de las actividades más importantes y dinámicas del mundo moderno. Es una inmensa organización prestadora de servicios, que impulsa el crecimiento económico de la nación anfitriona mediante la generación de empleo y divisas, además de fortalecer el desarrollo social, cultural y tecnológico entre otros. Venezuela, a pesar de contar con bellezas naturales que la hacen atractiva para la actividad turística, la inversión en el referido sector ha sido casi nula. Bajo este contexto, el Ejecutivo Nacional presentó el Plan Nacional Estratégico de Turismo 2008 – 2013, buscando fomentar, orientar y consolidar el desarrollo del turismo como una actividad básica para la participación de los actores que conforman el Sistema Turístico Nacional que permita un desarrollo integral de las comunidades, encontrándose sustentado en las potencialidades naturales que hacen del país un objetivo turístico por excelencia, ya que posee en cada una de sus regiones un menú de diferentes bellezas naturales e históricas. Uno de estos maravillosos escenarios naturales, es el Municipio Sucre un factor fundamental para la actividad turística, donde se llevó a cabo una investigación enmarcada desde la óptica de una metodología de campo y documental, permitiendo medir la factibilidad de invertir en el Desarrollo del Turismo Sustentable de la playa San Luís, Sector Los Bordones del Municipio Sucre del Estado Sucre, mediante el funcionamiento de pequeños o mini restaurantes.

Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Ascenso – 3/5

Contribuidores:

Apellidos y Nombres	ROL / Código CVLAC / e-mail	
Muñoz, José	ROL	CA <input type="checkbox"/> AS <input type="checkbox"/> TU <input checked="" type="checkbox"/> JU <input type="checkbox"/>
	CVLAC	8.641.971
	e-mail	jfmuñoz@yahoo.es
	e-mail	
Rodríguez Rodríguez	ROL	CA <input type="checkbox"/> AS <input type="checkbox"/> TU <input type="checkbox"/> JU <input checked="" type="checkbox"/>
	CVLAC	5.085.515
	e-mail	emirarodrgiuez@gmail.com
	e-mail	
González Arsenio	ROL	CA <input type="checkbox"/> AS <input type="checkbox"/> TU <input type="checkbox"/> JU <input checked="" type="checkbox"/>
	CVLAC	2.830.850
	e-mail	aregonzal@cantv.net
	e-mail	

Fecha de discusión y aprobación:

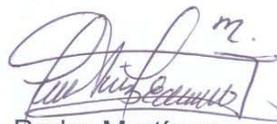
Año Mes Día

2009	10	14
------	----	----

Lenguaje: spa

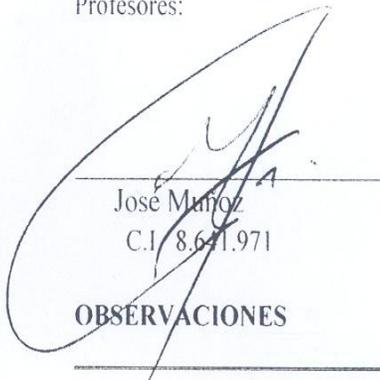
DERECHOS:

Yo Lic. Pedro Martínez como autor intelectual de este trabajo le permito a la Universidad de Oriente que divulgue este conocimiento científico, en el caso que la Universidad de Oriente haga otro tipo de acciones con esta información tendría que informarme para mi posible aprobación.



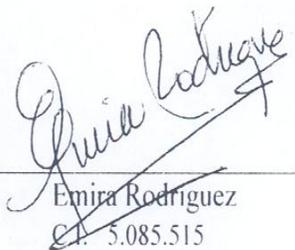
Pedro Martínez
C.I.: 11.375.300

Profesores:

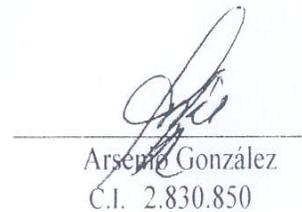


José Muñoz
C.I. 8.641.971

OBSERVACIONES



Emira Rodríguez
C.I. 5.085.515



Arsenio González
C.I. 2.830.850

Coordinador del Programa de Postgrado:

Prof.: Emira Rodríguez
Nombre y Apellido

5.085.515
Cédula de Identidad



República Bolivariana de Venezuela
COORDINACIÓN DE POSTGRADO
EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
UNIVERSIDAD DE ORIENTE
NÚCLEO DE SUCRE
Firma y Sello