



UNIVERSIDAD DE ORIENTE

NÚCLEO DE SUCRE

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA INSTALACIÓN DE UN COMPLEJO
TURÍSTICO Y DE RECREACIÓN EN EL MUNICIPIO VALDEZ, ESTADO
SUCRE.**

Autores:

Carrillo R. Alcides E.

Noguera P. María L.

Rodríguez M. Mayrim E.

**Trabajo de Curso Especial de Grado presentado como requisito parcial para
optar al título de LICENCIADO EN CONTADURÍA PÚBLICA Y
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

Cumaná, julio de 2010



UNIVERSIDAD DE ORIENTE
NÚCLEO SUCRE
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA INSTALACIÓN DE UN COMPLEJO TURÍSTICO Y
DE RECREACIÓN EN EL MUNICIPIO VALDEZ, ESTADO SUCRE.**

AUTORES:

Carrillo R. Alcides E.

C.I. 16.892.823

Noguera P. María L.

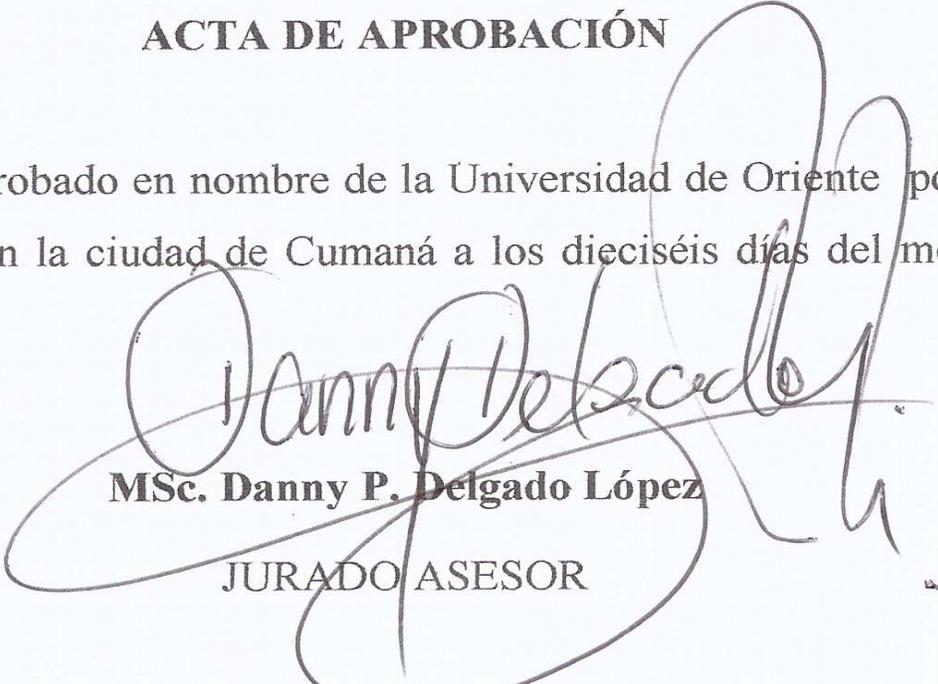
C.I. 17.911.664

Rodríguez M. Mayrim E.

C.I. 18.417.017

ACTA DE APROBACIÓN

Trabajo de grado aprobado en nombre de la Universidad de Oriente por el siguiente jurado calificador, en la ciudad de Cumaná a los dieciséis días del mes de julio de 2010.


MSc. Danny P. Delgado López

JURADO ASESOR

INDICE

DEDICATORIA	i
DEDICATORIA	ii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTOS	vii
AGRADECIMIENTOS	viii
AGRADECIMIENTOS	x
INDICE DE TABLAS	xiii
INDICE DE GRAFICAS	xvii
INDICE DE CUADROS.....	xxi
INDICE DE FIGURAS.....	xxii
RESUMEN.....	xxiii
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I.....	6
EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN Y SUS GENERALIDADES	6
1.1 Planteamiento del Problema.....	6
1.2 Objetivos	16
1.2.1 Objetivo General.....	16
1.2.2 Objetivos Específicos	16
1.3. Justificación de la Investigación.....	17
1.4. Marco Metodológico	19

1.4.1	Diseño de Investigación.....	19
1.4.2	Nivel de la Investigación	20
1.4.3	Fuentes de Información	21
1.4.4	Población y Muestra	22
1.4.5	Técnicas e Instrumentos para la Recolección de Información	23
1.4.6	Técnicas de Análisis e Interpretación de Resultados.....	26
CAPÍTULO II		28
ASPECTOS GENERALES DEL TURISMO.....		28
2.1	Antecedentes del Turismo	28
2.2	Turismo	30
2.3	Turista.....	34
2.4	Clasificación del Turismo	36
2.5	Factores que contribuyen al mejoramiento de la Actividad Turística.....	37
2.6	Principios y Acciones que debe Abordar la Actividad Turística a Nivel Mundial.	41
2.7	El Marco Macroeconómico del Turismo.....	42
2.8	Producto Turístico de Naturaleza	48
2.9	Beneficios Derivados del Turismo	50
2.10	Servicios Turísticos	52
2.11	Empresas Turísticas.....	53
2.12.	Bondades Turísticas del Estado Sucre.....	58
2.12.1	Generalidades del Municipio Valdez.....	61
CAPÍTULO III.....		65

ANÁLISIS DEL TURISMO EN EL MUNICIPIO VALDEZ.....	65
3.1. Análisis Situacional del Turismo	65
3.2. Diagnóstico Estratégico.....	105
CAPÍTULO IV	111
PLAN DE NEGOCIOS: “PUERTA AL CARIBE”, C.A.	111
4.1 Exposición de Motivos	111
4.2 Aspectos Organizacionales.....	113
4.2.1 Nombre del Negocio.....	114
4.2.2 Misión, Visión y Valores Empresariales	114
4.2.3 Forma Jurídica	116
4.2.4 Estructura Organizacional.....	116
4.2.5 Descripción de la Estructura Organizativa	117
4.2.6 Descripción de Sueldos Mensuales según los cargos	119
4.2.7 Símbolo Institucionales	120
4.3 Aspectos de Mercadeo.....	121
4.3.1 Productos y Servicios	121
4.3.2. Clientes Potenciales	123
4.3.3. Publicidad y Propaganda	123
4.3.4 Precio de los Servicios.....	125
4.4 Aspectos de Factibilidad	126
4.4.1 Factibilidad Social – Ambiental	126
4.5 Aspectos Contables.	142
4.5.1 Plan de Cuentas del Complejo Turístico Puerta al Caribe, C.A.	144

4.5.2 Asientos contables propuestos para el Complejo Turístico Puerta al Caribe, C.A.....	149
4.5.3 Estados Financieros propuestos para el Complejo Turístico Puerta al Caribe, C.A.	152
4.6 Aspectos de Responsabilidad Social y Ambiental	165
CONCLUSIONES	169
RECOMENDACIONES	171
BIBLIOGRAFÍA	173
ANEXOS	177
HOJA DE METADATOS	188

DEDICATORIA

A Lola, quien ha sido madre y padre y se une a mi alegría por lograr mi meta, ya que ella me acompaña personal y espiritualmente en mi camino.

A mi amorcito Yairovis, por acompañarme en las buenas y en las malas, ya que ha estado en todo momento a mi lado incondicionalmente.

A mis hermanos Alcides José y Dexcy Carrillo, que este logro les sirva de intensivo para seguir adelante, ya que con esfuerzo y dedicación se logra alcanzar las metas que nos proponemos.

Alcides E. Carrillo R.

DEDICATORIA

A DIOS

Por haberme permitido llegar hasta este punto y por haberme dado salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor y por iluminarme en todo momento.

A MI MADRE MARÍA DE LOURDES

Por apoyarme en toda mi vida, por sus consejos, también por sus peleas; por sus valores y por la motivación constante que me han permitido ser una persona de bien, pero sobre todo por su amor incondicional. De algo que no puedo olvidarme es que siempre me ha enseñado a encarar las adversidades sin nunca perder la dignidad ni desfallecer en el intento.

A MI PADRE JUAN BAUTISTA

Por los ejemplos de perseverancia, constancia, dedicación y responsabilidad que lo caracterizan y que me ha infundado siempre, por el valor mostrado para salir adelante a pesar de las dificultades.

A MI HERMANO JUAN CARLOS

Por siempre estar cuando lo necesito, así sea a regañadientes.

A MIS AMIGOS Y AMIGAS

Por su compañía, camaradería y apoyo y por todos los buenos y malos momentos vividos juntos.

María L. Noguera P.

DEDICATORIA

Nada es imposible en la vida si con empeño y mucho afán logramos vencer todos los contratiempos que se nos presentan a lo largo del camino para llegar hacia donde queremos.

Hoy alcanzo uno de mis sueños una meta a la cual me propuse llegar convertirme en toda una profesional, cada día me siento orgullosa de mi misma por haberlo logrado porque fueron muchas las veces en la cual me sentí que no podía con ganas de dejar todo a un lado pero algo muy dentro de mi me impulsaba a no abandonar y a seguir avanzando para conseguir mi objetivos propuesto.

Es por esto que hoy en día con mucho cariño mi carrera universitaria y este trabajo de grado se la dedico:

A mi Dios todopoderoso por llenarme de fe, paciencia y amor al transcurrir de mi carrera, por guiar todos y cada uno de mis pasos y hoy hacer que mi sueño se hiciera realidad todo esto gracias a ti Dios.

A mis hermosos padres: José Rodríguez y Miryam Mata por haberme traído al mundo y hacer de mi una mujer de bien, por dedicar años enteros de su vida a enseñarme lo bueno y lo malo, aunque muchas veces por mi rebeldía me niego a escucharlos hoy en día padres se porque lo hacen y también se que quieren lo mejor

para mi, por eso me siento orgullosa de ustedes de no ser así quizás hoy no les estuviera dedicando estas palabras en mi trabajo de grado. Gracias por sus valiosos consejos padres y estar siempre a mi lado apoyándome en todo de lo contrario no sé qué sería mi vida sin tenerlos. Por lo que este trabajo se lo dedico con mucho amor y cariño. Papá y Mamá los AMO MUCHISIMO.

A mi querida abuela Sada Rodríguez por siempre estar conmigo y apoyarme en todo. Mi viejita gracias por abrigarme entre tus brazos cada vez que te necesito, por malcriarme y consentirme tanto no sé qué sería de mí sin usted. Este triunfo también te lo dedico a ti porque tú forma una parte muy especial dentro de mi vida.
TE ADORO

A mis hermanos Ernesto y David ustedes también forman parte de mi logro por eso hoy se lo dedico y les doy las gracias por siempre brindarme su ayuda cuando yo los necesito. Me siento muy feliz de tenerlos como hermanos es por esto que hoy mi felicidad quiero compartirla con ambos. LOS AMO hermanos.

A mis tías y primos adorados, Maritza, Inés, Javier, Rammar, Enrique, Ramón, Beatriz, Gabriel, Miriangel y Saymar por siempre brindarme esa mano amiga y estar pendiente de mí.

A mi Tío Ricardo Rodríguez por ser mi apoyo incondicional en el transcurrir de mi vida y más a lo largo de mi carrera. Tío gracias por todo lo bueno que ha hecho por mí siempre estaré agradecida con usted. Lo quiero mucho

A una personita que conozco desde mi niñez pero con quien llegue a vincularme más en el transcurso de mi carrera universitaria, el me ha enseñado a ver la vida desde otro punto de vista y a seguir hacia adelante. A ti te debo muchos momentos felices en los cuales siempre me dibujas una sonrisa, por todo esto te doy las gracias HÉCTOR SIFONTES, por estar a mi lado cuando más te necesito TE ADORO demasiado. Espero que mi logro sea motivo suficiente para que te incentives y con mucho éxito logres el tuyo porque confío en ti y sé que si vas a poder lograrlo.

A mis princesas María Efigenia y Stephane para que este logro le sirva de ejemplo a seguir mis chiquitas las adoro.

A todos mis amigos y amigas que tengo tanto dentro como fuera de la universidad por todas las cosas buenas y malas que hemos vivido juntos en muchos momentos diferentes de nuestras vidas, personas a las cual les debo bastantes gracias por su apoyo y estar siempre conmigo en especial a mis amigas incondicionales Marian Sotillet y María Laura Noguera. LOS QUIERO MUCHO MY FRIENDS.

Y a todas aquellas personas que también formaron parte en la realización de este trabajo de grado a todos de verdad muchas gracias por ayudarme a lograr mi meta.

Mayrim E. Rodríguez M.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco con todo mi corazón a Lola y a Yairovis por estar siempre allí, brindándome su apoyo, lo que ayudó a lograr mi meta propuesta.

A mis primos Toño, Víctor, Carlos y Toñito por compartir y celebrar conmigo este éxito.

Al Comandante PRESIDENTE HUGO RAFAEL CHÁVEZ FRÍAS, por brindarme la oportunidad de salir de mí querido Pueblo Macuro para ingresar a la Educación Universitaria.

A todos ellos, MUCHAS GRACIAS.

SE LES QUIERE...

Alcides E. Carrillo R.

AGRADECIMIENTOS

A mi DIOS en primer lugar, por darme la fuerza necesaria para seguir luchando día a día por lo que quiero.

A mis padres María de Lourdes y Juan Bautista, quienes me dieron la vida y que con su amor, cariño y dedicación han hecho de mí una persona integral. Por estar incondicionalmente para mí y para lo que necesito; no los defraudaré y haré lo imposible por que siempre se sientan orgullosos de mí.

A mi tutor de este trabajo de grado Prof. Danny Delgado, por ser un excelente maestro, orientado siempre a incentivar la creatividad, el respeto, la sinergia entre los grupos y a ser agregadores de valor. A Usted profe MUCHAS GRACIAS, por su dedicación y constancia en nuestro asesoramiento, incluyéndose como un integrante más de nuestro equipo siempre cargado de jocosidad sin perder el respeto y la seriedad por el trabajo que realizamos.

Además de lo antes dicho, por estar como profesor y como amigo, para a través de sus experiencias y vivencias ayudarnos en todo momento... por nunca decir que no!!!

Siéntase orgulloso de la labor que ha logrado, crear emprendedores dispuestos a luchar por una Venezuela y un mundo mejor, dispuestos a ser generadores de empleo y no empleados, GRACIAS!!

A mis amigos y compañeros de estudio, en especial a Mayrim y Alcides, por convertirnos en uno sólo en la elaboración de este trabajo, por superar los momentos críticos por los que pasamos y por compartir conmigo uno de los triunfos más grandes de nuestras vidas.

No puedo olvidarme de los compañeros del curso de Emprendedurismo, porque logramos unirnos y compartir buenos momentos, para relajarnos, desestresarnos y olvidarnos de la presión por un momento.

A la Universidad de Oriente, mi casa de estudios la cual adoro. No sólo por ser la institución donde me formé académicamente, sino por convertirse en la escuela de la vida.

A todas aquellas personas que me ayudaron a cumplir mi meta y a no descansar hasta lograr lo querido, GRACIAS.

María L. Noguera P.

AGRADECIMIENTOS

En este momento quisiera agradecerles a muchas personas más aquellas que forman parte especial en mi vida a la cual les debo su amistad, confianza, cariño, enseñanzas. Etc.

En primer lugar a Dios por brindarme su fe, amor, salud y fuerza para seguir adelante y vencer todos los obstáculos que se me presentan.

A mis padres Miryam Mata y José Rodríguez por el amor que me demuestran día tras día, además del apoyo incondicional que me brindan en los buenos y malos momentos de mi vida. Padres siempre estaré agradecida porque gracias a ustedes hoy alcanzo mi meta me doy cuenta que sus regaños valieron de mucho para alcanzar este logro estoy muy orgullosa de los dos nunca los defraudare. **LOS ADORO PADRES.**

A dos hombres que amo con toda mi alma por los únicos que siempre he dicho que vale la pena luchar y llorar mis hermanos Ernesto y David, porque a pesar de que siempre estamos como perros y gatos en el fondo nos amamos y estamos juntos superando todos los obstáculos que se nos han presentado gracias por su apoyo en este gran momento de mi vida. **LOS AMO HERMANOS.**

A todos mis familiares que han contribuido para alcanzar esta meta siempre brindándome ese apoyo que todo integrante de una familia necesita, por sus sabios consejos que han ayudado a mi crecimiento personal, y por enseñarme que para lograr lo que se quiere hay que saber luchar y no morir en el intento.

A una persona muy especial que me ha ayudado mucho en este logro al cual le debo un sin fin de conocimientos obtenidos durante el curso de Emprendedurismo, a mi profesor **Danny Delgado**, mil gracias profe por la dedicación y paciencia brindada en el asesoramiento de este trabajo de grado siempre estaré agradecida con Usted.

A **María Laura y Alcides** por siempre mantenernos unidos en la realización de nuestro trabajo, estoy orgullosa de haber compartido con ustedes esta gran experiencia de vida los dos son valiosísimas personas gracias por su amistad los quiero mucho.

A **Héctor Sifontes** por brindarme su apoyo, amor y cariño además de estar conmigo en todo momento muchas gracias amor.

A todo el grupo de Emprendedurismo por todos esos buenos momentos compartidos donde logramos unirnos y formar un gran equipo siempre los tendré presente.

A todos mis amigos y compañeros de estudios personas con las cuales he vivido diferentes experiencias y me han brindado su amistad en especial a Luimar y Gabriela

A todos los profesores de la Escuela de Administración que me han ayudado en este largo transitar gracias por sus enseñanzas y apoyo. En especial a la profesora Elka Malavé por siempre brindarme su ayuda cuando la he necesitado muchísimas gracias se le quiere.

A la Universidad de Oriente por abrirme sus puertas y ser mi casa de estudios durante estos años.

Y a todas aquellas personas que me han prestado su colaboración a lo largo de este camino para poder lograr mi meta mil gracias.

Mayrim E. Rodríguez M.

INDICE DE TABLAS

TABLA N° 1. DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿SUELE REALIZAR VIAJES?	66
TABLA N° 2. DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿CON QUIÉN SUELE VIAJAR?	67
TABLA N° 3. DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿CON QUÉ FRECUENCIA SUELE REALIZAR DICHOS VIAJES?	68
TABLA N° 4. DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿CUÁL SUELE SER LA DURACIÓN DE SUS VIAJES?.....	69
TABLA N° 5. DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿CUÁLES SON LOS MOTIVOS QUE LE IMPULSAN A VIAJAR?	70
TABLA N° 6. DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿EN QUE TIPO DE TURISMO SE UBICA?.....	71
TABLA N° 7. DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿CÓMO ORGANIZA USTED SUS VIAJES?	72
TABLA N° 8. DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿CUÁL ES EL GASTO MEDIO DIARIO EN BOLÍVARES DURANTE SUS VIAJES?	73
TABLA N° 9. DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿EN QUÉ SUELE GASTAR MÁS DINERO?.....	74
TABLA N° 10. DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿QUÉ MEDIO DE TRANSPORTE SUELE UTILIZAR PARA SUS VIAJES?.....	75
TABLA N° 11. DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿QUÉ TIPO DE HOSPEDAJE UTILIZA?.....	76

TABLA N° 12. DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: EN CASO DE QUE USTED NO VIAJE, ¿CUÁLES SON LOS MOTIVOS?.....	77
TABLA N° 13. DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿CONOCE USTED DE LA EXISTENCIA DE COMPLEJOS TURÍSTICOS EN EL MUNICIPIO VALDEZ?	78
TABLA N° 14. DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿CONOCE USTED LAS BONDADDES TURÍSTICAS Y DE RECREACIÓN DEL MUNICIPIO VALDEZ?	79
TABLA N° 15. DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿HA VISITADO USTED ALGÚN SITIO TURÍSTICO DEL MUNICIPIO VALDEZ?.....	80
TABLA N° 16. DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: DE LOS SIGUIENTES SERVICIOS EN EL MUNICIPIO VALDEZ, ¿CUÁLES HA UTILIZADO?	81
TABLA N° 17. DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿ALGUNA VEZ HA UTILIZADO LOS SERVICIOS DE HOSPEDAJE, TURÍSTICOS Y RECREACIONALES OFERTADOS EN EL MUNICIPIO VALDEZ?.....	82
TABLA N° 18. DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: SEGÚN SU OPINIÓN, ¿CÓMO SE ENCUENTRAN LOS LUGARES DONDE SE DESARROLLAN ACTIVIDADES TURÍSTICAS EN EL MUNICIPIO VALDEZ?.....	83
TABLA N° 19. DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿QUÉ OPINIÓN MERECEEN LOS SERVICIOS BÁSICOS, DE HOSPEDAJES, TURÍSTICO Y RECREACIONALES EN EL MUNICIPIO VALDEZ?.....	84
TABLA N° 20. DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿LAS EMPRESAS/PERSONAS DEDICADAS A OFERTAR SERVICIOS DE HOSPEDAJES, TURISMO Y RECREACIÓN EN EL MUNICIPIO VALDEZ PROMOCIONAN LAS BONDADDES TURÍSTICAS DE LA REGIÓN? 85	

TABLA N° 21. DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿CREE USTED QUE EL MUNICIPIO VALDÉZ CUENTA CON LA DIVERSIDAD DE RECURSOS NATURALES PARA LLEVAR A CABO PLANES TURÍSTICOS Y RECREACIONALES?	86
TABLA N° 22. DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿CUÁLES DE LOS SIGUIENTES RECURSOS POSEE EL MUNICIPIO VALDEZ PARA DESARROLLAR EL SECTOR TURISMO?.....	87
TABLA N° 23. DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿LOS DESTINOS TURÍSTICOS DEL MUNICIPIO VALDEZ CUMPLEN CON LOS REQUERIMIENTOS MÍNIMOS DE SEGURIDAD Y SANIDAD PARA SU EXPLOTACIÓN?	88
TABLA N° 24. DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: SEGÚN SU PERCEPCIÓN, ¿QUÉ LE HACE FALTA EN MATERIA DE TURISMO AL MUNICIPIO VALDEZ PARA LOGRAR NIVELES ACEPTABLES DE DESARROLLO EN EL SECTOR?	89
TABLA N° 25. DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿QUÉ OPINIÓN MERECE LOS PRECIOS DE LOS SERVICIOS DE HOSPEDAJE EN LA REGIÓN?	90
TABLA N° 26. DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿QUÉ OPINIÓN TIENE USTED DE LOS PRECIOS DE COMIDA EN LA REGIÓN?	91
TABLA N° 27. DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿QUÉ OPINIÓN TIENE USTED DE LOS PRECIOS DE LOS SERVICIOS DE TRANSPORTE EN LA REGIÓN?	92
TABLA N° 28. DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿LE GUSTARÍA QUE EXISTIERA EN EL MUNICIPIO VALDEZ UN COMPLEJO TURÍSTICO Y DE RECREACIÓN DESTINADO A SATISFACER LAS NECESIDADES DE RECREACIÓN Y ESPARCIMIENTO DE LOS HABITANTES DE LA REGIÓN Y EL PAÍS EN GENERAL?	93
TABLA N° 29. DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿CREE USTED QUE ES NECESARIA LA INSTALACIÓN DE UN COMPLEJO TURÍSTICO Y DE RECREACIÓN EN EL MUNICIPIO VALDEZ?	95

TABLA N° 30. DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿CONSIDERA USTED QUE LA INSTALACIÓN DE UN COMPLEJO TURÍSTICO CONTRIBUIRÁ AL DESARROLLO CULTURAL Y SOCIOECONÓMICO DEL MUNICIPIO VALDEZ?.....	96
TABLA N° 31. DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿CREE USTED QUE LAS EMPRESAS DEL SECTOR TURISMO QUE ACTÚAN EN LA REGIÓN LO HACEN RESPONSABLEMENTE SIN AFECTAR EL MEDIO AMBIENTE EN EL CUAL DESARROLLAN SUS ACTIVIDADES?	97
TABLA N° 32. DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL DE LA EDAD DE LAS PERSONAS ENCUESTADAS	98
TABLA N° 33. DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL DEL SEXO DE LAS PERSONAS ENCUESTADAS	99
TABLA N° 34. DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL DEL ESTADO CIVIL DE LAS PERSONAS ENCUESTADAS	100
TABLA N° 35. DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL DE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO FAMILIAR	101
TABLA N° 36. DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL DE LA OCUPACIÓN DE LAS PERSONAS ENCUESTADAS	102

INDICE DE GRAFICAS

GRÁFICA N° 1. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿SUELE REALIZAR VIAJES?.....	66
GRÁFICA N° 2. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿CON QUIÉN SUELE VIAJAR?.....	67
GRÁFICA N° 3. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿CON QUÉ FRECUENCIA SUELE REALIZAR DICHOS VIAJES?	68
GRÁFICA N° 4. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿CUÁL SUELE SER LA DURACIÓN DE SUS VIAJES?.....	69
GRÁFICA N° 5. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿CUÁLES SON LOS MOTIVOS QUE LE IMPULSAN A VIAJAR?	70
GRÁFICA N° 6. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿EN QUE TIPO DE TURISMO SE UBICA?.....	71
GRÁFICA N° 7. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿CÓMO ORGANIZA USTED SUS VIAJES?	72
GRÁFICA N° 8. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿CUÁL ES EL GASTO MEDIO DIARIO EN BOLÍVARES DURANTE SUS VIAJES?	73
GRÁFICA N° 9. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿EN QUÉ SUELE GASTAR MÁS DINERO?.....	74
GRÁFICA N° 10. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿QUÉ MEDIO DE TRANSPORTE SUELE UTILIZAR PARA SUS VIAJES?	75
GRÁFICA N° 11. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿QUÉ TIPO DE HOSPEDAJE UTILIZA?.....	76
GRÁFICA N° 12. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: EN CASO DE QUE USTED NO VIAJE, ¿CUÁLES SON LOS MOTIVOS?.....	77

GRÁFICA N° 13. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿CONOCE USTED DE LA EXISTENCIA DE COMPLEJOS TURÍSTICOS EN EL MUNICIPIO VALDEZ?.....	78
GRÁFICA N° 14. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿CONOCE USTED LAS BONDADES TURÍSTICAS Y DE RECREACIÓN DEL MUNICIPIO VALDEZ?.....	79
GRÁFICA N° 15. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿HA VISITADO USTED ALGÚN SITIO TURÍSTICO DEL MUNICIPIO VALDEZ? ..	80
GRÁFICA N° 16. DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: DE LOS SIGUIENTES SERVICIOS EN EL MUNICIPIO VALDEZ, ¿CUÁLES HA UTILIZADO?	81
GRÁFICA N° 17. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿ALGUNA VEZ HA UTILIZADO LOS SERVICIOS DE HOSPEDAJE, TURÍSTICOS Y RECREACIONALES OFERTADOS EN EL MUNICIPIO VALDEZ?	82
GRÁFICA N° 18. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: SEGÚN SU OPINIÓN, ¿CÓMO SE ENCUENTRAN LOS LUGARES DONDE SE DESARROLLAN ACTIVIDADES TURÍSTICAS EN EL MUNICIPIO VALDEZ?	83
GRÁFICA N° 19. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿QUÉ OPINIÓN MERECE LOS SERVICIOS BÁSICOS, DE HOSPEDAJES, TURÍSTICO Y RECREACIONALES EN EL MUNICIPIO VALDEZ?	84
GRÁFICA N° 20. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿LAS EMPRESAS Y/O PERSONAS DEDICADAS A OFERTAR SERVICIOS DE HOSPEDAJES, TURISMO Y RECREACIÓN EN EL MUNICIPIO VALDEZ PROMOCIONAN LAS BONDADES TURÍSTICAS DE LA REGIÓN?.....	85
GRÁFICA N° 21. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿CREE USTED QUE EL MUNICIPIO VALDEZ CUENTA CON LA DIVERSIDAD DE RECURSOS NATURALES PARA LLEVAR A CABO PLANES TURÍSTICOS Y RECREACIONALES?	86

GRÁFICA N° 23 DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿LOS DESTINOS TURÍSTICOS DEL MUNICIPIO VALDEZ CUMPLEN CON LOS REQUERIMIENTOS MÍNIMOS DE SEGURIDAD Y SANIDAD PARA SU EXPLOTACIÓN?.....	88
GRÁFICA N° 24. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: SEGÚN SU PERCEPCIÓN, ¿QUÉ LE HACE FALTA EN MATERIA DE TURISMO AL MUNICIPIO VALDEZ PARA LOGRAR NIVELES ACEPTABLES DE DESARROLLO EN EL SECTOR?.....	89
GRÁFICA N° 25. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿QUÉ OPINIÓN MERECE LOS PRECIOS DE LOS SERVICIOS DE HOSPEDAJE EN LA REGIÓN?	91
GRÁFICA N° 26. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿QUÉ OPINIÓN TIENE USTED DE LOS PRECIOS DE COMIDA EN LA REGIÓN? ...	92
GRÁFICA N° 27. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿QUÉ OPINIÓN TIENE USTED DE LOS PRECIOS DE LOS SERVICIOS DE TRANSPORTE EN LA REGIÓN?	93
GRÁFICA N° 28. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿LE GUSTARÍA QUE EXISTIERA EN EL MUNICIPIO VALDEZ UN COMPLEJO TURÍSTICO Y DE RECREACIÓN DESTINADO A SATISFACER LAS NECESIDADES DE RECREACIÓN Y ESPARCIMIENTO DE LOS HABITANTES DE LA REGIÓN Y EL PAÍS EN GENERAL?.....	94
GRÁFICA N° 29. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿CREE USTED QUE ES NECESARIA LA INSTALACIÓN DE UN COMPLEJO TURÍSTICO Y DE RECREACIÓN EN EL MUNICIPIO VALDEZ?	95
GRÁFICA N° 30. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿CONSIDERA USTED QUE LA INSTALACIÓN DE UN COMPLEJO TURÍSTICO CONTRIBUIRÁ AL DESARROLLO CULTURAL Y SOCIOECONÓMICO DEL MUNICIPIO VALDEZ?.....	96
GRÁFICA N° 31. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿CREE USTED QUE LAS EMPRESAS DEL SECTOR TURISMO QUE ACTÚAN EN LA REGIÓN LO HACEN RESPONSABLEMENTE SIN AFECTAR EL MEDIO AMBIENTE EN EL CUAL DESARROLLAN SUS ACTIVIDADES?.....	97

GRÁFICA N° 32. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LA EDAD DE LAS PERSONAS ENCUESTADAS	98
GRÁFICA N° 33. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DEL SEXO DE LAS PERSONAS ENCUESTADAS	99
GRÁFICA N° 34. DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL DEL ESTADO CIVIL DE LAS PERSONAS ENCUESTADAS	100
GRÁFICA N° 35. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO FAMILIAR	101
GRÁFICA N° 36. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LA OCUPACIÓN DE LAS PERSONAS ENCUESTADAS	102

INDICE DE CUADROS

CUADRO N° 1. FUENTES DE INFLUENCIA ECONÓMICA EN LA DEMANDA DE TURISMO	44
CUADRO N°2 . MATRIZ FODA.	107
CUADRO N° 4. SERVICIOS PRESTADOS POR “PUERTA AL CARIBE, C.A.”	125
CUADRO N° 5. PLAN DE INVERSIÓN DE “PUERTA AL CARIBE, C.A.” ...	132
CUADRO N° 6. INGRESOS POR SERVICIOS.....	133
CUADRO N° 7. DEPRECIACIÓN ANUAL ACUMULADA DE ACTIVOS.....	135
CUADRO N° 8. GASTOS DE PERSONAL. APORTES Y DEDUCCIONES.	136
CUADRO N° 9. COSTOS FIJOS.....	136
CUADRO N° 10. AMORTIZACIÓN DEL CAPITAL.....	137
CUADRO N° 11. COSTOS VARIABLES.....	138
CUADRO N° 12. FLUJO DE CAJA	138
CUADRO N° 13. ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO OPERATIVO	139
CUADRO N° 14. RENTABILIDAD DE LA INVERSIÓN.	139
CUADRO N° 15. PERÍODO DE RECUPERACIÓN	140
CUADRO N° 16. VALOR ACTUAL NETO (VAN)	140

INDICE DE FIGURAS

FIGURA N° 1. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE PUERTA AL CARIBE, C.A	117
FIGURA N° 2. LOGO PUERTA AL CARIBE, C.A	121



UNIVERSIDAD DE ORIENTE

NÚCLEO DE SUCRE
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN

PLAN DE NEGOCIO PARA LA INSTALACION DE UN COMPLEJO TURISTICO Y DE RECREACIÓN EN EL MUNICIPIO VALDEZ, ESTADO SUCRE.

Autores:

Br. Carrillo R. Alcides Eunodio

Br. Noguera P. María Laura

Br. Rodríguez M. Mayrim Emilia

Asesor: MSc. **Danny Delgado L.**

Fecha: 16 de julio de 2010

RESUMEN

El turismo comprende el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes a entornos diferentes al habitual. Por medio de este se pueden explotar los recursos disponibles en diferentes territorios con la finalidad de generar servicios relacionadas a la actividad y así sostener su economía. En este sentido, destaca el estado Sucre, el cual posee grandes atractivos naturales que atraen al turista hacia esta región y, que de ser desarrollados, pueden contribuir al desarrollo económico y social del mismo. La entidad sucrense es catalogada como uno de los principales sitios de interés en el territorio nacional e internacional a nivel turístico, por ello, la investigación se orientó a proponer la instalación de un complejo turístico en el Municipio Valdez. Este municipio en la actualidad no cuenta con infraestructura hotelera que pueda acoger a visitantes y responder a sus necesidades. Por consiguiente, la propuesta trae consigo el desarrollo local, generando fuentes de empleos tanto directos como indirectos, contribuyendo a mejorar la calidad de vida e incentivando la economía, además de ofrecerles a los turistas y visitantes un servicio de categoría para el disfrute de las bellezas naturales de este hermoso pueblo. Para el desarrollo de la propuesta se contempló un diseño de campo con nivel descriptivo, enmarcado dentro de la modalidad proyecto factible, utilizando las, entrevistas estructuradas y no estructuradas y la observación no participante como técnicas para la recolección de la información. Para obtener la información relevante para la estructuración del plan de negocio se aplicó un cuestionario a una muestra representativa (100 habitantes) de la población objeto de estudio, facilitando los elementos en que se fundamenta el plan de negocio para la instalación de un complejo turístico en el Municipio Valdez.

Palabras clave: Turismo, Complejo Turístico, Recreación, Municipio Valdez.

INTRODUCCIÓN

El turismo es definido como el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual por un período de tiempo, ya sea por motivos diversos, fines de ocio, por negocio u otros. Muchas son las definiciones que circulan referidas a la industria turismo, sin humo, del ocio, del bienestar, de la hospitalidad, de la confianza.

El turismo moderno tiene su origen en Europa, específicamente en la primera mitad del siglo XIX, incrementándose posteriormente en Norteamérica, cuando miembros de la aristocracia visitaban países extranjeros, al principio como un lujo que solo podía ser sustentado por esta clase social y, luego, con la incorporación de otros segmentos de la sociedad. Paulatinamente va alcanzando un desarrollo ascendente en lo que se refiere a cantidad de turistas, número de países receptores y emisores.

Merece la pena enfatizar en el aspecto humano de la actividad turística, de intercambio entre culturas y personas cuyo resultado figura en la asimilación de nuevas prácticas y hábitos en la conducta de las personas. Además, el creciente progreso tecnológico de la sociedad en los diversos órdenes, dígase mayor conocimiento de la conducta humana y sus móviles, hace que el turismo se convierta en una actividad esencialmente humana. El área de las telecomunicaciones y la informática, continúan impactando esta actividad. En este momento se pronostican para el 2010, 1000 millones de turistas, y para el 2020 unos 1600. En solo 20 años la cifra aumentará de 700 a 1600 millones y es necesario prepararse para enfrentar con éxito la creciente demanda.

Esta actividad, que sustenta la economía de muchos países, constituye una efectiva vía para aprovechar los recursos disponibles en cada territorio, con un sugerente futuro y que conlleva una filosofía nueva con respecto a las construcciones, los servicios y las actividades derivada en atención a los turistas. La misma debe garantizar su propio desarrollo, aportar recursos al estado para la generación de proyectos económicos y sociales, además de rescatar y mantener los atractivos naturales y el patrimonio histórico cultural.

Este último aspecto se hace imprescindible en las condiciones actuales, donde viven en peligro de extinción muchas especies animales, vegetales y por qué no decirlo, la propia especie humana. Es también preciso poner al mismo nivel todas las culturas de la humanidad, que como producto social son idénticas manifestaciones del quehacer humano en su paso por la historia.

La historia del desarrollo del turismo en el mundo demuestra su creciente diversificación y ampliación a diferentes sectores de la sociedad, lo que contribuyó a que adquiriera un carácter masivo y, por consiguiente, que fuera respondiendo a todas las preferencias de los diversos grupos, ya no selectos como ocurrió en los orígenes de esta actividad, convirtiéndose el turista en un ente activo que se desplaza con una predisposición psicológica y mental determinada, en contraposición a determinados enfoques que lo sitúan como un ente pasivo, que abandona su ambiente habitual en búsqueda de nuevas sensaciones, con posturas consumistas y superficiales.

Los cambios de comportamiento del turista actual como son su mayor espontaneidad, la necesidad de recibir tratamiento diferenciado, la necesidad de contacto con culturas nuevas y sus representantes, su nivel mayor de actividad, matizan las tendencias actuales en la práctica del turismo.

Dentro de esta múltiple orientación se encuentra el turismo de naturaleza. Este tipo de turismo está experimentando un acelerado crecimiento a escala mundial donde nuestro país ha establecido cambios profundos en la explotación de los segmentos de la demanda turística, con elecciones de nuevos destinos alejados del turismo tradicional que ha venido desarrollando hasta el momento. El turismo predominantemente es una mezcla de turismo naturalista, agroturismo y turismo cultural y en algunas áreas se practica el turismo conservacionista, resultando en la práctica factible para sustentar proyectos de desarrollo local por su aceptación entre los excursionistas y la amplitud de su práctica.

El turismo es un factor realmente importante para el desarrollo socioeconómico y cultural de un país por la diversidad de actividades favorables que traen bonanzas económicas: es un instrumento generador de divisas, al ser una actividad que canaliza una inversión para producir una expansión económica general; asimismo genera un mercado de empleos diversificado con una inversión relativamente baja en comparación con otros sectores de la economía; incide en una balanza de pago favorables y sobre todo desarrolla las actividades económicas locales.

El turismo es un medio de intercambio social ya que muestra efectivamente que la sociedad que desarrolla más actividad se capacita hacia la comprensión, para la adaptación de sus medios habituales, juzgándole de una manera positiva. En cuanto a la cultura, es realmente el radio dentro del campo de acción de la empresa turística. Cultura es el término que determina el imán que poseen las regiones para el turismo comprendiendo su geografía, historia, costumbres, tradiciones y artesanía. Generalizando, el turismo es la industria del futuro de todos aquellos países en vías de desarrollo que sepan aprovechar al máximo todos sus recursos.

El conjunto de empresas que conforman la industria turística responde a los múltiples servicios que deben prestarse a las personas en desplazamiento (turistas), es por esta razón que se hace necesario el estudio de cada una de ellas. La importancia que tienen las empresas prestatarias de servicios turísticos se debe a la diversidad de funciones que cumplen y a la interrelación entre ellas; ya que su operación debe ser en conjunto para responder a las necesidades del turista. Por ello, para el desarrollo del turismo se hace necesario contar con infraestructura y servicios que proporcionen a los usuarios comodidad y confort para su disfrute.

El presente trabajo de investigación tuvo como propósito proponer la implementación de un complejo turístico y de recreación con la finalidad de responder a las necesidades turísticas de la región y así dar respuesta a los objetivos planteados, considerando que en la actualidad el municipio Valdez no cuenta con infraestructura y servicios que permitan potenciar la actividad. Dado lo anterior, la presente investigación quedó estructurada de la siguiente manera:

CAPITULO I: en el que se describe el problema de investigación y sus generalidades, señalando aspectos como el planteamiento del problema, objetivos propuestos, la justificación de investigación, el nivel, tipo y diseño de investigación, así como las técnicas y procedimientos para la recolección, análisis, interpretación y presentación de la información.

CAPITULO II: donde se esbozan aspectos generales del turismo, destacando los antecedentes, definición, importancia, clasificación e impacto de la actividad, haciendo especial énfasis en las bondades turísticas del estado Sucre y, particularmente, del Municipio Valdez; describiendo todas las características que posee, como su historia, recursos naturales, clima, sitios turísticos y recreacionales de gran atractivo para el desarrollo de actividades turísticas.

CAPITULO III: en este capítulo se presenta el análisis de la situación actual del turismo en la región, y posteriormente, se presenta un análisis estratégico (FODA) que facilitaron la estructuración de la propuesta de negocio.

CAPITULO IV: contiene la propuesta de negocio para la instalación de un complejo turístico y de recreación en el Municipio Valdez, señalando aspectos como: exposición de motivos, consideraciones organizacionales, de mercadotecnia, financieras y contables.

Finalmente, se presentan las conclusiones y recomendaciones que se derivan de la investigación.

CAPITULO I

EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN Y SUS GENERALIDADES

Para Bunge (2001): “el término problema designa una dificultad que no puede resolverse automáticamente, sino que requiere una investigación conceptual o empírica. Por ello, un problema es el primer eslabón de la cadena problema - investigación - solución, donde se deben exponer los detalles que permiten visualizar de manera clara lo que acontece”.

En atención a lo anterior, la finalidad del presente capítulo es señalar los aspectos relacionados con el problema de investigación, así como los procesos metodológicos que se establecieron para alcanzar el propósito de la investigación, orientado al diseño de un plan de negocio para la instalación de un complejo turístico y de recreación.

1.1 Planteamiento del Problema

El Turismo es una actividad multisectorial que requiere la concurrencia de diversas áreas productivas como la agricultura, construcción, fabricación y de los sectores públicos y privados para proporcionar los bienes y servicios utilizados por los turistas. Esta actividad es un puente entre la falta de oportunidades de empleo y desarrollo y la generación de actividades productivas que agregan valor económico; representa una herramienta para frenar la pobreza facilitando la construcción del desarrollo y un complemento esencial en el mejoramiento de la calidad de vida.

Este sector, más que ningún otro sector económico, permite alcanzar el equilibrio entre objetivos económicos, sociales y medioambientales expresado en el concepto de turismo sostenible, ya que este se construye gracias a la existencia de unos atractivos naturales, culturales y de otro tipo, a condición de que estos se encuentren en buen estado para su explotación y disfrute.

Por otro lado, la oferta turística se basa en unos recursos e infraestructuras para atraer y prestar los correspondientes servicios a los turistas. Los recursos se fundamentan en los potenciales geográficos, histórico monumentales y culturales que posee un núcleo turístico como son sus playas, monumentos, paisajes, folklore, gastronomía, entre otros, y que tiene un poder de atracción y motivación hacia los turistas.

La infraestructura se basa en los elementos físicos que componen el mercado para poder atender las necesidades de los turistas como carreteras, alojamientos, restaurantes, transportes, instalaciones deportivas y recreativas, entre otros. En definitiva, la oferta se basa en unos productos o servicios que están sujetos a una calidad y un precio que deben competir en el mercado frente a otros productos y servicios con el objetivo final de conseguir una sólida demanda.

Cuando se habla de mercado en este ámbito turístico se hace necesario puntualizar que la estructura del mercado turístico viene a constituir aquella parte de la economía que estudia y analiza la realidad económica del turismo basada en un mercado donde confluyen la oferta de productos y servicios turísticos y la demanda que está interesada y motivada en consumir esos productos y servicios turísticos.

Al respecto, Furió (1996) destaca que: “el mercado turístico en el futuro se convertirá en uno de los más competitivos a nivel mundial, los países que tomen este negocio para dinamizar sus economías, fundamentalmente (países en desarrollo),

tendrán que invertir y reinvertir en aras de lograr cuotas de mercados que le permitan un desarrollo sostenible de la actividad para al menos no quedar a merced de la competencia y puedan combinar la dinámica de la actividad con políticas internas que le permitan contribuir al desarrollo de sus países.”

La demanda turística que se emite desde Venezuela hacia el exterior, lógicamente está influida por el curso de los resultados de las variables económicas independientes a toda acción de carácter directo. Se debe concretar el desarrollo, por parte de los agentes del desarrollo turístico, proyectos donde se manifiestan y actúan tanto las variables económicas sujetas a acciones inmediatas como las variables económicas independientes a toda acción.

Así se tiene, por ejemplo, que la decisión de invertir en la infraestructura de todo tipo, como en las instalaciones turísticas, estimulará y desarrollará la oferta turística. Por otro lado, la situación o el cuadro macroeconómico general del país facilitarán las acciones sobre la oferta. En este caso cabe mencionar específicamente, el fenómeno relativo a la inversión extranjera, que en sentido general, se encuentra muy condicionada a la situación económica real y perspectiva de cada país.

No obstante, el hombre tiene la capacidad de crear y modificar nuevos ambientes, así como urbanizar lugares que no han sido habitados. Este ambiente humano contiene valores sociales, culturales e históricos que deben ser protegidos, pero en sus efectos negativos se destacan cambios producidos por la construcción de instalaciones receptoras las que son dedicadas tanto para alojar turistas como para alojar a los trabajadores inmigrantes que arriban al área turística. Por tal motivo, existen ciudades que no tienen un nivel económico próspero, lo que ocasiona que no cuenten con la suficiente planificación e infraestructura necesaria.

No sólo es importante la infraestructura en el sector turístico, sino que también son necesarias la implantación de nuevas tecnologías, cambios en el comportamiento social, nuevas leyes ambientales, herramientas corporativas de gestión ambiental, mejor planificación y procedimientos de control del desarrollo, entre otras. Por ello, diferentes países en el mundo basan sus actividades de turismo en beneficio de la comunidad y su gente, donde se combina la gestión de los recursos naturales, la protección del medio ambiente y el ordenamiento territorial con la acción productiva de la sociedad, generadora de empleos, ingresos y nuevos procedimientos, formas y técnicas de vida y de trabajo en las zonas rurales y urbanas.

La Fundación Ciencia y Arte (1999) señala que: “el turismo representa una actividad económica, ambiental y cultural que combate de frente el flagelo de la pobreza, de la exclusión social y del éxodo que arranca al habitante de una localidad de sus tradiciones y, por qué no, de superar sus limitaciones junto a su gente, en este sentido, contribuye a motorizar un desarrollo, nacional y local, integral y sostenible.

Sin duda alguna, las ventajas del mercado turístico hacen al país un competidor potencial dentro y fuera del área y lo pone en una situación muy favorable para el desarrollo de la actividad turística, permitiendo que la misma marque pautas en el desarrollo del mismo.

Marchena (1990) acota que: “se trata, sin dudas, de promover un turismo donde prevalezca un acercamiento directo a las comunidades locales con la finalidad de desarrollarlo a través de la participación de los integrantes de la sociedad local donde pueda dar a conocer sus costumbres, tradiciones, folklore. Ciertamente, en materia de turismo, bien podría ser considerada un destino conjunto, donde al producto de sol y playa se adicionan disímiles valores asociados que son altamente apreciados por los visitantes. (p.34)

Para que el modelo de desarrollo turístico pueda considerarse sostenible debe promover la prosperidad económica, preservar las condiciones ambientales, sociales de los pueblos y territorios receptores, contribuyendo así a generalizar la cultura de colaboración en un proyecto turístico que sea equitativo para todas las partes y sectores implicados.

Según el Centro de Documentación y Archivo de la Universidad Simón Bolívar (CENDA), se tiene que: “en Venezuela se ha visto al turismo internacional como fuente valiosa de intercambios extranjeros para aliviar los problemas de la balanza de pagos. Sin embargo, debido a su condición de importante productor y exportador de petróleo a nivel mundial, el turismo no ha tenido gran relevancia como herramienta de desarrollo socio económico, sin embargo, ha sido considerado en los diferentes Planes de la Nación como una Prioridad, lo cual no ha estado acompañado por la definición de una visión, estrategias, programas y planes de acción para el desarrollo de una actividad turística sostenible. En consecuencia, la actividad turística en Venezuela no ha alcanzado las expectativas que se tenían, pero se ha acumulado una experiencia valiosa, asimismo, el país mantiene su potencial turístico por la riqueza de los recursos naturales, culturales y humanos que posee.”

Lo anterior deja entrever que, es preciso que Venezuela aproveche sus bellezas naturales, la diversidad geográfica de la que dispone de forma de brindar la plataforma para el desarrollo del turismo de aventura, el turismo rural, el turismo ecológico, el agroturismo, el turismo científico. Los beneficios de estas formas de turismo son conocidos; en un país como Venezuela, afectado por altas tasas de desempleo y de pobreza, crearía más empleo y con mejor remuneración, porque el turismo requiere de recursos humanos especializados.

El turismo puede llegar a convertirse en un sector económico de importancia para Venezuela que, unido al petróleo, proporcionaría mejor calidad de vida a la

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

El Estado Sucre no es ajeno a la realidad venezolana, la falta de políticas y estrategias adecuadas han colocado a este sector estratégico para el desarrollo económico de la región al margen de los planes de desarrollo local y regional, a pesar de ser un estado con un inmenso potencial turístico, inmerso en un área privilegiada que comprende toda una riqueza natural, histórica y cultural que lo hace ser destino turístico a nivel nacional e internacional, debido a la gran diversidad de atractivos tales como: playas, montañas, ríos, parques nacionales, productos, amplio reservorio de flora y fauna, y una riqueza cultural e histórica que lo coloca en un sitio digno para catalogarlo como uno de los principales sitios de interés en el territorio nacional a nivel turístico.

Sucre, también llamada “Tierra de Gracia” por Colón, por sus aguas cristalinas y el verdor de su flora, fue el punto de partida del descubrimiento de Venezuela y del resto del continente americano. Está constituido por los municipios Sucre, Cumaná, Cruz Salmerón Acosta, Araya, Mejía, San Antonio del Golfo, Montes, Cumanacoa, Cajigal, Yaguaraparo, Bolívar, Mariguitar, Andrés Eloy Blanco, Casanay, Ribero, Cariaco, Andrés Mata, San José de Areocuar, Bermúdez, Carúpano, Libertador, Tunapuy, Arismendi, Río Caribe, Mariño, Irapa, Benítez, El Pilar, Valdez y Güiría.

El Estado Sucre posee una gran diversidad cultural, gracias a su capital, la cual fue la primera ciudad en fundarse en el continente americano, y todavía conserva fortines, conventos, castillos e iglesias, entre otros, que cuentan a los turistas toda la historia de este hermoso estado. Sobre ello, La Dirección de Turismo del Estado

Sucre señala que: “el estado cuenta con condiciones excepcionales para el desarrollo de la actividad turística: más de 720 kilómetros de costas con playas y parajes paradisíacos, aptas para el desarrollo del ecoturismo y el turismo de aventura, zonas de fuertes vientos en Araya y en el Golfo de Cariaco para el desarrollo del Velerismo, el más importante inventario de aguas termales del país para el desarrollo del turismo de salud, extraordinarias condiciones en Mochima, Los Testigos y la Costa de Paria para el desarrollo del Submarinismo y, en general, grandes posibilidades para la recreación y el solaz de los vacacionistas.

Dentro de esta diversidad de bondades turísticas dentro del estado Sucre se encuentra el Municipio Valdez, y particularmente, Macuro, pueblo localizado a pocos kilómetros de la Boca del Dragón; extensión marina de 11 kilómetros de ancho que separa a Venezuela de la isla de Trinidad. Se encuentra sobre una ensenada al lado sur-oeste de la Península de Paria, estado Sucre.

La actividad económica de sus habitantes es la pesca, además de la escasez de fuentes de trabajo siempre ha hecho que tenga una población desproporcionadamente escasa, en términos relativos, de hombres de edad media, pues muchos se marchan a otros destinos en busca de mejores condiciones de vida.

A nivel turístico, Macuro, con una precaria, pero existente conexión terrestre con el resto del país, ha comenzado a ver en sus bellezas naturales cierto potencial turístico que podría ser aprovechado, donde estos parajes y su gente amable invitan al turismo de descanso y esparcimiento que proporciona al visitante un breve momento de relajación, y al mismo tiempo disfrutar de los maravillosos paisajes que conforman los alrededores de Macuro y del legado histórico que se cierne entorno a la región, por ser el único sitio en donde una de las expediciones de Cristóbal Colón piso el propio continente Americano, permaneciendo varias días en la zona con los habitantes indígenas de la región.

Dada la riqueza histórica y cultural de Macuro, y el municipio Valdez en general, aunado a los parajes y la diversidad de flora y fauna de la región, se convierte en zona propicia para el desarrollo del turismo, proporcionando un medio de intercambio social con la finalidad de que sus habitantes interactúen con su entorno, incentivando el intercambio económico y cultural que redunde de manera positiva en la calidad de vida de los habitantes de la zona a través de la generación de nuevos empleos directos e indirectos y potenciando los proveedores locales, lo que sin duda alguna redundará en beneficios socioeconómicos para el Municipio Valdez y poblados como Macuro y todas las comunidades aledañas a éste.

Es importante destacar la inexistencia de hoteles o posadas para acoger a los turistas en el Municipio Valdez, en particular en Macuro, pues, lo que se halla es una que otra casa de familia en donde el visitante puede rentar una habitación con comida por unos días. También, hay algunos sitios donde poder comer algo, o comprar algo para llevar o preparar. No se puede hablar aún de Macuro como un centro vacacional, sino más bien como un exótico e increíblemente bello paraje apto para los que gustan de la aventura, pero es evidente la escasa infraestructura para acoger a temporadistas y turistas en general.

A pesar de lo anterior, se dispone de las potencialidades para el desarrollo de un complejo turístico que sirva como vía de desarrollo local del Municipio Valdez, y del estado Sucre en general, con la finalidad de que esta zona despierte del letargo en el que se encuentra sumergido, una zona subdesarrollada y con pocas posibilidades de crecimiento económico.

En contra posición a lo anterior, es relevante apuntar que las perspectivas que subyacen en el proyecto de explotación industrial del gas denominado Complejo Industrial Gran Mariscal de Ayacucho (CIGMA). “El CIGMA será el Complejo Industrial Gasífero más importante de América Latina e irá de la mano con el

desarrollo integral de la región oriental, y será el puesto de mando para el impulso de zonas como Güiría y Macuro, que se convertirán en nuevas ciudades prósperas, pujantes y sin cordones de miseria”. (petroleumworld.com)

“El Complejo Industrial Gran Mariscal de Ayacucho albergará plantas de licuefacción, industrialización y petroquímica y facilitará el procesamiento de los crudos de la Faja Petrolífera del Orinoco. “La inversión total será de 13.000 millones de dólares, de los cuales 2.300 millones de dólares se destinarán a los proyectos sociales para el estado Sucre. Se espera la creación de más 5 mil empleos directos que beneficiarán sustancialmente a los habitantes del estado Sucre, que funcionará como centro de acopio y acondicionamiento para la producción de gas natural de la región nororiental del país, porque a través del mismo se puede cambiar la historia económica de este pueblo, y convertirla en polo atractivo de desarrollo.” (petroleumworld.com).

Sin duda alguna, las potencialidades propias de la región aunado a las mejoras de infraestructuras, plan de viviendas, saneamiento ambiental y aporte al crecimiento turístico en la entidad, además de incrementar las oportunidades de empleo a través de cooperativas en el área agrícola, pesquera, siembra de cacao y su procesamiento derivado del proyecto CIGMA, crean el ambiente propicio para el desarrollo de negocios como el que se cierne en torno a la propuesta de la presente investigación, la cual tiene como objetivo diseñar un plan de negocios para consolidar un complejo turístico en el Municipio Valdez, estado Sucre que sirva de aplacamiento económico y desarrollo cultural y social de la localidad y la región sucrense.

Se espera que la propuesta de negocios objeto de esta investigación permita iniciar con pasos firmes el camino que debe ser transitado para lograr que el turismo se convierta en fuente importante para el desarrollo económico y la promoción de las

bondades de la región; contribuyendo a la generación de empleo e incentivando el intercambio económico de localidades y el estado en general.

Por lo tanto, en aras de responder al propósito de la investigación surgieron las siguientes interrogantes:

- ¿Cuál debe ser el plan de negocios para la instalación de un Complejo Turístico en el Municipio Valdez, Estado Sucre?
- ¿Cuál es la situación actual del sector turismo en el Municipio Valdez, Estado Sucre?
- ¿Cuáles son las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de las empresas turísticas en el Estado Sucre?
- ¿Cuáles son los recursos que se pueden aprovechar para el desarrollo del turismo en el Municipio Valdez, estado Sucre?
- ¿Qué forma de organización caracterizará al complejo turístico propuesto a ser instalado en el Municipio Valdez?
- ¿Qué servicios ofertará el complejo turístico propuesto?
- ¿Cuál será el mercado para los servicios del complejo turístico?
- ¿Qué estrategias serán necesarias para promocionar la empresa propuesta?
- ¿Qué precios tendrán los servicios del complejo turístico propuesto?

- ¿Cuál es la factibilidad financiera de la propuesta de empresa turística?
- ¿Cuáles son las consideraciones contables a tener presentes para la correcta administración de los recursos del Complejo Turístico propuesto?
- ¿Qué acciones de responsabilidad social y ambiental serán proyectadas para la empresa turística propuesta?

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo General

- Diseñar un Plan de Negocio para la instalación de un Complejo Turístico y de Recreación en el Municipio Valdez, Estado Sucre.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Analizar la situación actual del sector turismo en el Municipio Valdez, estado Sucre.
- Realizar un diagnóstico estratégico del sector turístico en el Municipio Valdez en particular, y en el estado Sucre en general.
- Describir las bondades turísticas del Municipio Valdez.

- Describir la forma de organización del complejo turístico propuesto para el Municipio Valdez, Estado Sucre.
- Diseñar los servicios que ofertará el complejo turístico a ser ubicado en el Municipio Valdez, Estado Sucre.
- Señalar el mercado para los servicios del complejo turístico.
- Definir estrategias promocionales para el complejo turístico propuesto.
- Establecer el precio de los servicios del complejo turístico a ubicarse en el Municipio Valdez, Estado Sucre.
- Determinar la factibilidad financiera del complejo turístico propuesto.
- Describir las consideraciones contables que debe tener presente el complejo turístico propuesto para su correcto funcionamiento administrativo.
- Establecer acciones de responsabilidad social y ambiental para el complejo turístico.

1.3. Justificación de la Investigación

El turismo en el estado Sucre no ha sido impulsado de manera viable para lograr el desarrollo económico de este sector que traiga consigo la generación de fuentes de empleos. Esta situación se debe en gran medida a la falta de motivación necesaria para trabajar en un ambiente armónico, desarrollando servicios turísticos que permitan al hombre entrar en contacto con la naturaleza, con la finalidad de

alcanzar el crecimiento del sector turístico de la región y convertirlo en una de las principales fuentes económicas y de ingreso para el desarrollo sustentable.

En este sentido, la actividad turística se practica en diversas regiones de Venezuela, porque ofrecen bellezas naturales como grandes potencialidades para desarrollar la actividad, este aspecto no es ajeno al Municipio Valdez, zona privilegiada del estado Sucre que dispone de bondades turísticas, naturales, culturales e históricas que permitan catalogar como región estratégica para incentivar servicios turísticos. No obstante, la falta de vialidad, servicios básicos e infraestructura hotelera adecuada para acoger a sus visitantes impiden explotar sus recursos naturales.

Por lo tanto, el presente trabajo de investigación se orientó a proponer el desarrollo de un complejo turístico y recreacional en esta localidad como base fundamental para lograr avances significativos en el turismo, ayudando a esta comunidad a mejorar su calidad de vida mediante la diversificación de nuevas actividades que junto a la principal actividad económica, como lo es la pesca, faciliten el desarrollo de habitantes y comunidad.

Este complejo favorecerá a los habitantes del Municipio Valdez, en particular Macuro, ya que generará fuentes de empleos; principal problema de la zona el cual obliga a los residentes a migrar a otras regiones del Estado y el país en busca de oportunidades de trabajo, lo que trae como consecuencia una baja densidad poblacional.

En el mismo orden de ideas, con la instalación de este complejo turístico y recreacional en el municipio Valdez, se proyecta el rescate de valores y costumbres que fortalecerán la cultura y tradiciones de la región. Se espera que este proyecto ofrezca la oportunidad de brindar a los usuarios un servicio de calidad para que disfrute de las bellezas naturales, además de conocer las bondades de esta tierra y la

calidez de su gente. Todos estos señalamientos justifican el desarrollo de la presente investigación, la cual se orienta a la propuesta de un plan de negocios para instalar un complejo turístico y de recreación en el Municipio Valdez.

1.4. Marco Metodológico

Para Balestrini (2002), el marco metodológico es la instancia referida a los métodos, las diversas reglas, registros, técnicas y protocolos con los cuales una teoría y su método calculan las magnitudes de lo real y el fin esencial es el de situar en el lenguaje de la investigación, los métodos e instrumentos que se emplearán en la investigación planteada, desde la ubicación acerca del tipo de estudio y el diseño de la investigación; su universo o población, su muestra, los instrumentos” y para objeto de este estudio las técnicas de recolección de datos.

En este contexto se describe el tipo de investigación, el diseño de investigación, la población y muestra, el instrumento de recolección de datos, la técnica de análisis y el procedimiento para llevar a cabo el estudio por medio de los objetivos debidamente planteados.

1.4.1 Diseño de Investigación

Con el tipo de investigación, el investigador busca señalar el nivel de profundidad con que quiere abordar el objeto de estudio.

La investigación se ubica en un estudio proyectivo, dentro de la modalidad proyecto factible; esto debido a que se busca la implementación de un complejo turístico y de recreación en la localidad de Macuro, Municipio Valdéz, con la

finalidad de insertar el sector turismo en la región. Por tal motivo, este proyecto busco evaluar la factibilidad de la propuesta desde la perspectiva técnica operativa y económico financiera.

El Proyecto Factible consiste en la investigación, elaboración y desarrollo de una propuesta de un modelo operativo viable, el cual será propuesto para solucionar problemas o cubrir necesidades de diferentes organizaciones o grupos sociales. En este sentido, Arias, (2006) señala que: “el proyecto factible se trata de una propuesta de acción para resolver un problema practico o satisfacer una necesidad. Es indispensable que dicha propuesta se acompañe de una investigación, que demuestre su factibilidad o posibilidad de realización. (p. 134).”

1.4.2 Nivel de la Investigación

Según Tamayo (2010), la investigación descriptiva comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, composición o procesos de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes, o sobre una persona, grupo o cosa, se conduce o funciona en el presente.

La investigación fue descriptiva porque se analizó el sector turismo en el Municipio Valdez desde las perspectivas cualitativa y cuantitativas con la finalidad de describir la realidad de la actividad turística en la zona, información que facilito la estructuración del plan de negocio propuesto objeto de la presente investigación.

1.4.3 Fuentes de Información

Para efectuar la investigación se utilizaron las siguientes fuentes de información:

- **Fuentes Primarias:** entrevistas con el personal directivo de la Dirección de Turismo del estado Sucre, así como también a los habitantes del Municipio Valdez, ya que son ellos los verdaderos involucrados en el desarrollo de su región.
- **Fuentes Secundarias:** a través de una revisión rigurosa y exhaustiva de todos aquellos documentos relacionados con el área de estudio. Estos documentos estuvieron constituidos principalmente por libros y archivos de la Dirección de Turismo del estado Sucre y otros materiales documentales como trabajos de grado, revistas especializadas, textos, páginas Web, entre otros.

Para obtener la información necesaria con la cual se realizó la investigación, se utilizaron fuentes de investigación primaria y secundaria; la entrevista y la consulta bibliográfica. En lo que respecta a las entrevistas estas fueron del tipo no estructurada y estructurada.

La primera, permitió recabar información acerca de la situación actual del turismo en la región, a través del contacto directo con los funcionarios de las instituciones estadales.

La segunda, se hizo para obtener información de interés al momento de realizar el diagnóstico que permitió identificar y analizar cuáles fueron los factores importantes para la instalación de un complejo turístico.

1.4.4 Población y Muestra

La población y muestra para el desarrollo de la investigación se constituyó de la siguiente forma:

- **Población:**

La población está conformada por todas las personas, objetos y cosas que tengan características comunes y definidas y que sirvan de base para plantear el problema.

Balestrini (2004) señala:

La población o universo puede estar referido a cualquier conjunto de elementos de los cuales pretendemos indagar y conocer sus características, o una de ellas, y para el cual serán válidas las conclusiones obtenidas en la investigación. Es el conjunto finito o infinito de personas, casos o elementos que presentan características comunes (p. 122).

Por tal motivo, la población de esta investigación estuvo conformada por 39.060 habitantes con que cuenta el Municipio Valdez, según el último censo del Instituto Nacional de Estadística (INE).

- **Muestra:**

Según Morles (1994), la muestra es un "subconjunto representativo de un universo o población." (p. 54)

Para efectos de la investigación, la muestra se definió utilizando como técnica el muestreo intencional, el cual expresa que el encargado de seleccionar la muestra que sea representativa, debe tener conocimiento de la población de estudio y se ve influenciado por las preferencias o tendencias de quien guía el estudio. Esta es una técnica no estadística que permite seleccionar un tamaño de muestra según preferencias e intenciones del investigador.

El muestreo intencional es un procedimiento que permite seleccionar los casos característicos de la población limitando la muestra a estos casos. Se utiliza en situaciones en las que la población es muy variable.

En relación a lo anterior, para elegir la muestra se escogieron 100 personas pertenecientes al Municipio Valdez, quienes están en conocimiento de la actividad turística de la región, destacando entre ellos habitantes de la zona, autoridades municipales, entre otros.

1.4.5 Técnicas e Instrumentos para la Recolección de Información

Según Arias (1999): “las técnicas de recolección de datos son las distintas formas o maneras de obtener la información. Son ejemplos de técnicas; la observación directa, la encuesta en sus dos modalidades (entrevista o cuestionario), el análisis documental, análisis de contenido, etc.” Igualmente, señala que: “Los instrumentos son los medios materiales que se emplean para recoger y almacenar la

información. Ejemplo: fichas, formatos de cuestionario, guías, lista de cotejo, grabadores, escalas de actitudes u opinión (tipo likert), etc.”

Para obtener información y como punto de partida de esta investigación se utilizaron las siguientes técnicas:

- **Entrevistas no estructuradas:** las entrevistas a los directivos de la Dirección de Turismo del Estado Sucre y FONDOTURISMO Sucre, permitieron recabar información acerca de los contenidos prácticos existentes en torno al tema tratado, a través del contacto directo con los involucrados en el sector turismo del estado Sucre.
- **Entrevistas estructuradas:** las entrevistas estructuradas se realizaron a través de una encuesta que facilitó obtener información relacionada con la situación actual del turismo y la recreación en el Municipio Valdez, obteniéndose elementos de juicio para establecer los parámetros que permitieron diseñar el plan de negocios para la instalación de un complejo turístico y de recreación. Con respecto a esta técnica, se abordó al entrevistado con preguntas abiertas, cerradas y diálogo directo, espontáneo y confidencial, para de forma directa recabar la información requerida sobre la situación planteada.

Con referencia a lo anterior, Balestrini (2002), se refiere a la encuesta como “un medio de comunicación escrito y básico, entre el encuestador y el encuestado, facilita traducir los objetivos y las variables de la investigación a través de una serie de preguntas muy particulares, previamente preparadas de forma cuidadosa, susceptibles de analizarse en relación con el problema en estudio”.

Además, también se refiere a la entrevista como “un proceso de comunicación verbal recíproca, con el fin último de recoger informaciones a partir de una finalidad previamente establecida”.

- Observación: se utilizó la observación no participante para conocer aspectos relacionados con la implantación de complejos turísticos en la región, así como también, para identificar los diferentes atractivos y parajes turísticos que caracterizan al Estado; información que fue de utilidad para el diseño del plan de negocios en lo que se refiere a la propuesta de la mezcla de mercadeo.
- De igual manera, se hizo uso de la observación documental mediante la identificación de textos y contenidos relacionados con el tema objeto de estudio, con la finalidad de iniciar la búsqueda y observación de los eventos que son de interés para la investigación.
- Al respecto, comenta Balestrini (2002), que: “a partir de la observación documental y como punto de partida en el análisis de las fuentes documentales, mediante una lectura general de los textos, se iniciará la búsqueda y observación de los hechos presentes en los materiales escritos consultados que son de interés para la investigación”.
- Técnicas de fichaje: para recabar información acerca de los contenidos teóricos existentes en torno al tema tratado se utilizó la técnica del fichaje a través de la elaboración de los tipos de fichas que se mencionan a continuación:

- **Bibliográfica:** con el propósito de realizar una clasificación de todos los documentos relacionados con el tema objeto de estudio.
- **De trabajo:** con la finalidad de recolectar textualmente las ideas o comentarios de autores reflejados en libros, obras publicadas y todo tipo de documentación referida a la investigación.
- **De resumen:** con el objeto de sintetizar aspectos básicos provenientes de textos u otros escritos originales.
- **Técnica del subrayado:** para localizar los puntos principales o relevantes de la investigación.
- **Técnicas de análisis de contenido:** con el fin de explorar ideas, criterios, enunciados particulares, y valorar su vinculación con la problemática planteada en esta investigación.

1.4.6 Técnicas de Análisis e Interpretación de Resultados

Para el análisis y presentación de los resultados se utilizó la estadística descriptiva, una parte de la estadística que se encarga de analizar y representar datos. En tal sentido, se analizó la información mediante tablas, gráficos y tendencias que revelaron los elementos de juicio necesarios para el análisis y observaciones que proporcionaron respuestas en función de los objetivos planteados, específicamente con los aspectos generales que se necesitaban para el diseño de un plan de negocios para la instalación de un complejo turístico y de recreación en el Municipio Valdez, estado Sucre.

Una vez analizada y presentada la información, esta sirvió de base para proponer las partes que permitieron la estructuración del plan de negocios para el complejo turístico propuesto. Se destaca que previo el análisis de la información, el instrumento diseñado para la recolección de datos de la población objeto de estudio fue sometido a la validación por parte de expertos, corrigiendo previo a la aplicación los problemas propios derivados del diseño del cuestionario.

CAPÍTULO II

ASPECTOS GENERALES DEL TURISMO

2.1 Antecedentes del Turismo

El turismo propiamente dicho, nace en el siglo XIX, como una consecuencia de la Revolución industrial, con desplazamientos cuya intención principal fue el ocio, descanso, cultura, salud, negocios o relaciones familiares. Estos movimientos se diferenciaron de otros tipos de viajes motivados por guerras, movimientos migratorios, conquista, comercio, entre otros.

En la Grecia clásica se daba gran importancia al ocio, y el tiempo libre lo dedicaban a la cultura, diversiones, religión y deporte. Los desplazamientos más destacados eran los que realizaban con motivo de asistir a los Juegos Olímpicos de la Edad Antigua, acudiendo miles de personas y donde se mezclaba religión y deporte.

Durante el Imperio romano, las personas frecuentaban aguas termales, eran asiduos de grandes espectáculos como los teatros, y realizaban desplazamientos habituales hacia la costa. Estos viajes de placer fueron posibles debido a tres factores fundamentales: la paz romana, el desarrollo de importantes vías de comunicación y la prosperidad económica que posibilitó a ciudadanos con medios económicos y tiempo libre realizar actividades con fines turísticas.

En la Edad Media hay en un primer momento un retroceso debido a la mayor conflictividad y recesión económica consiguiente. En esta época surge un tipo de viaje nuevo, las peregrinaciones religiosas. Éstas ya habían existido en la época antigua y clásica pero tanto el Cristianismo como el Islam las extenderían a mayor

número de creyentes y los desplazamientos serían mayores. Son famosas las expediciones desde Venecia a Tierra Santa y las peregrinaciones por el Camino de Santiago.

Es en este momento cuando aparecen los primeros alojamientos con el nombre de hotel (palabra francesa que designaba a los palacios urbanos). Como las grandes personalidades viajaban acompañadas de su séquito (cada vez más numeroso) se hacía imposible alojar a todos en palacio, por lo que se crearon estas construcciones. Ésta es también la época de las grandes expediciones marítimas de españoles, británicos y portugueses que despiertan la curiosidad y el interés por viajar.

A finales del siglo XVI surge la costumbre de enviar a los jóvenes aristócratas ingleses a hacer el gran-tour al finalizar sus estudios con el fin de complementar su formación y adquirir ciertas experiencias. Era un viaje de larga duración (entre 3 y 5 años) que se hacía por distintos países europeos, y de ahí proceden las palabras: turismo, turista, entre otros.

Con la Revolución Industrial se consolida la burguesía que volverá a disponer de recursos económicos y tiempo libre para viajar. El invento de la máquina de vapor supone una reducción espectacular en los transportes. Las líneas férreas se extienden con gran rapidez por toda Europa y Norteamérica. También el uso del vapor en la navegación reduce el tiempo de los desplazamientos.

Comienza a surgir el turismo de montaña o salud; se construyen famosos sanatorios y clínicas privadas europeas, muchos de ellos llegan a nuestros días como pequeños hoteles con encanto. Con el correr de los años se produce una internacionalización muy marcada de las grandes empresas hoteleras y de los tour operadores, que buscan nuevas formas de utilización del tiempo libre (parques

temáticos, deporte, riesgo, salud, entre otros), y aplican técnicas de marketing, pues el turista cada vez tiene mayor experiencia y busca nuevos productos y destinos turísticos, lo que crea una fuerte competencia entre ellos. La multimedia y las comunicaciones transforman el sector, modificando el diseño de los productos, la prestación del servicio, la comercialización del mismo de una manera más fluida.

En Venezuela, el desarrollo del turismo comenzó con la explotación de recursos mineros e hidrocarburos como el petróleo, lo cual incentivó los medios de transporte y comunicación tanto nacionales como internacionales, lo que obligo al gobierno a implementar una serie de normativas legales e institucionales relacionadas en el área del turismo, con el fin de impulsar el sector y al mismo tiempo proteger el medio ambiente.

2.2 Turismo

Diferentes científicos a lo largo de todos estos años han tratado de definir al turismo, cada uno desde su experiencia y puntos de vista. Así se puede señalar según Lickorish y Jenkins (2002) que:

- El turismo implica desplazamiento de un lugar habitual de residencia a otro distinto que no lo es.
- El turismo se manifiesta como inclinación del sujeto, a veces de carácter vacacional, o simplemente de carácter cultural, recreativo, etc.
- El turismo proporciona en la mayoría de las ocasiones una satisfacción, puesto que el fin básico es la recreación (p.76).

Al respecto, Requena K. y Muñoz J. (2006) indican que: “el Turismo es el conjunto de las relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar habitual de residencia, en tanto que dichos

desplazamientos y permanencia no estén motivados por una actividad lucrativa principal permanente o temporal.

En esta definición, se destacan varios puntos de singular interés e importancia:

- El turismo resulta ser un conjunto de relaciones y fenómenos.
- Se exige el desplazamiento de su residencia habitual.
- No puede darse en el desplazamiento la existencia de una actividad lucrativa principal con carácter permanentemente o temporal.

Por lo tanto, el turismo es fundamentalmente, un conjunto de técnicas basadas en principios científicos que tienen como finalidad prestar una serie de servicios a la persona que dedica su tiempo libre a viajar convirtiéndose en turista o en excursionista.

En la carta de la Organización de Naciones Unidas (ONU), es considerado como uno de los inalienables derechos del hombre. Como reafirmación, en 1963, la conferencia de la ONU sobre turismo, en Roma, reiteró este derecho cuando se afirmó que "toda persona tiene derecho a la libertad de ir y venir.

El interés radica en acotar la definición del turismo desde el punto de vista económico. Sin embargo, difícilmente se puede dudar de la caracterización económica que tiene la actividad turística, por lo que siempre se puede llegar a una conceptualización dentro del marco económico que logre perfilar a esta actividad pues se quiera o no, desde el momento en que resulta un servicio pagado y absorbe una parte de la renta, el turismo es esencialmente un hecho económico y social.

Siendo así, se hace necesario caracterizar al turismo desde una óptica económica, atendiendo a los siguientes aspectos:

- Existe el pago de un servicio, es decir, la compra de algo debe satisfacer un precio.
- Se produce el gasto de una parte de la renta disponible.

Desde este punto de vista, está presente el elemento económico por excelencia que es la renta y paralelamente el planteamiento de un conjunto de aspectos que resaltan el rigor económico al problema o fenómeno (niveles, distribución, tasas de crecimiento). En tal sentido, el turismo es un hecho económico por los efectos que genera y los factores económicos que en él influyen.

En cada una de las diferentes definiciones de los autores que han tratado al turismo desde su vertiente económica ha estado presente solamente, la óptica del sujeto, es decir, la acción de desplazamiento y de consumo. Sin embargo, existen otros elementos relacionados con los servicios ofrecidos muy complejos de ser definidos y delimitados.

El turismo está condicionado por una serie de elementos con relación al plano económico, constituyendo los siguientes según Schlüter (2001):

- Desplazamiento del lugar de residencia habitual.
- Gasto de renta anteriormente obtenida.
- Consumo de bienes y servicios.
- Generación de riquezas.
- Exigencia de ciertas inversiones previas.

Dentro de la consideración económica del turismo definida anteriormente, resulta necesario conocer la verdadera naturaleza que posee el mismo pues al puntualizarlo como una actividad económica y social, esta expresión recoge prácticamente todos los elementos definatorios que se han analizado. Al respecto, Szusterman (2001) comenta que:

- La inclinación es un acto humano.
- La recreación es una actividad que desarrollan los individuos, separados o colectivamente.
- Los desplazamientos son actos que suponen gastos de bienes.
- El consumo de la renta, igualmente, puede concebirse como una actividad más.
- La generación de riqueza a través del proceso productivo es una clara y tipificada actividad económica.

Todo ello lleva a entender el carácter o naturaleza que tiene el turismo como una actividad económica integradora de infinidad de ramas o sectores económicos que directa o indirectamente se ven influidas por los procesos evolutivos del turismo.

Al respecto, la Secretaría de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo realizó la siguiente formulación: “ No puede elaborarse un concepto formal del "sector turismo", pero sí puede concebirse éste, en líneas generales, como el conjunto de las actividades industriales y comerciales que producen bienes y servicios consumidos total o parcialmente por visitantes extranjeros o por turistas nacionales.”

Sin duda, la sociedad y el mundo entero está viviendo una nueva época en la que el Turismo se hace imprescindible. Y así, en todas sus formas de expresión, extranjero o nacional; de estación invernal o de playa; de deporte o cultural; se percibe un fuerte crecimiento, difícil de frenar, porque razones muy claras y obvias de

concretar y descubrir están empujando cada año, con más fuerza a las poblaciones a hacer turismo.

2.3 Turista

De acuerdo a Luque Y (2010), el turista es: “Toda persona sin distinción de raza, sexo, lengua y religión que entre en un lugar distinto de aquel donde tiene fijada su residencia habitual y que permanezca en el más de 24 horas y menos de 6 meses con fines de turismo y sin propósito de inmigración.”

Dentro de las clases de turista destacan los siguientes:

- **Clase Privilegiada:** son las personas que por situación política o social disponen de sobrados medios para viajar por el extranjero y dentro del ámbito Nacional, siendo precisamente los pioneros del turismo.

Esta clase de turista se caracteriza por:

- Elevado gasto por día. Estancias o permanencias prolongadas.
 - Utilización de los servicios guías, intérpretes, etc.
 - Utilización de los medios de transporte más rápidos.
 - Ocupación de los hoteles más selectos. Recorridos extensos de cada país.
- **Clase Burguesa:** son en general personas de la clase media: profesionales, funcionarios o empleados de categoría elevada que suelen disfrutar de cierta soltura económica y poseen un grado considerable de cultura.

Esta clase de turista se caracteriza por:

- Invierten en turismo todos sus ahorros. Utilizan el automóvil propio.
 - Servicios de primera categoría, pero no de lujo. Prefieren viajes a Forfait.
 - Estancias cortas, según la relación del nivel de precios del país visitado.
 - Visita a los lugares turísticos. Viajes en épocas de vacaciones.
- **Clase Juvenil:** son en su mayor número de estudiantes, que han sido objeto de estudio en algunos países en los cuales se han creado albergues y servicios especiales, rebajas en las tarifas ferroviarias y otras ventajas diversas.

Esta clase de turista se caracteriza por:

- Utilización de medios de transportes económicos.
 - Alojamiento de tiendas de campañas, refugios, posadas y otros.
 - Preferencia por los lugares naturales. Estancias breves en cada punto.
 - Nula utilización de agencias de viajes. Menosprecios por lugares mundanos.
 - Poco gasto por día. Itinerarios largos. No usan guías ni interpretes.
- **Clase Popular:** constituida por los trabajadores asalariados, cuya incorporación, la turismo es relativamente reciente, debido fundamentalmente al sistema de vacaciones pagadas.

Esta clase de turista se caracteriza por:

- Es de carácter vacacional. Brevedad de tiempos en los viajes.
- Especiales ventajas por parte de los gobiernos y compañías ferroviarias.
- Obtienen contribución de las empresas del Estado y las asociaciones.
- Creación de alojamientos especiales por las instituciones gubernamentales.

- Carácter colectivo, estancias en una sola localidad, lugares de descanso.
- Nula intervención de las agencias de viajes.

2.4 Clasificación del Turismo

Para Marín, Florelis y Blanco (2009) el turismo se clasifica:

- **Según su destino:**
 - Turismo Nacional: es aquel que se efectúa dentro del ámbito nacional, por los residentes de un país.
 - Turismo Internacional: es aquel que se realiza fuera de las fronteras de su país.
- **Según el Factor Económico:**
 - Turismo de Lujo: es realizado por las personas que poseen altos ingresos económicos.
 - Turismo Económico: es asequible a la mayoría de la población por precios relativamente bajos.
- **Según la Motivación del Viaje:**
 - Turismo por placer: se efectúa por el deseo de satisfacer una inquietud personal.
 - Turismo Familiar: se lleva a cabo con la intención de viajar y estar en compañía de los miembros de la familia.
 - Turismo de Salud: se hace con el propósito de encontrar la sanación y recuperación en un lugar de curación.

- Turismo de Aventura: se realiza en busca de una satisfacción personal con sucesos o experiencias extraordinarias.
- Turismo deportivo: se ejecuta con el fin de encontrar los sitios adecuados para la práctica de un tipo de deportes o para asistir competencias deportivas.
- Turismo Cultural: se hace con la intención de conocer las diferentes culturas de otros sitios y países.
- Turismo Estudiantil: se realiza con el objeto de establecer relaciones con otras instituciones educativas para intercambiar conocimientos.
- Turismo Comercial: se lleva a cabo con el propósito de asistir a los eventos comerciales o acordar una negociación en un lugar que no es su residencia habitual.
- Turismo Científico: está caracterizado por la investigación de las cosas o la búsqueda de conocimientos especializados.
- Turismo Técnico o industrial: se ejerce con el fin del intercambio económico.
- Turismo Religioso: se practica para visitar lugares espirituales o participación de peregrinaje.

2.5 Factores que contribuyen al mejoramiento de la Actividad Turística

Según Kemelmajer (2006), destacan los siguientes factores que contribuyen al mejoramiento de la actividad turística:

- **Factores económicos**

- Tasas de crecimiento económico mundial y evolución de las tasas de las rentas de las economías familiares.
- Importancia creciente de los nuevos mercados.
- Evolución de los tipos de cambio.
- Inversión de capital.
- Cambios en el comercio internacional.
- Crecimiento de la diferencia entre ricos y pobres.
- Extensión de la armonización monetaria.

- **Factores tecnológicos**

- Desarrollo de las nuevas tecnologías de la información.
- Adelantos en las tecnologías del transporte.

- **Factores Políticos**

- Eliminación de barreras para viajes nacionales e internacionales.
- Desregulación del sector del transporte y de otros sectores.
- A pesar de su versatilidad, hay aspectos políticos como las guerras, el terrorismo y el desorden social, que reducen en algunas zonas las posibilidades de oferta, favoreciendo los destinos tradicionales. Este tipo de fenómeno influirá también en las inversiones, que elegirán detenidamente las zonas.

- **Factores demográficos**

- Envejecimiento de la población de las naciones desarrolladas siendo estas las principales emisoras de turistas.
- Reducción de la población activa en los países desarrollados.
- Erosión del tradicional hogar occidental

- Mayor presencia en la estructura de la demanda de mujeres independientes, solteras y parejas sin hijos.
 - Aumento de las familias tardías, es decir, parejas mayores con hijos pequeños.
- **Factores medioambientales:**
 - Dimensión de la zona y espacio utilizable.
 - Fragilidad del medio ambiente.
 - Características de la fauna.
 - Topografía y cobertura vegetal.
 - Sensibilidad conductual de ciertas especies.

Todos estos factores, deben ser considerados por todas aquellas personas que se ocupan de desarrollar infraestructuras para difundir el turismo de la región o localidad, con la finalidad de apoyar la economía de las comunidades o de los pueblos que cuentan con riquezas naturales, pero que lamentablemente no son explotadas por ellos, por carecer de los recursos necesarios para tal fin.

2.1. Ventajas y Desventajas del Turismo

Según McIntosh, Goeldner y Ritchie. (2000), cuando se habla de turismo se pueden mencionar las siguientes ventajas:

- Proporciona oportunidades de empleo, trabajo especializado y no especializado, ya que se trata de una industria de trabajo intensivo.
- Genera una oferta de divisas extranjeras necesarias.
- Aumenta el ingreso.
- Crea un mayor producto nacional bruto.

- Requiere de la creación de una infraestructura que también ayudará a estimular el comercio y la industria locales.
- Justifica la protección y el mejoramiento ambientales.
- Acrecienta los ingresos gubernamentales.
- Ayuda a diversificar la economía.
- Crea una imagen favorable del lugar de destino en todo el mundo.
- Facilita el proceso de modernización mediante la educación de los jóvenes y de la sociedad y el cambio de valores.
- Proporciona instalaciones turísticas y recreativas que la población local puede usar y con las que de otra forma no contaría.
- Les da a los extranjeros la oportunidad de llevarse una impresión favorable de un país o región poco conocidos.

Así mismo, establece como desventajas de la actividad turística las siguientes:

- Crea un exceso de demanda.
- Crea mermas tan grandes que los beneficios económicos no se consolidan.
- Desvía los fondos de formas más prometedoras de desarrollo económico.
- Crea problemas sociales por diferencias de ingresos, diferencias sociales, introducción de la prostitución, juegos de apuestas, delincuencia, etcétera.
- Degrada el ambiente físico natural.
- Degrada el ambiente cultural.
- Plantea las dificultades de los cambios de temporada.
- Aumenta la vulnerabilidad a los cambios económicos y políticos.
- Acrecienta la inflación del valor de la tierra y el precio de los bienes y servicios locales.

2.6 Principios y Acciones que debe Abordar la Actividad Turística a Nivel Mundial.

La actividad turística a nivel mundial se rige por una serie de principios y acciones que a continuación se resaltan las expuestas por Acerenza (2005):

- La industria de viajes y turismo debe propugnar que las personas desarrollen una vida sana y productiva en armonía con la naturaleza.
- El turismo debe contribuir a la conservación, protección y restauración del ecosistema de la tierra.
- Para alcanzar un desarrollo sostenible, la protección del ambiente debe constituir una parte integral del proceso de desarrollo del turismo.
- Los temas de desarrollo turístico deben ser concertados con la participación de una ciudadanía consciente, tomando a nivel local las decisiones para su planteamiento.
- Debe aprovecharse las oportunidades que brinda la industria turística en la creación de empleos.
- La industria de viajes y turismo debe basarse en patrones sostenibles de producción y consumo.
- Las naciones deben cooperar en la promoción de sistemas económicos que promuevan el desarrollo de un comercio internacional sostenible de los servicios de la industria de viajes y turismo.
- El turismo, la paz, el desarrollo y la protección del medio ambiente son interdependientes.
- El desarrollo turístico debe reconocer y apoyar la identidad, la cultura y los intereses de las poblaciones indígenas.
- Las naciones deben prevenirse entre sí de la ocurrencia de desastres naturales que puedan afectar al turismo.

- Las leyes internacionales de protección del medio ambiente deben ser respetadas a nivel mundial por la industria de viajes y turismo.

Todos estos principios tienen que ser tomados en cuenta para el desarrollo cabal del turismo, pues son líneas a seguir y cumplir en función de beneficiar a todo un conglomerado humano que requieren ser considerados para colaborar de una forma u otra en la propagación del turismo como actividad importante para su impulso.

2.7 El Marco Macroeconómico del Turismo

La actividad turística se siente influida por un conjunto de magnitudes que conforman el marco macroeconómico del turismo. Estas variables de corte macroeconómico, desde el punto de vista teórico, deben modificar significativamente el comportamiento de las corrientes turísticas, que a su vez repercutirán, de manera importante, en los grandes componentes de la economía de un país.

Las variables globales turísticas de carácter económico más relevantes y que establecen, consecuentemente, el marco macroeconómico del turismo son las siguientes según Kemelmajer (2006):

- **Demanda Turística**

Constituye el conjunto de turistas que, de forma individual o colectiva, están motivados por una serie de productos o servicios turísticos con el objetivo de cubrir sus necesidades de descanso, recreo, esparcimiento, cultura, etc., en su período vacacional.

Esta puede valorarse como:

- Procedente del extranjero.
- Interior o nacional, dentro del país
- Regional
- Extra regional
- Nacional que se dirige al exterior

Actualmente está muy segmentada, debido a sus particulares motivaciones y necesidades sociales condicionada por la edad, sexo, estado civil, poder adquisitivo, nivel cultural, entre otras.

Como se ha señalado, el turismo es un producto especial en el que los consumidores deben acudir físicamente al lugar de producción para adquirir el producto, y en el que el viaje es parte del propio producto. Con frecuencia, las condiciones económicas que predominan en el destino son bastante distintas de las de la zona emisora, sobre todo en el turismo internacional y en las visitas de largo recorrido. Por tanto, las variables económicas que afectan a los turistas en su lugar de residencia no serán las únicas que tengan un efecto sobre la demanda.

A continuación se hace una clasificación de las variables económicas que pueden afectar a la demanda de turismo (ver cuadro N° 1). Las variables del grupo A son las que actúan específicamente sobre la demanda de todos los posibles consumidores de turismo en una zona emisora, sin tener en cuenta su destino. Están afectados en gran parte por limitaciones generales sobre la capacidad de los compradores para entrar en los mercados turísticos, como los ingresos y el tiempo disponible, y el grado de autorización gubernamental para que puedan ser turistas.

CUADRO N° 1. FUENTES DE INFLUENCIA ECONÓMICA EN LA DEMANDA DE TURISMO

VARIABLES ECONÓMICAS DEL ORIGEN (GRUPO A)	VARIABLES ECONÓMICAS DEL DESTINO (GRUPO B)	VARIABLES DE CONEXIÓN (GRUPO C)
-Nivel de renta nacional disponible -Distribución de ingresos -Derecho a vacaciones -Valor de la moneda -Política fiscal y controles Del gasto en el turismo	-Nivel general de precios -Grado de competencia de la oferta. -Calidad de los productos Turísticos. -Regulación económica de turistas.	-Precios comparativos entre el área de origen y el destino. -Esfuerzo de promoción del destino en el origen. -Tipos de cambio. -Relación entre tiempo y el coste del viaje.

Fuente: Kemelmajer (2006)

Las variables del grupo B definen el atractivo económico, de un destino turístico para los consumidores, independientemente de su procedencia. Estas variables pueden estar relacionadas con el producto o con la oferta. Puesto que existe competencias entre las áreas de destino, así como dentro de ellas, en algunos destinos competitivos las condiciones actuarán conjuntamente, por medio del efecto sustitución, en la demanda del turismo.

Las variables del tercer grupo, el grupo C, que es el más interesante en muchos aspectos, son las que proceden de la conexión específica entre un origen y un destino; esto determina que actúen sólo sobre la demanda para ese destino desde un mercado emisor. Una vez más, cada nexo no se puede considerar aisladamente, ya que los consumidores probablemente tengan en cuenta las variables de conexión para los destinos competitivos al realizar su elección de compra. Dentro de este grupo de

variables se podría incluir el cruzar la frontera (medido quizá por una variable cuantitativa ficticia) como una limitación de la demanda turística.

El turismo como un conjunto de actividades económicas debe estar situado del lado de la demanda, es preciso ver lo que demanda el mercado turístico y a que segmento tenemos posibilidades reales de satisfacer, y trabajar en esa dirección a través de una relación precio-calidad, usando las ventajas comparativas y competitivas se decide que ofertar, para quien ofertar, como ofertar, a que precios, cuando ofertar, entre otras cuestiones a tener en cuenta.

Frente a ello, hay que destacar las nuevas tendencias en la demanda turística Lickorish, Leonard y Jenkins (2000):

- Globalización del mercado turístico (aumento de la competitividad).
- Aumento del tiempo de ocio.
- Difusión creciente del fenómeno de las vacaciones y los viajes.
- Fragmentación de las vacaciones.
- Disminución del período de estancia en un mismo destino. Nuevos comportamientos sociales (disfrute del medio ambiente).
- Mayor experiencia del turista (mayor nivel de exigencia).
- Pérdida de importancia del factor precio frente al factor calidad en la estrategia competitiva.
- Preferencia en la demanda por la utilización de servicios más personalizados.
- La tendencia al envejecimiento demográfico (en países desarrollados) genera un aumento de la demanda de segmentos en edad avanzada.
- Inquietud por conocer nuevos destinos.
- Mayor interés por el ocio activo, frente al pasivo.
- Interés por los elementos autóctonos del destino vacacional.

- Mayor movilidad en el destino.
- Aumento del número de turistas, especialmente extranjeros.

- **Oferta Turística**

La oferta turística constituye la segunda variable, la cual se basa en unos recursos e infraestructuras para atraer y prestar los correspondientes servicios a los turistas. Los recursos se basan en los potenciales geográficos, histórico-monumentales, culturales que posee un núcleo turístico como son sus playas, paisajes, folklor, gastronomía, entre otros, y que tiene un poder de atracción y motivación hacia los turistas.

La infraestructura se basa en los elementos físicos que componen el mercado para poder atender las necesidades de los turistas como carreteras, alojamientos, restaurantes, transportes, instalaciones deportivas y recreativas. En definitiva, la oferta se basa en unos productos o servicios que están sujetos a una calidad y un precio que deben competir en el mercado frente a otros productos y servicios con el objetivo final de conseguir una sólida demanda.

Al respecto, Costa y Cáceres (2004) clasifican la oferta turística de la siguiente forma:

- Básica: Esta clasificación incluye fundamentalmente alojamiento, transporte y alimentación.
- Complementaria: Incluye la recreación, compras y servicios diversos.

Cuando se habla de mercado en este ámbito turístico se hace necesario puntualizar que la estructura del mercado turístico viene a constituir aquella parte de la economía que estudia y analiza la realidad económica del turismo basada en un mercado donde confluyen la oferta de productos y servicios turísticos y la demanda

que está interesada y motivada en consumir esos productos y servicios turísticos. Asimismo, resalta las nuevas tendencias de la oferta turística:

- El turismo y todos sus componentes tiende a globalizarse y localizarse.
- Aumento de la tecnología electrónica que se convertirá en un factor todopoderoso para influenciar la elección del destino y la distribución.
- Se oferta un viaje rápido, se tomaran medidas de facilitación y agilización del proceso del viaje.
- Se ofertarán atlas en CD-ROOM, la inspección de hoteles y otras instalaciones por INTERNET, los intermediarios ofertaran habitaciones con descuentos en los sitios WEB, tarifas aéreas baratas de ultima hora por correo electrónico.
- Se polarizan los gustos de los turistas: Se ofertara un turismo de aventuras frente a los que aman la comodidad.
- Desarrollo orientado de mercados por productos (especialmente los temáticos) en función de una, o de una combinación, de las tres E (entretenimiento, excitación y educación).
- Más destinos centrándose en la "imagen" como un requisito previo para la diversificación y para la expansión del poder de atracción.
- Creciente impacto de las compañías lideradas por los consumidores para el desarrollo turístico sostenible y el "comercio justo" en el turismo.

El mercado turístico en el futuro se convertirá en uno de los mas competitivos a nivel mundial, los países que tomen este negocio para dinamizar sus economías, fundamentalmente (países en desarrollo), tendrán que invertir y reinvertir en aras de lograr cuotas de mercados que le permitan un desarrollo sostenible de la actividad para al menos no quedar a merced de la competencia y puedan combinar la dinámica de la actividad con políticas internas que le permitan contribuir al desarrollo de sus países.

2.8 Producto Turístico de Naturaleza

Por mucho tiempo, el turismo era considerado como una "industria blanca" sin necesidad de señalar sus impactos sobre el ambiente social, cultural y ecológico. En la década de los 70 se escucharon las primeras voces de crítica. Sin embargo, tomó más de una década para que empezaran a prestar atención a las consecuencias del turismo.

Actualmente, casi todos los interesados en el turismo reconocen que este puede tener impactos negativos sobre el ambiente y que esos impactos deben controlarse. Es necesario que el turismo se vuelva sostenible y compatible ambientalmente. Esta necesidad de un "desarrollo sostenible" está siendo reconocida cada vez más por las partes interesadas.

A pesar del aumento de los esfuerzos realizados por los países y la comunidad internacional en las últimas dos décadas, la pérdida de diversidad biológica ha aumentado a una tasa todavía mayor. La destrucción de los hábitats, su sobreexplotación y la descarga de sustancias dañinas está conduciendo a la pérdida irreversible de recursos. Las razones para esto son los patrones de producción y consumo que niegan los principios de gestión sostenible. El turismo está directamente involucrado en este problema, que es de vital importancia para el futuro de la humanidad de dos maneras.

Las consecuencias del turismo sobre el medio se traducen en una serie de conflictos cuya seriedad depende de su interacción. Los diferentes medios (acuático, atmosférico, terrestre, biosfera, troposfera) son afectados por la actividad turística y los servicios al desarrollarse fundamentalmente en medios frágiles, susceptibles, vulnerables a la presión humana ya sean en pequeñas islas, áreas costeras, puntos de

interés histórico o cultural y parques naturales (terrestres o marítimos). Así que sobre el medio son detectados algunos efectos compuestos tanto de elementos no biológicos (tierra, aire y agua) como de elementos biológicos (flora y fauna).

En principio el medio acuático es de los más afectados ya que sufre algunos problemas como consecuencia de la sobre explotación y contaminación de las aguas superficiales, subterráneas y marinas. El aumento de las actividades acuáticas conduce a importantes efectos relacionados con la polución y la reducción de los recursos acuáticos.

Las aguas residuales sin ninguna depuración o mal purificadas inciden al ser vertidas en el mar, en las corrientes fluviales o niveles subterráneos. Por otro lado, la sobre explotación de las fuentes de agua, ligado al suministro de agua a las áreas de desarrollo turístico implica una caída de los recursos hídricos y el crecimiento del proceso de salinización, especialmente en las aguas del litoral por la filtración del agua de mar.

Sobre el medio terrestre la infraestructura turística, el sistema de comunicación, urbanización, el exceso de explotación de áreas naturales provoca problemas relativos a la destrucción de la capa vegetal, el exceso de compactación y desprotección del suelo, aspectos que a la larga conjuntamente con la alteración de la comunidad animal y vegetal inciden en la erosión y los procesos de desertificación.

Las actividades turísticas promueven también el paso de animales, y el tráfico de vehículos automotores para visitar las áreas naturales así como los efectos de las barreras de cemento presentes en la mayoría de los centros turísticos (construcción de embarcaderos, rompientes de agua, entre otros).

Finalmente, el papel del hombre como creador de nuevos ambientes debe ser enfatizado especialmente en el caso de la urbanización. Este ambiente humano contiene valores sociales, culturales e históricos que deben ser protegidos, pero en sus efectos negativos se destacan cambios producidos por la construcción de instalaciones receptoras las que son dedicadas tanto para alojar turistas como para alojar a los trabajadores inmigrantes que arriban al área turística. Así que dependiendo de su bajo nivel económico con frecuencia aparecen áreas o ciudades marginales sin planificación y con falta de infraestructura.

Todos estos factores inherentes a las áreas turísticas construidas sin organización urbana provocan cambios relacionados con la polución arquitectónica, con el resultado de la degradación del escenario natural y cultural.

Por otro lado, el crecimiento de nuevas inversiones nacionales en diferentes ámbitos de Venezuela es canalizado a través de la construcción de complejos turísticos grandes siguiendo modelos concebido como la planificación integral en contraste con las características territoriales. En este caso se establece la segregación entre los turistas y los moradores locales.

2.9 Beneficios Derivados del Turismo

Con frecuencia, las comunidades pobres ven el turismo como uno de los pocos modos de vida que les queda accesible. Las comunidades cuyas personas viven en la pobreza invariablemente ven como sus jóvenes emigran hacia los centros urbanos debido al descenso en las operaciones tradicionales como la agricultura y la pesca.

El turismo si se encuentran en áreas remotas, puede evitar ese movimiento hacia las ciudades y proveer un ingreso alternativo esencial, a través de su desarrollo, pues este deriva beneficios tales como:

- Integra las comunidades locales a las actividades turísticas.
- Estimula la comprensión de los impactos del turismo sobre los recursos naturales y culturales
- Garantiza una distribución justa de costos y beneficios
- Genera empleo local, tanto directo como indirecto (por cada directo produce tres indirectos)
- Estimula el desarrollo de las empresas turísticas (agencia de viajes, transporte, alojamiento, alimentos y bebidas, recreativas y complementarias), así como también a las suplidoras (ganadería, agricultura, comunicaciones, agro industria.)
- Genera divisas al Estado e inyecta capitales a la economía local
- Diversifica la economía local
- Induce a la planificación regional, logrando un desarrollo armónico e integral de todos los sectores de la economía.
- Estimula la mejoría de las infraestructuras de servicio al turismo (vías de comunicación, telecomunicaciones, agua potable, alcantarillado sanitario, recolección y deposición final de sólidos, aeropuertos, marinas)
- Promueve la restauración, conservación y uso de los yacimientos arqueológicos, monumentos arquitectónicos y cualquier obra física de interés colectivo y nacional
- Destina parte de los beneficios para la construcción de obras de interés comunitario como escuelas, centros médicos, instalaciones deportivas, centros culturales, entre otros.
- Promueve y valora las manifestaciones culturales locales, regionales y nacionales.
- Logra un desarrollo equilibrado con el medio ambiente, a través de los estudios de impactos ambientales y el monitoreo ambiental
- Promueve la autoestima comunitaria

- Oferta, valora, preserva y genera beneficios económicos de los recursos de flora y fauna, en beneficio de las comunidades locales.

En definitiva, mejora la calidad de vida de las personas y consolida una concientización integral del individuo. Una de las formas en que el turismo puede resultar beneficioso es que se base en la comunidad. Algunos operadores de 'tour' trabajan estrechamente con las personas locales para que las comunidades apoyen sus negocios y debido a un deseo honesto de proteger los ambientes y optimizar los beneficios para las personas locales, pero definitivamente son la minoría.

2.10 Servicios Turísticos

De acuerdo al Grupo Turístico CITUR (2010), los servicios turísticos se le considera a la prestación del:

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

2.11 Empresas Turísticas

Son aquellas relacionadas con el turismo. Hay dos grandes bloques las que producen bienes y servicios (productoras), y las que los distribuyen (distribuidoras).

- **Hotelerías:**

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

Los establecimientos hoteleros se dividen en:

- Hoteles: establecimientos que, ofreciendo alojamiento con o sin comedor y otros servicios complementarios, ocupan la totalidad de uno o varios edificios (o una parte independizada de ellos) constituyendo sus dependencias todo un homogéneo con accesos, escaleras y ascensores de uso exclusivo y que reúna los requisitos técnicos mínimos para cada categoría. Se clasifican en 1, 2, 3, 4 y 5 estrellas.
 - Pensiones: establecimientos que, ofreciendo alojamiento con o sin comedor y otros servicios complementarios, tienen una estructura y características que les impide alcanzar los requisitos y condiciones exigidas en los hoteles. Se clasifican en 1,2 y 3 estrellas.
- Otros establecimientos destinados al alojamiento turístico son:
 - **Apartamentos turísticos:** son bloques de apartamentos, casas, “bungalows” y demás edificaciones similares que, disponiendo de las necesarias instalaciones y servicios. Se clasifican por categorías en 1, 2, 3 y 4 llaves.

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

- **Balnearios:** empresas de Aguas Termales, minerales, de manantial, así como los centros de talasoterapia, siempre y cuando dispongan de instalaciones turísticas complementarias.
- **Restauración:** Son establecimientos de restauración aquellos cuya actividad principal es la de suministrar habitualmente y mediante precio comidas y bebidas para su consumición dentro o fuera del local.

Aunque estos establecimientos son considerados de utilización pública podrán sus propietarios establecer normas o consideraciones sobre el curso de sus servicios e instalaciones.

Los establecimientos de restauración se dividen en dos tipos:

- Restauración comercial: es aquella cuya clientela no es cautiva encontrándose alternativas a su disposición. Éstas se dividen a su vez en:
 - **Tradicional:** relacionadas con las tradiciones y costumbres gastronómicas de la zona (marisquerías, pulperías, parrilladas, raxerías, arrocerías, jamonerías, bares de tapas, cervecerías, sidrerías,...). También un restaurante chino y una pizzería se consideran tradicionales en cuanto al modo de gestionarlo.
 - **Neo-restauración:** establecimientos de restauración que responden a innovaciones culinarias (cocina de autor) y medios de gestión novedosos. (Mc. Donald's, máquinas de vending,...).
- **Restauración social:** es aquella cuya clientela, por su condición de colectividad, es cautiva, o que en su mayoría lo acaban siendo (grandes superficies comerciales, autopistas, estaciones de tren, de servicio,

aeropuertos, los colegios,...). Se caracteriza porque reduce el precio a costa de disminuir la oferta. Este tipo de restauración cubre los costes fijos con una clientela habitual. Los establecimientos principales de restauración son:

- **Restaurante:** dispone de cocina y comedor con el fin de ofrecer comidas y/o cenas mediante precio para ser consumidas en el mismo local. Se clasifican en: 5, 4, 3, 2 y 1 tenedor. Aquellos que reúnen especiales características de edificación, antigüedad y localización geográfica, fijadas en las disposiciones que se establecen, podrán usar (previa autorización administrativa) la denominación de “casas de comidas”.
- **Cafetería:** establecimiento que en una misma unidad espacial dispone de barra y servicios de mesa, careciendo de comedor, con el fin de ofrecer al público mediante precio y a cualquier hora del horario de apertura: helados, refrescos, bebidas en general, tapas frías o calientes, bocadillos y platos combinados/simples de elaboración sencilla y rápida en frío o a la plancha. Se clasifican en: 3, 2 o 1 taza.
- **Bar:** establecimiento que dispone de barra y que, careciendo de comedor, también puede disponer de servicio de mesa en la misma unidad espacial con el fin de proporcionar al público bebidas acompañadas o no de tapas y bocadillos, y como máximo de 1 plato del día. Aquellos que reúnen características especiales (reconocidas por la administración) de edificación, antigüedad y localización geográfica, podrán usar la denominación de “tabernas”.
- **Compañías de Transportes**

Son aquellas destinadas a transportar viajeros de un punto a otro. Se clasifican en:

- Transporte aéreo (líneas regulares o charter)
- Transporte terrestre (autocar, tren, Automóvil, alquileres de automóviles...)
- Transporte marítimo (línea regular y cruceros)

- **Agencias de viajes (AA.VV)**

Las empresas distribuidoras de bienes y servicios turísticos son aquellas que, en posesión de un título o licencia, ejercen actividades de intermediación turística.

Las agencias se clasifican en 3 grupos:

- **Mayoristas:** proyectan, elaboran y organizan toda clase de servicios y paquetes turísticos para venderlos a otras agencias, no pudiendo ofrecer ni vender sus servicios directamente al público.
- **Minoristas:** comercializan los productos elaborados por las mayoristas o los suyos propios directamente al consumidor, no pudiendo en ningún caso ofrecer sus productos a otras agencias.
- **Mayoristas-minoristas:** son empresas que, disponiendo de las dos licencias, pueden elaborar y vender paquetes turísticos a otras empresas y al público en general.

Las AA.VV también se pueden clasificar en emisoras y receptoras:

- **Emisoras:** las que envían viajeros a otros lugares,
- **Receptoras:** las que reciben y acogen a los turistas procedentes del exterior.
- **Emisoras-receptoras:** realizan ambas funciones.

2.12. Bondades Turísticas del Estado Sucre

En la época colonial el territorio del actual estado Sucre, formó parte de la Provincia de Nueva Andalucía o Provincia de Cumaná. Cuando Venezuela se separa de la Nueva Granada, una de las 11 provincias en las que se dividió nuestro territorio fue Cumaná, que abarcaba además el territorio del actual estado Monagas, hasta 1856 cuando éste adquirió la categoría de provincia.

En 1864 pasó a ser el estado independiente Cumaná; ese mismo año se fusionó con Monagas en el estado Nueva Andalucía, esta unión duró hasta 1874. En 1879 se crea el estado de Oriente, formado por Cumaná, Maturín y Barcelona; posteriormente este estado pasó a llamarse estado Bermúdez. En 1899 recupera su categoría de estado independiente que pierde nuevamente en 1904 cuando se restituye el estado Bermúdez. La denominación de estado Sucre existe desde 1898, pero no es sino hasta 1909 cuando se consolida definitivamente como tal.

El Estado Sucre es uno de los veintitrés (23) estados que pertenecen la República Bolivariana de Venezuela, con características geohistóricas, sociopolíticas, culturales y comunicacionales que hacen a el estado se catalogado como sitio estratégico para el desarrollo regional y nacional.

Es uno de los estados con mayor diversidad de flora y fauna en todo el territorio nacional, dispone de una extensa gama de sitios turísticos extendidos por los 15 municipios que componen el estado, los cuales poseen una diversidad de paisajes como playas, ríos, montañas, aguas termales, entre otros.

En resumen, el estado Sucre posee el potencial para el desarrollo del sector turismo, debido a las riquezas naturales, su diversidad de parajes, playas, montañas, ríos, parques nacionales, rutas históricas y un legado cultural que le hace perfecto

para explotar la el turismo y actividad conexas a través de la inversión sostenida que convierta a éste sector y para invertir en el turismo y convertirlo en la principal fuente económica de Sucre.

Según la Dirección de Turismo del Estado Sucre (2009), el Estado está ubicado en el extremo noreste del país. El extremo más al occidente del estado es un punto situado en el cerro La Soledad, en los límites con el estado Anzoátegui, y se halla a 10° 04' latitud 1 norte. El extremo más septentrional es el cabo Tres Puntas, a 10° 45' latitud Norte. El punto más occidental está donde limita Sucre y Anzoátegui en el Mar Caribe, a 64° 36' de longitud Oeste de Greenwich; y el punto más oriental es Punta Peñas, frente a Trinidad, que es la avanzada del territorio que casi toca Trinidad, en el islote de Chacachacare, a 61° 50' de longitud al Oeste de Greenwich.

La superficie del estado Sucre ocupa un área aproximada de 11.800 kilómetros cuadrados de pura naturaleza. Su Temperatura media, oscila entre los 24° C y los 27° C. Es más elevada en poblaciones como Araya, por la escasa vegetación presente en la zona. Posee costas Marinas que representan aproximadamente 705 kilómetros.

El estado sucre posee poblaciones importante como son: Carupano, Güiria, Cariaco, Casanay, Araya, El Pilar, Mariguitar, San Antonio del golfo y Santa Fe. Además se caracteriza por poseer playas famosas entre las cuales se destacan: Arapito, Santa Fe, playa Colorada, Santa cruz, Mochima, los uveros, playa de oro, playa Caribe, el copey, playa grande, puerto santo y caracolito en la cercanía de Carupano. En el golfo de paria se encuentran las playas de: Irapa, Guiria y Macuro esta última playa fue donde piso tierra venezolana el descubridor de América Cristóbal Colón en su tercer viaje.

Hacia el este de la ciudad se encuentra el pico Turimiquire con 2.595 m.s.n.m entre los ríos más importante del Estado figura el Manzanares que pasa por Cumaná, Carinicua, el pilar, y haciendo la divisoria con el estado Monagas se encuentra el río San Juan y por el navegan grandes buques petroleros que cargan en Caripito crudos y productos refinados.

La agricultura y la pesca son dos principales fuentes de riquezas del estado Sucre es la primera entidad federativa productora de Cacao y Cocos también se cultiva maíz, cambur, plátano, caña de azúcar, frutas entre otros. En el golfo de Cariaco y en el Mar Caribe realizan las faenas de pesca los naturales de Sucre.

El golfo de Cariaco es la mayor fuente de producción de sardinas que se industrializan en las plantas instaladas en Cumaná y Mariguitar. No cabe también destacar la gran importancia que tiene para el estado Sucre la explotación salinera en la península de Araya.

El oficio artesanal en el estado sucre se basa en la producción de todo tipo de cestas y recipientes con diferentes utilidades, tamaños y formas. Estudios arqueológicos efectuados en el estado Sucre, donde se ha recolectado un gran legado cultural material de los pueblos originarios, revela que estos territorios fueron poblados en sucesivas etapas del tiempo por diversos grupos humanos, quienes encontraron los recursos indispensables y abundantes para su asentamiento.

A lo largo de todo el territorio sucrense abundan yacimientos arqueológicos con testimonios que constatan el crecimiento demográfico y tecnológico indígena, así como los distintos modos de vida étnicos. Entre estos testimonios se puede señalar los utensilios de trabajo, de cocina, objetos decorativos corporales, restos alimenticios, enterramientos humanos, entre otros.

También se encuentran muestras de la cerámica prehispánica que logro un amplio desarrollo, tanto en lo utilitario y funcional como en lo simbólico. Según la Dirección de Turismo del Estado Sucre (2009), este está conformado por quince (15) municipios los cuales contemplan una diversidad de flora, fauna, clima y relieve. A continuación se señalan los aspectos más relevantes del municipio Valdéz que sirvieron de marco para conocer las bondades de esta localidad y establecer parámetros para sustentar la propuesta objeto de la presente investigación.

2.12.1 Generalidades del Municipio Valdez

Este municipio tiene como poblados importantes: Güiria, Yoco, Río Salado, Punta de Piedras y Macuro. Ocupa la parte sur de la Península de Paria, que comparte con el municipio Arismendi, con el cual limita por el norte. Por el sur limita con el Golfo de Paria. Por el este, con la isla de Trinidad y Boca de Dragos, y por el oeste con el municipio Mariño. Esta costa sur de la península, desde punta Peñas hasta la punta de Juan Diego, presenta una serie de ensenadas maravillosas y puertos naturales, tales como: la ensenada de Cariaquito, frente al arrecife de la Garza; Macuro, frente a Isla de Patos; Puerto de Hierro en la ensenada de Patao, ocupado por la armada venezolana; la ensenada de Yacua; la ensenada de Güinimita; y la famosa ensenada de Cauranta, que perteneció al General Santiago Mariño.

La capital del municipio es Güiria, una ciudad con un futuro promisorio dada los proyectos contemplados por el estado venezolano para el desarrollo y consolidación de la industria gasífera y petroquímica; resaltando el Complejo Industrial Gran Mariscal de Ayacucho (CIGMA), aunado al proyecto Costa Fuera de PDVSA, los cuales se proyecta como el nuevo polo de desarrollo industrial de Venezuela.

La ciudad de Güiria fue fundada el 8 de diciembre de 1767 por los misioneros capuchinos aragoneses, bajo el patronato de Nuestra Señora de la concepción. Sin embargo, Francisco Isnardy, venezolano nacido en Trinidad, quien fuera redactor del acta de la Independencia el 5 de julio de 1810 y después Secretario del Congreso Constituyente de 1811, es reconocido como su fundador. Se halla en la costa sur de La Península de Paria que bordea el golfo del mismo nombre. La temperatura media es de 26.7° C, con precipitaciones anuales de 987 mm.

Cuenta hoy en día con instalaciones portuarias para el procesamiento de pescado y el atraque de flotas pesqueras nacionales e internacionales; empresas de sub cero vicios navales; el varadero Syncrolíft; la Planta de Hielo en Escamas, única de su tipo en Venezuela; el frigorífico sub cero (0) y la planta eléctrica. Las actividades pesqueras aportan el 12,50% de la producción.

En este municipio destaca Macuro, que es un pueblo ubicado a pocos kilómetros de la Boca del Dragón (extensión marina de 11km de ancho que separa Venezuela de la isla de Trinidad), se encuentra sobre una ensenada al lado sur-oeste de la Península de Paria, en el estado Sucre en Venezuela. Su población no sobrepasa los 2500 habitantes.

Macuro es el único sitio en donde una de las expediciones de Cristóbal Colón piso el propio continente Americano. Colón y sus hombres permanecieron en la zona por varios días en contacto directo con los indígenas de la etnia Kariña que vivían allí. Esto ocurrió en agosto de 1498 durante su tercera expedición a las Américas. En aquel momento Colón pensó que habían llegado a una isla, por lo que la llamó Isla de Gracia.

Un pueblo de misión fue formalmente fundado en 1738 con el nombre de San Carlos Borromeo de Macuro. Este llegó a tener más de 1.000 habitantes que vivían del cultivo del cacao y el algodón, pero casi desaparecen por una epidemia de viruela.

A finales del siglo XIX el gobierno dispuso la construcción de un gran puerto de transbordo. En 1903 el presidente Cipriano Castro inaugura en Macuro el Puerto Cristóbal Colón, dotado de gran infraestructura, y de una aduana anticipando una gran actividad de importación, exportación y cabotaje.

La profundidad de sus costas lo hacía ideal para la llegada de grandes navíos. Con esta pujante actividad portuaria el pueblo se convirtió en la capital del territorio federal Cristóbal Colón y centro de acopio de toda la producción de cacao y café de la región de Paria. En 1935, Juan Vicente Gómez, presidente de Venezuela para la época, cerró el puerto, paralizó las obras de expansión y ordenó el traslado de las instalaciones a la población de Guiria, también ubicada en el estado Sucre.

El pueblo carece de vías de comunicación terrestre, por lo que su acceso se debe hacer por mar. Esta localidad cuenta un yacimiento de yeso a cielo abierto perteneciente a una empresa cementera en Venezuela que lo utiliza para la fabricación de cemento tipo Portland. Esta empresa es el mayor empleador en el pueblo.

La otra actividad económica de sus habitantes es la pesca pero la escasez de fuentes de trabajo siempre ha hecho que Macuro tenga una población desproporcionadamente escasa, en términos relativos, de hombres de edad media, pues muchos se marchan a otros destinos en busca de trabajo.

A nivel turístico, Macuro, ahora con una precaria pero existente conexión terrestre con el resto del país, ha comenzado a ver en sus bellezas naturales cierto

potencial turístico que podría ser aprovechado. Sus playas son muy hermosas y poco exploradas, como playa Tush-Tush, Río Salado y El Bosque que resultan ser muy hermosas y llamativas.

También hay una que otra casa de familia en donde el visitante puede rentar una habitación con comida por unos días.

En el pueblo hay algunos sitios donde poder comer algo, o comprar algo para llevar o preparar. No podemos hablar aún de Macuro como un centro vacacional, sino más bien como un exótico e increíblemente bello paraje apto para los que gustan de la aventura.

CAPÍTULO III.

ANÁLISIS DEL TURISMO EN EL MUNICIPIO VALDEZ

3.1. Análisis Situacional del Turismo

La primera sección de este capítulo está dedicada al análisis del instrumento que fue aplicado para conocer la realidad del turismo en el Municipio Valdez. Para ello, se aplicó un cuestionario (ver Anexo “1”) con la finalidad de conocer la opinión de cómo se realizan las actividades turísticas en el municipio, así como también, identificar la factibilidad de proponer la implementación de un complejo turístico en Macuro.

Los resultados se desprendieron de la información suministrada por 100 personas de los distintos sectores del Municipio Valdez. La información derivada de la aplicación del instrumento se presenta por ítem, seguido de un cuadro que reúne la data en valores absolutos y porcentuales, y finalmente, se ilustran los resultados mediante gráficos.

A continuación se presentan los resultados obtenidos con su respectiva interpretación:

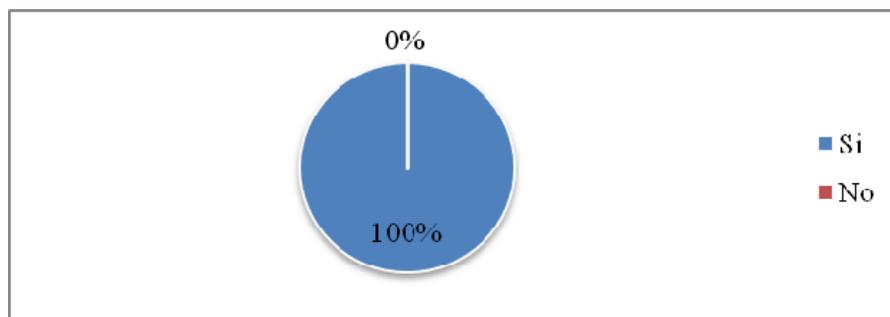
ASPECTOS GENERALES:

¿SUELE REALIZAR VIAJES?

TABLA N° 1. DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿SUELE REALIZAR VIAJES?

Personas que suelen realizar viajes	Valor	Porcentaje (%)
Si	100	100
No	0	0
TOTAL	100	100

GRÁFICA N° 1. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿SUELE REALIZAR VIAJES?



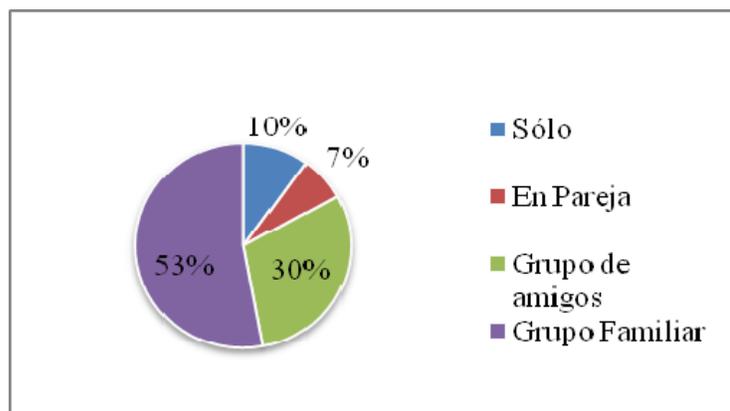
En la gráfica N° 1 se observa que 100% de las personas encuestadas respondieron que si suelen realizar viajes.

¿CON QUIÉN SUELE VIAJAR?

TABLA N° 2. DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿CON QUIÉN SUELE VIAJAR?

Suele viajar:	Valor	Porcentaje (%)
Sólo	10	10
En Pareja	7	7
Grupo de amigos	30	30
Grupo Familiar	53	53
Otros	0	0
No Sabe/ No Contesta	0	0
TOTAL	100	100

GRÁFICA N° 2. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿CON QUIÉN SUELE VIAJAR?



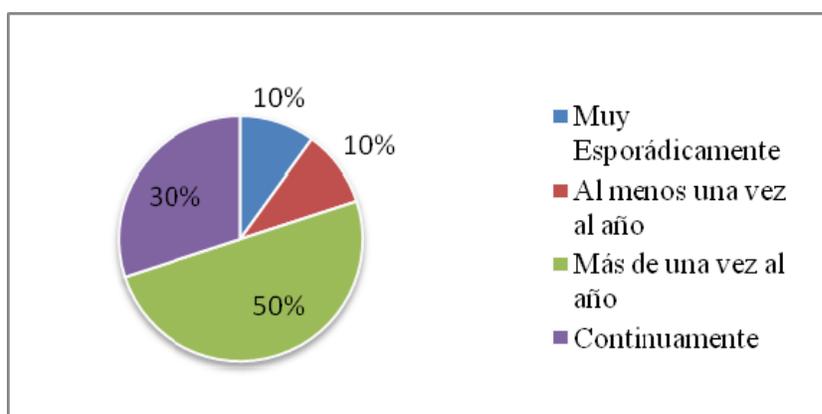
El 53% de las personas suelen viajar con su grupo familiar, 30% prefieren viajar con un grupo de amigos, 10% viajan solos y 7% lo hace en pareja, tal y como se observa en la gráfica N° 2.

¿CON QUÉ FRECUENCIA SUELE REALIZAR DICHOS VIAJES?

TABLA N° 3. DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿CON QUÉ FRECUENCIA SUELE REALIZAR DICHOS VIAJES?

Frecuencia con que las personas suelen realizar viajes	Valor	Porcentaje (%)
Muy Esporádicamente	10	10
Al menos una vez al año	10	10
Más de una vez al año	50	50
Continuamente	30	30
No Sabe/ No Contesta	0	0
TOTAL	100	100

GRÁFICA N° 3. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿CON QUÉ FRECUENCIA SUELE REALIZAR DICHOS VIAJES?



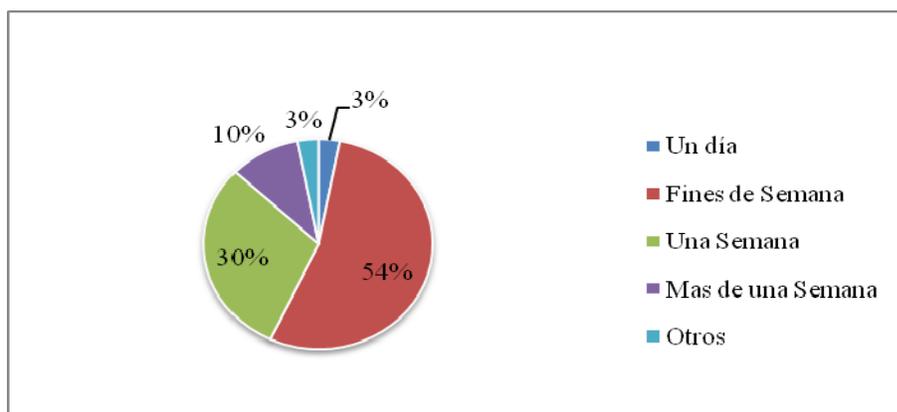
En la gráfica N° 3, se observa que 50% de los encuestados viajan más de una vez al año, 30% viaja continuamente, 10% suelen realizar viajes muy esporádicamente y 10% lo hacen al menos una vez al año.

¿CUÁL SUELE SER LA DURACIÓN DE SUS VIAJES?

TABLA N° 4. DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿CUÁL SUELE SER LA DURACIÓN DE SUS VIAJES?

Duración de los viajes de las personas encuestadas	Valor	Porcentaje (%)
Un día	3	3
Fines de Semana	54	54
Una Semana	30	30
Mas de una Semana	10	10
Otros	3	3
No Sabe/ No Contesta	0	0
TOTAL	100	100

GRÁFICA N° 4. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿CUÁL SUELE SER LA DURACIÓN DE SUS VIAJES?



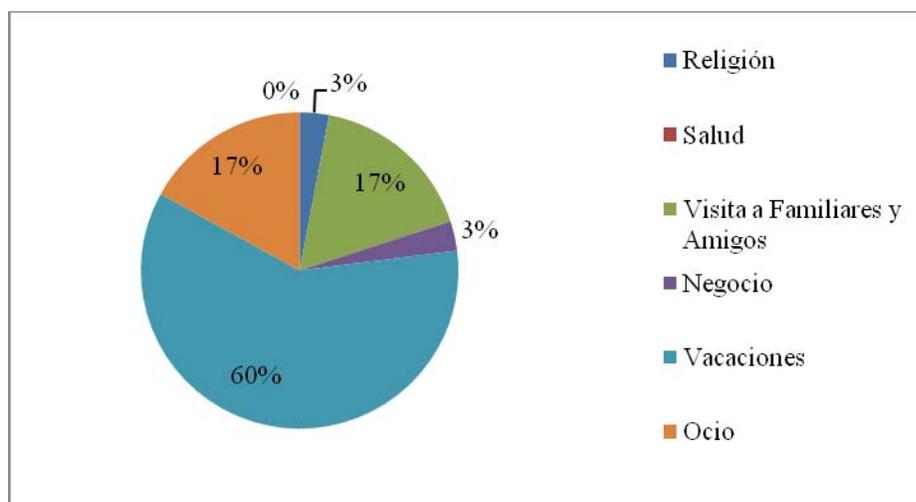
La gráfica N° 4 muestra que 54% de los encuestados suelen viajar los fines de semana, 30% viajan una semana, 10% suele viajar más de una semana, 3% de las personas encuestadas tienen como fecha de duración de sus viajes un día, y 3% señaló como opción otra.

¿CUÁLES SON LOS MOTIVOS QUE LE IMPULSAN A VIAJAR?

TABLA N° 5. DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿CUÁLES SON LOS MOTIVOS QUE LE IMPULSAN A VIAJAR?

Motivos que lo impulsan a viajar	Valor	Porcentaje (%)
Religión	3	3
Salud	0	0
Visita a Familiares y Amigos	17	17
Negocio	3	3
Vacaciones	60	60
Ocio	17	17
Otros	0	0
No Sabe/ No Contesta	0	0
TOTAL	100	100

GRÁFICA N° 5. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿CUÁLES SON LOS MOTIVOS QUE LE IMPULSAN A VIAJAR?



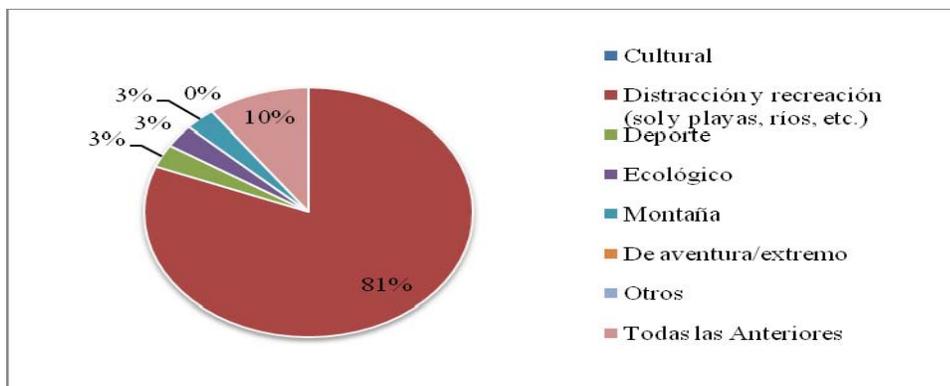
Al 60% de las personas encuestadas los impulsa a viajar las vacaciones, 17% visita a familiares y amigos, 17% por ocio, 3% por religión y 3% por negocios, tal como se observa en la gráfica N° 5.

¿EN QUE TIPO DE TURISMO SE UBICA?

TABLA N° 6. DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿EN QUE TIPO DE TURISMO SE UBICA?

¿En que tipo de turismo se ubica?	Valor	Porcentaje (%)
Cultural	0	0
Distracción y recreación (sol y playas, ríos, etc.)	81	81
Deporte	3	3
Ecológico	3	3
Montaña	3	3
De aventura/extremo	0	0
Otros	0	0
Todas las Anteriores	10	10
No Sabe/No Contesta	0	0
TOTAL	100	100

GRÁFICA N° 6. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿EN QUE TIPO DE TURISMO SE UBICA?



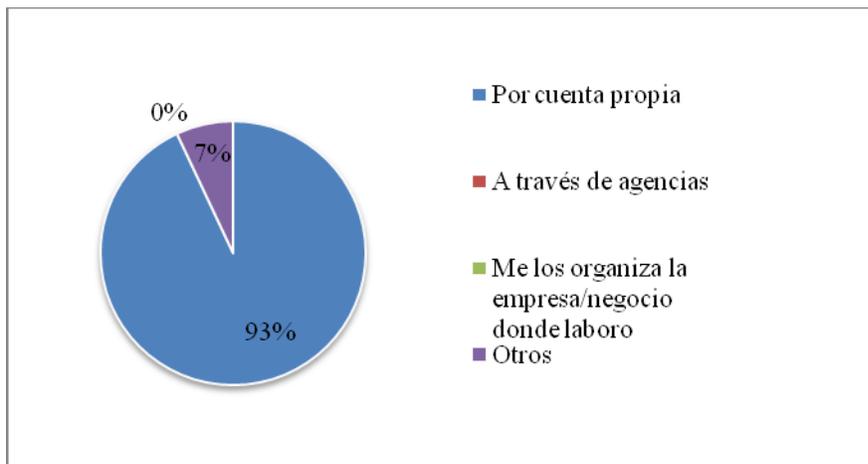
En la gráfica N° 6, se observa que 81% de las personas encuestadas se ubican en el turismo de recreación (sol, playas, ríos, etc.), 3% turismo de tipo cultural, 3% deportivo, 3% ecológico y 3% en el turismo de montaña.

¿CÓMO ORGANIZA USTED SUS VIAJES?

TABLA N° 7. DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿CÓMO ORGANIZA USTED SUS VIAJES?

Organiza sus viajes por:	Valor	Porcentaje (%)
Por cuenta propia	93	93
A través de agencias	0	0
Me los organiza la empresa/negocio donde laboro	0	0
Otros	7	7
No Sabe/ No Contesta	0	0
TOTAL	100	100

GRÁFICA N° 7. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿CÓMO ORGANIZA USTED SUS VIAJES?



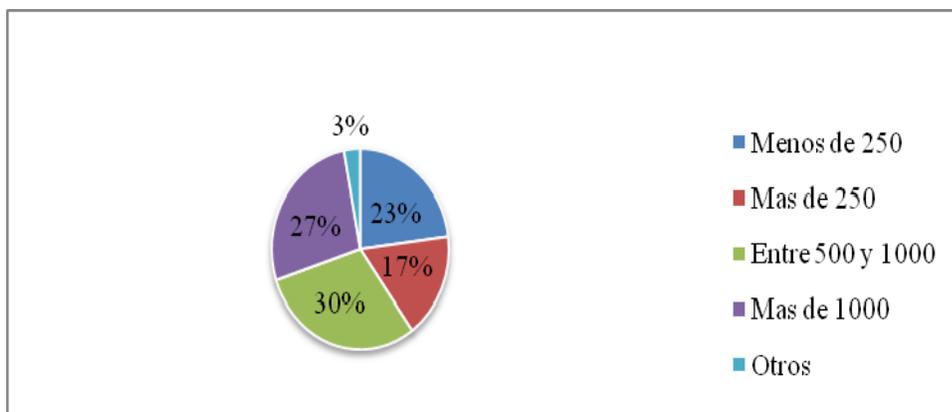
El 93% de las personas encuestadas afirman que organizan sus viajes por cuenta propia, mientras que 7% lo hace por otro medio; tal y como lo revela la gráfica N° 7.

¿CUÁL ES EL GASTO MEDIO DIARIO EN BOLÍVARES DURANTE SUS VIAJES?

TABLA N° 8. DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿CUÁL ES EL GASTO MEDIO DIARIO EN BOLÍVARES DURANTE SUS VIAJES?

Gasto medio diario en Bs.	Valor	Porcentaje (%)
Menos de 250	23	23
Mas de 250	17	17
Entre 500 y 1000	30	30
Mas de 1000	27	27
Otros	3	3
No Sabe/ No Contesta	0	0
TOTAL	100	100

GRÁFICA N° 8. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿CUÁL ES EL GASTO MEDIO DIARIO EN BOLÍVARES DURANTE SUS VIAJES?



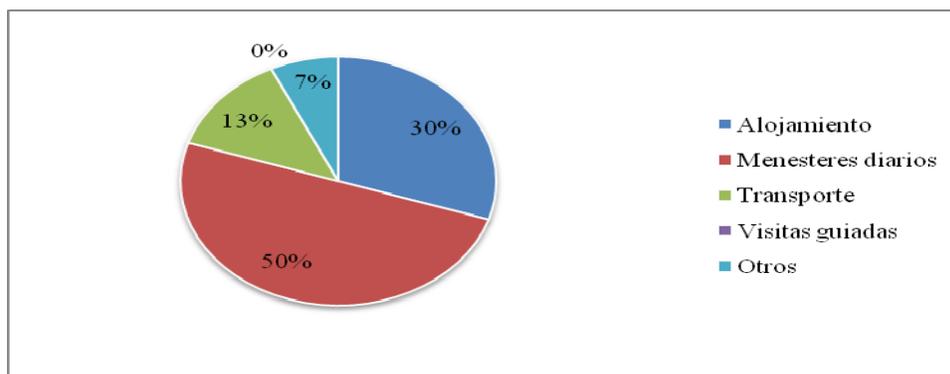
La gráfica N° 8 se observa que 30% de los encuestados gasta entre 500 y 1000 Bs. diarios, 27% gasta mas de 1000 Bs., 23% gastan menos de 250 Bs. 17% gasta más de 250 Bs. y 3% gastan otra cantidad.

¿EN QUÉ SUELE GASTAR MÁS DINERO?

TABLA N° 9. DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿EN QUÉ SUELE GASTAR MÁS DINERO?

¿En qué suele gastar más dinero?	Valor	Porcentaje (%)
Alojamiento	30	30
Menesteres diarios	50	50
Transporte	13	13
Visitas guiadas	0	0
Otros	7	7
No Sabe/ No Contesta	0	0
TOTAL	100	100

GRÁFICA N° 9. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿EN QUÉ SUELE GASTAR MÁS DINERO?



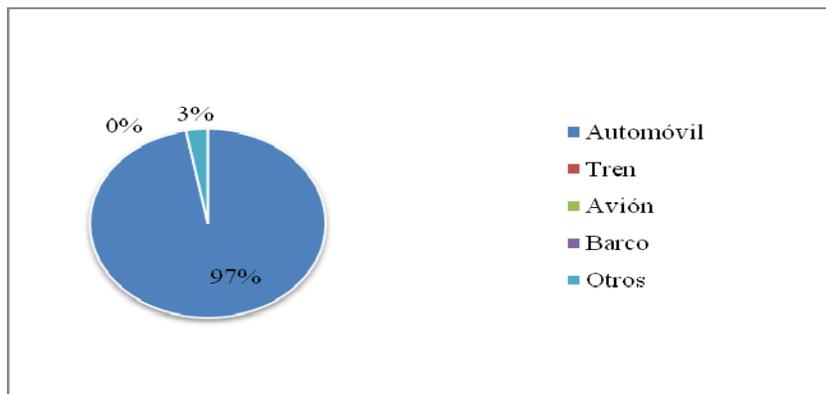
La gráfica N° 9 deja notar que 50% de las personas encuestadas gasta más dinero en menesteres diarios, 30% en alojamiento, 13% en transporte y 7% en otras cosas.

¿QUÉ MEDIO DE TRANSPORTE SUELE UTILIZAR PARA SUS VIAJES?

TABLA N° 10. DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿QUÉ MEDIO DE TRANSPORTE SUELE UTILIZAR PARA SUS VIAJES?

Suele viajar en:	Valor	Porcentaje (%)
Automóvil	97	97
Tren	0	0
Avión	0	0
Barco	0	0
Otros	3	3
No Sabe/ No Contesta	0	0
TOTAL	100	100

GRÁFICA N° 10. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿QUÉ MEDIO DE TRANSPORTE SUELE UTILIZAR PARA SUS VIAJES?



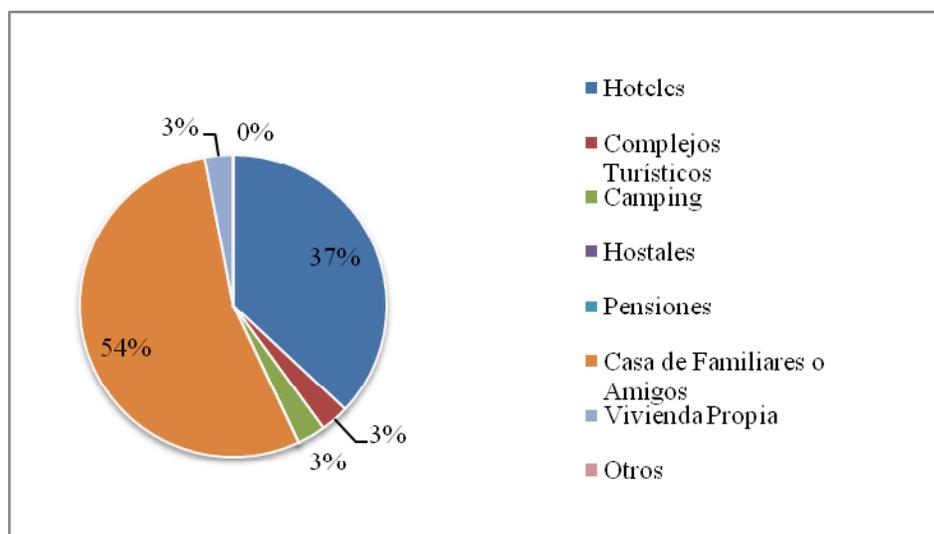
El 97% de las personas encuestadas utilizan automóvil para viajar, mientras que 3% prefieren hacerlo mediante otro medio, según se observa en la gráfica N° 10.

¿QUÉ TIPO DE HOSPEDAJE UTILIZA?

TABLA N° 11. DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿QUÉ TIPO DE HOSPEDAJE UTILIZA?

Tipos de hospedaje que utiliza	Valor	Porcentaje (%)
Hoteles	37	37
Complejos Turísticos	3	3
Camping	3	3
Hostales	0	0
Pensiones	0	0
Casa de Familiares o Amigos	54	54
Vivienda Propia	3	3
Otros	0	0
No Sabe/ No Contesta	0	0
TOTAL	100	100

GRÁFICA N° 11. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿QUÉ TIPO DE HOSPEDAJE UTILIZA?



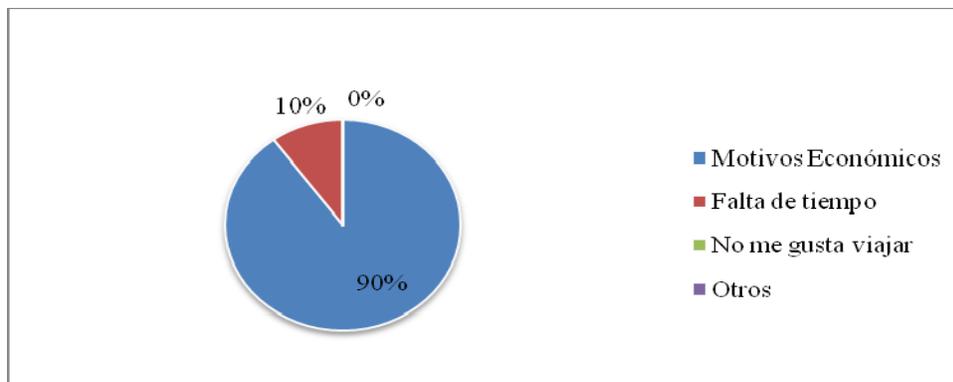
Un 54% de las personas encuestadas utiliza la casa de familiares y amigos como lugar de hospedaje, 37% utiliza hoteles, 3% frecuenta complejos turísticos, 3% hace camping, y 3% su vivienda propia, tal y como se muestra en la gráfica N° 11.

EN CASO DE QUE USTED NO VIAJE, ¿CUÁLES SON LOS MOTIVOS?

TABLA N° 12. DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: EN CASO DE QUE USTED NO VIAJE, ¿CUÁLES SON LOS MOTIVOS?

Motivos por los cuales no viaja	Valor	Porcentaje (%)
Motivos Económicos	90	90
Falta de tiempo	10	10
No me gusta viajar	0	0
Otros	0	0
No Sabe/ No Contesta	0	0
TOTAL	100	100

GRÁFICA N° 12. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: EN CASO DE QUE USTED NO VIAJE, ¿CUÁLES SON LOS MOTIVOS?



En la gráfica N° 12 se observa que 90% de las personas encuestadas no realiza viajes debido a motivos económicos, mientras que 10% no lo hace por falta de tiempo.

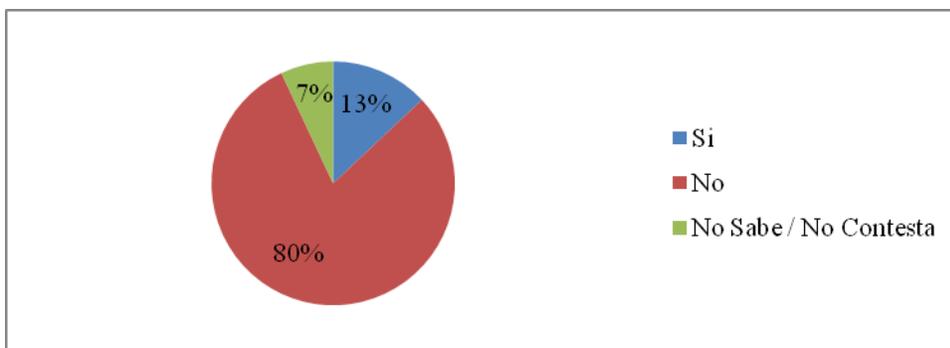
ASPECTOS ESPECÍFICOS:

¿CONOCE USTED DE LA EXISTENCIA DE COMPLEJOS TURÍSTICOS EN EL MUNICIPIO VALDEZ?

TABLA N° 13. DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿CONOCE USTED DE LA EXISTENCIA DE COMPLEJOS TURÍSTICOS EN EL MUNICIPIO VALDEZ?

Existencia de complejos turísticos	Valor	Porcentaje (%)
Si	13	13
No	80	80
No Sabe / No Contesta	7	7
TOTAL	100	100

GRÁFICA N° 13. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿CONOCE USTED DE LA EXISTENCIA DE COMPLEJOS TURÍSTICOS EN EL MUNICIPIO VALDEZ?



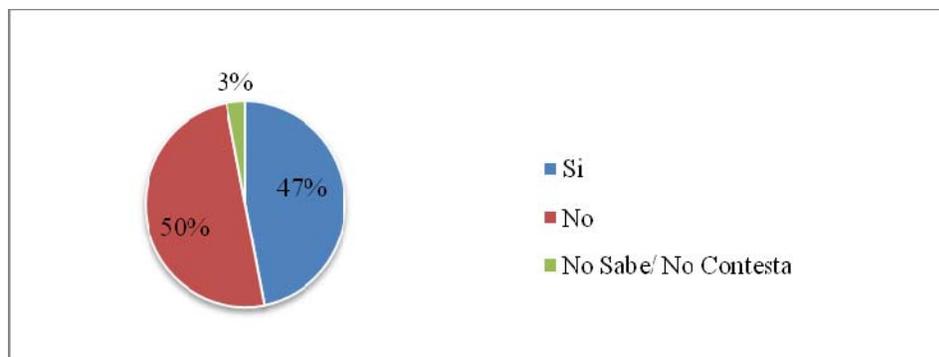
El 80% de las personas encuestadas no tienen conocimiento alguno de la existencia de complejos turísticos en el Municipio Valdez, 13% si conoce y 7% no saben/ no contestan, según se observa en el gráfico N° 13.

¿CONOCE USTED LAS BONDADES TURÍSTICAS Y DE RECREACIÓN DEL MUNICIPIO VALDEZ?

TABLA N° 14. DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿CONOCE USTED LAS BONDADES TURÍSTICAS Y DE RECREACIÓN DEL MUNICIPIO VALDEZ?

Conoce las bondades turísticas y de recreación del Municipio Valdez?	Valor	Porcentaje (%)
Si	47	47
No	50	50
No Sabe/ No Contesta	3	3
TOTAL	100	100

GRÁFICA N° 14. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿CONOCE USTED LAS BONDADES TURÍSTICAS Y DE RECREACIÓN DEL MUNICIPIO VALDEZ?



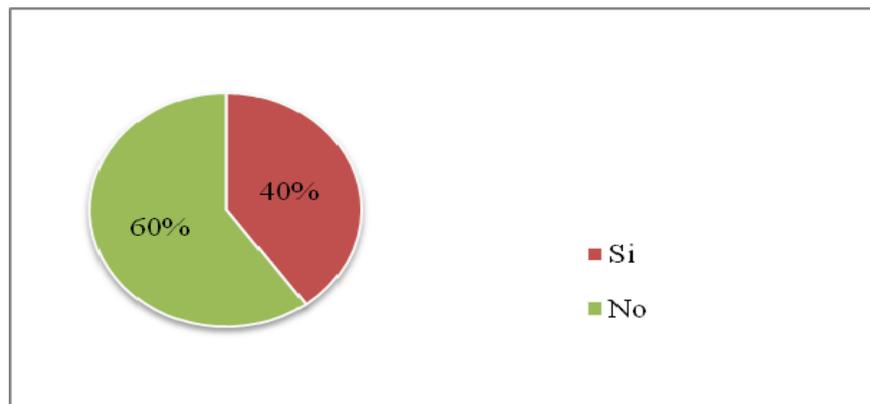
Según se observa en la gráfica N° 14, 50% de las personas encuestadas no conocen las bondades turísticas y de recreación del Municipio Valdez, 47% si conoce y 3% de las personas no sabe/no contesta.

¿HA VISITADO USTED ALGÚN SITIO TURÍSTICO DEL MUNICIPIO VALDEZ?

TABLA N° 15. DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿HA VISITADO USTED ALGÚN SITIO TURÍSTICO DEL MUNICIPIO VALDEZ?

¿Ha visitado algún sitio turístico del Municipio Valdez?	Valor	Porcentaje (%)
Si	40	40
No	60	60
TOTAL	100	100

GRÁFICA N° 15. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿HA VISITADO USTED ALGÚN SITIO TURÍSTICO DEL MUNICIPIO VALDEZ?



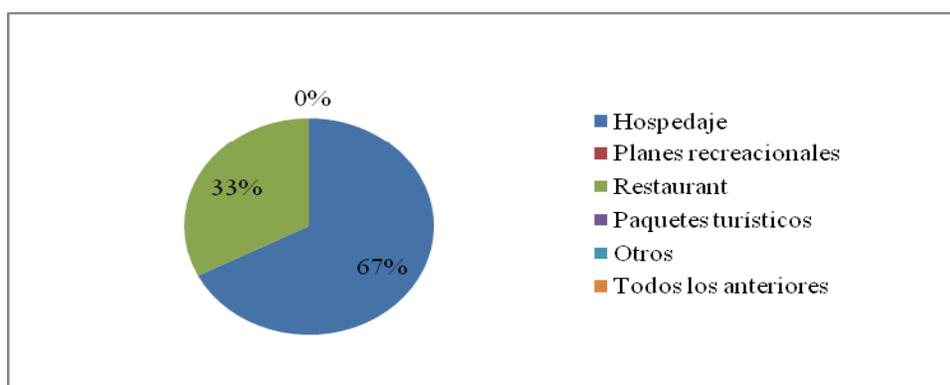
El 60% de los encuestados no ha visitado algún sitio turístico del Municipio Valdez, mientras que 40% si lo ha hecho, tal y como lo muestra la gráfica N° 15.

DE LOS SIGUIENTES SERVICIOS EN EL MUNICIPIO VALDEZ, ¿CUÁLES HA UTILIZADO?

TABLA N° 16. DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: DE LOS SIGUIENTES SERVICIOS EN EL MUNICIPIO VALDEZ, ¿CUÁLES HA UTILIZADO?

Servicios que ha utilizado en el Municipio Valdez	Valor	Porcentaje (%)
Hospedaje	27	27
Planes recreacionales	0	0
Restaurant	13	13
Paquetes turísticos	0	0
Otros	0	0
Todos los anteriores	0	0
No Sabe/ No Contesta	0	0
TOTAL	40	40

GRÁFICA N° 16. DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: DE LOS SIGUIENTES SERVICIOS EN EL MUNICIPIO VALDEZ, ¿CUÁLES HA UTILIZADO?



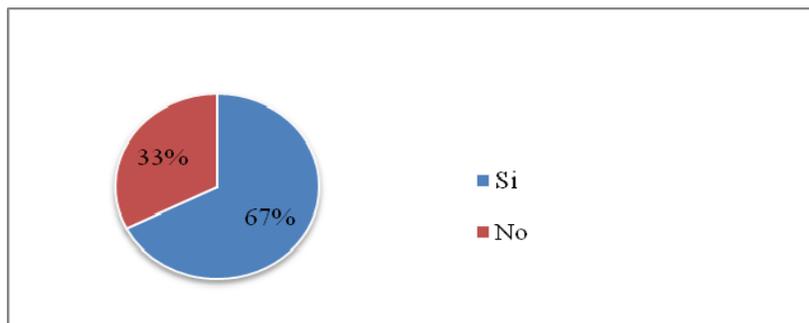
Según los encuestados, 67% de estos han utilizados servicios de hospedaje en el Municipio Valdez, al igual que 33% ha utilizado servicios de restaurant; así como lo muestra la gráfica N° 16.

¿ALGUNA VEZ HA UTILIZADO LOS SERVICIOS DE HOSPEDAJE, TURÍSTICOS Y RECREACIONALES OFERTADOS EN EL MUNICIPIO VALDEZ?

TABLA N° 17. DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿ALGUNA VEZ HA UTILIZADO LOS SERVICIOS DE HOSPEDAJE, TURÍSTICOS Y RECREACIONALES OFERTADOS EN EL MUNICIPIO VALDEZ?

¿Ha utilizado servicios de hospedaje, turísticos y recreacionales ofertados en el Municipio Valdez?	Valor	Porcentaje (%)
Si	27	27
No	13	13
No Sabe/ No Contesta	0	0
TOTAL	40	40

GRÁFICA N° 17. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿ALGUNA VEZ HA UTILIZADO LOS SERVICIOS DE HOSPEDAJE, TURÍSTICOS Y RECREACIONALES OFERTADOS EN EL MUNICIPIO VALDEZ?



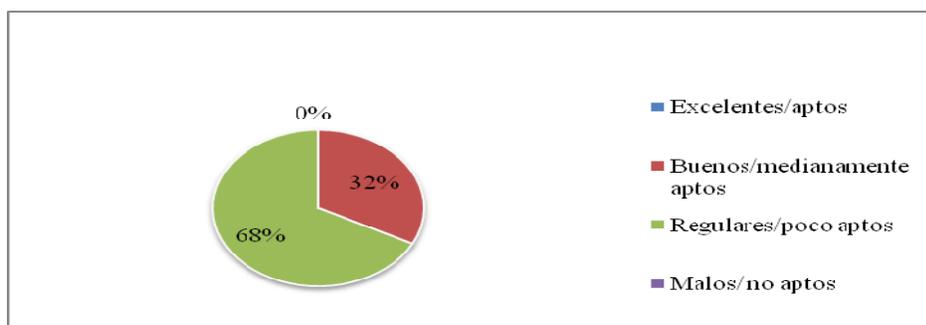
Según la gráfica N° 17, 67% de las personas encuestadas si han utilizado servicios de hospedaje, turísticos y recreacionales ofertados en el Municipio Valdez, mientras que 33% no.

SEGÚN SU OPINIÓN, ¿CÓMO SE ENCUENTRAN LOS LUGARES DONDE SE DESARROLLAN ACTIVIDADES TURÍSTICAS EN EL MUNICIPIO VALDEZ?

TABLA N° 18. DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: SEGÚN SU OPINIÓN, ¿CÓMO SE ENCUENTRAN LOS LUGARES DONDE SE DESARROLLAN ACTIVIDADES TURÍSTICAS EN EL MUNICIPIO VALDEZ?

Los lugares donde se desarrollan actividades turísticas se encuentran:	Valor	Porcentaje (%)
Excelentes/aptos	0	0
Buenos/medianamente aptos	13	13
Regulares/poco aptos	27	27
Malos/ no aptos	0	0
No Sabe/ No Contesta	0	0
TOTAL	40	40

GRÁFICA N° 18. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: SEGÚN SU OPINIÓN, ¿CÓMO SE ENCUENTRAN LOS LUGARES DONDE SE DESARROLLAN ACTIVIDADES TURÍSTICAS EN EL MUNICIPIO VALDEZ?



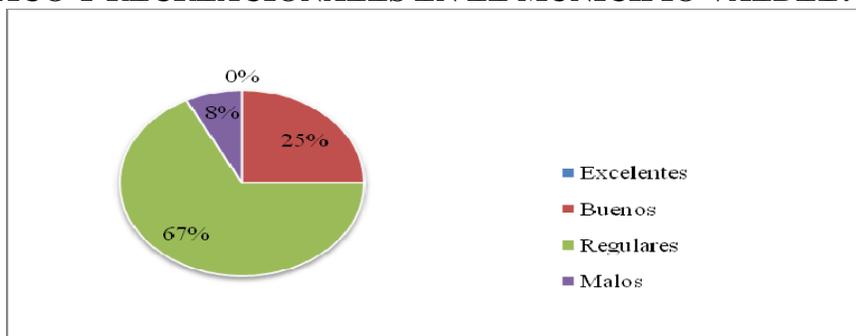
El 68% de los encuestados considera que los lugares donde se desarrollan actividades turísticas en el Municipio Valdez son regulares o poco aptos, mientras 32% afirman que son buenos o medianamente aptos; tal y como lo muestra la gráfica N° 18.

¿QUÉ OPINIÓN MERECEEN LOS SERVICIOS BÁSICOS, DE HOSPEDAJES, TURÍSTICO Y RECREACIONALES EN EL MUNICIPIO VALDEZ?

TABLA N° 19. DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿QUÉ OPINIÓN MERECEEN LOS SERVICIOS BÁSICOS, DE HOSPEDAJES, TURÍSTICO Y RECREACIONALES EN EL MUNICIPIO VALDEZ?

Los servicios básicos, de hospedaje, turísticos y recreacionales del Municipio se encuentran:	Valor	Porcentaje (%)
Excelentes	0	0
Buenos	10	10
Regulares	27	27
Malos	3	3
No Sabe/ No Contesta	0	0
TOTAL	40	40

GRÁFICA N° 19. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿QUÉ OPINIÓN MERECEEN LOS SERVICIOS BÁSICOS, DE HOSPEDAJES, TURÍSTICO Y RECREACIONALES EN EL MUNICIPIO VALDEZ?



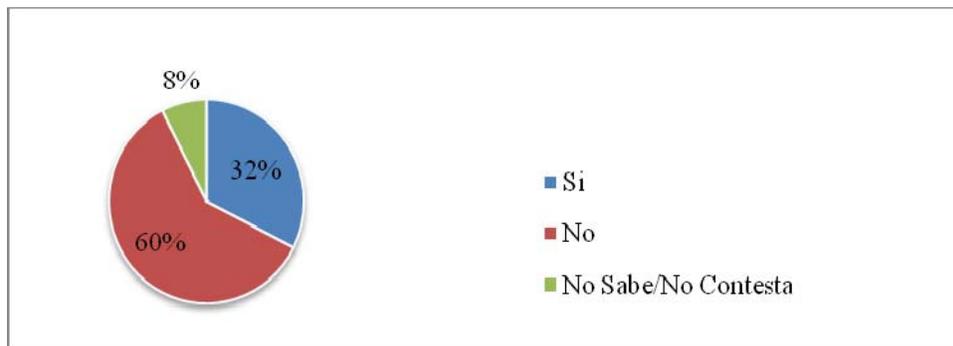
Como se observa en la gráfica N° 19, 67% de los encuestados señalan que los servicios básicos, de hospedaje, turísticos y recreacionales del Municipio Valdez son regulares, 25% opinan que son buenos y 8% que son malos

¿LAS EMPRESAS/PERSONAS DEDICADAS A OFERTAR SERVICIOS DE HOSPEDAJES, TURISMO Y RECREACIÓN EN EL MUNICIPIO VALDEZ PROMOCIONAN LAS BONDADES TURÍSTICAS DE LA REGIÓN?

TABLA N° 20. DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿LAS EMPRESAS/PERSONAS DEDICADAS A OFERTAR SERVICIOS DE HOSPEDAJES, TURISMO Y RECREACIÓN EN EL MUNICIPIO VALDEZ PROMOCIONAN LAS BONDADES TURÍSTICAS DE LA REGIÓN?

Promoción de bondades turísticas	Valor	Porcentaje (%)
Si	13	13
No	24	24
No Sabe/No Contesta	3	3
TOTAL	40	40

GRÁFICA N° 20. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿LAS EMPRESAS Y/O PERSONAS DEDICADAS A OFERTAR SERVICIOS DE HOSPEDAJES, TURISMO Y RECREACIÓN EN EL MUNICIPIO VALDEZ PROMOCIONAN LAS BONDADES TURÍSTICAS DE LA REGIÓN?



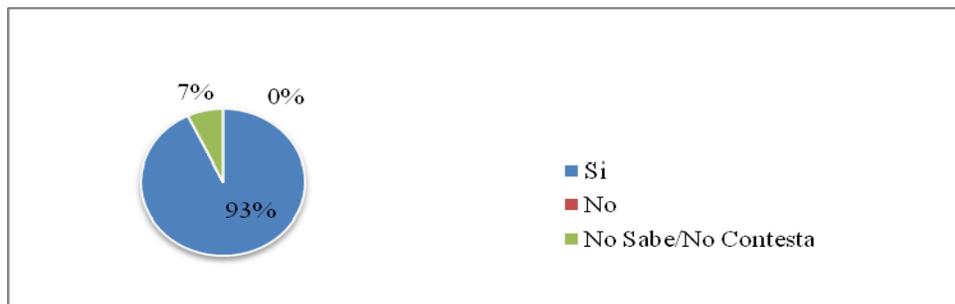
Según los encuestados, 60% de las empresas y/o personas dedicadas a ofertar servicios de hospedajes, turismo y recreación no promocionan las bondades turísticas de la región, 32% si lo hace y 8% no contestó, tal y como se evidencia en la gráfica N° 20.

¿CREE USTED QUE EL MUNICIPIO VALDEZ CUENTA CON LA DIVERSIDAD DE RECURSOS NATURALES PARA LLEVAR A CABO PLANES TURÍSTICOS Y RECREACIONALES?

TABLA N° 21. DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿CREE USTED QUE EL MUNICIPIO VALDÉZ CUENTA CON LA DIVERSIDAD DE RECURSOS NATURALES PARA LLEVAR A CABO PLANES TURÍSTICOS Y RECREACIONALES?

¿El Municipio Valdez cuenta con la diversidad de recursos naturales para llevar a cabo planes turísticos y recreacionales?	Valor	Porcentaje (%)
Si	93	93
No	0	0
No Sabe/No Contesta	7	7
TOTAL	100	100

GRÁFICA N° 21. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿CREE USTED QUE EL MUNICIPIO VALDEZ CUENTA CON LA DIVERSIDAD DE RECURSOS NATURALES PARA LLEVAR A CABO PLANES TURÍSTICOS Y RECREACIONALES?



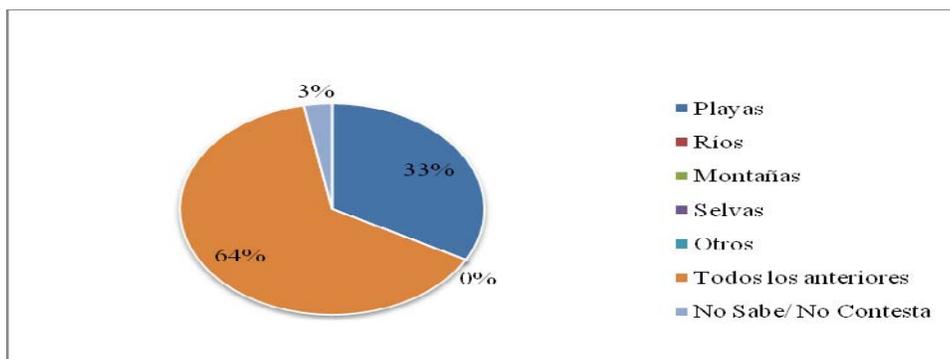
En la gráfica N° 21 se observa que 93% de las personas encuestadas afirman que el Municipio Valdez si cuenta con la diversidad de recursos naturales para llevar a cabo planes turísticos y recreacionales, mientras que 7% no sabe o no contestaron.

¿CUÁLES DE LOS SIGUIENTES RECURSOS POSEE EL MUNICIPIO VALDEZ PARA DESARROLLAR EL SECTOR TURISMO?

TABLA N° 22. DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿CUÁLES DE LOS SIGUIENTES RECURSOS POSEE EL MUNICIPIO VALDEZ PARA DESARROLLAR EL SECTOR TURISMO?

Recursos naturales que posee el Municipio Valdez	Valor	Porcentaje (%)
Playas	33	33
Ríos	0	0
Montañas	0	0
Selvas	0	0
Otros	0	0
Todos los anteriores	64	64
No Sabe/ No Contesta	3	3
TOTAL	100	100

GRÁFICA N° 22. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿CUÁLES DE LOS SIGUIENTES RECURSOS POSEE EL MUNICIPIO VALDEZ PARA DESARROLLAR EL SECTOR TURISMO?



De los recursos naturales que posee el Municipio Valdez para desarrollar el sector turismo, 64% de las personas opinaron que dispone de playas, ríos, montañas y selvas, 33% solo playas, y 3% no contesto/ no sabe.

¿LOS DESTINOS TURÍSTICOS DEL MUNICIPIO VALDEZ CUMPLEN CON LOS REQUERIMIENTOS MÍNIMOS DE SEGURIDAD Y SANIDAD PARA SU EXPLOTACIÓN?

TABLA N° 23. DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿LOS DESTINOS TURÍSTICOS DEL MUNICIPIO VALDEZ CUMPLEN CON LOS REQUERIMIENTOS MÍNIMOS DE SEGURIDAD Y SANIDAD PARA SU EXPLOTACIÓN?

¿Los destinos turísticos del Municipio Valdez cumplen con los requerimientos mínimos de seguridad y sanidad para su explotación?	Valor	Porcentaje (%)
Si	7	7
No	43	43
No Sabe/No Contesta	50	50
TOTAL	100	100

GRÁFICA N° 23 DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿LOS DESTINOS TURÍSTICOS DEL MUNICIPIO VALDEZ CUMPLEN CON LOS REQUERIMIENTOS MÍNIMOS DE SEGURIDAD Y SANIDAD PARA SU EXPLOTACIÓN?



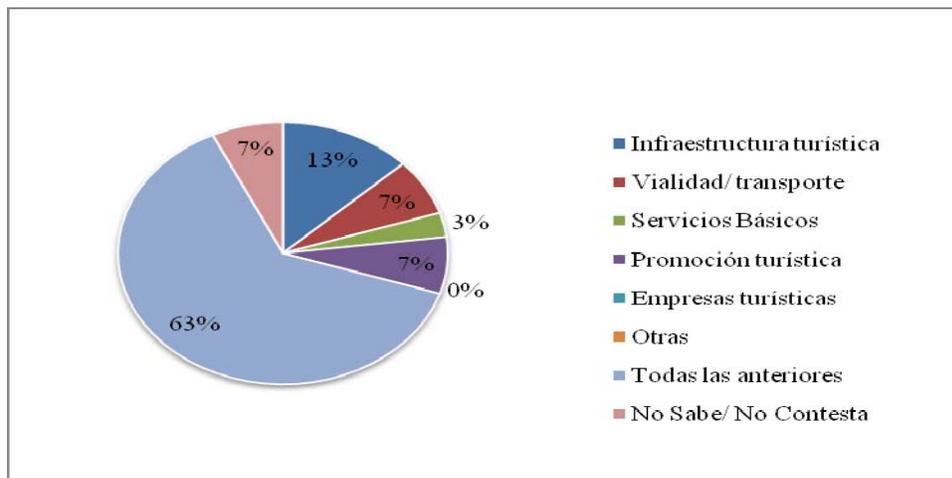
Según la gráfica N° 23, 50% de las personas encuestadas no saben si los destinos turísticos del Municipio Valdez cumplen con los requerimientos mínimos de seguridad y sanidad para su explotación, 43% dijo que no, mientras que 7% de estos si creen que cuentan con dichos requerimientos.

**SEGÚN SU PERCEPCIÓN, ¿QUÉ LE HACE FALTA EN MATERIA DE
TURISMO AL MUNICIPIO VALDEZ PARA LOGRAR NIVELES
ACEPTABLES DE DESARROLLO EN ESTE SECTOR?**

TABLA N° 24. DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: SEGÚN SU PERCEPCIÓN, ¿QUÉ LE HACE FALTA EN MATERIA DE TURISMO AL MUNICIPIO VALDEZ PARA LOGRAR NIVELES ACEPTABLES DE DESARROLLO EN EL SECTOR?

¿Qué le hace falta en materia de turismo al municipio Valdez para lograr niveles aceptables de desarrollo en este sector	Valor	Porcentaje (%)
Infraestructura turística	13	13
Vialidad/ transporte	7	7
Servicios Básicos	3	3
Promoción turística	7	7
Empresas turísticas	0	0
Otras	0	0
Todas las anteriores	63	63
No Sabe/ No Contesta	7	7
TOTAL	100	100

GRÁFICA N° 24. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: SEGÚN SU PERCEPCIÓN, ¿QUÉ LE HACE FALTA EN MATERIA DE TURISMO AL MUNICIPIO VALDEZ PARA LOGRAR NIVELES ACEPTABLES DE DESARROLLO EN EL SECTOR?



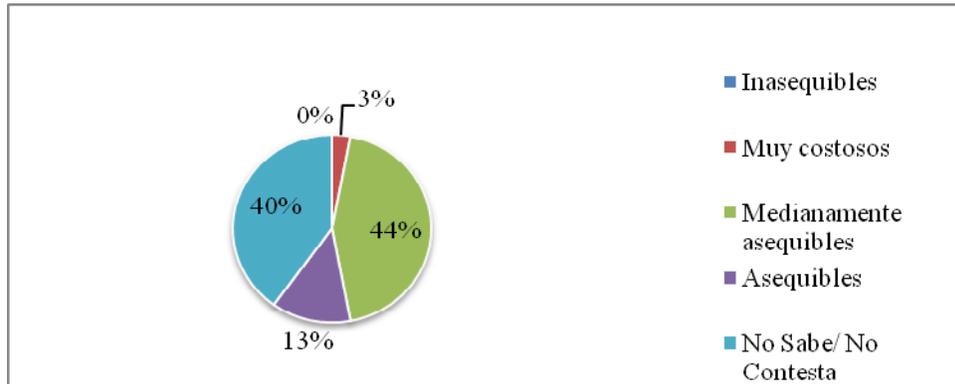
En el gráfico N° 24 se observa que 13% considera que hace falta infraestructura turística, 7% vialidad y transporte, 7% promoción turística, 7% no contestan/ no saben y 3% servicios básicos. Se puede señalar que 63% considera que el Municipio Valdez carece de infraestructura, vialidad y transporte, servicios básicos y promoción turística para lograr niveles aceptables de desarrollo.

¿QUÉ OPINIÓN MERECEEN LOS PRECIOS DE LOS SERVICIOS DE HOSPEDAJE EN LA REGIÓN?

TABLA N° 25. DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿QUÉ OPINIÓN MERECEEN LOS PRECIOS DE LOS SERVICIOS DE HOSPEDAJE EN LA REGIÓN?

Precios de los servicios de hospedaje en la región	Valor	Porcentaje (%)
Inasequibles	0	0
Muy costosos	3	3
Medianamente asequibles	44	44
Asequibles	13	13
No Sabe/ No Contesta	40	40
TOTAL	100	100

GRÁFICA N° 25. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿QUÉ OPINIÓN MERECEEN LOS PRECIOS DE LOS SERVICIOS DE HOSPEDAJE EN LA REGIÓN?



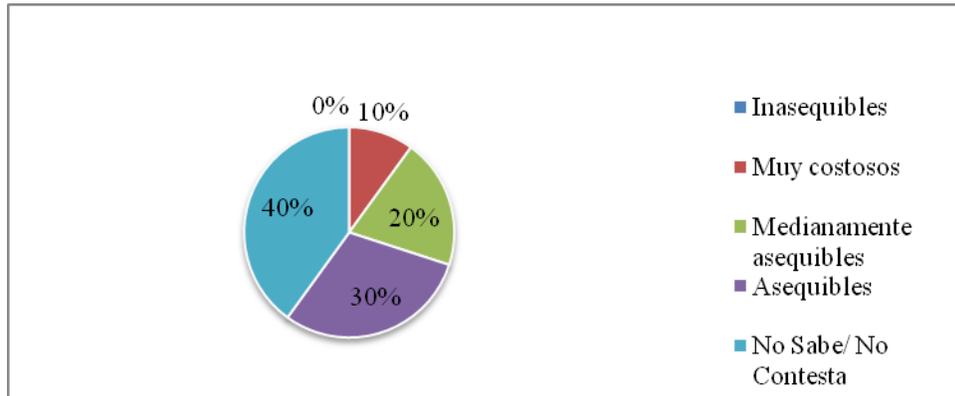
El 44% de las personas encuestadas opinaron que los precios de hospedaje en la región son medianamente asequibles, 40% no tiene conocimiento acerca de los precios de hospedaje, 13% los considera asequibles y 3% opinaron que son costosos; así se evidencia en la gráfica N° 25.

¿QUÉ OPINIÓN TIENE USTED DE LOS PRECIOS DE COMIDA EN LA REGIÓN?

TABLA N° 26. DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿QUÉ OPINIÓN TIENE USTED DE LOS PRECIOS DE COMIDA EN LA REGIÓN?

Precios de los servicios de comida en la región	Valor	Porcentaje (%)
Inasequibles	0	0
Muy costosos	10	10
Medianamente asequibles	20	20
Asequibles	30	30
No Sabe/ No Contesta	40	40
TOTAL	100	100

GRÁFICA N° 26. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿QUÉ OPINIÓN TIENE USTED DE LOS PRECIOS DE COMIDA EN LA REGIÓN?



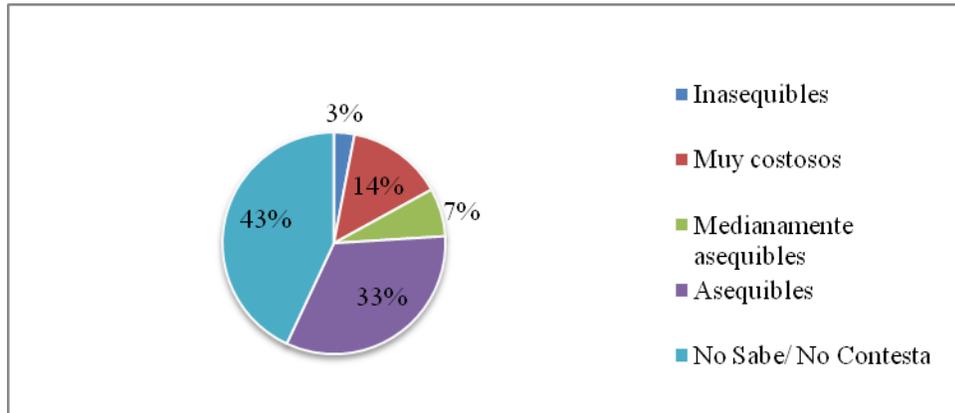
Según la gráfica N° 26, 40% de los encuestados no tienen conocimiento acerca de los precios de comida en la región, 30% los considera asequibles, 20% medianamente asequibles y 10% muy costosos.

¿QUÉ OPINIÓN TIENE USTED DE LOS PRECIOS DE LOS SERVICIOS DE TRANSPORTE EN LA REGIÓN?

TABLA N° 27. DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿QUÉ OPINIÓN TIENE USTED DE LOS PRECIOS DE LOS SERVICIOS DE TRANSPORTE EN LA REGIÓN?

Precios de los servicios de transporte en la región	Valor	Porcentaje (%)
Inasequibles	3	3
Muy costosos	14	14
Medianamente asequibles	7	7
Asequibles	33	33
No Sabe/ No Contesta	43	43
TOTAL	100	100

**GRÁFICA N° 27. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LA PREGUNTA:
¿QUÉ OPINIÓN TIENE USTED DE LOS PRECIOS DE LOS SERVICIOS DE
TRANSPORTE EN LA REGIÓN?**



Del total de persons encuestadas, 43% no tienen conocimiento de los precios del servicio de transporte en la región, 33% opina que son asequibles, 14% muy costosos, 7% medianamente asequibles, así lo revela la gráfica N° 27.

**¿LE GUSTARÍA QUE EXISTIERA EN EL MUNICIPIO VALDEZ
UN COMPLEJO TURÍSTICO Y DE RECREACIÓN DESTINADO A
SATISFACER LAS NECESIDADES DE RECREACIÓN Y ESPARCIMIENTO
DE LOS HABITANTES DE LA REGIÓN Y EL PAÍS EN GENERAL?**

**TABLA N° 28. DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL DE LA
PREGUNTA: ¿LE GUSTARÍA QUE EXISTIERA EN EL MUNICIPIO
VALDEZ UN COMPLEJO TURÍSTICO Y DE RECREACIÓN DESTINADO
A SATISFACER LAS NECESIDADES DE RECREACIÓN Y
ESPARCIMIENTO DE LOS HABITANTES DE LA REGIÓN Y EL PAÍS EN
GENERAL?**

¿Le gustaría que existiera en el Municipio Valdez un complejo turístico y de recreación destinado a satisfacer las necesidades de recreación y esparcimiento de los habitantes de la región y el país en general?	Valor	Porcentaje (%)
Si	100	100
No	0	0
No Sabe/No Contesta	0	0
TOTAL	100	100

GRÁFICA N° 28. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿LE GUSTARÍA QUE EXISTIERA EN EL MUNICIPIO VALDEZ UN COMPLEJO TURÍSTICO Y DE RECREACIÓN DESTINADO A SATISFACER LAS NECESIDADES DE RECREACIÓN Y ESPARCIMIENTO DE LOS HABITANTES DE LA REGIÓN Y EL PAÍS EN GENERAL?



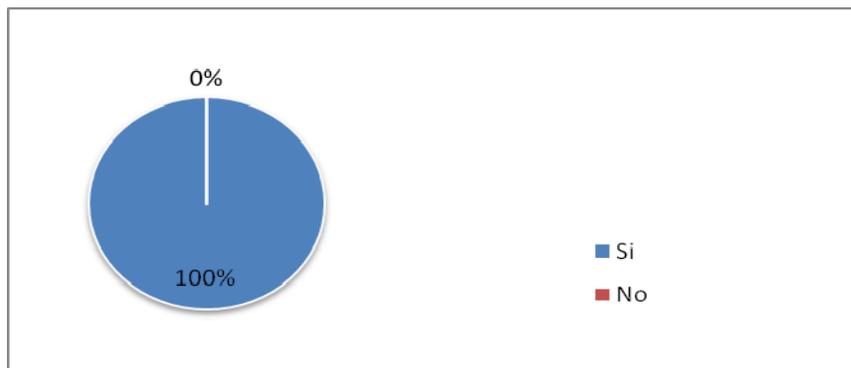
Según la gráfica N° 28, 100% de las personas encuestados les gustaría que existiera en el Municipio Valdez un complejo turístico destinado a satisfacer las necesidades de esparcimiento y recreación de los habitantes de la región y del país en general.

¿CREE USTED QUE ES NECESARIA LA INSTALACIÓN DE UN COMPLEJO TURÍSTICO Y DE RECREACIÓN EN EL MUNICIPIO VALDEZ?

TABLA N° 29. DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿CREE USTED QUE ES NECESARIA LA INSTALACIÓN DE UN COMPLEJO TURÍSTICO Y DE RECREACIÓN EN EL MUNICIPIO VALDEZ?

¿Cree Usted que es necesaria la instalación de un complejo turístico y de recreación en el Municipio Valdez?	Valor	Porcentaje (%)
Si	100	100
No	0	0
No Sabe/No Contesta	0	0
TOTAL	100	100

GRÁFICA N° 29. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿CREE USTED QUE ES NECESARIA LA INSTALACIÓN DE UN COMPLEJO TURÍSTICO Y DE RECREACIÓN EN EL MUNICIPIO VALDEZ?



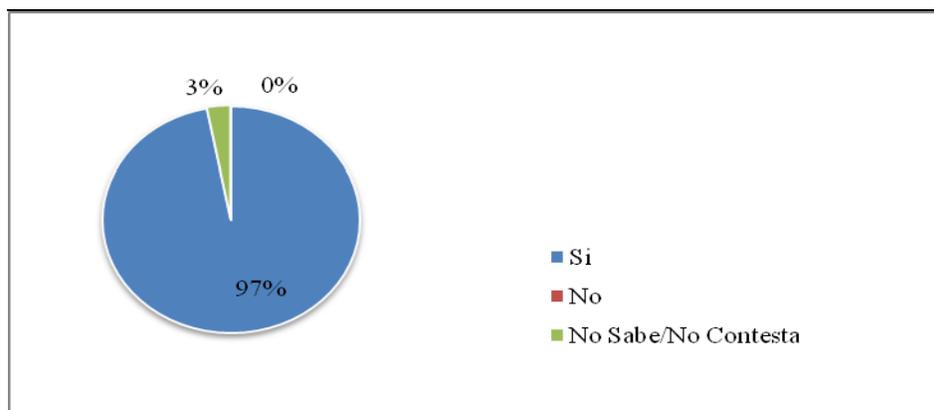
Un 100% de los encuestados afirma que si es necesaria la instalación de un complejo turístico y de recreación en el Municipio Valdez.

**¿CONSIDERA USTED QUE LA INSTALACIÓN DE UN COMPLEJO
TURÍSTICO CONTRIBUIRÁ AL DESARROLLO CULTURAL Y SOCIO
ECONÓMICO DEL MUNICIPIO VALDEZ?**

**TABLA N° 30. DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL DE LA
PREGUNTA: ¿CONSIDERA USTED QUE LA INSTALACIÓN DE UN
COMPLEJO TURÍSTICO CONTRIBUIRÁ AL DESARROLLO CULTURAL
Y SOCIOECONÓMICO DEL MUNICIPIO VALDEZ?**

¿Considera Usted que la instalación de un complejo turístico contribuirá al desarrollo cultural y socio económico en el Municipio Valdez?	Valor	Porcentaje (%)
Si	97	97
No	0	0
No Sabe/No Contesta	3	3
TOTAL	100	100

**GRÁFICA N° 30. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LA PREGUNTA:
¿CONSIDERA USTED QUE LA INSTALACIÓN DE UN COMPLEJO
TURÍSTICO CONTRIBUIRÁ AL DESARROLLO CULTURAL Y
SOCIOECONÓMICO DEL MUNICIPIO VALDEZ?**



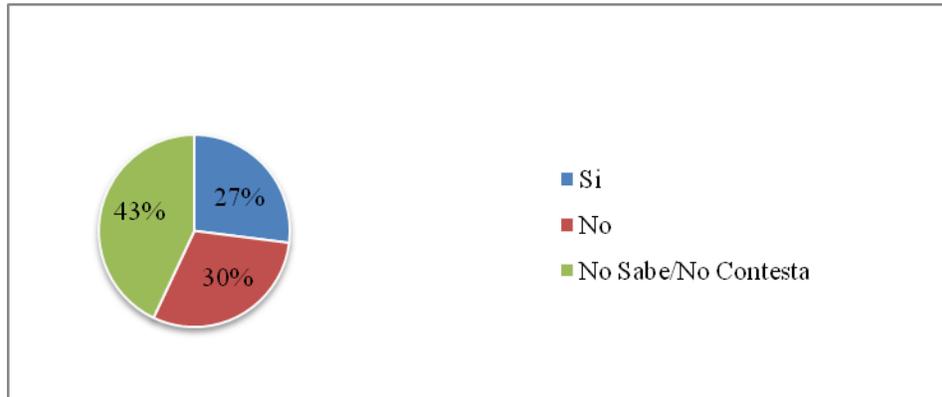
Según se observa en la gráfica N° 30, 97% de los encuestados opinaron que la instalación de un complejo turístico si contribuirá al desarrollo cultural y socioeconómico del Municipio Valdez, mientras que 3% no contestaron.

¿CREE USTED QUE LAS EMPRESAS DEL SECTOR TURISMO QUE ACTÚAN EN LA REGIÓN LO HACEN RESPONSABLEMENTE SIN AFECTAR EL MEDIO AMBIENTE EN EL CUAL DESARROLLAN SUS ACTIVIDADES?

TABLA N° 31. DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿CREE USTED QUE LAS EMPRESAS DEL SECTOR TURISMO QUE ACTÚAN EN LA REGIÓN LO HACEN RESPONSABLEMENTE SIN AFECTAR EL MEDIO AMBIENTE EN EL CUAL DESARROLLAN SUS ACTIVIDADES?

¿Cree Usted que las empresas del sector turismo actúan en la región lo hacen responsablemente, sin afectar el medio ambiente en el cual desarrollan sus actividades?	Valor	Porcentaje (%)
Si	27	27
No	30	30
No Sabe/No Contesta	43	43
TOTAL	100	100

GRÁFICA N° 31. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LA PREGUNTA: ¿CREE USTED QUE LAS EMPRESAS DEL SECTOR TURISMO QUE ACTÚAN EN LA REGIÓN LO HACEN RESPONSABLEMENTE SIN AFECTAR EL MEDIO AMBIENTE EN EL CUAL DESARROLLAN SUS ACTIVIDADES?



En el grafico N° 31 se observa que, 43% de las personas no saben si las empresas del sector turismo que actúan en la región lo hacen responsablemente sin afectar el ambiente, 30% dice que no y 27% cree que si lo hacen.

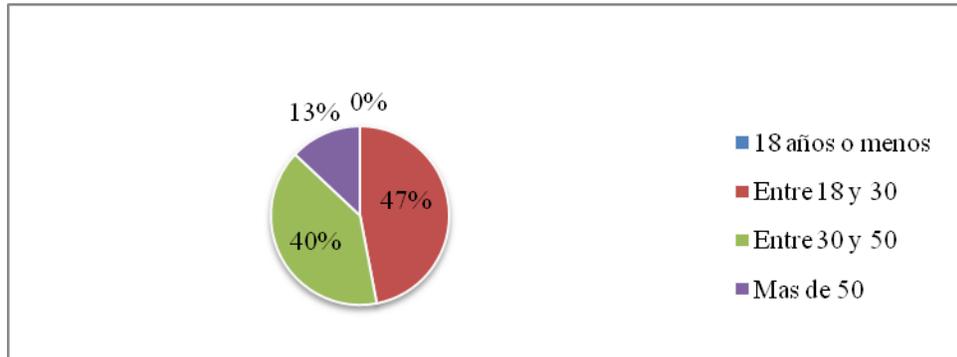
INFORMACIÓN GENERAL:

RANGO DE EDAD DE LAS PERSONAS ENCUESTADAS

TABLA N° 32. DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL DE LA EDAD DE LAS PERSONAS ENCUESTADAS

Edades	Valor	Porcentaje (%)
18 años o menos	0	0
Entre 18 y 30	47	47
Entre 30 y 50	40	40
Mas de 50	13	13
No Sabe/ No Contesta	0	0
TOTAL	100	100

GRÁFICA N° 32. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LA EDAD DE LAS PERSONAS ENCUESTADAS



El gráfico N° 32 revela que, 47% de los encuestados se encuentran en edades comprendidas entre 18 y 30 años, 40% entre 30 y 50 y 13% tienen más de 50 años.

SEXO DE LAS PERSONAS ENCUESTADAS

TABLA N° 33. DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL DEL SEXO DE LAS PERSONAS ENCUESTADAS

Sexo	Valor	Porcentaje (%)
Hombre	40	40
Mujer	60	60
No Sabe/ No Contesta	0	0
TOTAL	100	100

GRÁFICA N° 33. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DEL SEXO DE LAS PERSONAS ENCUESTADAS



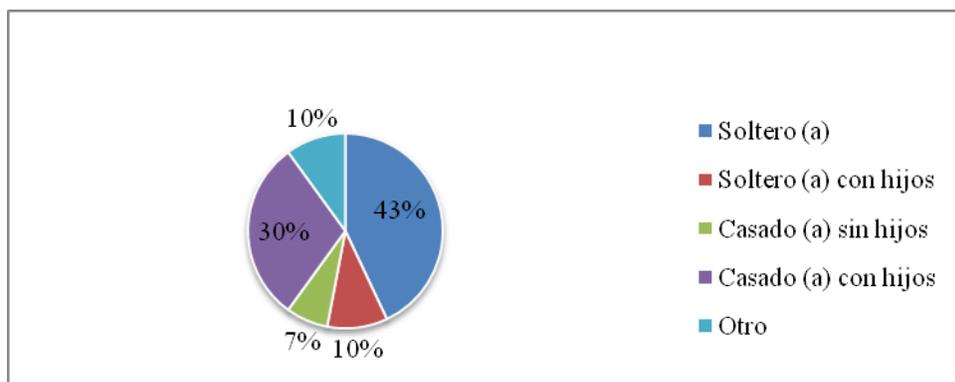
Como se observa en el gráfico N° 33, 60% de las personas son mujeres y 40% son hombres.

ESTADO CIVIL

TABLA N° 34. DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL DEL ESTADO CIVIL DE LAS PERSONAS ENCUESTADAS

Estado Civil	Valor	Porcentaje (%)
Soltero (a)	43	43
Soltero (a) con hijos	10	10
Casado (a) sin hijos	7	7
Casado (a) con hijos	30	30
Otro	10	10
No Sabe/ No Contesta	0	0
TOTAL	100	100

GRÁFICA N° 34. DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL DEL ESTADO CIVIL DE LAS PERSONAS ENCUESTADAS



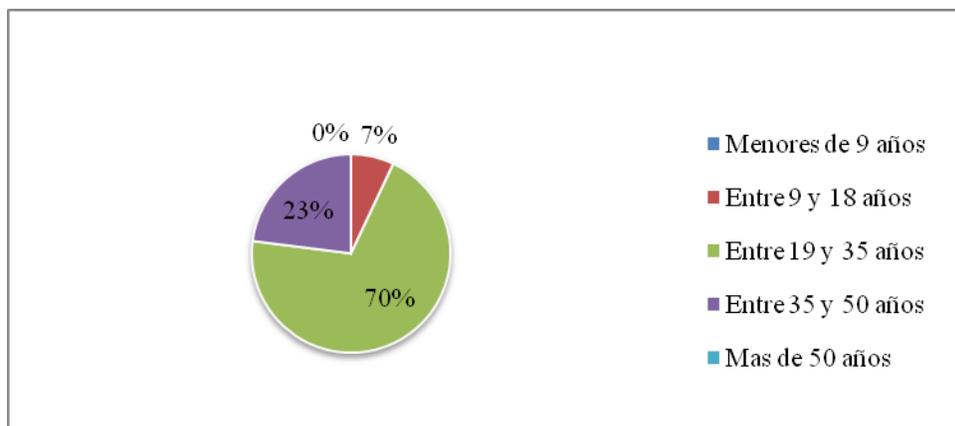
El gráfico N° 34 muestra que, 43% de las personas son solteras, 30% casados con hijos, 10% son solteros con hijos, 10% tienen otro tipo de estado civil y 7% están casados sin hijos.

INTEGRANTES DEL GRUPO FAMILIAR (INCLUYÉNDOSE USTED)

TABLA N° 35. DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL DE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO FAMILIAR

Integrantes del grupo familiar	Valor	Porcentaje (%)
Menores de 9 años	0	0
Entre 9 y 18 años	7	7
Entre 19 y 35 años	70	70
Entre 35 y 50 años	23	23
Mas de 50 años	0	0
TOTAL	100	100

GRÁFICA N° 35. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO FAMILIAR



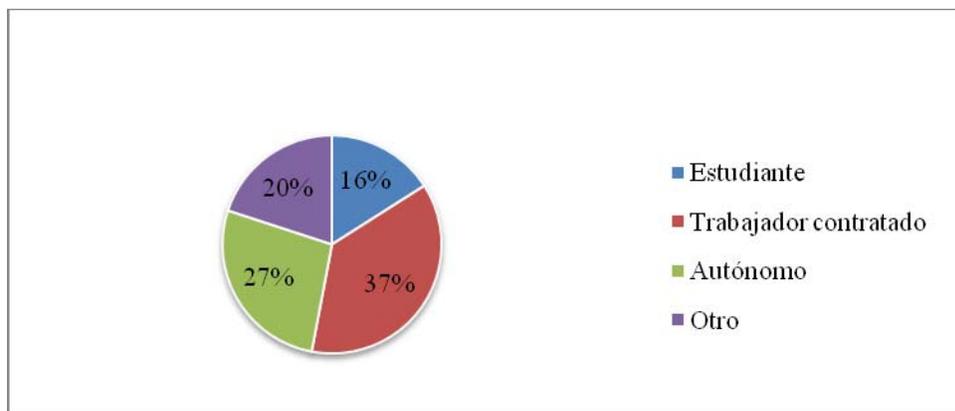
El 70% de los integrantes del grupo familiar de las personas encuestadas se encuentran entre 19 y 35 años, 23% entre 35 y 50 y 7% entre 9 y 18 años, tal y como se observa en la gráfica N° 35.

OCUPACIÓN

TABLA N° 36. DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL DE LA OCUPACIÓN DE LAS PERSONAS ENCUESTADAS

Ocupación	Valor	Porcentaje (%)
Estudiante	16	16
Trabajador contratado	37	37
Autónomo	27	27
Otro	20	20
No Sabe/ No Contesta	0	0
TOTAL	100	100

GRÁFICA N° 36. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LA OCUPACIÓN DE LAS PERSONAS ENCUESTADAS



Según el gráfico N° 36, 37% de los encuestados son trabajadores contratados, 27% autónomos, 20% tienen otro tipo de ocupación y 16% son estudiantes.

Una vez tabulados los resultados del cuestionario aplicado a 100 personas, todos habitantes del Municipio Valdez, de las cuales 60% eran mujeres y 40% hombres. Esta muestra se caracterizó por un 47% con edades comprendidas entre 18 y 30 años y 40% entre 30 y 50 años. Ahora bien, respecto al grupo familiar, un 70% de los encuestados tienen edades comprendidas entre 19 y 35 años y 23% entre 35 y 50 años, lo que revela un 93% de los encuestados se ubican dentro del rango de 19 y 50 años; rango de edad de la población económicamente activa que se caracteriza por realizar actividades relacionadas con el turismo en la región.

Es importante señalar que con respecto al estado civil de las personas encuestadas, 43% son solteros mientras que 30% son casados con hijos, este último representan el porcentaje de personas que suelen viajar en grupos familiares, tal como lo revela el 53% que señalo viajar en familia. No obstante, 30% del total de encuestados viaja con grupo de amigos. Así mismo, 50% de las personas viajan mas de una vez al año y 30% lo hacen continuamente; siendo la duración de sus viajes 54% los fines de semana y 30% suelen ser por más de una semana; por lo que resulta obvio que 100% de los encuestados suelen realizar viajes, las cuales organizan por cuenta propia, representando con un 93%.

Los turistas son impulsados a viajar en un 60% debido a los asuetos vacacionales y la visita a familiares y amigos, y 17% busca recrearse por ocio. El 81% de las personas realizan turismo de distracción y recreación (sol y playas, ríos, etc.) y 19% prefiere actividades cultural, deportivas, ecológicas y de montaña. Para trasladarse a los lugares destino, el 97% lo hace con su propio automóvil y un 3% utiliza otros medios de transporte.

El 50% de los encuestados señaló gastar más dinero en menesteres diarios y 30% en alojamiento, cuando se encuentran de viaje por razones turísticas. Al

respecto, 54% usan la casa de familiares y amigos como lugar de hospedaje frecuente y 37% utiliza hoteles.

Con respecto a los gastos promedios durante su viaje, 30% de las personas encuestadas utilizan entre 500 y 1000 Bs. diarios en sus viajes y 27% gasta más de 1000 Bs. diarios; esto contrasta con el principal motivo por el cual los entrevistados señalaron no viajar, dado que el 90% argumentó razones económicas y solo 10% señaló la falta tiempo para tales efectos.

A los encuestados se les preguntó si conocían de la existencia de complejos turísticos en el Municipio Valdez y 80% de ellos contestó que no, 13% que si y 7% no sabe; donde 50% de los mismos no conoce las bondades turísticas y de recreación que tiene el Municipio, 47% si las conoce y 3% no sabe.

En el mismo orden de ideas, 93% de los encuestados comenta que el Municipio Valdez si dispone de la diversidad de recursos para desarrollar planes turísticos y recreacionales. En relación a lo anterior, 60% de las personas encuestadas opinaron que de las pocas empresas y/o personas dedicadas a ofertar servicios de hospedaje, turismo y recreación en el Municipio Valdez, ninguna se encarga de promocionar las bondades turísticas de la región.

Tomando en cuenta los resultados desprendidos de la aplicación del instrumento, es importante que el modelo de negocio turístico que se propone contemple un plan de promoción y publicidad que permita dar a conocer a los turistas y el público en general las bondades naturales y turísticas de la región; representadas por playas, ríos, selvas y montañas.

Otro punto importante a resaltar que se desprende del análisis situacional son las condiciones en las que se encuentran los lugares aptos para desarrollar

actividades turísticas. Al respecto, 68% de los entrevistados argumenta que los lugares para turismo se encuentran en condiciones regulares o poco aptos. En el caso de los servicios básicos, de hospedaje, turísticos y recreacionales del Municipio, un 67% los señala como regulares, 25% que son buenos y 8% que son malos. Estas cifras deben llamar la atención de las autoridades locales y regionales, por considerar que estos niveles de percepción van en detrimento de las inversiones y desarrollo e instalación de actividades turísticas en la región.

La percepción de las personas entrevistadas sobre los costos de los diferentes servicios de la actividad turística no se corresponde con lo que ofertan, además de representar un monto cuantioso que no se corresponde con la calidad de las instalaciones.

Con respecto a la seguridad y sanidad de los destinos turísticos del Municipio Valdez, un 43% de las personas encuestadas considera que no hay condiciones de seguridad y sanidad. Este es un aspecto que resulta clave para el desarrollo del turismo y sus actividades conexas, porque en un marco de inseguridad no es factible invertir en este modelo de negocio.

Finalmente, resalta la opinión de las personas entrevistadas quienes consideran en un 100% necesaria la instalación de un complejo turístico y de recreación en el Municipio Valdez, con la finalidad contribuir al desarrollo cultural y socioeconómico de la región.

3.2. Diagnóstico Estratégico

El análisis FODA es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual de la empresa u organización, permitiendo de esta manera obtener un

diagnóstico preciso que permita en función de ello tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados.

El término FODA es una sigla conformada por las primeras letras de las palabras Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas. De estas cuatro variables, tanto las fortalezas como debilidades son consideradas internas de la organización, por lo que es posible actuar directamente sobre ellas. En cambio, las oportunidades y las amenazas son externas, por lo que en general resulta muy difícil poder modificarlas.

Para el análisis a través de la matriz FODA se debe identificar las siguientes variables:

Fortalezas (+): son las capacidades especiales con que cuenta la empresa, por las que goza de una posición privilegiada frente a la competencia. Recursos que se controlan, capacidades y habilidades que se poseen, actividades que se desarrollan positivamente, etc.

Oportunidades (+): son aquellos factores que resultan positivos, favorables, explotables, que se deben descubrir en el entorno en el que actúa la empresa, y que permiten obtener ventajas competitivas.

Debilidades (-): son aquellos factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia. Recursos de los que se carece, habilidades que no se poseen, actividades que no se desarrollan positivamente, etc.

Amenazas (-): son aquellas situaciones que provienen del entorno y que pueden llegar a atentar incluso contra la permanencia de la organización.

En síntesis, la aplicación del análisis FODA busca que las fortalezas se utilicen, las oportunidades se aprovechen, las debilidades buscar eliminarlas y sortear las amenazas.

CUADRO N°2 . MATRIZ FODA.

		FACTOR EXTERNO No Controlables	
		OPORTUNIDADES (+)	AMENAZAS (-)
		Oportunidades de la Organización.	Amenazas de la Organización.
FACTOR INTERNO Controlables	FORTALEZAS (+)	ESTRATEGIAS (FO)	ESTRATEGIAS (FA)
	Fortalezas de la Organización.	Uso de las fortalezas para aprovechar las oportunidades.	Usar fortalezas para combatir las amenazas.
	DEBILIDADES (-)	ESTRATEGIAS (DO)	ESTRATEGIAS (DA)
	Debilidades de la Organización.	Vencer debilidades aprovechando oportunidades.	Reducir a un mínimo las debilidades y combatir las amenazas.

El análisis situacional en el Municipio Valdez del estado Sucre se realizó con el propósito de contextualizar de manera más objetiva la situación actual del sector turismo en esta región, lo que permitió conocer los aspectos que a posterior permitirían formular un propuesta de negocios que revierta la realidad observada en

la cual destaca la falta de infraestructura turística, vialidad, transporte y otros servicios básicos para desarrollar el turismo como actividad estratégica para mejorar la economía y contribuir con propuestas en beneficio de la colectividad sucrense.

Para elaborar el análisis FODA, se utilizaron como base los resultados obtenidos a través del cuestionario aplicado a la población objeto de estudio, en el cual se revelan aspectos que facilitaron identificar las fortalezas y debilidades de la propuesta, así como las oportunidades y amenazas que representa invertir en un complejo turístico en el Municipio Valdez.

En el cuadro N° 3 se observa la Matriz FODA que permite evaluar desde la perspectiva cualitativa el Complejo Turístico Puerta al Caribe, C.A., donde se identifican características y aspectos estratégicos útiles para proponer acciones que ayuden a revertir la realidad del turismo en la región y fortalecer el emprendimiento turístico propuesto.

Del análisis FODA se desprenden las siguientes líneas de acción estratégica que permitirán consolidar la propuesta de empresa turística Puerta al Caribe, C.A., como referente turística de la región, contribuyendo al fortalecimiento de la economía del Municipio Valdez.

- Promover mecanismos de interacción entre el sector público y privado para la promoción de los atractivos turísticos de la zona mediante campañas publicitarias con apoyo de gobiernos locales, regionales y nacionales, dando importancia al ecoturismo y turismo de aventura como principales ventajas a desarrollar turísticamente.

- Instar a los entes gubernamentales competentes a ejecutar proyectos en el área de servicios básicos, infraestructura y seguridad que permitan desarrollar el turismo como actividad económica principal en el Municipio Valdez.
- Establecer alianzas estratégicas con el sector público, privado y educativo para el diseño de planes de capacitación; fomentando la educación turística en los pobladores del Municipio Valdez.

CUADRO N° 3. MATRIZ FODA PARA PUERTA AL CARIBE, C.A.

AMBIENTE EXTERNO No Controlables			
		OPORTUNIDADES (+)	AMENAZAS (-)
		<p>Cambio de tendencia en el enfoque del turismo: la importancia del paisaje dejó lugar a la importancia de la actividad dentro del paisaje.</p> <p>No hay empresas turísticas en la zona.</p> <p>Excelentes perspectivas de desarrollo en la región que potenciarán el desarrollo económico en la zona.</p> <p>Importante potencial de mejora en los servicios, equipamiento e infraestructura.</p> <p>Entes gubernamentales muestran interés por la inversión turística.</p>	<p>La posible masificación sin control de la actividad puede degradar el patrimonio histórico, cultural y ambiental de la región.</p> <p>Ingreso de nuevos competidores en el sector turístico en el Municipio Valdez.</p> <p>Bajos niveles de seguridad en la zona turística.</p> <p>La falta de sofisticación de los servicios, y de cultura de atención al turista que puede atentar contra la demanda efectiva y potencial</p>
AMBIENTE INTERNO Controlable	FORTALEZAS (+)	ESTRATEGIAS (FO)	ESTRATEGIAS (FA)
	<p>Excelentes condiciones naturales para el desarrollo del turismo de aventura y el ecoturismo.</p> <p>Región rica en historia y manifestaciones culturales.</p> <p>Gastronomía abundante.</p> <p>Mano de Obra en la zona.</p> <p>La actividad turística está en pleno crecimiento a nivel local, nacional y mundial.</p>	<p>Promover mecanismos de interacción entre el sector público y privado</p> <p>Promocionar los atractivos turísticos de la zona mediante campañas publicitarias con apoyo de gobiernos locales, regionales y nacionales.</p> <p>Fomentar servicios de ecoturismo y turismo de aventura.</p>	<p>Ofertar servicios de alto valor agregado para los clientes y hacer constantes innovaciones en el área turística.</p> <p>Gestionar apoyo de entes de seguridad para minimizar las acciones delictivas en las áreas turísticas.</p> <p>Fomentar la capacitación de los pobladores en el área turística.</p>
	Debilidades (-)	ESTRATEGIAS (DO)	ESTRATEGIAS (DA)
	<p>Largas distancias respecto de los mayores centros poblacionales regionales.</p> <p>Crecimiento reactivo de la infraestructura turística.</p> <p>Calidad de los servicios básicos.</p> <p>Falta de vialidad y sistema de transporte adecuado.</p> <p>Carencia de personal especializado y calificado en servicios turísticos</p>	<p>Instar a los entes gubernamentales competentes a ejecutar proyectos en el área de servicios básicos y de infraestructura.</p> <p>Alianzas estratégicas con el sector público, privado y educativo para el diseño de planes de capacitación.</p>	<p>Mantenerse con precios accesibles, acordes a la realidad para responder a la contracción de la demanda.</p> <p>Diseñar rutas turísticas resaltando las bondades naturales y costeras de la zona.</p>

CAPÍTULO IV

PLAN DE NEGOCIOS: “PUERTA AL CARIBE”, C.A.

A continuación se presenta el plan de negocios propuesto para la instalación de un complejo turístico y de recreación, “Puerta al Caribe”, C.A., el cual contempla en su estructura la exposición de motivos, descripción de la organización, aspectos financieros y contables, mezcla de mercadeo, y consideraciones relacionadas con la responsabilidad social y ambiental.

4.1 Exposición de Motivos

El turismo es una de las principales actividades que pueden ayudar a generar mayor cantidad de empleos si se desarrolla de manera adecuada y se le diera el rango que le corresponde como actividad productiva. El mismo ha dejado de ser el movimiento espontáneo de personas de una región a otra para constituir una industria de grandes proyecciones en el intercambio entre naciones y que cada día se vuelve más exigente en los planos motivacional y organizativo.

Dada la importancia de este sector, Venezuela también cuenta con empresas dedicadas a ofrecer ofertas turísticas a lo largo y ancho de su territorio; aunque en la actualidad no se dispone de cifras oficiales sobre la cantidad de complejos turísticos existentes en el país, la aparición de estos va en aumento en lugares como: islas, costas, sistemas montañosos, llanos, parques nacionales, etcétera, zonas que poseen amplio potencial turístico.

En esta realidad se encuentra insertado el estado Sucre, famoso por sus playas maravillosas, montañas, selvas, parques nacionales y por la calidez de su gente,

representando un lugar lleno de historias, tradiciones y diversidad gastronómica que facilitan el impulso de la actividad turística para atraer turistas nacionales e internacionales.

Por formar parte del maravilloso estado Sucre, el municipio Valdez no escapa del esplendor de ofrecer a sus visitantes sitios de gran interés para llamar la atención de sus visitantes. Dentro de este municipio converge un ecosistema de flora y fauna único en su especie, con una diversidad de zonas costeras, ríos y selvas únicos para realizar turismo de aventura, extremo, de recreación o simplemente como lugar de relax y esparcimiento.

Las expectativas de este municipio son positivas para invertir en actividades turísticas considerando los proyectos del sector petroquímico que se instalarán en la zona como el Complejo Industrial Gran Mariscal de Ayacucho (CIGMA), el cual sin duda alguna representa una expectativa de desarrollo y generación de fuentes de empleo, representando excelentes expectativas para invertir en empresas relacionadas a la actividad petroquímica y por ende, empresas de servicios que satisfagan las necesidades de los habitantes de la Península de Paria, como las relacionadas al sector turismo, convirtiendo al Municipio en un lugar de atractivo para invertir.

No obstante, a pesar de todas las riquezas que posee el Municipio Valdez y los planes del ejecutivo nacional en materia energética e infraestructura, continúa representando una de las zonas del estado Sucre más deprimidas económica y socialmente dadas las pocas oportunidades de empleo y la falta de infraestructura y vialidad adecuada para generar perspectivas de inversión.

El municipio Valdez dispone de áreas aptas para el turismo, y debido a sus cercanías con las Islas de Trinidad y Tobago, y estar frente al Mar Caribe representa

un lugar idóneo para instalar una empresa relacionada al sector turismo, en particular, un complejo turístico que oferte una diversidad de servicios destinados a satisfacer las necesidades de los habitantes de la región y sirva de opción para turistas del territorio nacional con propensión a captar el mercado internacional.

En vista al potencial turístico que posee el Municipio Valdez y una de las poblaciones que lo integran como es Macuro, poseedor de playas de gran interés como: Playa Tush Tush, Río Salado y una extensa zona de bosques; la presente propuesta de negocios tiene la finalidad de emprender un complejo para promover el turismo con la intención de contribuir a que el Municipio despierte del legado en el cual se encuentra sumergido y logre llamar la atención de visitantes locales y foráneos, contribuyendo a la generación de empleos directos e indirectos y con ello incentivando las actividades económicas de los oradores de esta región del estado Sucre.

Se espera que con esta propuesta de negocio el sector turismo sea impulsado y se inicie con paso firme el camino a transitar para lograr que el mismo se convierta en una fuente importante para el desarrollo económico tanto del Municipio como del estado Sucre, lo que permite afirmar que el plan de negocios propuesto representa una alternativa viable social y económicamente.

4.2 Aspectos Organizacionales.

La presente sección del plan de negocios esta dedicada a presentar los aspectos organizacionales del modelo de negocio turístico a ser instalado en el Municipio Valdez. En esta se señalan aspectos claves que le dan personalidad al negocio como: nombre de la empresa, misión, visión y valores, forma jurídica, entre otros que definen la propuesta.

4.2.1 Nombre del Negocio

La propuesta de plan de negocio debe tener un nombre que la identifique, por ello la empresa propuesta tiene como nombre “**Puerta al Caribe, C.A.**” Por la ubicación geográfica donde se instalará es fácil percibir que se encuentra finalizando el estado Sucre, en la puerta al Mar Caribe. Es por ello que este nombre representa la imagen que quiere darse de la empresa a la sociedad, esperando que el turista disfrute de las bondades turísticas de la localidad, su exuberante flora y fauna y por supuesto, la calidez y amabilidad de su gente, disponiendo de espacio que le permitan disfrutar del Caribe.

4.2.2 Misión, Visión y Valores Empresariales

La visión, misión y valores empresariales del modelo de negocio turístico “Puerta al Caribe, C.A.” son:

- **Misión:** Difundir nuestra filosofía y liderazgo como empresa innovadora en el sector turístico, tanto nacional como internacionalmente, mediante la contribución al desarrollo integral y sustentable de la actividad turística en la región, formando capital humano competitivo, generando y aplicando conocimientos y vinculándose con los sectores sociales y productivos de la región.
- **Visión:** Establecernos como una empresa turística de referencia a nivel nacional y regional, particularmente en el Municipio Valdez, ofreciendo la mejor calidad de servicios a través de la optimización de recursos e innovación, caracterizándonos como una empresa comprometida con la calidad, eficiencia, eficacia de los servicios que se ofertan para satisfacer las exigencias de clientes,

proveedores, accionistas y empleados, actuando responsablemente con las comunidades y el medio ambiente.

- **Valores Empresariales.**

- **Responsabilidad:** será importante la responsabilidad, teniendo un nivel de desempeño importante en el cumplimiento de las actividades para el logro de metas, sintiendo un compromiso moral con los asociados.
- **Actitud de Liderazgo:** se practicará el liderazgo buscando el mejoramiento continuo, para constituirnos en el mejor referente del desarrollo local, regional y nacional.
- **Trabajo en Equipo:** complementamos y potenciamos las iniciativas, los conocimientos y recursos individuales, para hacerlo mejor como un equipo.
- **Competitividad:** ofrecemos servicios de calidad, con eficiencia, eficacia y a precios competitivos.
- **Fortaleza:** equilibrio entre la adecuada toma de decisiones y la audacia para la innovación.
- **Generadores de Desarrollo Sustentable:** con nuestros servicios propiciamos el desarrollo y mejoramos la calidad de vida de la colectividad, hoy y siempre.

4.2.3 Forma Jurídica

La personalidad jurídica de la propuesta de empresa fue la de Compañía Anónima, en el cual el aporte que realicen los socios debe corresponder a bienes tangibles sujetos a valoración y la responsabilidad de los socios se limita a la cantidad valorada de su aporte.

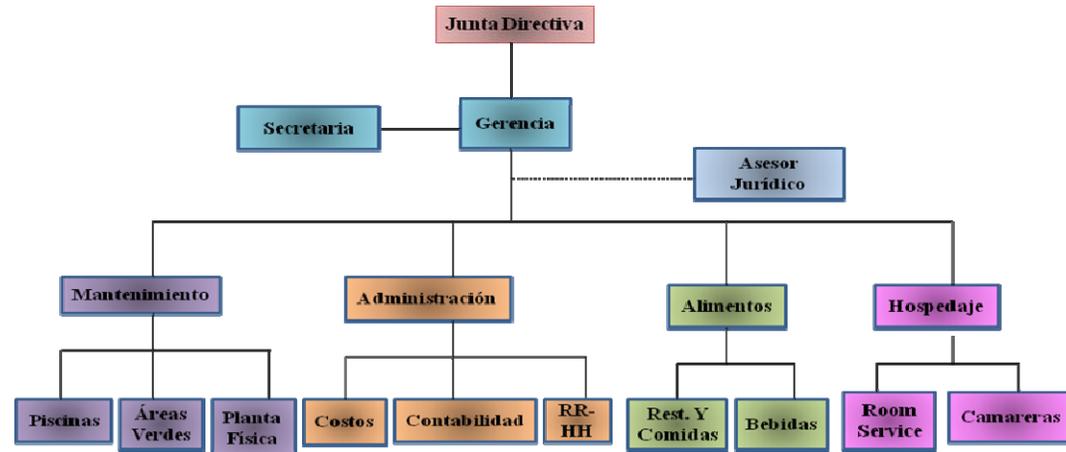
Las obligaciones que asume la Compañía están garantizadas por un capital determinado dividido en acciones, los accionistas sólo están obligados por el monto de su acción, de tal manera que una vez que el socio ha cancelado el monto total del capital que suscribió, desaparece su responsabilidad personal para con la Sociedad. Por ser una empresa mercantil, va a estar regida por el Código de Comercio vigente.

4.2.4 Estructura Organizacional

La estructura de una organización pone de manifiesto la relación existente entre las diversas unidades que la integran, sus principales funciones, los canales de supervisión y la autoridad relativa a cada cargo. (Terry, 1996).

La estructura organizacional de Puerta al Caribe, C.A. se refleja en el siguiente organigrama (Ver Figura N° 1), donde se señalan el nombre de los cargos del complejo turístico propuesto.

FIGURA N° 1. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE PUERTA AL CARIBE, C.A



4.2.5 Descripción de la Estructura Organizativa

El personal es el combustible necesario para lograr el éxito en la organización. Por ello, para el buen funcionamiento del complejo turístico se necesita del siguiente recurso humano, los cuales permitirán alcanzar los objetivos estratégicos de este negocio.

- **Junta Directiva:** conformada por todos los accionista del complejo turístico. Su función principal es supervisar todas las operaciones del negocio, haciendo que se cumplan los objetivos de manera eficiente y eficaz y tomar decisiones importantes para lograr el éxito de la organización.
- **Gerencia:** encargada de asumir el desempeño gerencial de la empresa con miras alcanzar las metas previstas. Su función principal es, coordinar todos los recursos de la empresa aplicando las funciones administrativas para lograr los objetivos deseados. Además, mantener informada a la junta directiva sobre todo

lo que ocurre en la organización. Bajo su mando estarán los departamentos de: mantenimiento, administración, alimentos y hospedaje.

- **Mantenimiento:** encargado de llevar a cabo la limpieza de las instalaciones del complejo turístico que incluye: piscina, áreas verdes y planta física. Asimismo, se encargará de verificar que las instalaciones y equipos sean adecuadas para la correcta operación de los servicios.

- **Administración:** este departamento se encargará de dirigir y coordinar todo lo relacionado a la administración del complejo turístico, tendrá bajo su cargo los siguientes departamentos: contabilidad, costos y recursos humanos.
 - **Contabilidad:** se encargará de llevar al día los libros contables exigidos por la ley y elaborar los estados financieros requeridos.

 - **Costos:** encargado de determinar con exactitud los costos de los productos y servicios en los que incurre la empresa para obtener beneficios, además de emitir los estados de costos para que la gerencia tome sus decisiones y de solución a los problemas en cuanto asignación de precios, entre otros.

 - **Recursos Humanos (RRHH):** este departamento tendrá la responsabilidad de aplicar políticas y prácticas necesarias para dirigir los aspectos de los cargos gerenciales y de supervisión relacionados con el talento humano en cuanto al reclutamiento, selección, capacitación, recompensa y evaluación del desempeño del personal que laborará en el complejo turístico.

- **Alimentos:** este departamento estará conformado por las áreas de restaurante y bares; teniendo un staff de profesionales en el arte culinaria, atención de restaurantes y bares que se encargarán de preparar el menú gastronómico y los diferenciados cocteles y bebidas que se ofrecerá en el complejo turístico.
- **Hospedaje:** este departamento va estar conformado por las camareras y el Servicio a Cuartos (“Room Service”), encargados de todo lo relacionado con la limpieza y el servicio a las habitaciones.
- **Asesor jurídico:** estará a cargo de todo lo concerniente a la materia legal del complejo turístico.

4.2.6 Descripción de Sueldos Mensuales según los cargos

Las remuneraciones del personal del complejo turístico se describen a continuación:

Gerente General	Bs. 2500
Jefe de Mantenimiento	Bs. 2000
Personal de Mantenimiento	Bs. 1500
Jefe de Administración	Bs. 2000
Personal de Administración	Bs. 1500
Jefe de Alimentos	Bs. 2000
Personal de Alimentos	Bs. 1500
Jefe de Hospedaje	Bs. 2000
Personal de Hospedaje	Bs.1500

4.2.7 Símbolo Institucionales

Un logotipo (coloquialmente conocido como logo) es un elemento gráfico, que identifica a una persona, empresa, institución o producto. Los logotipos suelen incluir símbolos claramente asociados a quienes representan como el nombre de la marca o una imagen que define la empresa y sus productos o servicios.

En la figura N° 2 se observa el logotipo que representará a la empresa propuesta, en la que se visualizan dos palmeras alineadas y arqueadas representando una puerta de entrada a las radiantes aguas del Caribe, caracterizadas por exuberantes playas, sol y variada fauna; esta última simbolizada en las aves que sobrevuelan en la figura. Las fuertes olas aluden al atractivo que tiene el lugar para los deportes extremos relacionados con el mar.

El azul resalta como muestra de las numerosas playas que dispone el complejo turístico para ofertar a los visitantes; apreciándose el sol y las palmeras como representación del paisaje característico del Municipio Valdez, lugar donde se encontraran las instalaciones del Complejo Turístico Puerta al Caribe, C.A.

En el logotipo predominan los colores verdes, azul y dorado. El verde resalta la importancia de la naturaleza y el compromiso de la empresa por desarrollar actividades que contribuyan al desarrollo sostenible. El azul y dorado constituyen los colores de las aguas afrodisíacas y color de las arenas de las playas. Finalmente, se presenta una cinta destinada para el nombre de la empresa.

FIGURA N° 2. LOGO PUERTA AL CARIBE, C.A



4.3 Aspectos de Mercadeo

El mercadeo dentro de una empresa consiste en identificar las necesidades de los consumidores, determinar los mercados y diseñar los productos y servicios a ofrecer. A continuación se presentan los servicios a ser ofertados por el complejo turístico Puerta al Caribe, C.A., con el fin de ofrecerle al turista las mejores opciones en cuanto a hospedaje, recreación y esparcimiento se refiere.

4.3.1 Productos y Servicios

Para comercializar las bondades del complejo turístico propuesto se diseñaron los siguientes servicios turísticos con el propósito de satisfacer las necesidades de los clientes.

Los servicios que ofrecerá el Complejo Turístico propuesto son, en general, paquetes turísticos que se enfocan al hospedaje, servicio de restaurant, además de

paseos y excursiones que permitirán al turista el máximo disfrute y conocimiento de la región.

- Hospedaje: El servicio principal que se pretende brindar es el hospedaje a través de veinte (20) habitaciones, cantidad prevista a ser construida.
- Restaurant: se ofrecerán comidas variadas autóctonas de la zona y menú criollo, así como también comida internacional. Se fijarán tarifas de precio asequibles, aun cuando no hay competencia en la zona. Prestaremos servicios durante los trescientos sesenta y cinco (365) días del año y las veinticuatro (24) horas.
- Visitas Guiadas: específicamente por la localidad de Macuro, visitando sus playas, ríos y montañas, así como casco histórico y demás lugares de importancia histórica.
- Turismo Extremo: práctica de deportes extremos aprovechando las riquezas naturales del Municipio; tales como kitesurf, windsurf, snorkel, entre otros.
- Excursiones: paseos por playas, ríos y montañas, donde el turista pueda hacer contacto con la naturaleza y en armonía con el ambiente.
- Paseos Marítimos: en botes, peñeros y lanchas a través de lo largo y ancho del Municipio Valdez.

4.3.2. Clientes Potenciales

Los principales clientes a los que esta dirigido el modelo de negocios propuesto el cual consiste en un Complejo Turístico para esparcimiento, recreación y disfrute de actividades extremas, lo representan los habitantes del estado Sucre, visitantes del territorio nacional, trabajadores desplazados por los proyectos petroquímicos a ser instalados en la región de Paría, investigadores de institutos, visitantes de países vecinos y otras latitudes como Trinidad, la Guyana Francesa, entre otros.

La propuesta pretende ofertar un servicio de calidad, donde lo más importante es la satisfacción de los visitantes, que se sientan atendidos como en su propia casa; considerando que el norte del negocio es la búsqueda de la excelencia en la prestación de servicios, orientando procesos, actividades y servicios en función de los clientes, razón de ser de la organización.

4.3.3. Publicidad y Propaganda

La publicidad según Mora, Albert (2010): “es una forma destinada a difundir o informar al público sobre un bien o servicio a través de los medios de comunicación con el objetivo de motivar al espectador y/o público hacia una acción de consumo.”

Es por esto que las empresas turísticas se basan en ejercer una serie de estrategias publicitarias para dar a conocer todos los servicios a prestar.

En el caso particular del complejo turístico Puerta al Caribe, C.A., las estrategias a ser utilizadas para lograr una efectiva publicidad lo representan las siguientes:

- Creación de una página Web, señalando los aspectos más importantes del negocio, los servicios que se ofertan, promociones, y acceso al sistema de reservaciones en línea.
- Utilización de los medios de comunicación escritos y radiodifusores para publicar anuncios y cuñas publicitarias que persuadan a los lectores y radioescuchas a conocer el complejo turístico.
- Establecer convenios con empresas públicas y privadas para incentivar el uso del Complejo Turístico para planes vacacionales, motivos festivos, etcétera.
- Distribución de material POP tales como folletos, trípticos, dípticos, volantes, etcétera, en los principales lugares de concentración poblacional como centros de compras, salidas de instituciones financieras, principales calles y avenidas, con el propósito de dar a conocer los servicios que se ofertan y la novedad de lugar.
- Convenios con agencias de viajes de otras localidades y estados venezolanos para que divulguen la existencia del complejo turístico, además de las bondades naturales que posee el Municipio Valdez.

4.3.4 Precio de los Servicios

El Diccionario de Economía (2010), define al precio de un bien o servicio como “el monto de dinero que debe ser dado a cambio del bien o servicio.” También se puede definir como el monto de dinero asignado a un producto o servicio, o la suma de los valores que los compradores intercambian por los beneficios de tener o usar un producto o servicio.

En este sentido, la empresa turística propuesta establecerá precios asequibles los cuales se calcularon de acuerdo al costo de los que hace posible la prestación del servicio, y utilizando valores referenciales de empresas dedicados a este sector de actividad.

CUADRO N° 4. SERVICIOS PRESTADOS POR “PUERTA AL CARIBE, C.A.”

SERVICIOS	PRECIO UNITARIO (Por persona)
Habitaciones Sencillas	250,00
Habitaciones Matrimoniales	300,00
Desayunos Promedios	35,00
Almuerzos Promedios	40,00
Cenas Promedios	35,00
Visitas Guiadas	50,00
Excursiones	100,00
Paseos Marítimos	120,00
Práctica de Deportes Extremos	200,00

4.4 Aspectos de Factibilidad

La Factibilidad según Gutiérrez R. (2005): “se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados.”

En atención a lo anterior, en esta sección del plan de negocios se presenta la factibilidad técnico - operativa, el impacto social y ambiental del modelo de negocio, las proyecciones financieras y economías que revelan la viabilidad de la propuesta.

4.4.1 Factibilidad Social – Ambiental

La factibilidad ambiental consiste en la evaluación del proyecto para determinar si su proceso productivo es contaminante (ruidos molestos, emanaciones tóxicas, mal tratamiento de desechos, malos olores, etc.). Esta evaluación permite identificar si la propuesta es inviable y tiene impedimentos legales para operar.

La factibilidad social de un proyecto es hacer énfasis en el impacto social del mismo, este tipo de análisis tiene como objetivo buscar la satisfacción de las necesidades humanas y materiales. Aquí se analizarán la población afectada (cobertura del proyecto), sus impactos (beneficios o perjuicios) y su relación con las variables económicas de una región (país) por ejemplo: empleo generado, contribución al PIB, relación con el plan de desarrollo, entre otras.

El análisis de factibilidad social de proyectos ha servido como una herramienta eficaz para asignar de manera eficiente los recursos y mejorar el bienestar social, al identificar los proyectos socialmente rentables de aquellos que no lo son.

- **Impacto Ambiental**

Con la construcción del Complejo Turístico no se alterarán las áreas de playas ni de montañas, ya que se construirá en el centro del poblado de Macuro. No habrá daños al ambiente. Se cree que el impacto más importante es el social, al generar puestos de empleos directos e indirectos y al mismo tiempo manteniendo la plaza del poblado en buen estado como un apoyo directo a la comunidad, debido a que esta sirve de espacio recreativo a los nativos de la zona. Todos los habitantes se beneficiarán de dichas áreas comunes.

- **Impacto Social**

La población del municipio Valdéz, particularmente los habitantes de Macuro, se beneficiará a través de los siguientes aspectos:

- Se generaran treinta (30) empleos directos entre hospedaje y habitaciones y setenta (70) empleos indirectos con proveedores locales.
- La población contará con un sitio apropiado para recibir turistas, los cuales generaran recursos económicos a los habitantes.
- Se fomentarán otras actividades en la población, como puestos de comidas rápidas a orilla de las playas.

- Los visitantes constituyen un mercado para los pobladores que tengan flotas de barcos peñeros, los cuales pueden ser utilizados para paseos turísticos por la zona.

- **Factibilidad Técnico – Operativa**

Este estudio es de vital importancia, en él se determina si la tecnología disponible permite hacer realidad el proyecto y, también, si es conveniente hacerlo.

Un estudio de viabilidad técnica debe proveer información sobre las diversas formas de materializar el proyecto o los diferentes procesos que pueden utilizarse para producir un bien o servicio. El estudio deberá contener una estimación de los requerimientos de capital, mano de obra y recursos materiales, tanto para la puesta en marcha, como para el estado de operación del proyecto.

- **Estudio Técnico**

Para dar cumplimiento a este proyecto es necesaria la construcción de las instalaciones físicas, la cual consta de un Complejo Turístico de dos niveles en un área de parcela de cuatrocientos treinta y siete metros cuadrados (437 M²). La construcción definitiva del Complejo será de ochocientos setenta y cuatro metros cuadrados (874 M²). Estará ubicada en la calle Mariño s/n, del Municipio Valdez, estado Sucre.

Toda la parcela para la construcción del Complejo se encuentra en estado apto para dar inicio a la edificación. Los insumos como cemento, cabillas, tubos, serán adquiridos en la población de Güiría; los bloques, arena cernida y piedra serán obtenidos en el mismo Macuro.

La mano de obra a ser empleada tanto en la construcción como en la operatividad del Complejo será propia de la zona. Para efectos de construcción se estarán generando un total de cincuenta (50) puestos de trabajo por un año aproximadamente de construcción. La operatividad estará generando aproximadamente treinta (30) empleos directos perdurables en el tiempo, con todos los beneficios de ley.

Un aspecto importante a resaltar es el proceso de transporte de materiales de Güiria a Macuro. Se emplearán los botes peñeros de los asociados, por lo que el costo de los materiales referenciales para la construcción serán los mismos de la población de Güiria.

- **Estudio de Ingeniería**

La obra a realizar representa una construcción de un Complejo Turístico de dos niveles, de 847 m² cada uno. Se estima una construcción con estructura metálica, columnas y vigas del tipo Conduven, losa cero para el primer nivel y el techo de amachimbrado recubierto con tejas criollas.

- Todas las paredes serán de bloque arcilla con acabo de primera, puertas y ventanas se aplicarán con perfiles de metal, puertas entamboradas, ventanas del tipo vitrales con marco de aluminio para su sostenimiento, los pisos todos recubiertos con cerámica de primera.
- Se estima que las veinte habitaciones tendrán todos baños privado, closet, aire acondicionado, conexión para TV y teléfonos.

- La posada tendrá un espacio para restaurante, con la finalidad de atender simultáneamente cuarenta personas, con baños para damas y caballeros.
- Se estima el establecimiento de sus áreas de oficinas, almacenes y recepción.

- **Factibilidad Económica – Financiera**

Debe mostrarse que el proyecto es factible económica y financieramente, lo que significa que la inversión que se está realizando es justificada por la ganancia que se generará. Para ello, es necesario trabajar con un esquema que contemple los costos y las ventas:

- Costos: Debe presentarse la estructura de costos contemplando los fijos y variables.
- Ventas: En este punto el precio del producto o servicio es fundamental, ya que determina el volumen de ventas, por lo que debe explicarse brevemente cómo se ha definido éste. Debe mostrarse también estimaciones de ventas (unidades y en dinero) para un periodo de al menos 1 año, justificando cómo se han calculado (a través de investigaciones de mercado, estadísticas anteriores...)

El estudio de la factibilidad financiera no es otra cosa que ver si existe suficiente dinero para financiar los gastos e inversiones que implica la puesta en marcha y operación del proyecto. El mismo debe mostrar que con las diferentes fuentes de financiamiento a las que puede acceder el proyecto, es posible financiar todas las etapas del mismo. Estas fuentes pueden ser propias (capital aportado por los

mismos socios), instituciones financieras, cooperativas de ahorro y crédito, fuentes externas, etc.

Además de esto, se debe elaborar una lista de todos los ingresos y egresos de fondos que se espera que produzca el proyecto y ordenarlos en forma cronológica. El horizonte de planeamiento es el lapso durante el cual el proyecto tendrá vigencia y para el cual se construye el flujo de fondos e indica su comienzo y finalización.

La factibilidad financiera se calcula sumando los resultados netos al monto de la inversión inicial hasta llegar a cero, en este caso no se estaría considerando el "valor tiempo del dinero", por esto también es útil calcular el periodo de repago compuesto en el que se incorpora una tasa al flujo de fondos que refleja las diferencias temporales.

En esta parte se calcula la rentabilidad del proyecto. Para ello, se utilizan diversos indicadores, los más usados son el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR), también se puede usar la razón Beneficio Costo (B/C), indicadores de Costo Efectividad o de Período de Recuperación de la Inversión.

Es necesario analizar todas las alternativas que resulten de combinar las diversas opciones técnicas, financieras, de gestión y de mercado encontradas en los respectivos estudios de viabilidad.

Esta sección del plan de negocios contempla las vías de financiamiento a ser utilizadas para poner el proyecto en marcha; las inversiones con la que se hará frente a los compromisos inmediatos y las operaciones de la empresa. En otras palabras, de donde proviene el capital para financiar el proyecto.

Otro elemento que se consideró fue la vías de financiamiento de terceros, compuesta principalmente por los préstamos a entidades financieras o particulares y las deudas a contraer tanto con los proveedores de inmovilizado como con los proveedores habituales de existencias. Al respecto, se contempla solicitar financiamiento por entes gubernamentales (Banca Pública, FODAPEMI, INAPYME,...), o por instituciones financieras privadas, con el propósito de solicitar un monto aproximado de tres millones ochocientos veintiuno mil cuatro Bolívares (3.821.004,00 Bs.), para responder a compromisos varios.

- **Inversión**

La inversión contempla los conceptos que se señalan en el Cuadro N° 5, en el cual se establecen los porcentajes y montos que cubrirán los socios y los que serán necesarios solicitar vía crédito.

CUADRO N° 5. PLAN DE INVERSIÓN DE “PUERTA AL CARIBE, C.A.”

Concepto	Aporte Propio	Monto Solicitado
Terreno	100%	Propiedad de los socios
Construcción	254.100	2.032.800,00
Equipamiento Oficina		9.826,00
Equipamiento Restaurante		233.572,00
Equipamiento de Habitaciones		456.042,00
Transporte Terrestre		580.000,00
Transporte Marítimo		64.948,00
Equipamiento Transporte Marítimo		243.816,00
Capital de Trabajo		200.000,00
Total		3.821.004,00

La inversión que abarca este proyecto es de Bs. 3.821.004,00 en adquisición de activos fijos y capital de trabajo. Se solicitará un crédito para ser cancelado en un lapso de 5 años.

Los ingresos estimados por los diferentes servicios a ser ofertados por el complejo turístico Puerta al Caribe, C.A., se presentan en el Cuadro N° 6 en el que se representan los Ingresos por Servicios.

CUADRO N° 6. INGRESOS POR SERVICIOS.

Servicios	Precio Unitario	Cantidad	Total Diario
Habitaciones Sencillas	250,00	10,00	2.500,00
Habitaciones Matrimoniales	300,00	10,00	3.000,00
Desayunos Precios Promedios	35,00	40,00	1.400,00
Almuerzos Precios Promedios	40,00	40,00	1.600,00
Cenas Precios Promedios	35,00	40,00	1.400,00
Visitas Guiadas	50,00	8,00	400,00
Excursiones	100,00	8,00	800,00
Paseos Marítimos	120,00	8,00	960,00
Práctica de Deportes Extremos	200,00	8,00	1.600,00
TOTALES			13.660,00

Ingreso Anual = Bs. 13.660,00 * 365 días del año = Bs. 4.985.900,00

Para la proyección de los ingresos se consideró los resultados que se desprenden del análisis de mercado realizado al sector turismo en el Municipio Valdez, en el cual se evidencia que del total de las personas encuestadas, el 40% de ellas han visitado algún sitio turístico de la zona y señalaron que regresarían

nuevamente a la región. Considerando lo anterior, que la tendencia de afluencia de temporadistas se mantenga y extrapolándole a la población del Municipio Valdez, la cual según cifras del último censo del Instituto Nacional de Estadística (INE), es de aproximadamente 39.060 habitantes, entonces se tiene que estimadamente 15.624 personas estarían dispuestas a volver al Municipio y utilizar los diferentes servicios ofertados por el complejo Puerta al Caribe, accediendo a los diversos paseos y actividades extremas que serán promocionados por la empresa propuesta.

Para efectos de la propuesta se está considerando la población del municipio objeto de estudio y el porcentaje de personas entrevistadas que señalaron que estarían dispuestos a regresar a los parajes que ofrece esta región, sin embargo, estas cifras pueden ser poco significativas si se considera que la actividad turística a ser desarrollada en la zona, no es de uso exclusivo para los habitantes de la región, sino que pueden asistir turistas locales, regionales, nacionales e internacionales.

Se calculó una capacidad instalada de hospedaje para 40 personas diarias en 20 habitaciones (10 matrimoniales, 10 dobles), y servicio de restaurante para 120 comidas diarias, 40 desayunos, 40 almuerzos y 40 cenas con una disponibilidad de 15 mesas.

CUADRO N° 7. DEPRECIACIÓN ANUAL ACUMULADA DE ACTIVOS

Conceptos	Monto	Vida útil	Valor de rescate	Depreciación
Construcción	2.032.800	20 años	35%	66.066,00
Equipamiento de Oficina	9.826,00	5 años	0%	1.965,20
Equipamiento Restaurante	233.572,00	5 años	0%	46.714,40
Equipamiento Habitaciones	456.042,00	5 años	0%	91.208,40
Transporte Terrestre	580.000,00	5 años	15%	98.600,00
Transporte Marítimo	64.948,00	5 años	15%	11.041,16
Equipamiento Transporte Marítimo	243.816,00	5 años	15%	41.448,72
Depreciación acumulada anual				357.043,88

Aunado a lo anterior, seguidamente se presenta la depreciación acumulada anual de los activos (ver cuadro N° 7), los gastos de personal con sus respectivos aportes patronales y deducciones de ley (ver cuadro N° 7), gastos de personal; aportes y deducciones (ver cuadro N° 8), costos fijos (ver cuadro N° 9), cuadro de amortización (ver cuadro N° 10), costos variables (ver cuadro N° 11), Flujo de Caja (ver cuadro N° 12), estado de ganancias y pérdidas (ver cuadro N° 13), rentabilidad de la inversión (ver cuadro N° 14), período de recuperación (ver cuadro N° 15), y el valor actual neto (ver cuadro N° 16), los cuales permitieron evaluar la factibilidad del proyecto.

Para determinar la depreciación acumulada se utilizó la siguiente expresión matemática, la cual representa el método de depreciación línea, que se calcula restando del costo histórico del activo el valor de rescate y luego dividiéndole entre la vida útil del mismo.

$$\text{Depreciación} = \frac{\text{Costo histórico} - \text{Valor de rescate}}{\text{Vida útil}}$$

CUADRO N° 8. GASTOS DE PERSONAL. APORTES Y DEDUCCIONES.

Cargo	S. Base	B. Especial	S. Neto Mensual	Acumulado	S.S.O	R.P.E	F.A.O.V	INCES	TOTAL
Gerente general	3000	120	3120	46800	28,80	7,20	31,20	39,00	3013,80
Secretaría	1300	180	1480	22200	13,66	3,42	14,80	18,50	1429,62
Jefe de Administración	2000	110	2110	31650	19,48	4,87	21,10	26,37	2038,18
Jefe de Mantenimiento	2000	110	2110	31650	19,48	4,87	21,10	26,37	2038,18
Jefe de Bebidas y Alimentos	2000	110	2110	31650	19,48	4,87	21,10	26,37	2038,18
Analista Contable	1500	100	1600	24000	14,77	3,69	16,00	20,00	1545,54
Analista de Costos	1500	100	1600	24000	14,77	3,69	16,00	20,00	1545,54
Analista de RRHH	1500	100	1600	24000	14,77	3,69	16,00	20,00	1545,54
Mantenimiento de Piscinas	1500	200	1700	25500	15,69	3,92	17,00	21,25	1642,13
Jardinero	1500	200	1700	25500	15,69	3,92	17,00	21,25	1642,13
Planta Física	1500	200	1700	25500	15,69	3,92	17,00	21,25	1642,13
Camarera	990	200	1190	17850	10,98	2,75	11,90	14,87	1149,49
Servicio de Cuarto	990	200	1190	17850	10,98	2,75	11,90	14,87	1149,49
Guía Turístico	1400	150	1550	23250	14,31	3,58	15,50	19,37	1497,24
Excursionista	1400	150	1550	23250	14,31	3,58	15,50	19,37	1497,24
Total									25414,45

CUADRO N° 9. COSTOS FIJOS.

Descripción	Monto mensual	Monto anual
Depreciación	29.753,66	357.043,88
Teléfono	300,00	3.600,00
Impuestos municipales	24,00	288,00
Mano de obra directa	25.414,45	304.973,44
Servicio de TV	1.720,00	20.640,00
Totales	57.212,11	686.545,32

Para el cálculo de la amortización se tiene que:

$$P_0 = \text{Bs. } 3.821.004 \text{ (Valor Actual)}$$

$$N = 5 \text{ años a semestre} = 10 \text{ semestres}$$

$$I = 18,6\% \text{ anual a semestre} = 9,30\% \text{ semestral}$$

Donde:

$$P_0 = \text{valor actual}$$

$$F = \frac{1 - (1+I)^{-n}}{I}$$

$$N = \text{tiempo}$$

$$I$$

$$I = \text{interés}$$

$$F = \frac{1 - (1+0,09)^{-9}}{0,09} = 5,922816477$$

$$R = \frac{P_0}{F} = \frac{3.821.004}{5,922816477} = 645.132,9338$$

CUADRO N° 10. AMORTIZACIÓN DEL CAPITAL

Periodo	Renta	Intereses	Amortización	Saldo
0				3.821.004,00
1				3.821.004,00
2	645.132,94	355.353,37	289.779,57	3.531.224,43
3	645.132,94	328.403,87	316.729,07	3.214.495,37
4	645.132,94	298.948,07	346.184,87	2.868.310,50
5	645.132,94	266.752,88	378.380,06	2.489.930,43
6	645.132,94	231.563,53	413.569,41	2.076.361,03
7	645.132,94	193.101,58	452.031,36	1.624.329,66
8	645.132,94	151.062,66	494.070,28	1.130.259,38
9	645.132,94	105.114,12	540.018,82	590.240,57
10	645.132,94	54.892,37	590.240,57	0,00

La amortización se hizo semestralmente a 5 años debido a que el 1^{er} semestre es de gracia con una tasa de interés del 18,6%.

CUADRO N° 11. COSTOS VARIABLES.

Descripción	1 año	2 años	3 años	4 años	5 años
Insumos	1.994.360	2.193.796	2.413.176	2.654.493	2919942,50
Servicios básicos	36.000	39.600	43.560	47.916	52.708
Imprevistos	63.600	69.960	76.956	84.652	93.117
Totales	2.093.960	2.303.356	2.533.692	2.787.061	3.065.768

Los insumos se estiman en base al 40% de los ingresos por servicios prestados.

CUADRO N° 12. FLUJO DE CAJA

Descripción	1 año	2 años	3 años	4 años	5 años
Saldo inicial	0,00	1.560.261,74	2.764.584,54	4.287.020,14	6.159.380,84
Ingresos	4.985.900,00	5.484.490,00	6.032.939,00	6.636.232,90	7.299.856,19
Total ingresos	4.985.900,00	7.044.751,74	8.797.523,54	10.923.253,04	13.459.237,03
Amortización	289.779,57	662.913,94	791.949,67	946.101,64	1.130.259,39
Intereses	355.353,37	627.351,94	498.316,41	344.164,24	160.006,49
Costos fijos	686.545,32	686.545,32	686.545,32	686.545,32	686.545,32
Costo variables	2.093.960,00	2.303.356,00	2.533.692,00	2.787.061,00	3.065.767,50
Total egresos	3.425.638,26	4.280.167,20	4.510.503,40	4.763.872,20	5.042.578,70
Flujo de caja	1.560.261,74	2.764.584,54	4.287.020,14	6.159.380,84	8.416.658,33

CUADRO N° 13. ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO OPERATIVO

Descripción	1 año	2 años	3 años	4 años	5 años
Ingresos	4.985.900,00	5.484.490,00	6.032.939,00	6.636.232,90	7.299.856,19
Egresos	3.425.638,26	4.280.167,20	4.510.503,40	4.763.872,20	5.042.578,70
Utilidad bruta	1.560.261,74	1.204.322,80	1.522.435,60	1.872.360,70	2.257.277,49
ISLR (34%)	530.488,99	409.469,75	517.628,10	636.602,64	767.474,35
Utilidad neta	1.029.772,75	794.853,05	1.004.807,50	1.235.758,06	1.489.803,14
Depreciación	357.043,88	357.043,88	357.043,88	357.043,88	357.043,88
Totales	1.386.816,63	1.151.896,93	1.361.851,38	1.592.801,94	1.846.847,02

El ISLR se aplica en función de los ingresos, la unidad tributaria es de Bs. 55, del 34% y un sustraendo de 300 UT según tarifa N° 2, Artículo 53 de la Ley de Impuestos sobre la Renta.

CUADRO N° 14. RENTABILIDAD DE LA INVERSIÓN.

Años	Utilidad neta	Inversión en Bs.	RI %
1	1.386.816,63	3.821.004,00	36%
2	1.151.896,93	3.821.004,00	30%
3	1.361.851,38	3.821.004,00	36%
4	1.592.801,94	3.821.004,00	42%
5	1.846.847,02	3.821.004,00	48%

Para le estimación de este índice financiero se tomaron en cuenta la utilidad neta de cada uno de los años y la inversión proyectada. La formula es la siguiente:

$$R.I = \frac{\text{Utilidad neta} * 100}{\text{Inversión}}$$

CUADRO N° 15. PERÍODO DE RECUPERACIÓN

Inversión Inicial: Bs. 3.821.004

Costo de Capital: 12%

Años	Flujos de efectivos	Flujo de efectivo acumulado
1	1.386.816,63	1.386.816,63
2	1.151.896,93	2.538.713,56
3	1.361.851,38	3.900.564,93
4	1.592.801,94	5.493.366,87
5	1.846.847,02	7.340.213,90

$$PR = 2 + \frac{3.821.004 - 2.538.713,86}{1.361.851,38}$$

$$PR = 2 + 0,94 = \mathbf{2,94 \text{ años}}$$

CUADRO N° 16. VALOR ACTUAL NETO (VAN)

Años	1	2	1 * 2 = 3
Años	Flujo de efectivo	FIVP 17%, 5	Totales
1	1.386.816,63	0,855	1.185.728,22
2	1.151.896,93	0,731	842.036,65
3	1.361.851,38	0,624	849.795,26
4	1.592.801,94	0,534	850.556,24
5	1.846.847,02	0,456	<u>842.162,24</u>
Entrada de efectivo total			4.570.278,61
Inversión inicial			3.821.004,00
Van			749.274,61

TASA INTERNA DE RETORNO

$$\text{Anualidad promedio} = \frac{\text{Sumatoria de flujos de efectivos}}{\text{Los años}} = \frac{7.340.213,90}{5 \text{ años}}$$

$$\text{Anualidad promedio} = 1.468.042,78$$

$$\text{Periodo de recuperación promedio} = \frac{\text{Inversión inicial}}{\text{Anualidad promedio}} = \frac{3.821.004}{1.468.042,78}$$

= **2,603 años** De acuerdo con la tabla de los factores de FIVPA más cercanos a 2,603 es 2,583 (de 27%) de modo que:

$$\text{FIVPA}_{\text{TIR},5} = 2,603 \text{ años} \longrightarrow \text{TIR} = 27\%$$

Como se puede apreciar, el Complejo Turístico “Puerta al Caribe”, C.A recupera su inversión en 2,603 año de funcionamiento, debido a que el proyecto otorga alta rentabilidad, evidenciada con el valor actual neto y la tasa interna de retorno.

Luego del estudio financiero, se revela la factibilidad de implementar el proyecto del Complejo Turístico “Puerta al Caribe”, C.A, ya que así lo refleja el estudio financiero y económico realizado. Para la evaluación del proyecto se realizó un análisis de los aspectos técnicos, condición indispensable para la implementación de este plan; así como las estrategias y análisis financieros necesarios para emprender con cierto grado de seguridad y éxito la idea de negocio, el cual busca contribuir al desarrollo social, cultural y económico del municipio Valdez.

4.5 Aspectos Contables.

- **Consideraciones Teóricas sobre el Plan de Cuentas**

El plan de cuentas de Puerta al Caribe, C.A., estará estructurado en ocho grandes grupos de cuentas, las cuales define Catacora F. (1998), como:

- Cuentas de Activo: el activo muestra todos los bienes y derechos que posee una empresa y mediante los cuales se obtiene un beneficio económico. Todas las partidas del activo representan los recursos que puede utilizar una empresa para un beneficio futuro, su uso o consumo, o el diferimiento de un costo ya incurrido sobre el cual se espera igualmente esté asociado a ingresos futuros. Son cuentas de activo el efectivo, las mercancías, maquinarias, terrenos, efectos por cobrar, cuentas por cobrar, inventarios, entre otros.
- Cuentas de Pasivo: este grupo está representado por todas las deudas reales que se tienen con terceros, la estimación razonable de deudas, o la obligación que tiene una entidad de prestar servicios o entregar bienes en un futuro. Algunas partidas que se clasifican como pasivos son las siguientes: préstamos y sobregiros bancarios, documentos y cuentas por pagar, impuestos por pagar, entre otros.
- Capital Social: el capital de una sociedad anónima está compuesto por cuota partes que se denominan acciones; las acciones son títulos de crédito con un determinado valor nominal que constituye el valor de emisión; por lo que la

cuenta Capital Social permite registrar el valor total de las acciones emitidas por una compañía.

- Cuenta de Ingresos: este grupo está constituido por aquellas cuentas que permiten acumular todos los beneficios que obtiene la empresa en un determinado período contable y que conlleva a un incremento del patrimonio. Representan una percepción de bienes y derechos para la organización. Dependiendo del origen del ingreso se clasifican en Ingreso Principal, Ingresos Secundarios y Extraordinarios.

- Cuenta de Egresos: son erogaciones realizadas por la empresa que disminuyen el Patrimonio, y representan el uso de cosas o servicios con la finalidad de generar ingresos. Se clasifica en: Costo de Ventas, Gastos de Operación, Otros Egresos y Egresos Extraordinarios.

- Otros Ingresos: Son entradas extraordinarias no previstas en los contratos realizados por la empresa.

- Otros Egresos: son desembolsos extraordinarios no previstos en los contratos realizados por la empresa.

- Cuentas de Orden: en este grupo se presenta información respecto a operaciones que si bien no afectan en forma inmediata la situación financiera y los resultados de las operaciones de la empresa, pudieran afectarla en un futuro, dado que se puede derivar de ellas algún tipo de responsabilidad para

la organización que debe ser controlada. Para proceder al registro de esta información en la contabilidad de la empresa debe representarse la misma en forma de cuentas a efecto de mantener el equilibrio de la ecuación del patrimonio.

4.5.1 Plan de Cuentas del Complejo Turístico Puerta al Caribe, C.A.

En el caso particular de la contabilidad del complejo turístico Puerta al Caribe, C.A., se presenta a continuación un plan de cuentas:

Plan de Cuentas Puerta al Caribe, C.A.

Activos.

1.	Activos.
1.1.	Activos Circulantes.
1.1.01.	Efectivo.
1.1.01 - 01.	Caja.
1.1.01 - 02.	Caja Principal.
1.1.01 - 03.	Caja Chica.
1.1.01 - 04.	Fondo Rotatorio.
1.1.02.	Bancos.
1.1.02 - 01.	Depósito a Plazo Fijo.
1.1.03.	Cuentas Por Cobrar.
1.1.03 - 01.	Cuentas por cobrar Directores y Socios.
1.1.03 - 02.	Cuentas por Cobrar a Empleados.
1.1.03 - 03.	Cuentas por Cobrar propietarios
1.1.03 - 04.	Efectos por Cobrar

- 1.1.03 - 05. Adelanto de Utilidades.
- 1.1.04. Inversiones.
- 1.1.05. Inventarios.
- 1.1.05.01 Inmuebles
- 1.1.05.01.01. Terrenos.
- 1.1.05.01.02. Edificios.
- 1.1.05.01.03. Materiales y Suministros.
- 1.1.06. Gastos pagados por Anticipado.
- 1.2. Activos Fijos.
- 1.2.01. Mobiliario y Equipo.
- 1.2.01 - 01. Depreciación Acum. Mobiliario y Equipo.
- 1.2.02 Edificio.
- 1.2.02 - 01. Depreciación Acum. Edificio.
- 1.2.03. Vehículo.
- 1.2.03 - 01. Depreciación Acum. Vehículo.
- 1.3. Cargos Diferidos.
- 1.3.01. Publicidad y Propaganda.
- 1.3.02. Mejoras a la Propiedad Arrendada.
- 1.3.03. Gastos de Organización.
- 1.4. Otros Activos
- 1.4.01. Depósitos dados en Garantía

Pasivos

- 2. Pasivos
- 2.1. Pasivo Circulante.
- 2.1.01. Obligaciones Bancarias.
- 2.1.02. Cuentas por Pagar.
- 2.1.02 - 01. Cuentas por Pagar Propietarios.

- 2.1.03. Efectos por Pagar.
- 2.1.04. Dividendos por Pagar.
- 2.1.05. Honorarios Profesionales por Pagar.
- 2.1.06. Retenciones por Pagar.
- 2.1.06 - 01. Retención de Impuesto Sobre la Renta por Pagar.
- 2.1.06 - 02. Retención Seguro Social Obligatorio por pagar.
- 2.1.06 - 03. Retención I.N.C.E por pagar.
- 2.1.06 - 04. Retención Ley de Vivienda y Hábitat por pagar.
- 2.1.06 - 05. Retención Ley de Paro Forzoso por pagar.
- 2.1.07. Prestaciones Sociales por Pagar.
- 2.1.08. Contribuciones por Pagar.
- 2.1.08 - 01. Contribuciones S.S.O por pagar.
- 2.1.08 - 02. Contribuciones I.N.C.E por pagar
- 2.1.08 - 03. Contribuciones Ley de Vivienda y Hábitat por pagar.
- 2.1.08 - 04. Contribuciones Ley de Paro Forzoso por pagar.
- 2.2. Pasivos a Largo Plazo.
- 2.2.01. Hipotecas por Pagar.
- 2.3. Créditos Diferidos.
- 2.4. Otros Pasivos.

Capital Social

- 3. Capital.
- 3.1. Capital Social.
- 3.1.01. Capital Social Común.
- 3.2. Reservas.
- 3.2.01. Reserva Legal.
- 3.2.02. Otras Reservas y Provisiones de superávit.
- 3.3. Superávit Pagado.

- 3.4. Superávit Acumulado.
- 3.5. Superávit por repartir
- 3.6. Utilidad del ejercicio

Ingresos

- 4. Ingresos.
- 4.1. Ingreso por servicios turísticos.
- 4.1.01. Ingresos por servicios de alojamiento.
- 4.1.02. Ingresos por servicios de restaurant, comidas y bebidas.
- 4.2. Ingresos por servicios recreacionales.
- 4.2.01. Ingresos por visitas guiadas
- 4.2.02. Ingresos por excursiones
- 4.2.03. Ingresos por paseos marítimos
- 4.2.04. Ingresos por deportes extremos

Egresos

- 5. Egresos.
- 5.1. Gastos Operacionales
- 5.1.01. Gastos de Administración.
- 5.1.01 - 01. Gastos de Personal.
- 5.1.01 - 01 - 01. Sueldos Directores.
- 5.1.01 - 01 - 02. Sueldos Gerencia.
- 5.1.01 - 01 - 03. Sueldo Personal de Oficina.
- 5.1.01 - 01 - 04. Sobre Tiempo Personal.
- 5.1.01 - 01 - 05. Prima de Vacaciones.
- 5.1.01 - 01 - 06. Beneficios Contractuales.
- 5.1.01 - 01 - 07. Otros Beneficios Sociales.

- 5.1.01 - 01 - 08. Antigüedad y Cesantía.
- 5.1.01 - 01 - 09. Seguro Social Obligatorio.
- 5.1.01 - 01 - 10. I. N. C. E.
- 5.1.01 - 02. Servicios Generales.
- 5.1.01 - 02 - 01. Agua, Electricidad, Teléfono y Tv por suscripción.
- 5.1.01 - 02 - 02. Gastos de Materiales y Suministros.
- 5.1.01 - 02 - 03. Depreciación Edificio.
- 5.1.01 - 02 - 04. Alquiler de Local.
- 5.1.01 - 02 - 05. Servicios Profesionales.
- 5.1.01 - 02 - 06. Patente Municipal.
- 5.1.01 - 02 - 07. Materiales de Oficina.
- 5.1.01 - 02 - 08. Amortización de Gastos de Administración.
- 5.1.01 - 02 - 09. Vigilancia de Oficina.
- 5.1.02. Gastos de Ventas.
- 5.1.02 - 01. Gastos de Personal.
- 5.1.02 - 02. Servicios Generales.
- 5.1.02 - 02 - 01. Publicidad y Propaganda.
- 5.1.02 - 02 - 02. Suministros y Accesorios.
- 5.1.02 - 02 - 03. Combustible y Lubricantes.
- 5.1.02 - 02 - 04. Gastos de Viajes y Autos.
- 5.1.02 - 02 - 05. Seguro Sobre Vehículos.
- 5.1.02 - 02 - 06. Impuesto Sobre Vehículos.
- 5.1.02 - 02 - 07. Depreciación Vehículos.
- 5.1.02 - 02 - 08. Pérdidas en Cuentas Incobrables.
- 5.1.02 - 02 - 09. Depreciación Mobiliarios y Equipos.

Otros Ingresos

- 6. Otros Ingresos.

6.1. Utilidad en Ventas de Activos Fijo.

Otros Egresos

7. Otros Egresos.

7.1. Pérdida en venta de Activo Fijo.

7.2. Impuesto Sobre la Renta.

7.3. Donaciones y Contribuciones.

7.4. Gastos Reembolsables.

7.5. Gastos Misceláneos.

7.6. Gastos de Intereses.

Cuentas De Orden

8. Cuentas de Orden.

8.1. Cuentas de Orden Saldo Deudor.

8.2. Cuentas de Orden Saldo Acreedor.

4.5.2 Asientos contables propuestos para el Complejo Turístico Puerta al Caribe, C.A.

Dentro de la contabilidad que llevan las empresas turísticas y de recreación pueden encontrarse una serie de asientos de orden que son los siguientes:

Para registrar la contabilización de la prestación de un servicio turístico

Concepto	Debe	Haber
-x-		
Banco Ingreso por Servicios Turísticos <i>Para registrar la cancelación por la prestación de un servicio turístico al contado.</i>	xxx	Xxx

Concepto	Debe	Haber
-x-		
Cuenta por Cobrar Ingreso por Servicios Turísticos <i>Para registrar la cancelación por la prestación de un servicio turístico a crédito.</i>	xxx	Xxx

Concepto	Debe	Haber
-x-		
Banco Anticipo recibido por Servicios Turísticos <i>Para registrar el anticipado por la prestación de un servicio turístico.</i>	xxx	Xxx

Para contabilizar la prestación de un servicio de alojamiento

Concepto	Debe	Haber
-x-		
Banco Ingreso por Servicios de Alojamiento <i>Para registrar la cancelación por la prestación del servicio de alojamiento al contado.</i>	Xxx	xxx

Concepto	Debe	Haber
-x-		
Cuenta por Cobrar Ingreso por Servicio de Alojamiento <i>Para registrar la cancelación por la prestación del servicio de alojamiento a crédito.</i>	xxx	xxx

Concepto	Debe	Haber
-x-		
Banco Anticipo recibido por Servicio de Alojamiento <i>Para registrar el anticipado por la prestación del servicio de alojamiento.</i>	xxx	xxx

Para contabilizar la cancelación de la prestación de un servicio recreacional.

Concepto	Debe	Haber
-x-		
Banco Ingresos por Servicios Recreacionales <i>Para registrar la cancelación por la prestación de un servicio recreacional al contado.</i>	xxx	xxx

Concepto	Debe	Haber
-x-		
Cuentas por Cobrar Ingresos por Servicios Recreacionales <i>Para registrar la cancelación por la prestación de un servicio recreacional a crédito.</i>	xxx	xxx

Concepto	Debe	Haber
-x-		
Banco Anticipo recibido por Servicios Recreacionales <i>Para registrar el anticipo por la prestación de un servicio recreacional.</i>	xxx	xxx

4.5.3 Estados Financieros propuestos para el Complejo Turístico Puerta al Caribe, C.A.

Los estados financieros representan el principal producto de todo el proceso contable, que se lleva a cabo dentro de una empresa. Se puede afirmar que sobre los estados financieros son tomadas la casi totalidad de las decisiones económicas y financieras que afectan a una entidad. La mayoría de estos informes constituye el producto final de la contabilidad y son elaborados de acuerdo a principios de contabilidad generalmente aceptados, normas contables o normas de información financiera. El objetivo de los estados financieros es proveer información sobre el patrimonio del ente emisor a una fecha y su evolución económica y financiera en el período que abarcan, para facilitar la toma de decisiones económicas.

Las empresas turísticas y recreacionales manejan cuentas particulares las cuales la hacen diferentes de las demás, pero no pierde la estructura de los estados, sino que se amoldan a las características y necesidades de las mismas. Estos estados se realizan con el objeto de suministrar periódicamente a los propietarios, administradores, acreedores y público en general, una información sobre la situación y desarrollo financiero que se ha producido en la empresa como consecuencia de las operaciones que ella realiza.

- **Estado de Resultados**

El Estado de Resultados o Estado de Ganancias y Pérdidas muestra la utilidad o pérdida obtenida en un período determinado por actividades ordinarias o extraordinarias. Se habla de un período determinado, por cuanto una utilidad o pérdida se obtiene por actividades de diversa naturaleza y realizadas a lo largo del tiempo. Este estado debe prepararse considerando las siguientes medidas:

- El encabezado debe incluir el nombre reconocido de la empresa, el nombre del estado y el período cubierto por dicho estado.
- Debe mostrar en forma separada las partidas de utilidades o pérdidas extraordinarias o que estén relacionadas con períodos anteriores.
- Los ingresos provenientes de operaciones distintas a la de la empresa deben ser registrados como otros ingresos.
- Los ingresos y los gastos deben asignarse a los correspondientes períodos contables, lo cual significa que debe mantenerse un equilibrio.
- Mostrar la ganancia o pérdida antes del impuesto sobre la renta del año.
- Se debe poner de manifiesto por medio de notas entre paréntesis o notas marginales, informaciones como las siguientes:
 - ✓ Base de contabilización de los ingresos y los egresos derivados de las operaciones.
 - ✓ La base para la determinación de los gastos por depreciación.
 - ✓ Efecto sobre la utilidad neta de los cambios hechos en las prácticas contables durante el período.

Puerta al Caribe, C.A.
Estado de Resultados.
Del 01- 01 - xx al 31-12 - xx.

Ingresos:

Ingreso por servicios turísticos.	xxx
Ingreso por servicios recreacionales.	<u>xxx</u>
Total Ingresos.	xxx

Egresos:

Gastos Operacionales.

Gastos de Administración:

Gastos de Personal.	xxx
Alquiler de Local.	xxx
Servicios Profesionales.	xxx
Patente Municipal.	xxx
Amortización Gasto de Administración.	xxx
Luz, Electricidad, Teléfono y Tv. Por suscripción.	xxx
Materiales de Oficina.	xxx
Depreciación de Edificio	xxx
Vigilancia Oficina.	<u>xxx</u>
Total Gastos Administrativos.	xxx

Gastos de Ventas:

Gastos de Personal.	xxx
Publicidad y Propaganda.	xxx

Combustibles y Lubricantes.	xxx		
Seguro Sobre Vehículos.	xxx		
Depreciación Vehículo.	xxx		
Depreciación Mobiliarios y Equipos.	<u>xxx</u>		
Total gastos de Ventas.		xxx	
<u>Utilidad Neta en Operación.</u>			(xxx)
Otros Ingresos.			
Utilidad en Venta de Activo Fijo.	<u>xxx</u>		
Total Otros Ingresos.		xxx	
Otros Egresos.			
Gasto de Interés.	xxx		
Pérdida en Venta de Activo Fijo.	xxx		
Misceláneos.	<u>xxx</u>		
Total Egresos.		(xxx)	
Utilidad Antes de I. S. L. R.			xxx
I. S. L. R.			(<u>xxx</u>)
Utilidad Neta del Ejercicio.			<u>Xxx</u>

- **Balance General**

El Balance General es un estado que muestra la situación financiera de una entidad a una fecha determinada. Este también es conocido como Estado de Situación Financiera. Por medio del Balance General se presenta la información de activos, pasivo y patrimonio con que cuenta una empresa.

Este informe se elabora partiendo del balance de comprobación donde se toman las cuentas reales a fin de preparar el balance general, tomando las siguientes medidas:

- El encabezado debe incluir el nombre reconocido de la empresa, el nombre del estado 'Presentado y la fecha a la cual se prepara.
- Debe mostrar claramente los títulos o rubros principales: activo, pasivo y capital.
- Debe reflejar los principios de valuación y amortización generalmente aceptados.
- Deben describirse los tipos de activos.
- Los activos en cada grupo deben ser expuestos en el orden de su liquidez, para el circulante o conversión en efectivo y los pasivos en el orden en que han de ser pagados en el desarrollo ordinario del negocio.
- Los totales de los subgrupos y subdivisiones deben mostrarse claramente.
- El estado debe ser matemáticamente correcto, es decir, la sumatoria del activo debe ser igual a la del pasivo y capital.
- Cualquier detalle adicional puede exponerse entre paréntesis o en llamada al pie del balance general para aquellas cuentas o títulos no explicados en el cuerpo del mismo.
- La formalización de este estado se concreta con el informe del contador y las respectivas firmas de la administración y la presidencia.

Puerta al Caribe, C.A.

Balance General.

Del 01- 01 - xx al 31-12 - xx.

Activo.

Activo Circulante.

Caja.	xxx	
Fondo Rotatorio.	xxx	
Banco	xxx	
Efectos por Cobrar.	xxx	
Cuentas por Cobrar Directores y Socios	xxx	
Cuentas por Cobrar Empleados.	xxx	
Cuentas por Cobrar Propietarios.	xxx	
Adelantos de Utilidades.	xxx	
Inventarios.	xxx	
Gastos Pagados por Anticipado.	<u>xxx</u>	
Total Activo Circulante.		xxx

Activo Fijo.

Mobiliario y Equipo.	xxx	
Depreciación Acumulada.	<u>(xxx)</u>	xxx
Edificio	xxx	
Depreciación Acumulada.	<u>(xxx)</u>	xxx
Vehículo	xxx	

Depreciación Acumulada.	(xxx)	<u>xxx</u>	
Total Activo Fijo.			xxx
<u>Cargos Diferidos.</u>			
Publicidad y Propaganda.	xxx		
Mejoras a la propiedad.	xxx		
Gastos de Organización.	<u>xxx</u>		
Total cargos Diferidos.			xxx
<u>Otros Activos.</u>			
Depósitos dados en Garantía.	<u>xxx</u>		
Total Otros Activos.			<u>xxx</u>
Total Activos.			<u>xxx</u>
Pasivo y Capital.			—
Pasivo.			
<u>Pasivo Circulante.</u>			
Obligaciones Bancarias.	xxx		
Cuentas por Pagar.	xxx		
Cuentas por Pagar Propietarios.	xxx		
Efectos por Pagar.	xxx		
Dividendo por Pagar.	xxx		
Honorarios por Pagar.		xxx	
Retenciones por Pagar.	xxx		

Prestaciones Sociales por Pagar.	xxx	
Contribuciones Sociales por Pagar.	<u>xxx</u>	
Total Pasivo Circulante.		xxx
<u>Pasivo a Largo Plazo.</u>		
Hipoteca por Pagar.	<u>xxx</u>	
Total Pasivo a Largo Plazo.		xxx
<u>Créditos Diferidos.</u>		
Total Créditos Diferidos.		xxx
<u>Otros Pasivos.</u>		
Total Otros Pasivos.		<u>xxx</u>
Total Pasivos.		<u>xxx</u>
<u>Capital.</u>		
Capital Social.	xxx	
Capital Social Común.	xxx	
<u>Reservas.</u>		
Reserva Legal.	xxx	
Otras Reservas y Provisiones.	xxx	
Superávit Pagado.	xxx	
Superávit Acumulado.	xxx	
Superávit Por Repartir.	xxx	
Utilidad del Ejercicio.	<u>xxx</u>	xxx
Total Capital.		<u>xxx</u>

Total Pasivo y Capital.

Xxx

- **Estado de Flujo de Efectivo**

El propósito fundamental de un Estado de Flujo del Efectivo es proporcionar información relevante sobre los ingresos y desembolsos de efectivo o equivalentes de efectivo de una entidad durante un período determinado, para que los usuarios de los estados financieros tengan elementos adicionales a los proporcionados por los otros estados financieros para:

- Evaluar la capacidad de la entidad para generar flujos futuros de efectivo.
- Evaluar las razones de las diferencias entre la utilidad neta y los ingresos y desembolsos de efectivo relacionados.
- Evaluar los efectos sobre la situación financiera de una entidad y las transacciones de inversión y financiamiento que utilizaron efectivo y equivalente de efectivo durante el período.
- Según Mina (2005), la metodología para la preparación del Estado de Flujo de Efectivo es el siguiente:
 - Se debe presentar el estado de movimiento en efectivo para todos los periodos contables.
 - Se han de utilizar términos como efectivo y equivalente de efectivo.

- Se deben tener políticas muy claras, para determinar que cuentas se consideraran como equivalentes de efectivo.
- Se debe presentar el efectivo neto originado por las actividades de operación, de inversión y financiamiento, y el efecto neto de esos movimientos sobre el efectivo y el equivalente de efectivo durante el periodo analizado, de tal manera que se concilie el efectivo y su equivalente al comienzo y al final de dicho periodo.
- Se debe conciliar la utilidad neta con el movimiento de efectivo originado por las actividades operacionales, y presentar separadamente las principales cuentas de conciliación, lo que debe incluir como mínimo los cambios durante el periodo de las cuentas por cobrar comerciales, el inventario y las cuentas por pagar comerciales.
- Se deben presentar separadamente las cuentas de entradas y salidas de efectivo por actividades de inversión y financiamiento, exceptuando las partidas que se presenten en su monto neto.
- Se debe presentar la información respecto a las actividades de inversión y financiamiento que afecten los activos y pasivos, pero que no constituyan ingresos o pagos en efectivo.
- Se debe presentar el efecto de las fluctuaciones en la tasa de cambio sobre los saldos de efectivo en moneda extranjera, como una partida separada de la conciliación de cambio en efectivo y sus equivalentes.
- Se deben presentar los principales ingresos y pagos brutos en efectivo, provenientes de las actividades operacionales.

Puerta al Caribe, C.A.
Estado de Flujo de Efectivo.
Del 01- 01 - xx al 31-12 - xx.

Movimiento del Efectivo Proveniente de las

Actividades Operacionales.

Efectivo Recibido del Cliente.	xxx
Efectivo Pagado a proveedores y empleados.	(xxx)
Efectivo Pagado en Gastos Generales.	(<u>xxx</u>)

Efectivo Neto Provisto de Actividades

Operacionales.

xxx

Movimiento de Efectivo Proveniente de las

Actividades de Inversión.

Adiciones a Propiedades Edificio.	(xxx)
Proveniente de la Venta de Inmuebles.	(<u>xxx</u>)

Efectivo Neto en las actividades de Inversión.

(xxx)

Movimiento del Efectivo Proveniente de las

Actividades de Financiamiento.

Provenientes de las Deudas a Largo Plazo.	(xxx)
Proveniente de la Emisión de acciones Comunes.	(xxx)
Dividendos Pagados.	(<u>xxx</u>)

Efectivo Neto Proveniente de Efectivo.	(xxx)
Aumento Neto en Efectivo y Equivalente de Efectivo.	
Efectivo.	xxx
Efectivo y Equivalente de Efectivo al Comienzo del Año	xxx
Efectivo y Equivalente de Efectivo al Final del Año	xxx

- **Estado de Variación Patrimonial**

Este estado comienza con la presentación del capital social discriminado por el número de acciones y su valor, luego se suma la utilidad neta del período, de acuerdo con lo obtenido en el Estado de Resultados; el monto total de las reservas, los superávit obtenido y cualquier otra partida que tenga la característica de aumentar el patrimonio de la empresa. Así mismo se le restarán los dividendos decretados por pagar, si existe déficit acumulado y las partidas que las disminuyeron.

La preparación de este informe debe incluir el nombre reconocido de la empresa y el período cubierto por dicho estado, así como la situación de capital al inicio y al final del ejercicio, y los aumentos así como las disminuciones al patrimonio de la empresa con el fin de obtener el patrimonio a la fecha de presentación y los cambios ocasionados en el mismo.

Puerta al Caribe, C.A.
Estado de Variación Patrimonial.
Del 01- 01 - xx al 31-12 - xx.

Capital al Inicio.

Acciones Comunes (xx acciones a Bs. xx).	xxx	
Acciones Preferentes (xx acciones a Bs. xx).	<u>xxx</u>	xxx
Más:		
Emisión de Acciones Preferente (xx acc. a Bs. xx).	<u>xxx</u>	<u>xxx</u>
Capital Social al 31 - 12 - xx.		xxx

Más:

Reserva Legal.	xxx	
Otras Reservas y provisiones de Superávit.	xxx	
Utilidad del Ejercicio.	<u>xxx</u>	
Total Aumento.		xxx

Menos:

Dividendos Sobre Acciones Comunes.	xxx	
Dividendo Sobre Acciones Preferentes.	<u>xxx</u>	
Total Deducciones.		(xxx)

4.6 Aspectos de Responsabilidad Social y Ambiental

La responsabilidad social es la integración voluntaria, por parte de las empresas de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales con el fin de mejorar su reputación y sus relaciones con sus interlocutores.

De modo que, en general, la responsabilidad social es el compromiso contraído por las acciones u omisiones de cualquier individuo o grupo que generen un impacto en la sociedad; pudiendo recaer éstas en una persona, organización, gobierno o empresa. Dichas acciones suelen traer consigo una valoración positiva o negativa por parte de la comunidad.

La responsabilidad social empresarial es una visión de negocios que integra a la gestión de la empresa, el respeto por: los valores y principios éticos, los trabajadores, la comunidad y el medio ambiente". Esto quiere decir que es un interés propio e inteligente de la empresa que produce beneficios a la comunidad y a la propia empresa.

La responsabilidad social no tiene que ver solamente como una forma de realizar trabajos sociales en la comunidad, sino se trata más bien de una estrategia de la empresa, que junto a su gestión de negocios y reflejando sus valores, debe ser tratada como un caso de negocios más.

Las empresas que la practican obtienen otros beneficios, como ser más atractivas para los clientes, para sus empleados y para los inversionistas; razón por la cual son más competitivas y pueden obtener mayores ganancias.

La RSE para ser exitosa, debe involucrar además distintos grupos de interés como los trabajadores, los clientes, el Estado Medio, etc. que trabajando coordinadamente para crear valor, puedan lograr mejores resultados para la comunidad y para la misma empresa. Es la respuesta comercial ante la necesidad de un desarrollo sostenible que proteja el medio ambiente y a las comunidades sin descuidar los temas económicos.

Dentro de las acciones sociales de Puerta al Caribe C.A., destacan las siguientes:

- Contratar a personal de la localidad con el fin de incentivar el empleo.
- Diseñar planes de disfrute a bajo costo para los habitantes del Municipio.
- Contratar proveedores locales para los suministros y enceres así como para la prestación del servicio de paseos por la zona y practica de deportes acuáticos y extremos.
- Incentivar la cultura y valores populares a través de la participación activa de la empresa en los diferentes eventos que resalten el acervo histórico, cultural y social de la región.
- Diseñar visitas guiadas a las instalaciones del complejo turístico a los niños de las diferentes escuelas de la localidad para incentivar la importancia del trabajo, el estudio y la contribución de las personas para alcanzar los niveles de distinción del complejo turístico y la localidad.
- Campañas de donaciones de juguetes en fechas festivas como el día del niño y en navidad.

- Donación de mobiliario y equipos a los organismos públicos que hacen vida en la región, particularmente a escuelas primarias y secundarias, unidades medico asistenciales, entre otras.

Con respecto a la Responsabilidad Ambiental Empresarial, concepto que no es nuevo, pero que ha cobrado fuerza en el país en el campo del sector privado, entendido como el compromiso que tienen los dueños de empresas y sus directivos de contribuir a minimizar el impacto ambiental de las organizaciones a través de estrategias que disminuyan los niveles de degradación ambiental, hecho que se ha incrementado en forma alarmante en la tres ultimas décadas.

Esta situación de procesos industriales contaminantes obliga a la participación de los factores productivos, comunidades y gobierno a tomar acciones para disminuir los niveles de contaminación que amenazan el equilibrio ecológico del planeta.

Considerando que las actividades manufactureras y de servicios contribuyen a la contaminación del ambiente afectando la flora y fauna, se requieren de acciones contundentes y una campaña de educación para lograr avances significativos en esta materia, por que a pesar de las regulaciones que se imponen a nivel nacional e internacional, la falta de cultura ambiental de todos los sectores involucrados aun genera alarmantes cifras de contaminación que ponen en juego el equilibrio y continuidad de las generaciones futuras.

Considerando lo anterior, Puerta al Caribe, C.A., por estar insertada en parajes naturales y exóticas tierras que forman parte de parques nacionales, establecerá acciones para evitar el impacto ambiental en la región. Dentro de estas acciones destacan las siguientes:

- Plan de reciclaje de los desechos sólidos generados por las operaciones del complejo turístico, fomentando la recolección y clasificación de bienes para reciclaje, tales como: papel y cartón, materiales ferrosos, plásticos y vidrio.
- Adquisición de planta de tratamiento de aguas servidas.
- Campañas de concientización a la comunidad a través de los concejos comunales, asociaciones de vecinos, comunidades organizadas, gobierno local, escuelas, entre otros, para promover la educación ambiental y minimizar el impacto ambiental.
- Capacitación del personal sobre la importancia del adecuado manejo de desechos sólidos y no sólidos.
- Adquisición de productos para las operaciones del complejo de fácil degradación.
- Fomento del consumo de productos provenientes de procesos de reciclaje para los servicios del complejo turístico.
- Campañas de arborización con la participación de empleados, comunidad y turistas. Se espera que la participación de los huéspedes del complejo y turistas que disfrutan de los servicios se aboque a la participación como medio de relajación y con el interés de cuidar la naturaleza, integrando la actividad turística al cuidado del ambiente

CONCLUSIONES

Después de realizar este trabajo de investigación, se presentan una serie de reflexiones a modo de conclusiones sobre la propuesta de plan de negocio para la instalación de un complejo turístico en Macuro, estado Sucre:

- El sector turismo es fuente generadora de empleos, además de ser impulsador del desarrollo social, cultural y económico, que integrándose con elementos tales como recursos naturales, infraestructura turística, vías de comunicación, patrimonios culturales, entre otros, hacen del sector un fuerte difusor de la riqueza de las diferentes regiones.
- El Municipio Valdéz posee una gran diversidad de recursos naturales, tales como playas, ríos, selvas y montañas, los cuales pueden explotarse y utilizarse adecuadamente haciendo posible que se puedan llevar a cabo actividades turísticas y recreacionales generadoras de ingresos para así ayudar al desarrollo del Municipio.
- La implementación de un complejo turístico en Macuro, estado Sucre contribuye a la generación de empleos, tanto directos como indirectos, producto del desarrollo de la actividad turística. Sumado a esto, genera beneficios económicos a la región ya que las transacciones económicas producirán ingresos que serán utilizados en beneficios de la colectividad.
- El Municipio Valdez cuenta con un potencial turístico no desarrollado y carece de empresas dedicadas a la actividad.

- El Municipio no cuenta con la infraestructura turística, vialidad, transporte, servicios básicos, promoción turística y empresas turísticas adecuadas para realizar actividades turísticas y recreacionales que puedan atraer a turistas e inversionistas.
- Las personas entrevistadas opinaron que los precios de los servicios de hospedaje en la región son medianamente asequibles, mientras que respecto a los precios de comida y transporte no tienen conocimiento alguno.
- En el Municipio Valdez no existen complejos turísticos dedicados a brindar a los turistas servicios básicos de hospedaje y restaurant, además de recreación, lo cual hace imperante la implementación de dicho complejo para cubrir las necesidades existentes.
- Se pudo notar que lo más importante para este tipo de empresas es la responsabilidad social y la conservación del ambiente, ya que, tanto la sociedad, público en general y el ambiente son los principales recursos a la hora de transformar el Municipio en potencia turística de la región, Venezuela y el mundo.

RECOMENDACIONES

- Los entes gubernamentales deben planificar estrategias publicitarias para promocionar las bondades turísticas del Estado, específicamente el Municipio Valdez, fomentando el turismo en la zona y, atraer a los inversionistas para contribuir al desarrollo económico, social de esta localidad.
- Las personas encargadas de promover el turismo en el municipio Valdez deben ofertar los servicios a precios asequibles a todo el público, tomando en cuenta que no todas las personas disponen de los mismos niveles de ingresos.
- Preservar los lugares donde se desarrollan actividades turísticas en el Municipio Valdez con la intención de mantenerlos en óptimas condiciones para el disfrute de los turistas.
- Coordinar acciones y estrategias orientadas a garantizar que los destinos turísticos del Municipio Valdez cumplan con los requerimientos mínimos de seguridad y sanidad para su explotación.
- Mejorar todo lo relacionado a infraestructura turística, vialidad, transporte, servicios básicos y promoción turística en el Municipio Valdez para lograr niveles aceptables de desarrollo en esta localidad y prestar un mayor servicio turístico a la población en general.

- Las empresas del sector turismo que actúan en el Municipio Valdez deben hacerlo responsablemente, sin afectar al medio ambiente en el cual desarrollan sus actividades.
- Crear jornadas de limpiezas en los destinos turísticos del Estado por intermedio de los entes gubernamentales a quienes les competen para disponer de espacio aptos para desarrollar el turismo.

BIBLIOGRAFÍA

Libros:

ARIAS, FIDIAS (1999). El Proyecto de Investigación: Introducción a la Metodología Científica. Episteme: Venezuela.

BALESTRINI, M. (2004). Cómo se elabora el proyecto de investigación. (6a ed.). Venezuela: BL Consultores Asociados

CATACORA, F. (1998). Contabilidad. La base para las decisiones gerenciales. Editorial: McGRAW-HILL INTERAMERICANA DE VENEZUELA, S.A.

MINA, H (2005). Contabilidad Universitaria. 2da Edición. Venezuela

Normas y leyes:

Código de Comercio Venezolano. (1955). Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela. (Extraordinaria). (Decreto N° 475).

Constitución de la República Bolivariana de Venezuela. (1999). Gaceta Oficial Extraordinaria de la República Bolivariana de Venezuela. (Decreto N° 5453).

Ley Orgánica del Ambiente de la República Bolivariana de Venezuela. (2005). Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela. (Extraordinaria). (Decreto N° 5833).

Ley Orgánica de Turismo de la República Bolivariana de Venezuela. (2008). Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela. (Extraordinaria). (Decreto N° 5999).

Trabajos de Investigación:

IRURETA A. y LÁREZ R. (2009). Plan de Negocio para una empresa turística y de recreación en Cumaná, estado Sucre. Trabajo de Grado No Publicado. Universidad de Oriente. Venezuela.

JIMÉNEZ J. y LÓPEZ C. (2005). Plan Promocional para proyectar la ciudad de Carúpano como destino turístico del estado Sucre, para el período 2006-2010. Trabajo de Grado No Publicado. Universidad de Oriente. Venezuela.

MARTÍNEZ P. (2008). Herramientas Teóricas para Desarrollar Estudios de Factibilidad en Proyectos de Inversión en El Sector Turístico, Caso Venezuela. Trabajo de Grado No Publicado. Universidad de Oriente. Venezuela.

PRADO E. (2009). Turismo Sostenible y Medio Ambiente. United States Agency International Development (USAID).

URQUIZA I. (2006). Turismo de Naturaleza en función del desarrollo local. Trabajo de Grado. Universidad de La Habana. Cuba.

Páginas Web- Internet:

ACERENZA, M. (2005). Promoción del Turismo. (on line). Disponible en: <http://www.librospdf.net/miguel-acerenza/4/-España>.

CÁZARES, CHRISTEN, JARAMILLO, VILLASEÑOR Y ZAMUDIO (2000). Tipo de investigación. (on line). Disponible en: <http://www.mistareas.com.ve/investigacion-documental.htm>

CENTRO DE DOCUMENTACIÓN Y ARCHIVO DE LA UNIVERSIDAD SIMÓN BOLÍVAR (CENDA). Publicaciones- Trabajos de Ascenso. (on line). Disponible en: <http://www.cenda.usb.ve/trabajosdeascenso.php>

Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo. (on line). Disponible en: <http://unctad.org/templates/download.asp>

Costa y Cáceres (2004). El Modelo Turístico de Canarias. (on line). Disponible en: <http://etudescaribeennes.revues.org/documento1082.html>

DICCIONARIO DE ECONOMÍA (2010). Precio (on line). Disponible en: www.zonaeconomica.com/diccionariodeeconomia

FUNDACIÓN CIENCIA Y ARTE (1999). Publicación Ecoturismo y Desarrollo Sostenible. (on line). Disponible en: <http://kiskeya-alternativa.org-publicaciones>

FURIÓ B. (1996). Economía, Turismo y Medio Ambiente. (on line). Disponible en: <http://www.monografías.com-turismo>

Grupo Turístico CITUR (2010). (on line) Disponible en: www.angelfire.com/planet/citur/informacion.htm

GUTIÉRREZ, R. (2005). Factibilidad del Proyecto Empresarial. (on line). Disponible en: www.deccop.cl/factibilidaddelproyectoempresarial

KEMELMAJER de C. (2006). CONOCITUR- Conocimiento en Turismo. (on line). Disponible en: <http://www.conocitur.com/libros-y-publicaciones.php>

LICKORISH y JENKINS. (2002). Estudios y Perspectivas en Turismo. (on line).
Disponible en: <http://www.scielo.org.ar/scielo>

LUQUE Y. (2009). Consideraciones teórico-metodológicas sobre el turismo. (on line).
Disponible en: <http://www.monografias.com-turismo>

MORA, A (2010). Publicidad. (on line) Disponible en: www.puromarketing.com

REQUENA K. y MUÑOZ J. (2006). El turismo e Internet, Factores de Desarrollo.
Caso: Venezuela. (on line). Disponible en: <http://www.saber.ula.ve/bitstream>

SCHULETER. R. (2001). El Turismo en Argentina. (on line). Disponible en:
<http://www.naya.org.ar-TURISMO-II CONGRESO>

SZUSTERMAN R. (2001). Perspectiva Jurídica del Turismo. (on line). Disponible
en: <http://www.monografias.com-derecho>

TAMAYO y TAMAYO (2010). Tesis de Grado, Monografías y Algo mas. (on line).
Disponible en: <http://tesisyalgommas.blogspot.com>

TERRY. G. (1996). Los Organigramas. (on line). Disponible en:
www.monografias.com/organigramas.shtml

VEBER M. (2006). Clasificación del turismo según el motivo. (on line). Disponible
en: <http://www.monografias.com/clasificacion-turismo.shtml>

ANEXOS

Anexo N° 1.



**UNIVERSIDAD DE ORIENTE
NÚCLEO DE SUCRE
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
Curso Especial de Grado: Emprendedurismo**

Cumaná, Abril de 2009

Ciudadano(a): _____

Presente.

Ante todo, reciba un cordial saludo.

Nos dirigimos a usted en la oportunidad de hacer de su conocimiento que, el presente cuestionario tiene como propósito obtener información para el desarrollo de nuestro trabajo de grado conducente al título de Licenciados en Contaduría Pública y Licenciados en Administración y que lleva por título: "Propuesta de un plan de negocios para un complejo turístico en el municipio Valdez, Estado Sucre". Por consiguiente, a efectos de obtener los datos necesarios para el desarrollo del trabajo de investigación, se requiere la aplicación del presente instrumento el cual se diseñó en función de los objetivos específicos de la investigación. Los datos suministrados por usted se utilizarán para fines académicos y su uso será confidencial. Agradecemos su colaboración en el sentido de responder a todas y cada una de las preguntas requeridas que facilite la culminación exitosa de la investigación.

Antes de comenzar a llenar el presente cuestionario, es importante seguir las siguientes instrucciones:

- a) Lea cuidadosamente cada una de las preguntas que se le presentan.
- b) En las preguntas con alternativas a seleccionar, marque con una equis (X) su respuesta.
- c) Las respuestas a las preguntas abiertas deben ser breves, coloque lo más importante.
- d) Trate en lo posible de responder todas las preguntas.
- e) Escriba en forma clara y legible.

Sin otro particular que agregar y agradeciendo anticipadamente su colaboración, se despiden.

Atentamente,

Br. María L Noguera

Br. Alcides Carrillo

Br. Mayrim Rodriguez

Cuestionario

I. ASPECTOS GENERALES

1 ¿Suele realizar viajes?

SI

NO

(SI SU RESPUESTA ES NEGATIVA PASE A LA PREGUNTA N° 12.)

2 ¿Con quién suele viajar?

SOLO

EN PAREJA

GRUPO DE AMIGOS

GRUPO FAMILIAR

OTROS: _____

NO SABE / NO CONTESTA

3 ¿Con qué frecuencia suele realizar dichos viajes?

MUY ESPORÁDICAMENTE.

AL MENOS UNA VEZ AL AÑO.

MÁS DE UNA VEZ AL AÑO

CONTINUAMENTE.

NO SABE / NO CONTESTA

4 ¿Cuál suele ser la duración de tus viajes?

UN DÍA.

FINES DE SEMANA.

UNA SEMANA.

MÁS DE UNA SEMANA.

OTROS: _____

NO SABE / NO CONTESTA

5 ¿Cuáles son los motivos que le impulsan a viajar?

- RELIGIÓN.
- SALUD.
- VISITA A FAMILIARES O AMIGOS.
- NEGOCIO.
- VACACIONES
- OCIO.
- OTROS: _____
- NO SABE / NO CONTESTA

6 En base a la pregunta anterior ¿en qué tipo de turismo te ubicarías?

- CULTURAL.
- DISTRACCIÓN Y RECREACIÓN (SOL Y PLAYAS, RÍOS, ETC.)
- DEPORTE.
- ECOLÓGICO.
- MONTAÑA.
- DE AVENTURA/EXTREMO
- OTROS: _____
- TODAS LAS ANTERIORES
- NO SABE / NO CONTESTA

7 ¿Cómo organiza usted sus viajes?

- POR CUENTA PROPIA.
- A TRAVÉS DE AGENCIAS.
- ME LOS ORGANIZA LA EMPRESA/ NEGOCIO DONDE LABORO
- OTROS: _____
- NO SABE / NO CONTESTA

8 ¿Cuál es el gasto medio diario en Bolívares durante los viajes?

- MENOS DE 250.
- MÁS DE 250.
- ENTRE 500 Y 1000.
- MÁS DE 1000.
- OTROS: _____

NO SABE / NO CONTESTA

9 ¿En qué suele gastar más dinero?

ALOJAMIENTO.

MENESTERES DIARIOS.

TRANSPORTE.

VISITAS GUIADAS.

OTROS: _____

NO SABE / NO CONTESTA

10 ¿Qué medio de transporte suele utilizar para sus viajes?

AUTOMÓVIL.

TREN.

AVIÓN.

BARCO.

OTROS: _____

NO SABE / NO CONTESTA

11 ¿Qué tipo de hospedaje utiliza?

HOTELES.

COMPLEJOS TURÍSTICOS

CAMPING.

HOSTALES.

PENSIONES.

CASA DE FAMILIARES O AMIGOS.

VIVIENDA PROPIA.

OTROS: _____

NO SABE / NO CONTESTA

12 En caso que usted no viaje, ¿cuáles son los motivos?

ECONÓMICOS

- FALTA DE TIEMPO.
- NO ME GUSTA VIAJAR.
- OTROS: _____
- NO SABE / NO CONTESTA

II. ASPECTOS ESPECÍFICOS

13 ¿Conoce Usted la existencia de complejos turísticos en el Municipio Valdez?

- SI
- NO
- NO SABE / NO CONTESTA

14¿Conoce Usted las bondades turísticas y de recreación del Municipio Valdez?

- SI
- NO
- NO SABE / NO CONTESTA

15 ¿Ha visitado Usted algún sitio turístico del Municipio Valdez?

- SI
- NO
(SI SU RESPUESTA ES NEGATIVA PASE A LA PREGUNTA N° 21.)

16 De los siguientes servicios en el Municipio Valdez, ¿cuáles ha utilizado?

- HOSPEDAJE
- PLANES RECREACIONALES
- RESTAURANT
- PAQUETES TURÍSTICOS
- OTROS: _____
- TODOS LOS ANTERIORES
- NO SABE/NO CONTESTA

17 ¿Alguna vez ha utilizado los servicios de hospedaje, turísticos y recreacionales ofertados en el Municipio Valdez?

- SI
- NO
- NO SABE / NO CONTESTA

18 Según su opinión, ¿cómo se encuentran los lugares donde se desarrollan actividades turísticas en el municipio Valdez?

- EXCELENTES/APTOS
- BUENOS/MEDIANAMENTE APTOS
- REGULARES/POCO APTOS
- MALOS/NO aptos
- NO SABE / NO CONTESTA

19 ¿Qué opinión merece, desde su punto de vista, los servicios básicos, de hospedaje, turísticos y recreacionales en el Municipio Valdez?

- EXCELENTES
- BUENOS
- REGULARES
- MALOS
- NO SABE / NO CONTESTA

20 ¿Las empresas/personas dedicadas a ofertar servicios de hospedaje, turismo y recreación en el Municipio Valdez promocionan las bondades turísticas de la región?

- SI
- NO
- NO SABE / NO CONTESTA

21 ¿Cree Usted que el municipio Valdez cuenta con la diversidad de recursos naturales para llevar a cabo planes turísticos y recreacionales?

- SI
- NO
- NO SABE / NO CONTESTA

22 ¿Cuáles de los siguientes recursos naturales posee el municipio Valdez para desarrollar el sector turismo?

- PLAYAS
- RÍOS
- MONTAÑAS
- SELVAS
- OTROS: _____
- TODOS LOS ANTERIORES
- NO SABE / NO CONTESTA

23 ¿Los destinos turísticos del Municipio Valdez cumplen con los requerimientos mínimos de seguridad y sanidad para su explotación?

- SI
- NO
- NO SABE / NO CONTESTA

24 Según su percepción, ¿qué le hace falta en materia de turismo al Municipio Valdez para lograr niveles aceptables de desarrollo en este sector?

- INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA.
- VIALIDAD / TRNASPORTE
- SERVICIOS BASICOS
- PROMOCIÓN TURÍSTICA.
- EMPRESAS TURÍSTICAS.
- OTRAS: _____
- TODAS LAS ANTERIORES
- NO SABE / NO CONTESTA

25 ¿Qué opinión tiene Usted de los precios de los servicios de hospedaje en la región?

- INASEQUIBLES
- MUY COSTOSOS
- MEDIANAMENTE ASEQUIBLES
- ASEQUIBLES

NO SABE / NO CONTESTA

26 ¿Qué opinión tiene usted de los precios de la comida en la región?

- INASEQUIBLES
- MUY COSTOSOS
- MEDIANAMENTE ASEQUIBLES
- ASEQUIBLES
- NO SABE / NO CONTESTA

27 ¿Qué opinión tiene usted de los servicios de transporte en la región?

- INASEQUIBLES
- MUY COSTOSOS
- MEDIANAMENTE ASEQUIBLES
- ASEQUIBLES
- NO SABE / NO CONTESTA

28 ¿Le gustaría que existiera en el Municipio Valdez un complejo turístico destinado a satisfacer las necesidades de recreación y esparcimiento de los habitantes de la región y el país en general?

- SI
- NO
- NO SABE/NO CONTESTA

29 ¿Cree Usted que es necesaria la instalación de un complejo turístico y de recreación en el municipio Valdez?

- SI
- NO
- NO SABE/NO CONTESTA

30 ¿Considera Usted que la instalación de un complejo turístico contribuiría al desarrollo cultural y socioeconómico del municipio Valdez?

- SI
- NO

NO SABE/NO CONTESTA

31 ¿Cree usted que las empresas del sector turismo que actúan en la región lo hacen responsablemente, sin afectar el medio ambiente en el cual desarrollan sus actividades?

SI

NO

NO SABE/NO CONTESTA

III. INFORMACIÓN GENERAL

32 Edad.

18 AÑOS O MENOS.

ENTRE 18 Y 30.

ENTRE 30 Y 50.

MÁS DE 50.

NO SABE / NO CONTESTA

33 Sexo.

HOMBRE

MUJER

NO SABE / NO CONTESTA

34 Estado civil.

SOLTERO (A)

SOLTERO(A) CON HIJOS

CASADO(A) SIN HIJOS

CASADO(A) CON HIJOS

OTRO: _____

NO SABE / NO CONTESTA

35 Integrantes del grupo familiar (incluyéndose Usted)

- MENORES DE 9 AÑOS
- ENTRE 9 Y 18 AÑOS
- ENTRE 19 Y 35 AÑOS
- ENTRE 35 Y 50 AÑOS
- MÁS DE 50 AÑOS

36 Ocupación.

- ESTUDIANTE
- TRABAJADOR CONTRATADO
- AUTÓNOMO
- OTRO: _____
- NO SABE / NO CONTESTA

Gracias por su colaboración

HOJA DE METADATOS

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

Título	PLAN DE NEGOCIO PARA LA INSTALACIÓN DE UN COMPLEJO TURÍSTICO Y DE RECREACIÓN EN EL MUNICIPIO VALDEZ, ESTADO SUCRE.
Subtítulo	

Autor(es)

Apellidos y Nombres	Código CVLAC / e-mail	
CARRILLO R. ALCIDES E.	CVLAC	16.892.823
	e-mail	eunodio2021@hotmail.com
	e-mail	
NOGUERA P. MARÍA L.	CVLAC	17.911.664
	e-mail	marialaura_prada@hotmail.com
	e-mail	
RODRÍGUEZ M. MAYRIM E.	CVLAC	18.417.017
	e-mail	mayi_rodriguez@hotmail.com
	e-mail	

Palabras o frases claves:

TURISMO
COMPLEJO TURÍSTICO
RECREACIÓN
MUNICIPIO VALDEZ

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

Líneas y sublíneas de investigación:

Área	Subárea
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS	
	ADMINISTRACIÓN
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS	
	CONTADURÍA

Resumen (abstract):

El turismo comprende el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes a entornos diferentes al habitual. Por medio de este se pueden explotar los recursos disponibles en diferentes territorios con la finalidad de generar servicios relacionadas a la actividad y así sostener su economía. En este sentido, destaca el estado Sucre, el cual posee grandes atractivos naturales que atraen al turista hacia esta región y, que de ser desarrollados, pueden contribuir al desarrollo económico y social del mismo. La entidad sucrense, es catalogada como uno de los principales sitios de interés en el territorio nacional e internacional a nivel turístico, por ello, la investigación se orientó a proponer la instalación de un complejo turístico en el Municipio Valdez. Este municipio en la actualidad no cuenta con infraestructura hotelera que pueda acoger a visitantes y responder a sus necesidades. Por consiguiente, la propuesta trae consigo el desarrollo local, generando fuentes de empleos tanto directos como indirectos, contribuyendo a mejorar la calidad de vida e incentivando la economía, además de ofrecerles a los turistas y visitantes un servicio de categoría para el disfrute de las bellezas naturales de este hermoso pueblo. Para el desarrollo de la propuesta se contempló un diseño de campo con nivel descriptivo, enmarcado dentro de la modalidad proyecto factible, utilizando las, entrevistas estructuradas y no estructuradas y la observación no participante como técnicas para la recolección de la información. Para obtener la información relevante para la estructuración del plan de negocio se aplicó un cuestionario a una muestra representativa (100 habitantes) de la población objeto de estudio, facilitando los elementos en que se fundamenta el plan de negocio para la instalación de un complejo turístico en el Municipio Valdez.

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

Contribuidores:

Apellidos y Nombres	ROL / Código CVLAC / e-mail

MSc. Danny Delgado	ROL	CA <input type="checkbox"/> AS <input checked="" type="checkbox"/> TU <input type="checkbox"/> JU <input type="checkbox"/>
	CVLAC	V- 10.167.596
	e-mail	delgado.danny@gmail.com
	e-mail	

Fecha de discusión y aprobación:

Año Mes Día

2010	07	16
-------------	-----------	-----------

Lenguaje: spa

Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Ascenso 4/5

Archivo(s):

Nombre de archivo	Tipo MIME
TESIS-NEBLINA.doc	Aplication/word

Alcance:

Espacial: **nacional** **(Opcional)**

Temporal: **temporal** **(Opcional)**

Título o Grado asociado con el trabajo: Licenciado en Administración y Contaduría Pública

Nivel Asociado con el Trabajo: LICENCIADO

Área de Estudio: Administración y Contaduría Pública

Institución(es) que garantiza(n) el Título o grado: Universidad de Oriente

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

Derechos:

Los autores garantizamos en forma permanente a la Universidad de Oriente el derecho de archivar y difundir, por cualquier medio, el contenido de esta tesis.

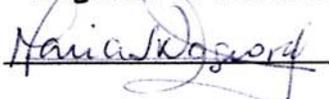
Esta difusión será con fines estrictamente científicos y educativos, pudiendo cobrar la Universidad de Oriente una suma destinada a recuperar parcialmente los costos involucrados. Los autores nos reservamos el derecho de propiedad intelectual así como todos los derechos que pudieran derivarse de patentes industriales o comerciales.

Carrillo R. Alcides E.



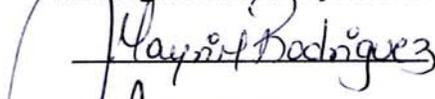
AUTOR 1

Noguera P. María L.



AUTOR 2

Rodríguez M. Mayrim E.



AUTOR 3

Msc. Danny Delgado

TUTOR/JURADO

POR LA COMISIÓN DE TESIS:

