



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN EN EMPRESAS TURÍSTICAS
Y HOTELERAS**

Título:

**Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y
Hoteleras**

Autores:

Castillo Méndez Mary Fernanda

**“Estudio de la facilidades turísticas orientado a niños y
adolescentes para el turismo de aventura en la ciudad
Guayaquil, Provincia del Guayas”**

Tutora:

Ing. Elsie Zerda Barreno, Mgs.

Guayaquil, Ecuador

2016



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN EN EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por Mary Fernanda Castillo Méndez como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**.

TUTOR (A)

Ing. Elsie Zerda Barreno, Mgs.

DIRECTORA DE LA CARRERA

Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.

Guayaquil, a los 11 días del mes de marzo del año 2016



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN EN EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Mary Fernanda Castillo Méndez**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación “**Estudio de la facilidades turísticas orientado a niños y adolescentes para el turismo de aventura en la ciudad Guayaquil, Provincia del Guayas**” previa a la obtención del Título **de Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 11 días del mes de marzo del año 2016

El Autor (A)

Mary Fernanda Castillo Méndez



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN EN EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

AUTORIZACIÓN

Yo, Mary Fernanda castillo Méndez

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **“Estudio de la facilidades turísticas orientado a niños y adolescentes para el turismo de aventura en la ciudad Guayaquil, Provincia del Guayas”** cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 11 días del mes de marzo del año 2016

AUTOR(A):

Mary Fernanda Castillo Méndez

AGRADECIMIENTO

Deseo dar gracias a Dios por ser mi motor principal a los profesores que han aportado con sus conocimientos guiando mis pasos, a mi madre que sin su apoyo no hubiera alcanzado la meta y a mi tutora Ing. Elsie Zerda Barreno, Mgs. Por su paciencia durante la elaboración del tema.

Mary Fernanda Castillo Méndez

DEDICATORIA

Dedico mi investigación a Dios, a Mis padres Víctor Castillo y Mary Méndez que siempre me apoyaron incondicionalmente que me enseñaron a no rendirme, a mis hermanos Alfredo Castillo, Solange Castillo y Mi Esposo Hugo Yáñez porque estuvieron ahí siempre brindándome su apoyo y cada una de las personas que me brindaron un granito de arena para ser lo que soy ahora, a mis profesores que fueron la base principal impartieron sus conocimientos para obtener el éxito profesional.

Mary Fernanda Castillo Méndez



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN EN EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

CALIFICACIÓN

APELLIDOS Y NOMBRES	NOTA FINAL DEL TUTOR
Mary Fernanda Castillo Méndez	

Ing. Elsie Zerda Barreno, Mgs.

INDICE GENERAL

INDICE DE TABLAS	xii
INDICE DE FIGURAS	xiv
RESUMEN	xv
ABSTRACT	xvi
INTRODUCCIÓN	1
Antecedentes	4
Planteamiento del Problema	6
Formulación Del Problema De Investigación	9
Las Preguntas De Investigación	9
Objetivo General	9
Objetivos Específicos	10
Justificación	10
CAPÍTULO I	13
1.1 Marco Teórico	13
1.1.1 Teorías sobre la adolescencia.....	13
1.1.2. Modelo de prevención sociocultural.....	14
1.1.3. Teoría de la Conducta Problema	14
1.1.4 La teoría del desarrollo cognoscitivo de Piaget.....	15
1.1.5 Turismo Educativo.....	17
1.1.6 Turismo Escolar.....	17
1.1.7 Origen de los Campamentos como programa didáctico	18
1.1.8 Turismo aventura.....	19
1.2 Marco Conceptual	19
1.2.1 Turismo	19
1.2.2 Actividad turística	19
1.2.3 Turismo Aventura	19
1.2.4 Turismo de Naturaleza.....	19
1.2.5 Conciencia turística	20

1.2.6 Ecoturismo.....	20
1.2.7 Excursión	20
1.2.8 Excursionismo.....	20
1.2.9 Facilidades turísticas.....	20
1.3 Marco Referencial	21
1.3.1 Evolución de los Campamentos organizados a nivel internacional.....	21
1.4 Marco Legal	23
1.4.1 De las actividades turísticas y de quienes las ejercen	24
1.4.2 De los incentivos y beneficios en general	25
1.4.3 Protección al consumidor de servicios turísticos.....	26
1.4.3.1 Disposiciones generales	26
1.4.4 Plan Nacional del Buen Vivir.....	27
1.4.5 El Reglamento de actividades turísticas	27
1.4.5.1 Campamentos de turismo	28
CAPÍTULO II.....	36
2.1 Historia Y Evolución De Los Campamentos	36
2.2 Demografía de la ciudad del Guayaquil	38
2.3 Análisis Pest.....	42
2.3.1 Análisis de la situación	43
2.4 Destinos turísticos en la actualidad	47
2.4.1. Bosque Protector Cerro Blanco.....	48
2.4.3. Bosque Húmedo Cerro de Hayas	51
2.4.4 Cerro Muerto.....	52
CAPÍTULO III.....	53
3.1 Metodología.....	53
3.1.1 Método Deductivo.....	53
3.1.2 Estudio Descriptivo.....	53
3.1.3. Métodos de investigación cualitativa y cuantitativa	54
3.2 Métodos.....	54
3.2.1 Método Empírico.....	54
3.3 Técnicas e instrumentos de recopilación.....	55
3.3.1 Encuestas.....	55

3.3.2 Entrevistas.....	56
3.4 Población.....	56
3.5 Muestra.....	56
3.5.1 Tamaño de la muestra.....	57
3.6.1 Análisis de los resultados.....	57
3.6.2 Análisis de las Entrevistas.....	63
CAPITULO IV.....	67
4.1 Introducción.....	67
4.1.1 Objetivo general.....	67
4.1.2 Objetivos específicos.....	67
4.2 Diseño de la Estructura del campamento.....	68
4.2.2 Organigrama Administrativo Del Campamento.....	71
4.2.3 Slogan y logotipo del campamento.....	74
4.3 Diseño de ficha de ingreso para los acampados.....	74
4.3.1 Desarrollo de actividades para los acampados de Campcoast.....	75
4.4 Equipo de campamento que debe usar el acampado.....	77
4.5 Sitios turísticos visitados para el recorrido.....	78
4.6 Análisis Porter.....	80
4.6.1 Competidores potenciales.....	80
4.6.2 Poder de Negociación de los Proveedores.....	80
4.6.3 Poder de negociación con los clientes.....	81
4.6.4 Sustitutos.....	81
4.7 Marketing mix de la propuesta.....	81
4.7.1 Producto o Servicio.....	81
4.7.2. Precio.....	82
4.7.3 Plaza.....	82
4.7.3 Promoción.....	82
4.8 Cuadro de evaluación Matriz 3 de los atractivos observados:.....	83
4.8.1 Impacto Ambiental Cerro Blanco.....	83
4.8.2 Impacto Ambiental de Reserva Manglares Churute.....	84
4.8.3 Impacto Ambiental de Cerro Muerto.....	84
4.8.4 Impacto en el Cerro de Hayas (7 cascadas).....	85

4.9 Análisis financiero de la propuesta	87
4.9.1 Inversión inicial	89
4.9.2 Préstamo	90
4.9.3 Depreciaciones	90
4.9.4 Ingresos	91
4.9.5 Sueldos Y Salarios	92
4.9.6 Costos Operacionales	94
4.9.7 Gastos Generales	94
4.9.8 Estado De Pérdidas Y Ganancias.....	95
4.9.9 Flujo De Caja	96
4.9.9 Balance General	97
4.10 Flujo De Caja Pesimista	98
4.11 Punto De Equilibrio.....	100
4.12 Escenarios.....	101
Conclusiones.....	102
RECOMENDACIONES.....	104

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Población De Guayaquil.....	39
Tabla 2: Rango De Edades De Niños Y Adolescentes De La Ciudad De Guayaquil...	39
Tabla 3: Población Económicamente Activa De La Ciudad De Guayaquil.....	40
Tabla 4: Categoría De Ocupación De La Ciudad De Guayaquil.....	41
Tabla 5: Trabajo Dentro O Fuera Del Hogar	42
Tabla 6: Edad Escolar	42
Tabla 7: Destinos De Viajes	44
Tabla 8: Edad Escolar	45
Tabla 9: Disponibilidad De Teléfono Celular	45
Tabla 10: Disponibilidad De Internet.....	46
Tabla 11 : Disponibilidad De Computadoras	46
Tabla 12: Ficha Del Acampado.....	74
Tabla 13: Actividades De Niños De 6 A 9 Años	75
Tabla 14: Actividades Para Adolescentes De 10 A 16 Años.....	76
Tabla 15: Gastos De Publicidad.....	82
Tabla 16: Matriz 3: Impacto Positivo Potencial De Los Parámetros De Impacto En La Biodiversidad Con Sus Puntajes Correspondientes.....	83
Tabla 17: Matriz 3: Impacto Positivo Potencial De Los Parámetros De Impacto En La Biodiversidad Con Sus Puntajes Correspondientes.....	84
Tabla 18: Matriz 3 Impacto Positivo Potencial De Los Parámetros De Impacto En La Biodiversidad Con Sus Puntajes Correspondientes.....	85
Tabla 19 : Matriz 3: Impacto Positivo Potencial De Los Parámetros De Impacto En La Biodiversidad Con Sus Puntajes Correspondientes.....	86
Tabla 20: Matriz 4: Puntajes Correspondientes Al Grado De Impacto Positivo Total .	86
Tabla 21: Resultados De Impacto Positivo De Atractivos	86
Tabla 22: Estado De Situación Financiero Campcoast.....	89
Tabla 23: Préstamo Financiero	90
Tabla 24: Período De Los Pagos	90
Tabla 25: Depreciaciones.....	90
Tabla 26: Amortizaciones.....	91
Tabla 27: Ingresos Del Campamento.	91
Tabla 28 : Incremento Anual	92
Tabla 29: Sueldos Y Salarios.....	92
Tabla 30: Sueldos Con Porcentaje De Inflación	93
Tabla 31: Sueldos Anuales	93
Tabla 32: Costos De Operación Anual	94
Tabla 33: Gastos Generales	94
Tabla 34: Gastos Generales Anuales	95
Tabla 35: Estado De Perdidas Y Ganancias Anuales.....	95
Tabla 36 : Flujo De Caja.....	96
Tabla 37 : Evaluación Financiera.....	96
Tabla 38: Balance General.....	97

Tabla 39: Flujo De Caja Pesimista..... 98
Tabla 40 :Punto De Equilibrio 100

INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Comparación de la tecnología más usada.....	46
Figura 2: Bosque Protector Cerro Blanco.....	48
Figura 3: Sendero buena vista.....	49
Figura 4: Sendero Higuerón	49
Figura 5: Reserva Ecológica Manglares churute	50
Figura 6 : Sendero Aulladores, Reserva Ecológica Manglares Churute	51
Figura 7: Cerro Hayas.....	51
Figura 8 : Cerro Muerto.....	52
Figura 9: Saben lo que es un campamento turístico.....	57
Figura 10: Conoce sobre los Campamentos turísticos en la ciudad de Guayaquil.....	58
Figura 11: Le gustaría contar con un campamento Vía a la costa en la ciudad de Guayaquil.....	58
Figura 12: Facilidades dentro de las instalaciones del campamento les gustaría que tuviera	59
Figura 13: Actividades que les gustaría desarrollar dentro del campamento para sus niños y adolescentes.	59
Figura 14: Estaría dispuesto a pagar por un Campamento con duración de tres semana.	60
Figura 15 : Qué consideran los padres al enviar a sus hijos a un campamento.....	61
Figura 16 : Le gustaría que cuente con ventas de.....	61
Figura 17 Cuántos niños/adolescentes enviaría al campamento	62
Figura 18: Cree que la experiencia del campamento ayude al desarrollo del niño y adolescente.....	62
Figura 19: Terreno km 30 Vía a la costa	68
Figura 20: diseño del campamento proyectado	69
Figura 21 : Organigrama	71
Figura 22 : Logotipo y slogan	74
Figura 23: Entrada bosque protector Cerro Blanco	79
Figura 24 : Cerro Muerto (Virgen de la Roca)	79
Figura 25: Reserva Ecológica Manglares Churute	80

RESUMEN

El trabajo de investigación permite analizar la influencia de las facilidades turísticas orientadas a niños y adolescentes para la realización de turismo de aventura de este segmento mediante un estudio de mercado a fin de presentar una propuesta dirigida a la creación de un modelo de campamento en Guayaquil, Provincia del Guayas.

Dentro de la investigación se desarrollan diferentes teorías donde se indican que los factores principales para el desarrollo del niño y adolescente, es un ambiente natural, captando todo lo de su entorno, también se conoce las problemáticas que se presentan en la actualidad como las drogas, la tecnología, padres que desatienden a sus hijos y no encuentran un lugar de recreación que contrarreste esto y fortalezca su personalidad. Se investiga información sobre la historia de los campamentos hasta la actualidad. Se obtienen datos de la población con aplicación de formularios y la realización de entrevistas y los resultados, padres interesados, la demanda insatisfecha con necesidades de un lugar de esparcimiento con itinerarios donde se desarrolle la actividades de turismo proponiendo un campamento turístico donde se desea impulsar algunos sitios de Guayaquil así como fomentar en ellos el disfrute de la naturaleza y adicionalmente canalizar su tiempo de ocio en actividades que estimulen su desarrollo personal

Palabras Claves: facilidades turísticas, campamentos turísticos, turismo escolar, educación, impacto ambiental

ABSTRACT

The study was conducted to analyze the influence of the tourist facilities aimed at children and adolescents in the adventure of tourism segment, which allows knowing the market to present a proposal aimed at creating a model camp in Guayaquil, Guayas Province.

Within research theories of adolescence that indicates the most development of children and adolescents, is a natural environment factors and captures everything in the environment, it involves, the problems of today are also known as the drugs, techno addiction, parents who neglect their children and cannot find a place of recreation to counteract and strengthen their personality.

Information about the history of the camps to the present, in which data is collected for the research about the methodology and studies the case, it gets data from the population. which is concluded with the expected results, parents are concerned about the proposal it is achieved, to demand and the needs for a recreational place, itineraries where the activity of School Tourism develops, it is a tourist camp is where we want to push some places of Guayaquil attractive features and the environmental impact of each study, the costs needed to carry out their enterprise is presented.

In conclusion that non-formal education transmitted by the middle of nature and the attractions that provide facilities for learning responsible tourism and creates tourism awareness to children and teenagers to change the future tourist.

Key Words: Tourist facilities, Tourist camp, School Tourism, Education, Environmental impact

INTRODUCCIÓN

El Ecuador es un país con mucha diversidad, lo que representa oportunidad para el desarrollo turístico a gran escala, generando una actividad económica importante en este rubro y plataforma para emprendedores, que a su vez crean fuentes de empleo.

Lo que motiva a realizar la investigación es encontrar facilidades turísticas para desarrollar turismo de aventura en la ciudad de Guayaquil dirigido a un segmento de mercado de niños y adolescentes ofreciendo actividades de recreación y acercarlos a la naturaleza. Se realiza un estudio para identificar los destinos turísticos que se dispone Guayaquil integrándolos en los itinerarios de la propuesta, donde se les brinde la oportunidad de vivir nuevas experiencias y se conviertan en actividades turísticas a ofrecer.

El tema elegido pretende mostrar la importancia de la atención a los niños y adolescentes que están expuestos a diario a la violencia que se presenta en los medios de comunicación colectiva. La Unesco (1999) en un estudio global indica “las películas en su entorno proyectadas en los cinemas, la televisión, el internet, son factores que a menudo se reproducen sin censura, estimulan a los jóvenes y menores de edad a la violencia impactando dramáticamente”.

Por ello El Ministerio de Turismo del Ecuador está creando planes y programas dirigidos a niños y adolescentes, estimulando el turismo de visitas a ciertos lugares de la ciudad de Guayaquil (Cabrera, 2014). Pero se desea llegar más allá de un día de visita a un destino. Con la finalidad de buscar nuevas propuestas turísticas por la ausencia de turismo aventura para niños y adolescentes donde el niño pueda pernoctar más de un día fuera de su territorio habitual, logrando interacción con el medio ambiente. La creación de establecimientos en la ciudad de Guayaquil con lugares acondicionados para prestar todos los servicios, así mismo investigar qué actividades se prefieren realizar con la naturaleza, donde además va en

búsqueda de experiencias al aire libre, desarrollar en ellos el sentido de conservación del medio ambiente, rescatar valores, el ajuste a lo que la naturaleza exhibe para que la práctica turística sea de forma divertida y fortalezca su consonancia con lo natural, creando cultura donde el sistema turístico funcione sin impactos negativos y la conservación sea parte de un compromiso social, proyectando a corto plazo turistas con otros valores respecto al cuidado y conservación del medio ambiente en la localidad de Guayaquil.

En el Capítulo I se recopilan conceptos, teorías que sustentan la investigación. El marco referencial expresa cómo el Ministerio de Educación ha insertado dentro de sus mallas curriculares el concepto de turismo escolar. Se presenta el marco legal con la normativa para que la propuesta del campamento turístico se respalde dentro de lo ético y legal.

En el capítulo II se menciona la situación actual de la oferta turística en la ciudad de Guayaquil de igual modo el origen de los campamentos hasta la actualidad. Se realiza investigación en la base de datos del INEC (2010) sobre la situación demográfica y sobre las personas económicamente activas, se manifiesta sobre los destinos turísticos cercanos a Guayaquil, se prevé las facilidades turísticas que contribuyen a la formación personal de los niños y adolescentes. Breve narrativa sobre cada atractivo turístico y su contribución a determinar la oferta turística que necesita el mercado.

En el capítulo III se desarrolla la metodología aplicada, es decir, el tipo de estudio, los métodos aplicados, las técnicas de recolección de información, determinación de universo y muestra, análisis de los resultados sobre las encuestas aplicadas y las entrevistas para fundamentar la propuesta a desplegar.

El capítulo IV se presenta la propuesta sobre un campamento turístico para niños y adolescentes entre seis y nueve años y 11 a 16 años, a fin de crear un espacio exclusivo para ellos, donde puedan desarrollar sus habilidades y mejoren actitudes que contribuyan a su desarrollo personal, mediante actividades diseñadas para este efecto. El

valor agregado que se pretende dar a este campamento es el diseño de itinerarios y buscar brindar las facilidades a este segmento del mercado para que retornen a su habitad con mejores actitudes y fortalecido su desarrollo personal. El desarrollo de la infraestructura considerando el volumen de inversión, se plantea cumplir con el proyecto por etapas, de tal manera que los ingresos que se generen puedan cubrir los costos y gastos iniciales. De la misma manera se presenta cierta información financiera y económica a fin de posible rentabilidad de un negocio.

Las conclusiones se presentan de acuerdo a lo tratado en cada capítulo, así como las recomendaciones respecto a medidas de marketing, alianzas estratégicas para impulsar esta actividad dentro de campamentos, diseñados para fortalecer el turismo y el respeto al medio ambiente.

Antecedentes

En el Ecuador, el Ministerio de Inclusión Económica y Social (2013) promulga la Agenda para la igualdad de niños, niñas y adolescentes, que es un instrumento que establece las políticas públicas de Estado orientadas para fortalecer los planes, programas, proyectos donde se certifiquen el cumplimiento de los derechos a la supervivencia, a la mejora, protección y a la contribución, por medio de la igualdad, el buen trato y la transformación de los patrones culturales en los niños y adolescentes.

En la ciudad de Guayaquil debido a la demanda y la población local se la considera como la capital económica del Ecuador. Esta ciudad contribuye al incremento de fuente de trabajos y crecimiento de negocios con gran potencial y se originan ascensos de actividades empresariales al Nivel Nacional, es la capital de la provincia del Guayas, situada en las costas del Océano Pacífico. Se encuentra a orillas del río Guayas, en el litoral de la Costa Ecuatoriana. Además cuenta con sus parques, plazas, monumentos, centros comerciales, edificios, avenidas, y demás tradiciones plasmadas en esta región convirtiéndose así en una zona ideal para vivir. Según los datos de la Municipalidad de Guayaquil (2014) la ciudad tiene una superficie 344,5 km².

La población total de la provincia del Guayas 3 645 483 según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2010), además se estimaba para el 2015 que la población del Ecuador fuera de 16 millones aproximadamente. De estos, cerca de 6 millones son niños, niñas y adolescentes, el 36% de la población total. Donde se encuentran las siguientes características:

- Los adolescentes de 12 a 17 años son aproximadamente 1.9 millones, lo que representa el 32% de todos los niños, niñas y adolescentes en el país.

- Seis de cada diez personas viven en ciudades y cuatro de cada diez en el campo.
- Según el Censo de Población y Vivienda (2010), el 8.3% de la niñez y adolescencia ecuatoriana es indígena, el 7.5% afro ecuatoriana, el 6.7% montubia, 71% es mestiza y el 5.8 blanca.

Unicef (2014) señaló que en el Ecuador se lleva a cabo el apoyo constante sobre los derechos de la niñez y adolescencia como soporte que se les da mediante instituciones públicas para ayudar a contribuir en la sociedad y mejorar así conocimientos, sobre en la nutrición y salud educación, Por esta razón todos los niños y niñas tienen derecho a tener un buen entorno desde sus comienzos, el apoyo de la familia, el estado y la sociedad para la evolución de su máximo potencial. Durante los últimos años se evidencia que el país ha avanzado en materia de políticas sociales de niñez y adolescencia, ya que el estado ofrece apoyo integral y diversos servicios para el desarrollo de niños, niñas y adolescentes con el firme propósito de crear las mejores condiciones de su entorno y crear igualdad de oportunidades.

En Ecuador, invertir en los niños significa que la sociedad ha comprendido la importancia y el rol que tienen sobre el progreso en conjunto y el evolucionar hacia el mañana con certeza, una vida sorprendente para cada niño y niña asegura una buena vida futura y para los adolescentes, una pujante juventud, a la madurez y a la vejez.

Esta política se encuentra enmarcada en la Constitución (2008) en la cual se indica que el Estado, la sociedad y la familia deben promover de forma prioritaria el desarrollo integral de las niñas, niños y adolescentes, así como la satisfacción de sus necesidades sociales, afectivas, emocionales y culturales.

En la actualidad se han dado cambios positivos con planes de contingencia mediante un plan de prevención sobre consumo de drogas donde los niños y adolescentes están expuestos día a día pero que las autoridades asumen la protección del menor, además de proyectos, programas y planes que se realizan para crear un mejor entorno a los niños y adolescentes.

La ciudad de Guayaquil cuenta con regeneración urbana, la misma que ha dado lugar de atractivos turísticos y nuevas construcciones en lo que resulta que han dado principio a numerosas calles que forman parte del Guayaquil vigente, convirtiéndose así en el motor principal para el desarrollo de negocios turísticos, hoteleros y a su vez gastronómicos que han servido de base para crear nuevos proyectos dirigidos a niños y adolescentes por una sociedad mejor.

Planteamiento del Problema

La necesidad de investigar sitios donde se pueda desarrollar turismo para niños y adolescentes es la ausencia de lugares para segmento en la ciudad de Guayaquil, en síntesis se denota como problema social el uso de drogas.

Según lo citado por Riofrío y Castanheira (2010), la carencia del apoyo familiar es una de las causas por las cuales se origina el consumo de drogas en los jóvenes de la ciudad de Guayaquil. Otras causas ampliamente estudiadas son la ausencia de uno de los padres o por desarmonía de la pareja, dificultades económicas, violencia intrafamiliar, además del sentimiento de abandono, soledad y acogimiento de los padres. La interacción de esos factores motiva el inicio del consumo de drogas y el cometimiento de otros delitos derivados.

La Constitución del Ecuador promulga la decisión popular de optar por el Buen Vivir como eje rector de desarrollo. En armonía con esta definición, el turismo es una actividad consciente, que promueve valores como la paz, amistad, respeto y amor a la vida. En este contenido, la

práctica turística se constituye en un pacto de convivencia entre la comunidad receptora, turistas y naturaleza.

(...) El niño en la edad escolar y adolescencia, de acuerdo a su desarrollo evolutivo, edad cronológica, a través de las relaciones interpersonales, desarrolla su conducta, personalidad y comportamiento futuro. La familia nuclear y también la extensa son importantes, porque influyen directamente en la personalidad de los jóvenes como modelos (Riofrío & Castanheira, 2010).

El hombre siempre necesita del entorno para ampliar su potencial y generar relaciones con más personas, es importante para la formación de cada niño y adolescente a fin de que sea una base firme y sólida para el desarrollo de habilidades que ayuden con el descubriendo su propia personalidad y sea un humano más social y creativo por lo que necesita de todo lo que lo rodea, el poco tiempo de los padres y la carencia de importancia de participar en las actividades de sus hijos, hace un niño poco seguro de sí mismo.

Además, el mal uso de su tiempo envuelve al niño en la tecno adicción donde la psicóloga (Pagano, 2012) menciona que:

La felicidad privada es una felicidad que atravesada por las nuevas tecnologías parece suponer un compartir con los otros y sin embargo supone un consumo estrictamente individual. Y aquí reside la novedad pues todo esto se da en el marco de la emergencia de un nuevo fenómeno que se materializa en la ruptura los lazos sociales que antes contenían a los individuos en relaciones interpersonales directas.

Esta teoría prueba que el uso de la tecnología de forma incorrecta conlleva a una adicción, generando la necesidad de mantener una felicidad ficticia que no permite salir a recrearse y se comprende como esta supuesta felicidad porque pierde contacto social, que a su vez crea rupturas con la personalidad, en cierto modo les otorga tranquilidad a los padres al creer que sus hijos en casa están sobreprotegidos por ello como fragmento fundamental para interacción con su entorno es recrearse en un ambiente alejados de toda la tecnología actual.

Al mismo tiempo, los padres se vuelvan sobreprotectores con sus hijos, lo cual no les permiten desarrollar ciertas habilidades para ser autodependientes, incluso en cuanto a la sobreprotección Miñambres Redondo, M., Ruiz Porras, D., Fernández Ocaña, L., Zomeño Picazo, T., Valero Moya, L., & Bermúdez García, P. (2012) mencionan que “La sobreprotección parental provoca en el niño un mensaje de incompetencia y le hace sentir inútil, temeroso e incapaz de cuidar de sí mismo”.

El Ministerio de Inclusión Económica y Social (2013) en la Agenda para Igualdad de niños, niñas y adolescentes dice: “todos los niños y niñas tienen derecho al mejor comienzo posible y al mayor apoyo de su familia, el Estado y la sociedad, para desarrollar su máximo potencial” .p.7

Del mismo modo, el mejor apoyo es su familia, su entorno social y personal, entonces resulta que los niños y adolescentes necesitan de la naturaleza para desarrollo de sus habilidades y fortalezcan su personalidad.

La poca difusión de lugares al aire libre se presenta como parte del problema ya que no se promueven ciertos lugares ya existentes como base de apoyo para recreación del menor en cuanto al uso correcto de sitios como Manglares- Churute, El Bosque Protector Cerro Blanco, Cerro Muerto como facilidades turísticas para el desarrollo de turismo aventura en la que los niños y adolescentes puedan aprender en estos lugares auto dependencia. Estos sitios turísticos poco difundidos por la sociedad como nuevas alternativas de recreación como parte de la

educación no formal , sitios en contacto directo con la naturaleza que sea un conjunto de buenas experiencias ganadas por el niño y adolescente con relación con la región costa en la Provincia del Guayas.

Formulación Del Problema De Investigación

¿Cómo influye la facilidad turística orientada a niños y adolescentes en el turismo de aventura de este segmento?

Las Preguntas De Investigación

¿Qué actividades desarrollan los niños y adolescentes en sus tiempos libres y cómo aprovechan su ocio?

¿Qué sitios turísticos cuenta Guayaquil y la provincia del Guayas como parte de desarrollo de la investigación?

¿Cuáles son los efectos de ausencias de facilidades turísticos para niños y adolescentes en la región costa de Guayaquil?

¿Qué hay que hacer para crear conciencia turística a los niños y adolescentes de futuras generaciones?

¿Cómo se desea promover el turismo aventura en la ciudad de Guayaquil y que actividades se desarrollarán en base a la investigación?

¿Cuál es el interés del mercado por la actividad propuesta a realizar como un campamento en la ciudad de Guayaquil en la región costa?

¿Cuáles son los factores que motiva a la propuesta de la creación de un campamento turístico en la ciudad de Guayaquil?

Objetivo General

Analizar la influencia de las facilidades turísticas orientado a niños y adolescentes en turismo de aventura de este segmento mediante un estudio de mercado a fin de presentar una propuesta dirigida a la creación de un modelo de campamento en Guayaquil, Provincia del Guayas.

Objetivos Específicos

1. Caracterizar los destinos turísticos, los comportamientos de los niños y adolescentes, preferencias de esparcimientos para desarrollar una cultura turística.
2. Identificar mediante un estudio de mercado la demanda potencial, a través de encuestas y entrevistas para conocer su opinión y mediante el análisis de los resultados se sustenten la propuesta.
3. Valorar los aspectos que deben ser considerados para el diseño de un campamento y las facilidades turísticas, recorridos turísticos para niños y adolescentes a fin de desarrollen el turismo de aventura.

Justificación

La ciudad de Guayaquil es considerada como un lugar turístico y cuenta con zonas de recreación y atractivos por esta razón se quiere que cada experiencia sea enriquecedora. El turismo es una actividad consciente, donde se promueve todos los recursos naturales pero sin generar impactos negativos en el medio ambiente.

El fin de esta investigación es identificar las facilidades turísticas para niños y adolescentes, que contenga turismo de aventura, en un entorno como flora y fauna jueguen un papel primordial.

Velasco, Álvarez, Carrera y Vásconez (2014), consideran que uno de los problemas en los escenarios actuales donde los modelos de antivalores influyen en los comportamientos, justifica alejar a los niños y adolescentes de la tecno adicción, del peligro que representa el uso de drogas, la desnutrición y sobrepeso.

Incremento del consumo de alimentos llamados chatarra, que unido a la falta de ejercicio, generan cuadros de sobrepeso y obesidad en la niñez y adolescencia (...). Además, en la información se detecta

que las niñas, niños y adolescentes inician el consumo de alcohol antes de los 14 años (p.6).

El niño y adolescente en la actualidad está expuesto a encontrar facilidades de comida chatarra y a la no actividad física, por ello se pretende tomar acciones que dure más de un día ,añadan valores para su formación ayuden a su personalidad, conociendo sitios como, el bosque protector Cerro Blanco usándolo como un sitio natural para pernoctar , las Siete Cascadas y el Cerro Muerto y Manglares churute que se encuentran en la provincia del Guayas como puntos a visitar alejados de las ciudades. Ponerlos en contacto con la naturaleza como una oportunidad para crear cultura turística, puesto que los niños y adolescentes son el futuro y el creador de nuevas ideas para realizar turismo dentro de país.

El Ministerio de Educación del Ecuador ha estimado como pieza fundamental que los niños y adolescentes dentro de su formación realicen actividades como recorridos o salidas dentro o fuera de la ciudad y como parte esencial para crear conciencia de turismo respecto del medio ambiente, el compartir juegos y diversiones dentro de un marco armónico de compañerismo y respeto, pero al mismo tiempo no existe un Centro que acoja a los niños y adolescentes y les proponga diversos servicios como alimentación entre otros, necesarios para facilitar la labor de los padres que buscan seguridad para sus hijos, desarrollar habilidades de comunicación, de interactuar con niños de diferentes cultura y costumbres, guiados por valores que se fomenten dentro de escenarios donde se disfrute de la naturaleza y contrarresten los peligros a los que están expuestos.

Dentro del Plan Decenal de Protección Integral a la Niñez y Adolescencia, se definen políticas como pautas que orientan sobre los derechos y en si está constituido para realizar planes, programas, proyectos que ayuden dentro de la formación a los niños y adolescentes, dentro de ello están las políticas de protección integral donde menciona que el niño debe contar con una alimentación adecuada y también

servicio infantil con calidad. Para los adolescentes su política es fortalecer la identidad y la cultura tener espacios de recreación, juegos, deportes para fomentar la participación.

Para esto se usa el turismo escolar como soporte para realizar actividades, programas diferentes donde los niños y adolescentes puedan desenvolverse en contacto con la naturaleza, como parte de su formación escolar, además del turismo como educación no formal proporciona enseñanzas para el fortalecimiento a su personalidad, trabajos manuales, intercambio de cultura despertando en el niño y adolescente un futuro turista integrado en la sociedad.

CAPÍTULO I

1.1 Marco Teórico

Las teorías que se presentan a continuación son importantes porque en ellas se profundiza y analiza el entorno de la investigación y permite obtener estudios y conocimientos donde otorga validación científica.

1.1.1 Teorías sobre la adolescencia

Perspectiva psicoanalítica, cognitivo-evolutiva y sociológica

Hall citado por Adrián y Rangel (2003) es considerado el precursor del estudio científico de la adolescencia, quien realizó una publicación aplicando el punto de vista evolucionista de Darwin a la hora de conceptualizar el desarrollo adolescente. En esta teoría se consideran factores fisiológicos genéticamente determinados, siendo el ambiente un factor secundario. Sin embargo, reconocía que en la adolescencia los factores ambientales jugaban un papel mayor que en etapas anteriores y que era necesario contemplar dinámicamente la interacción entre la herencia y las influencias ambientales para determinar el curso del desarrollo de los jóvenes en este periodo. El pensamiento central de Hall fue identificar los cambios anímicos (un periodo de "tormenta y estrés", palabra tomada de la literatura romántica alemana), notoriamente diferenciado de la infancia, y en que el adolescente experimenta como un nuevo nacimiento como ser biológico y social.

Se puede analizar el desarrollo de los jóvenes con el entorno y aprende de lo que está alrededor es por eso que el adolescente experimenta cambios de perspectiva, donde causa un desajuste o crisis en búsqueda de la independencia o su personalidad tratando de mantener relaciones con los demás y optimiza su desenvolvimiento. En cambio en la etapa de madurez, el adolescente incorpora valores y nuevos roles dentro de la sociedad, por lo que el pensamiento de Hall indica que el adolescente se encuentra en una etapa de transición en lo que lo

biológico y social es lo más importante para adaptarse a un nuevo entorno personal.

1.1.2. Modelo de prevención sociocultural

El medio cultural donde se desenvuelve el niño o adolescente está expuesto a varios tipos de drogas y consumo. Es así que los modelos preventivos de estas conductas deben estar asociados a mejorar la calidad de vida. La sociedad está comprometida con fortalecer la prevención, procesos educativos y de inclusión social.

En este análisis de cada uno de los modelos de prevención que se han utilizado y los que actualmente se utilizan, se denota que cada uno le impone mayor importancia a la sustancia, a la persona o al contexto, constituyendo enfoques que pueden ser el punto de partida para construir un paradigma integral desde el cual se pueda “observar cómo los efectos de una sustancia no tendrán que ver únicamente con sus características farmacológicas, sino también con las características del sujeto que las consume, el contexto en el que se produce esta relación entre el sujeto, la sustancia y el momento histórico en que acontece la interacción”. (CONSEP, citado por Mosquera, 2013, p.4).

1.1.3. Teoría de la Conducta Problema

La teoría de la conducta problema fue formulada desde el área la psicología social por Jessor, citado por Mosquera (2013) y que se basa en tres sistemas explicativos interrelacionados y organizados entre sí como:

1. La personalidad: es un factor cognitivo que refleja el significado y la experiencia social, como son los valores, las expectativas, las creencias, las actitudes y las orientaciones hacia sí mismo y hacia los otros.
2. El ambiente: como factor puede ser conocido o percibido teniendo significado para la persona como apoyo, influencia, controles, modelos y expectativas de los otros
3. La conducta: es el resultado de la interacción de la personalidad y la influencia ambiental, se entiende por conducta los propósitos aprendidos socialmente, funciones o significados.

Las diferentes variables son las que cuentan con características específicas (la educación, ocupación y religión de los padres y la estructura familiar), y como socialización (la ideología parental, el clima familiar, la influencia de los iguales y la influencia de los medios de comunicación) en realidad todo lo que influencia al menor y adolescente que incide en el problema.

1.1.4 La teoría del desarrollo cognoscitivo de Piaget

En la teoría Piaget se entendía que la infancia del ser humano era principal motor para el crecimiento de la inteligencia, y que el niño asimila a través de hacer y explorar intensamente para obtener un factor importante que es el equilibrio.

La teoría de Piaget, hace relato del desarrollo del pensamiento y menciona dos procesos el desarrollo y el aprendizaje, además el conocimiento que se adquiere a medida que el niño crece donde se puede utilizar el razonamiento una etapa propia del niño y se desarrolla mecanismos y pensamientos que conciernen a la inteligencia, en cambio el aprendizaje se describe al provecho de habilidades, datos específicos y memorización de información. El aprendizaje sólo se produce cuando el niño posee mecanismos generales con los que asimila la información y la inteligencia es el elemento del aprendizaje e interactúan con el entorno Meece (2000).

El desarrollo cognoscitivo representa cambios en la estructura cognoscitiva o esquemas del niño, ¿a qué se deben esos cambios? Piaget es un teórico interactivo para quien el desarrollo es una compleja interacción de los factores innatos y ambientales. Según él, en el desarrollo cognoscitivo interviene los cuatro factores siguientes:

- Maduración de las estructuras físicas heredadas.
- Experiencias físicas con el ambiente.
- Transmisión social de información y de conocimientos. Equilibrio. p.3.

El equilibrio es un concepto original en la teoría de Piaget y designa la tendencia innata del ser humano a mantener en equilibrio sus estructuras cognoscitivas. Piaget sostuvo que los estados de desequilibrio son tan intrínsecamente insatisfactorios que impulsan a las personas a modificar sus estructuras cognoscitivas con tal de restaurar el equilibrio. Así pues, en su teoría ésta es una forma de conservar la organización y la estabilidad del entorno. Además, a través del proceso de equilibrio se alcanza un nivel superior de funcionamiento mental (Meece, 2000).

El niño asimila información cognitiva a su corta edad y absorbe información con el medio ambiente que forma parte de su equilibrio, por lo que las habilidades que desarrolla serán puestas en práctica de forma inmediata de acuerdo a su entorno, al crecer la inteligencia se formará de acuerdo a sus experiencias lo que desarrolle conforme va alcanzando madurez.

1.1.5 Turismo Educativo

“Es *turismo educativo* cuya motivación es las vacaciones del estudio y por las actividades culturales que ayuden al enriquecimiento intelectual y cultural generando un alto sentido de responsabilidad, respeto y tolerancia.” (Montaner, citado por Cabrera Sandoval, 2014, p.11).

Por lo que el tipo de turismo social lo conforma los escolares y juveniles, el gobierno apoya al sector privado y motiva el turismo educativo. Su aporte está en la creación de espacios de recreación como parques, plazas y la práctica turística en el escolar también por medio de aprendizaje por visita a museos etc.

También operadores turísticos crean actividades sea culturales, paseos y favorecen a los niños y jóvenes en traslados que es de apoyo para los niños y adolescentes como fomento de turismo Escolar.

1.1.6 Turismo Escolar

Dentro de la formación integral del estudiante del nivel básico y medio se ha introducido el turismo dentro de las mallas curriculares que ayudan a integrar actividades turísticas dentro del desarrollo del niño y adolescente generando una iniciativa para cuidar el medio ambiente sobre la protección de atractivos naturales y culturales donde despierte curiosidad del entorno, interés por conocerlos brindando la oportunidad generar conciencia turística.

Colom & Geraldo, citado por Cabrera Sandoval (2014, p.12) se han centrado en un tema, creando “pedagogía del turismo” donde menciona lo siguiente:

- Ciudadanos del mundo: El turismo brinda la oportunidad de formar a los estudiantes en un plano globalizando y derribando barreras culturales. (...)

- Interculturalidad: Entiéndase como un puente que une estructuras sociales y que respeta el marco de acción de la misma. (...), lo cual resulta una buena estrategia para la formación integral del estudiante.
- Educación ambiental: por el impacto que genera el turismo y la responsabilidad que debe tener el actor del turismo en la conservación para el disfrute de generaciones futuras.
- Educación para el ocio y tiempo libre: Establecido por el interés de enriquecerse culturalmente con actividades que sugieran la interacción con la localidad.

1.1.7 Origen de los Campamentos como programa didáctico

La creación de los campamentos se originó para que sea desarrollado en el tiempo libre o vacaciones además de Educativa no formal, por lo que según Feroso, citado por Arellano (2013) se llama pedagogía del ocio y del tiempo libre, y se constituye como una rama de la Educación No Formal.

El campamento es un programa didáctico educativo no formal en el contexto de la recreación educativa y también necesita de procedimientos didácticos, aunque estos sean diferentes a los que utiliza la escuela, pero que, a la vez, complementa dicha formación.

Como argumento de los Campamentos aunque no es una educación formal, existen dinámicas y métodos de aprendizajes donde los niños y adolescentes interactúan con otros a su vez y mantiene comunicación con las demás personas, es voluntaria además de mantener anécdotas inolvidables, produce satisfacción gozo del contacto con la naturaleza, es compensadora, saludable para el desarrollo del hombre una forma positiva de utilizar el tiempo libre, de manera organizada e incorpora a un grupo de personas.

1.1.8 Turismo aventura

Las actividades recreativas al aire libre están relacionadas con el deporte y están clasificadas como turismo aventura. Según Goeldner & Brent (1999) las personas que acuden a esta actividad son de siete años en adelante y se mantienen en contacto con la naturaleza. Estos autores refieren que en temporadas de vacaciones aproximadamente acuden 48.6 millones de personas en los campamentos más populares de Estados Unidos.

1.2 Marco Conceptual

1.2.1 Turismo

Según la Organización Mundial de Turismo (1994), se trata de las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros.

1.2.2 Actividad turística

Comprende aquellos actos que realizan las personas para que puedan acontecer hechos de carácter Turístico-Recreacional. Es la suma de todas aquellas empresas que invierten valiosos recursos para producir bienes y servicios en beneficio de las comunidades anfitrionas (Sectur, 2015).

1.2.3 Turismo Aventura

Los viajes que tienen con fin realizar actividades recreativas, asociadas a desafíos impuestos por la naturaleza (Sectur, 2015).

1.2.4 Turismo de Naturaleza

Los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven con una actitud y compromiso de conocer, respetar,

disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales (Sectur,2015).

1.2.5 Conciencia turística

Conjunto de actitudes y comportamientos de los habitantes de un lugar turístico, que humanizan la recepción de turistas a través de la hospitalidad y comprensión (Sectur, 2015).

1.2.6 Ecoturismo

Según Troya (2000) Es el desplazamiento hacia áreas naturales para entender la cultura y la historia natural del ambiente total con las precauciones necesarias para no alterar la integridad de los ecosistemas ni de la cultura local y generar oportunidades económicas que permitan que la conservación de las áreas naturales se vuelva beneficiosa para las poblaciones locales comprometidas corresponsablemente con operadores y visitantes.

1.2.7 Excursión

Viaje que se hace fuera del lugar de residencia por un periodo menor a 24 horas (Sectur, 2015).

1.2.8 Excursionismo

Según Sectur (2015) es una actividad deportiva o recreativa efectuada a pie, cuyo escenario muy variado, es la naturaleza primitiva asociada normalmente con áreas montañosas. Esta actividad se realiza por medio de senderos expresamente habilitados, o rutas identificadas, sin precisar, por lo general, de equipos especiales, y con grado de dificultad variable.

1.2.9 Facilidades turísticas

Baquerizo (2012) señala que las facilidades turísticas comprenden el conjunto de bienes servicios que hacen posible la actividad turística. Se refiere a las instalaciones donde los visitantes pueden

satisfacer sus necesidades y los servicios complementarios para la práctica del turismo

1.3 Marco Referencial

En la capital del Ecuador existe un campamento llamado “Aire libre” como actividad natural, donde varios niños a adolescentes asisten. Es dirigido por un montañista Ecuatoriano Fabián Zurita quien conoce varios sitios turísticos en las que desarrolla excursionismo cuenta con varios años de experiencia escalando y acampando. En la actualidad, pueden acceder niños de la costa, sin embargo durante vacaciones y trasladándose hacia Quito, la Merced, se nota que en la región costa específicamente dentro de la Provincia del Guayas no existe actividades de Ecoturismo solo actividades como acampar dando a conocer lugares señalizados para los niños y adolescentes, del mismo modo que puedan tener itinerarios de actividades, si bien se les permita desarrollar el sentido de responsabilidad, el desapego de los padres y puedan vivir una experiencia gratificante con un entorno de paz y demás culturas.

1.3.1 Evolución de los Campamentos organizados a nivel internacional

Según Lujan y Rodríguez (2011) los primeros campamentos organizados tienen su origen en la necesidad de los pobladores de las grandes ciudades por establecer un contacto directo con la naturaleza en búsqueda de lo rústico, vivencias y actividades al aire libre. París, citado por Lujan y Rodríguez (2011) determinó que la necesidad de cuidar la salud originó el turismo rural el cual nace de la intención que las personas acampen y mantenga contacto con la naturaleza.

Inicialmente, el Campamento organizado se concibió como una forma de educación, determinado tipo de vida en una comunidad, cooperativa con predominio de actividades al aire libre. El primer país donde se da esta práctica es en los Estados Unidos de Norteamérica. Un impulso que provoca el surgimiento de los Campamentos, denominados

Camp fue progresivo el desarrollo y las personas con sentido de relación con el mundo natural (Watts, citado por Rodríguez & Lujan 2011). El primer Campamento fue realizado por Frederick Williams Gunn, reconocido como el director del *Campamento Gunnery* en el año 1861.

Por otro lado París, citado por Rodríguez & Lujan (2011), señaló que el Dr. Joseph Tremble Rothrocks, de North Mountain School of Physical Culture, en 1876 realizó un Campamento más completo que el de Gunn en el lago Garrago. El Dr. Rothrocks se graduó en Harvard, era conservacionista, botánico y veterano de la Guerra Civil. Su formación y vivencias constituyeron parte de este Campamento y el costo por campista fue de \$200 dólares estadounidenses por cuatro meses.

Igualmente, todas estas experiencias nacidas en estas décadas están dirigidas únicamente hacia los niños y los adolescentes. Hasta en 1903 es cuando se inician los Campamentos para las niñas y las adolescentes planteados por movimientos cristianos protestantes, pero con condiciones diferentes por considerarlas “sexo débil” (Lujan & Rodríguez, 2011). Este autor plantea que desde los inicios hasta finales del siglo XIX y a partir 1921, en Estados Unidos de Norteamérica cobra un gran auge el movimiento de Campamentos organizados, principalmente por el beneficio efectivo para la niñez y la juventud. Por ser una oportunidad educativa y recreativa, el campamento se constituye en una verdadera fuerza social.

A partir de la década de los años veinte hay dos nuevas direcciones que asumen los Campamentos en Estados Unidos de Norteamérica, acordes con intereses de los padres y las madres de familia. La primera consiste en afinar las habilidades para el futuro profesional de sus hijos e hijas; la segunda se refiere a la utilización del Campamento como opción para niños y niñas que presentan problemas de personalidad o familiares; de esta manera los Campamentos de larga duración se transforman en un segundo hogar para muchas personas campistas. Lo anterior da lugar a que empiece a desarrollarse el concepto de Campamento temático. (Lujan & Rodríguez, 2011)

Se considera el modelo de campamento de Boy Scouts por el uso de juegos y actividades de supervivencia en el medio ambiente y las denominadas patrullas que hacen referencia a los usos de nombres que generan orden en determinados grupos en el desarrollo de los campamentos .

1.4 Marco Legal

Las actividades turísticas tienen un organismo rector que es el Ministerio de Turismo, donde se presenta todas las normativas, los articulados que atañen a esta propuesta (Ley No. 97. RO/ Suplemento 733 de 27 de Diciembre del 2002)

Generalidades

Art. 1.- La presente Ley tiene por objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios.

Art. 2.- Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos.

Art. 3.- Son principios de la actividad turística, los siguientes:

a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;

b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;

d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país.

Art. 4.- La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:

a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo;

b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación;

c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística;

e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;

g) Fomentar e incentivar el turismo interno.

1.4.1 De las actividades turísticas y de quienes las ejercen

Art. 5.- Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- a. Alojamiento;
- b. Servicio de alimentos y bebidas;
- c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del alojamiento;
- e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones;

Art. 8.- Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.

Art. 9.- El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda.

1.4.2 De los incentivos y beneficios en general

Art. 26.- Las personas naturales o jurídicas que presenten proyectos turísticos y que sean aprobados por el Ministerio de Turismo, gozarán de beneficios

1. Exoneración total de los derechos de impuestos que gravan los actos societarios de aumento de capital, transformación, escisión, fusión incluidos los derechos de registro de las empresas de turismo registradas y calificadas en el Ministerio de Turismo.
2. Exoneración total de los tributos que gravan la transferencia de dominio de inmuebles que se aporten para la constitución de empresas cuya finalidad principal sea el turismo, así como los aportes al incremento del capital de compañías de turismo registradas y calificadas en el Ministerio de Turismo.
3. Acceso al crédito en las instituciones financieras que deberán establecer líneas de financiamiento para proyectos turísticos calificados por el Ministerio del ramo. Las instituciones financieras serán responsables por el adecuado uso y destino de tales empréstitos y cauciones.

1.4.3 Protección al consumidor de servicios turísticos

Art. 44.- El empresario que venda o preste servicios turísticos de los detallados en esta Ley es civilmente responsable por los eventuales daños que cause a quien los utilice. Su responsabilidad llega hasta la culpa leve. Así mismo, es responsable por los actos de negligencia de sus empleados; en el ejercicio de sus funciones vinculadas con la empresa que presta el servicio.

1.4.3.1 Disposiciones generales

Art. 57.- Las personas que ejerzan actividades turísticas tienen la obligación de entregar al Ministerio de Turismo o a sus delegados

la información que permita la elaboración de las estadísticas nacionales de turismo, sujeta al principio de confidencialidad. De la misma manera se detalla un extracto de la Ley Orgánica de Educación la misma que detalla en texto el compromiso del Estado en asegurar la educación de sus ciudadanos, en los cuales se encuentra esta propuesta como integradora al proceso de aprendizaje de los estudiantes.

1.4.4 Plan Nacional del Buen Vivir

Es una herramienta a la construcción de un verdadero sistema descentralizado de gestión que permita de manera equitativa el desarrollo integral de los ciudadanos. Son objetivos más puntuales que permiten la inclusión del turismo educativo y se da apoyo a la misma:

Objetivo 7: Garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental territorial y global. Con la constitución de 2008, Ecuador asume el liderazgo mundial en el reconocimiento de los derechos de la naturaleza, como una respuesta contundente al estado actual de la misma, orientando sus esfuerzos al respeto integral de su existencia, a su mantenimiento y a la regeneración de sus ciclos vitales y procesos evolutivos.

1.4.5 El Reglamento de actividades turísticas

El Reglamento de actividades turísticas (2011) considerado por el Gobierno Nacional para normalizar los procesos del turismo, así mismo lo decretado sobre clasificación de los alojamientos de

manera que los campamentos de turismo lleven el control en base a las disposiciones de la ley.

1.4.5.1 Campamentos de turismo

Art. 35.- Campamentos de turismo o camping.- Son campamentos de turismo aquellos terrenos debidamente delimitados y acondicionados para facilitar la vida al aire libre, en los que se pernocta bajo tienda de campaña (carpa) o remolque habitable, mediante un precio establecido. No se someterán a las normas de este reglamento los campamentos de turismo instalados por corporaciones privadas, por instituciones del Estado, o por entidades de derecho privado que los destinen para uso exclusivo de sus miembros o asociados y que no persigan fines de lucro. Estos campamentos estarán obligados únicamente, a comunicar con anticipación su apertura al Ministerio de Turismo, acompañando una memoria descriptiva de sus características.

Art. 36.- Campamentos de tres estrellas.- Los campamentos de tres estrellas deberán reunir las siguientes condiciones mínimas:

1.- Contar con los servicios que se detallan a continuación:

- a) De recepción;
- b) De prestación de asistencia médica. Este servicio, de ser utilizado, será con cargo al cliente, debiendo existir en todo caso el servicio permanente de un enfermero titulado y botiquín de primeros auxilios;
- c) Telefónico con algún aparato en cabina aislada;
- d) De lavandería, administrado directamente por el alojamiento;
- e) De vigilancia diurna y nocturna;
- f) De recolección de basura, dos veces al día;

g) De custodia de valores en caja fuerte;

h) De recogida y entrega diaria de correspondencia en la recepción;

i) De venta de víveres y artículos de uso frecuente para los campistas, así como periódicos y revistas.

2.- Contar, entre su personal, al menos con un administrador, un recepcionista con conocimientos del idioma inglés, guardianes en número suficiente para la debida vigilancia del campamento, y personal encargado del mantenimiento y limpieza. Todo el personal, excepto el administrador, deberá estar debidamente uniformado.

Art. 37.- Campamentos de dos estrellas.- Los campamentos de dos estrellas deberán reunir las siguientes condiciones mínimas.

1.- Contar con los servicios que se detallan a continuación:

a) De recepción;

b) Botiquín de primeros auxilios y prestación de asistencia médica. El servicio de asistencia médica, de ser utilizado, será con cargo al cliente;

c) Telefónico, con algún aparato en cabina aislada;

d) De vigilancia diurna y nocturna;

e) De recolección de basura, dos veces al día;

f) De custodia de valores en caja fuerte;

g) De recogida y entrega diaria de correspondencia en la recepción; y,

h) De venta de víveres y artículos de uso frecuente para los campistas, así como periódicos y revistas.

2.- Contar, entre su personal, al menos con un recepcionista capacitado, guardianes en número suficiente para la debida vigilancia del campamento y personal encargado de la limpieza y mantenimiento. Todo el personal llevará su correspondiente distintivo.

Art. 38.- Campamentos de una estrella.- Los campamentos de una estrella deberán reunir las siguientes condiciones mínimas:

1.- Contar con los servicios que se detallan a continuación:

- a) De recepción;
- b) De asistencia médica con cargo al cliente, debiendo existir un botiquín de primeros auxilios;
- c) Telefónico con algún aparato con cabina aislada;
- d) De vigilancia diurna y nocturna;
- e) De recolección de basura, dos veces al día;
- f) De custodia de valores en caja fuerte;
- g) De recepción y entrega diaria de correspondencia en la recepción; y,
- h) De venta de víveres y artículos de uso frecuente para los campistas.

2.- Contar, entre su personal, al menos con un recepcionista capacitado, guardianes en número suficiente para la debida vigilancia del campamento y personal de mantenimiento y limpieza. Todo el personal deberá llevar el correspondiente distintivo.

Art. 39.- Temporada de funcionamiento de los campamentos de turismo.- Los campamentos de turismo deberán permanecer abiertos durante toda la temporada de funcionamiento, constante en la Licencia Anual de Funcionamiento. Cualquier ampliación o reducción

de la temporada deberá ser previamente aprobada por el Ministerio de Turismo.

Art. 40.- Informaciones para los campistas.- En la oficina de la recepción o en las proximidades de la entrada al campamento, y siempre en lugar que haga posible su lectura sin dificultad, figurarán, además de las informaciones que se juzguen de interés para los campistas, los siguientes datos y documentos:

- a) Nombre y categoría del campamento;
- b) Temporada de funcionamiento;
- c) Lista oficial de precios;
- d) Cuadro de horarios en el que se especificará el de “silencio” o descanso nocturno y los de utilización de los diferentes servicios;
- e) Plano del campamento, en el que con toda precisión se indicará la situación de todas las instalaciones y servicios, los espacios libres y las superficies destinadas a zona para acampar;
- f) Indicación de que existe a disposición de los clientes un libro oficial de reclamaciones y ejemplares de las disposiciones reglamentarias; y,
- g) Reglamento de régimen interno. 36 Los citados documentos y datos deberán estar redactados en español e inglés, pudiendo emplearse signos convencionales de uso internacional.

Art. 41.- Precios en los campamentos de turismo.- Los precios en los campamentos de turismo se cobrarán por días vencidos, teniendo en cuenta el número de noches y entendiéndose que el último día de salida termina a las catorce horas. Para el cobro de los valores correspondientes se tomarán en cuenta los siguientes conceptos:

- a) Por estadía de cada persona, en cuyo concepto estará comprendido el uso de las instalaciones comunes del campamento. Los niños hasta cuatro años de edad no pagarán por este concepto;

- b) Por carpa individual;
- c) Por carpa familiar, considerándose como tal la que tuviere capacidad para dos o más personas;
- d) Por automóviles;
- e) Por remolques;
- f) Por coche cama;
- g) Por autocares; y,
- h) Otros aprobados por el Ministerio de Turismo

Art. 42.- Obligaciones de los administradores de los campamentos.- Los administradores de los campamentos tendrán las siguientes obligaciones:

- a) Cuidar del buen funcionamiento del campamento, en especial de que el trato a la clientela por parte del personal sea amable y cortés;
- b) Dar cumplimiento a lo dispuesto en el presente reglamento sobre admisión o expulsión de los clientes;
- c) Comunicar a la autoridad competente o a sus agentes cualquier alteración del orden público, comisión de delitos o duda sobre la identidad de los clientes;
- d) Dar cuenta a la autoridad sanitaria de los casos de enfermedades infectocontagiosas de que tengan conocimiento. En aquellos campamentos en los que no exista administrador, el cumplimiento de las obligaciones a las que se refiere este artículo estará a cargo de la persona que administre el establecimiento, sea o no su propietaria.

Art. 43.- Obligaciones de los recepcionistas de los campamentos de turismo.- Los recepcionistas de los campamentos de turismo deberán:

- a) Llevar el registro de entradas y salidas de los clientes y extender las oportunas tarjetas de registro a que se refiere el presente reglamento;
- b) Cerciorarse de la identidad de los clientes exigiendo la exhibición de sus documentos de identidad o pasaportes;
- c) Proporcionar a los clientes las informaciones que éstos soliciten respecto al funcionamiento del campamento y otras de interés turístico; y,
- d) Recibir, guardar y entregar la correspondencia de los clientes.

Art. 44.- Obligaciones de los guardianes de los campamentos de turismo.- Corresponderá a los guardianes de los campamentos de turismo:

- a) Custodiar el campamento;
- b) Cuidar el buen orden, funcionamiento y cumplimiento por parte de los clientes del Reglamento de Régimen Interno del Campamento;
- c) Reconocer el terreno desalojado por los clientes para comprobar el estado en que se encuentra y recoger, si fuere del caso, los objetos que hubieren sido extraviados; y,
- d) Las demás funciones que le sean encomendadas por la administración del campamento.

Art. 45.- Normas sobre admisión y expulsión de usuarios.- Conforme a lo dispuesto en el presente reglamento, los campamentos de turismo estarán abiertos al público en general. Sin embargo, sus administradores no admitirán o podrán expulsar de los mismos, con el auxilio de los agentes de la fuerza pública, si fuera preciso, a quienes incumplan las normas de convivencia, moralidad o decencia, o entren al campamento con fin distinto al de realizar la actividad propia del mismo. Tampoco se admitirán en los campamentos a menores de

dieciséis años que no estén acompañados por sus padres, profesores o representantes.

Art. 46.- Plazas de libre disposición.- Los campamentos de turismo no podrán reservar anticipadamente la totalidad de sus plazas, debiendo tener a libre disposición de los clientes al menos un diez por ciento de las mismas.

Art. 47.- Derechos de los clientes.- A los clientes de los campamentos de turismo se les reconocerá los siguientes derechos:

- a) Hacer uso de las instalaciones o servicios de acuerdo con el Reglamento Interno aprobado' por el Ministerio de Turismo;
- b) Conocer los precios de los distintos servicios antes de su contratación;
- c) Recibir comprobantes de los pagos que realicen por los servicios que les sean prestados; y
- d) Exigir el respeto a la intimidad de su morada, prohibiéndose la entrada o permanencia en la misma sin su consentimiento.

Art. 48.- Obligaciones de los clientes.- Quienes utilicen los campamentos de turismo deberán:

- a) Someterse a las prescripciones constantes en el Reglamento Interno del Campamento;
- b) Observar las normas usuales de convivencia, moralidad, decencia y orden público;
- c) Poner en conocimiento de la Gerencia o administración del campamento los casos de enfermedades infecto contagiosas de que tengan conocimiento; y,
- d) Abonar el valor por los servicios prestados.

Art. 49.- Actividades no permitidas.- Los usuarios de los campamentos de turismo no podrán:

- a) Perturbar el silencio o descanso de los demás campistas, entre las veinte y las ocho horas;
- b) Encender todo tipo de fuego que no sea el propio para el uso doméstico y, en el caso de que estuviera permitido dentro del reglamento interno, hacerlo fuera de los lugares autorizados para ello;
- c) Introducir al campamento animales que supongan un peligro o molestia para los clientes;
- d) Llevar cualquier tipo de armas u objetos que puedan causar accidentes;
- e) Abandonar residuos o basuras fuera de los recipientes destinados para ello y, especialmente, arrojarlos a los ríos, pozos, fuentes o vías públicas;
- f) Introducir en el campamento a personas no alojadas en él sin previa autorización de la administración; y,
- g) Tender prendas de vestir en lugares no permitidos. El campista que contraviniera alguna de estas disposiciones podrá ser expulsado del campamento.

CAPÍTULO II

2.1 Historia Y Evolución De Los Campamentos

Los campamentos se han estudiado por largos años, los investigadores no obtienen información de quien realmente fue el precursor pero se remonta en la antigüedad donde se da mayor importancia ya que las civilizaciones pertenecían la mayor parte de su tiempo al aire libre y las usan para refugio del frío o calor. (Arellano, 2012).

El acampar ha sido unas de las usuales necesidades de los ejércitos, como probabilidad que desde que existe hayan empleado las tiendas de campaña para protegerse ante cualquier necesidad. Según libros de historias se atribuye a los egipcios haber sido uno de los primeros en acampar. Cuando el faraón y su corte se trasladaban desde las ciudades del interior hasta la desembocadura del Nilo. No obstante, se alojaban en grandes tiendas rectangulares, las cuales se encontraban provistas de armamento, animales de carga, cocina y alimentos. A través de esta descubierta forma de hospedaje por parte de los egipcios, los romanos también vieron a los campamentos como una modalidad de hospedajes como táctica a continuar contra sus rivales en las que les permitía tomar un descanso. El ejército romano estudiaba el terreno escogido para dar seguridad a las tropas y una vez analizadas las condiciones de la zona se alojaban en el lugar. Sus campamentos eran tratados de tal forma que no les faltaba nada y en la cual presidía el orden y la disciplina.

Es así como se realiza la forma de la realización de acampar en la antigüedad como los romanos al armar un campamento y también se suman los asirios, que poseían una especializada manera de montar un campamento. En cambio, adoptaron un modelo circular o rectangular. Asimismo, los hebreos eran considerados nómadas de la naturaleza, les agradaba acampar en el desierto poniendo en el centro su tabernáculo y el arca.

El símbolo tribu a la cual se le rendía la mayor cantidad de honores era conocido como Leví, razones por las que en sus campamentos estos eran situados en un lugar más resguardados. Es por ello que los griegos realizaban sus campamentos en lugares estratégicos protegidos de esta manera obviaban los ángulos, el mismo que eran pensados como puntos débiles (Arellano, 2012).

Para comienzos de la edad media la importancia de los campamentos se vio afectada de manera negativa. Ya no era necesario que toda la tropa acampara en un solo lugar sin separarse porque en aquel entonces la estrategia había cambiado. Al término de la edad media y durante gran parte de la moderna resucitaron los campamentos, siendo los romanos quienes deciden volver a aprovechar las ventajas que les brindan en el pasado. Fue a partir de la segunda guerra mundial que los campamentos a más de estar relacionados con acciones militares fueron reconocidos como una actividad recreativa que en la actualidad ha sido adquiriendo mayor popularidad y aceptación como tal (Arellano, 2012).

Más adelante, los campamentos con fines educativos surgen en Inglaterra en 1901, cuando se popularizó entre los jóvenes el libro "Aids to Scouting", escrito por Robert Baden Powell, Lord de Gillwell. Este manual contenía información sobre técnica de supervivencia, actividades al aire libre, entre otras e inicialmente fue destinado para el ejército, pero a la vez se tomó como material de apoyo para impartir conocimiento a estudiantes de escuelas. (Arellano, 2012).

Este manual fue considerado la mejor manera de promocionar a los campamentos como una nueva alternativa de recreación para los americanos quienes han aprovechado la oportunidad alejarse de las grandes ciudades y buscar algo más natural y urbano. Además que en sus inicios históricos, sin tener conocimientos de las características que debían reunir para recibir las denominaciones de campamentos de aventura, fueron de toda una innovación que ha permitido su evolución con el pasar del tiempo.

En la actualidad, se reconocen tres tipos de campamentos relacionados con la actividad turística como, diversión, investigación y educativo, orientados a cumplir diferentes objetivos de estudio que se detallan a continuación.

En los campamentos de diversión se realizan actividades en las que cada participante busca sentir una experiencia única como deportes extremos, explorar zonas desconocidas donde encuentren espíritu aventurero, sin enfrentarlos a peligros que atenten contra su seguridad (Arellano, 2012). Asimismo, el de investigación, en donde sus integrantes tratan de interpretar un objetivo científico en el cual es necesario compartir logros y dificultades que conlleva a la necesidad del trabajo en equipo, por un mismo fin. Esta modalidad de campamento no se encuentra desvinculada de la actividad turística.

Finalmente, los campamentos educativos están orientados a lograr el pleno desarrollo de cada participante en mejorar aptitudes, derechos y deberes de los que en su mayoría están liderados por asociaciones de scouts. Es por ello que se demuestra que vivir esta experiencia en varias instituciones en todo el mundo, que los campamentos cumple los objetivos delineados, puesto que se les enseña a vivir de forma sana y espiritualmente tomando conciencia de que los recursos naturales que están a nuestro alcance deben ser utilizados y disfrutados pero de forma correcta para cuidar lo que nos rodea nuestro ecosistema de vida.

Esto es convivencia, en la que se da a conocer la ecología los que nos rodea y dar temas de conversación promoviendo valores ambientalistas para cada niño y adolescente que la conformen como un nuevo reto y experiencia de poder convivir poder integrarse con otras culturas y organizarse al aire libre con mayor facilidad.

2.2 Demografía de la ciudad del Guayaquil

Según datos del INEC (2010) la población del Guayas que es de 3 645 483 en la que se sabe que para el 2015 se estimaba 16 millones de habitantes en la que en la actualidad en la ciudad de Guayaquil existe

un total 2 350 915 como población económicamente activa en donde se enfoca el mercado turístico para conocer la demanda y a que sector económico puede dirigirse una actividad turística con el fin de obtener posicionamiento en el mercado y llegar a la mente del consumidor con facilidades turísticas no explotadas. Se considera las edades escolares para conocer la demanda en la que se desarrolle una actividad turística que impulse puntos estratégicos con conciencia turística, además con el fin de ser generador de empleo, rubro económico y social.

TABLA 1: Población de Guayaquil

Población Total	Guayaquil
Mujeres	1.192.694
Hombres	1.158.221
Total	2.350.915

Fuente: INEC (2010)

En la población de Guayaquil se toma en cuenta mujeres y hombres pero se puede determinar que se concentra entre las edades de 10 a 14 años que se ve el mayor índice de la población en el 2010 tomando en cuenta que son niños, niñas y adolescentes desde este punto en la actualidad cuentan con las edades de 15 a 19 años ,11 a 15 años y 6 a 10 años. Estas cifras se consideran importantes porque es el futuro turista de la sociedad y al crear proyectos que promuevan el turismo serviría como base de apoyo para el equilibrio de desarrollo cognitivo.

TABLA 2: Rango de Edades de niños y adolescentes de la ciudad de Guayaquil

Rango de Edad	2010	%
10 -14 años	373,511	10,2%
5-9 años	362,896	10,0%
0-4 años	359,678	9,9%

Fuente: INEC (2010)

Se comprueba que en la base de datos en cuanto a población económicamente activa refleja un total 1 510 312 personas, determinando que existe mercado para lo que se desea desarrollar y como enfoque para un nuevo giro como impulso a una actividad turística padres que trabajan y que estarían dispuestos a llevar a sus niños y adolescentes a un lugar donde se puedan recrear y puedan pagar a cambio de obtener experiencias no educativas.

TABLA 3: Población económicamente activa de la ciudad de Guayaquil

Población total	Guayaquil
Mujeres	517.596
Hombres	992.716
Total	1.510.312

Fuente: INEC (2010)

A esto se suma el tipo de ocupación que cuentan las personas económicamente activas y descubrir las ocupaciones que tendrán más accesibilidad al proyecto que se propone, el cual está dirigido clase social media – alta en la cual se desea enfocar porque los padres que trabajan, no cuentan con el tiempo suficiente para el niño y adolescente y se requiere darle un plus al servicio turístico.

TABLA 4: Categoría de Ocupación de la ciudad de Guayaquil

Categoría de ocupación	Casos	%	Acumulado %
Empleado/a u obrero/a del Estado, Gobierno, Municipio, Consejo Provincial, Juntas Parroquiales	92,555	9.78	9.78
Empleado/a u obrero/a privado	434,064	45.89	55.67
Jornalero/a o peón	30,376	3.21	58.88
Patrono/a	22,596	2.39	61.27
Socio/a	7,91	0.84	62.10
Cuenta propia	240,573	25.43	87.54
Trabajador/a no remunerado	11,29	1.19	88.73
Empleado/a doméstico/a	44,336	4.69	93.42
Se ignora	62,282	6.58	100.00
Total	945,982	100.00	100.00
NSA :	1,404,933		

Fuente: INEC (2010)

En la siguiente tabla se observa según los datos del INEC (2010) que el número de padres que trabajan fuera del hogar es muy significativo con un 87.13% de la ausencia y dentro del hogar es un 6.76%.

TABLA 5: Trabajo dentro o fuera del hogar

AREA # 0901	GUAYAQUIL		
Trabajo dentro o fuera del hogar	Casos	%	Acumulado %
Dentro del hogar	63,934	6.76	6.76
Fuera del hogar	824,211	87.13	93.89
Se ignora	57,837	6.11	100.00
Total	945,982	100.00	100.00
NSA :	1,404,933		

Fuente: INEC (2010)

TABLA 6: Edad Escolar

Edades	Código	Nombre del Cantón	Total Seleccionado
6-18 años	901	GUAYAQUIL	565 462

Fuente: INEC (2010)

Con estos resultados se conoce la demanda de niños entre edades de 6 a 18 años para ejercer una actividad turística al aire libre existe mercado para realizar turismo escolar en la ciudad de Guayaquil aunque en la actualidad existentes facilidades turísticas sitios a los que se puede llevar hacer turismo Escolar no formal , Educativo .

2.3 Análisis Pest

En el Ecuador uno de los factores que influye en el turismo son los factores político, económico, social y tecnológico que es lo que determina el análisis situacional sobre lo que se desea investigar para la creación de actividades, proyectos y en este caso encontrar estabilidad siempre y cuando se respete el medio ambiente, las personas que viven en el entorno por ello se analiza de acuerdo a la situación actual para crear un plan de turismo responsable y sustentable.

2.3.1 Análisis de la situación

Político

El Ecuador cuenta con siete años de un gobierno estable, el cual debido al cambio de la matriz productiva del país se encuentra ubicado en el tercer lugar de las actividades generadoras de desarrollo.

La campaña internacional "All You Need Is" Ecuador fue impulsada por el gobierno en el que marcó un hito sin precedentes en el registro histórico del turismo ecuatoriano. Más de 455 millones de personas alrededor del mundo han sido impactadas por esta poderosa campaña que logró posicionar al destino Ecuador a escala internacional. Además el gobierno en el artículo 21 hace referencia sobre el apoyo y conservación a las áreas naturales como política. La Constitución (2008) establece el ocio y recreación como derecho otorgado a la sociedad y la familia promoverán de forma prioritaria el desarrollo integral de las niñas, niños y adolescentes, y asegurarán el ejercicio pleno de sus derechos; se atenderá al principio de su interés superior y sus derechos prevalecerán sobre los de las demás personas. Las niñas, niños y adolescentes tendrán derecho a su desarrollo integral, entendido como proceso de crecimiento, maduración y despliegue de su intelecto y de sus capacidades, potencialidades y aspiraciones, en un entorno familiar, escolar, social y comunitario de afectividad y seguridad.

Económico:

El Ecuador cuenta con una economía estable a pesar de la baja del precio del petróleo. Tiene continuidad en cuanto a la política sobre los cargos Gubernamentales, manteniendo al sector turístico en desarrollo, además proyecta en convertirse en el primera fuente de ingreso no petrolero para 2018, esto considerando que un 40% de ecuatorianos viaja anualmente dentro del país, esto es, alrededor de 6 millones de personas, con lo cual esta actividad genera cerca de USD 500 millones y más 400 mil plazas, directas e indirectas Ministerio de Turismo (2015).

El número de viajes al interior del Ecuador por motivos de turismo, es de dos a tres viajes por familia durante el año y el número de personas por viaje es de tres a cuatro personas, las fechas de los viajes entre semana es 18%, feriados 32% y 50% los fines de semana. El medio más utilizado es el transporte público con 48,34% y los motivos de viaje son visitas familiares y amigos con 47% recreo y ocio con 32% y los destinos más visitados son:

Turismo interno produce alrededor de 1.100 millones de dólares como aporte a la economía nacional.

TABLA 7: DESTINOS DE VIAJES

Destinos de viaje	Porcentaje
Guayas	22%
Manabí	15%
Azuay	14%
Pichincha	5%
Resto de país	43%

Fuente: Ministerio de Turismo (2015)

Social:

En el artículo 39 menciona que El Estado garantizará los derechos de las jóvenes y los jóvenes, y promoverá su efectivo ejercicio a través de políticas y programas, instituciones y recursos que aseguren y mantengan de modo permanente su participación e inclusión en todos los ámbitos, en particular en los espacios del poder público. El Estado reconocerá a las jóvenes y los jóvenes como actores estratégicos del desarrollo del país, y les garantizará la educación, salud, vivienda, recreación, deporte, tiempo libre, libertad de expresión y asociación. El Estado fomentará su incorporación al trabajo en condiciones justas y dignas, con énfasis en la

capacitación, la garantía de acceso al primer empleo y la promoción de sus habilidades de emprendimiento.

TABLA 8: Edad Escolar

Edades	Código	Nombre del Cantón	Total Seleccionado
6-18 años	901	GUAYAQUIL	565 462

Fuente: INEC (2010)

Con estos resultados se conoce la demanda de niños entre edades de 6 a 18 años para ejercer una actividad turística al aire libre existe mercado para realizar turismo escolar en la ciudad de Guayaquil aunque en la actualidad existentes facilidades turísticas sitios a los que se puede llevar hacer turismo Escolar no formal , Educativo .

Tecnológico:

La tecnología en la sociedad se vuelve indispensable. Por esta razón, el uso de celulares está en aumento con un 83.17% en la ciudad de Guayaquil y se verifica mediante estas cifras presentadas INEC (2010), donde en la actualidad dos de cada tres personas usa celulares dentro de la ciudad, se suma el uso del internet y las computadoras.

TABLA 9: Disponibilidad de teléfono celular

AREA # 0901	GUAYAQUIL		
Disponibilidad de teléfono celular	Casos	%	Acumulado %
Si	511,057	83.17	83.17
No	103,396	16.83	100.00
Total	614,453	100.00	100.00
NSA :	462		

Fuente: INEC (2010)

TABLA 10: Disponibilidad de Internet

Disponibilidad de internet	Casos	%	Acumulado %
Si	105,123	17.11	17.11
No	509,33	82.89	100.00
Total	614,453	100.00	100.00
NSA :	462		

Fuente: INEC (2010)

TABLA 11 : Disponibilidad de Computadoras

Dispone de computadora	Casos	%	Acumulado %
Si	175,608	28.58	28.58
No	438,845	71.42	100.00
Total	614,453	100.00	100.00
NSA :	462		

Fuente: INEC (2010)

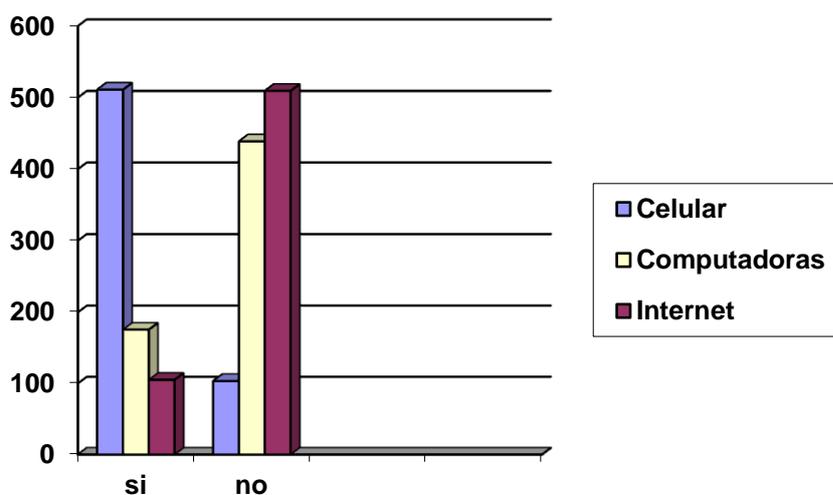


Figura 1: Comparación de la tecnología más usada.

Concluyendo así que como medio tecnológico más usado dentro de la ciudad de Guayaquil son los celulares. Generalmente, cada teléfono en la actualidad, cuenta con servicio de internet incluido en la que atrapa a los adolescentes al uso de la tecnología moderna. Cabe recalcar que aunque el mundo progresa de prisa y la tecnología avanza, dejando de ser un simple celular para convertirse en la nueva moda, para los niños y adolescentes y en especial a los padres por surge problema como el uso de teléfono y no prestan atención a sus hijos en lo que los convierte en huérfanos digitales por la ausencia de da de comunicación también un problema social de falta de atención.

2.4 Destinos turísticos en la actualidad

Para comenzar el análisis de los destinos turísticos se utilizan las fichas que caracterizan un atractivo y recursos turísticos disponibles en los cuales se podría realizar actividades de camping al aire libre y turismo de aventura, enfocándose en los niños y adolescentes. Uno de estos lugares es el Bosque Protector Cerro Blanco, el área protegida del Ecuador Manglares Churute, así mismo en el Cantón Naranjal, las siete cascadas que están ubicadas en el Cerro del Hayas en el Recinto Cooperativa 23 de Noviembre en las afueras de la comunidad y el Cerro Muerto, también como atractivo donde actualmente se realiza turismo de aventura. Estos atractivos turísticos cuentan con facilidades en las que se darán uso como parte del desarrollo de una actividad y por ello se hace preciso identificar estas facilidades.



Figura 2: Bosque Protector Cerro Blanco
Fuente: Fundación Pro- bosque (2015)

2.4.1. Bosque Protector Cerro Blanco

El bosque protector Cerro blanco, está ubicado en el kilómetro 16 de la vía que une a Guayaquil con la costa. Queda en las afueras de la Ciudad de Guayaquil y al mismo tiempo cerca de Puerto Hondo con una distancia de 4.3 km. Este bosque está administrado por la Fundación ProBosque y pertenece a la empresa privada Holcim que es una industria fabricante de cemento y derivados.

En este lugar se puede divisar recursos naturales como la flora y fauna; además cuenta con museos y manifestaciones culturales históricas es decir como acontecimientos programados en la que se organizan eventos donde atraen a los turistas. Estos atractivos pueden disfrutarse todo el año en horarios de lunes a viernes de ocho de la mañana a cuatro de la tarde con previa reservación y sábados y domingos sin reservación.

El valor de entrada tres dólares niños y cuatro dólares adultos y la capacidad de carga son de 40 personas por grupos al hacer el recorrido turístico. La demanda nacional es alta, en tanto que la internacional es baja. Los senderos están señalizados y cuenta con servicio de Guía. El administrador actual es el Ing. Erick Horstman.

Se ha realizado restauración en el lugar como: programas de reforestación, educación ambiental y ecoturismo con fines de apoyo a la sociedad además tiene servicios de alojamiento como una área ecológica donde acampar y área de picnic, alimentación, bar “Papagayo verde”.

Aquí se realizan tres recorridos, los cuales son:

1. El sendero de Buena Vista el cual consiste en visualizar la naturaleza y tiene duración una hora con guía y dificultad bajo.



Figura 3 Sendero buena vista
Fuente: Fundación pro-bosque (2015)

2. El segundo sendero es Higuerón llamado así por el árbol representativo del Bosque. Su recorrido dura dos horas y media con guía y es dificultad medio. Está diseñado para jóvenes y adultos por el nivel de riesgo; se asciende a la montaña en el que se encuentra con un mirador en el cual se puede distinguir de una mejor manera la flora y fauna.
3. El sendero Mono Aullador donde se observa monos aulladores. Esta caminata dura cuatro horas y es alto en dificultad para jóvenes y adultos media.



Figura 4: Sendero Higuerón
Fuente: Fundación pro-bosque (2015)

El transporte Ecuador sirve como traslado desde la terminal de Guayaquil, el bus sale cada hora y también en carro propio tiene señalización para llegar al lugar turístico. Las vías de acceso al lugar permiten ingresar todo el año. Las calles son pavimentadas, el impacto

ambiental es positivo; se controla la capacidad de carga para evitar que los puntos frágiles se derrumben por la capacidad de gente y no genere impacto en la tierra y los guías están preparados para realizar los recorridos.

2.4.2. Manglares Churute



Figura 5: Reserva Ecológica Manglares churute

Del mismo modo se cuenta con otro atractivo como lo es el área protegida reserva Ecológica Manglares Churute al cual se llega por la vía de Guayaquil –Machala, a 40 km del punto de partida. Varias cooperativas pasan por este lugar como Rutas Orenses, Ecuatoriano Pulman etc. En las afueras de la comunidad forma parte del patrimonio nacional de áreas naturales; sus principales atractivos son

1. El sendero “laguna el Canclón”: este lugar es importante debido a la aves que habitan aquí en agua dulce y es una ave única en la reserva
2. El sendero “El Mirador” donde se realiza una caminata y llegando a lo alto se obtiene una espléndida vista de paisajes de sus alrededores.
3. El sendero “Pancho Diablo” en donde se puede ver más vegetación;
4. El sendero “El Mate” que en su recorrido se puede observar monos, ardillas lo que hace de estos cinco senderos sean guiados, las facilidades en este atractivo es que hay una

zona donde acampar y cabañas en las que se pueden hospedar, picnic, guías, flora y fauna.



Figura 6 : Sendero Aulladores, Reserva Ecológica Manglares Churute
Fuente: Marconi Avellán (2015)

2.4.3. Bosque Húmedo Cerro de Hayas

Como siguiente atractivo se tiene el Bosque Húmedo Cerro de Hayas conocido como las siete cascadas. Se encuentra en el cantón Naranjal en las afueras de la comunidad. En el turismo local no existen guías, las características del lugar son las caídas de agua y se observa flora y fauna. Al realizar el estudio se verifica que no tiene senderos señalizados y se debe ascender para llegar a cada cascada, actualmente no hay administración del lugar. Puede realizarse deportes de aventura como trekking, escalada rappel que pueden desarrollar personas mayores o niños

La mayor parte de los visitantes provienen del turismo local.



Figura 7 Cerro Hayas

2.4.4 Cerro Muerto



Figura 8 : Cerro Muerto

Cerro Muerto es también un atractivo turístico abierto todo el año. Se llega por la carretera vía a la costa hasta la playa General Villamil a 90 km cerca del Morro. Se ingresa por la carretera que dice la Virgen de la Roca. No cuenta con facilidades como infraestructura; no cuenta con mantenimiento un poco deteriorada sin embargo, en este lugar se realizan deportes de aventura además se puede realizar camping, excursiones, escaladas, ciclismo y peregrinaje como también un atractivo religioso rico en flora y fauna. Se pueden observar que no está señalizado pero es perfecto para realizar actividades al aire libre.

CAPÍTULO III

3.1 Metodología

Con el diseño de la investigación se toma en cuenta esta metodología con el único objetivo de encontrar información real y acertada que ayude a obtener resultados acertados y llegar a conclusiones que fundamente la propuesta.

3.1.1 Método Deductivo

“Es un método de razonamiento que consiste en tomar conclusiones generales para explicaciones particulares. (...) inicia con el análisis de los postulados, teoremas, leyes, principios, etcétera, de aplicación universal y de comprobada validez, para aplicarlos a soluciones o hechos particulares.” (Bernal, 2006, p.60)

Se usa este método deductivo porque mediante la investigación y en la formulación de teorías se ha visto resultados que al mismo tiempo se concluyó de lo general a lo particular como en el caso de los niños y adolescentes con problemas de atención y lugares de recreación poco difundidos, sin embargo se llega a una conclusión deductiva sobre la falta de atención de los padres hacia sus hijos en la que se haya una oportunidad para generar una nueva actividad turística.

3.1.2 Estudio Descriptivo

“Aquella que reseña las características o los rasgos de la situación o del fenómeno objeto de estudio. Es uno de los tipos o procedimientos investigativos más populares y utilizados por los principiantes en la actividad investigativa”. (Bernal, 2006, p.122)

Es descriptiva porque se realizó una investigación basada lo que se observó sin afectar los resultados obtenidos, los comportamientos de niños y adolescentes además del estudio en la sociedad donde necesita del entorno para desarrollarse y fortalecer la personalidad y del turismo educativo que puede generar cambios positivos en el menor con una actividad y otorgándole responsabilidades alejándolo de toda tecnología y

llevándolo a un espacio libre en la que el entorno es el único en brindar nuevas experiencias.

3.1.3. Métodos de investigación cualitativa y cuantitativa

Según lo citado en Bernal (2006) el método de investigación suele dividirse en los métodos cuantitativos, o investigación cuantitativa, y cualitativo o investigación cualitativa:

1. Método cuantitativo o método tradicional: Se fundamenta en la medición de las características de los fenómenos sociales, lo cual supone derivar de un marco conceptual pertinente al problema analizado, una serie de postulados que expresen relaciones entre las variables estudiadas de forma deductiva.
2. El método cualitativo o método no tradicional, el cual según Bonilla y Rodríguez (2000), se orienta a profundizar casos específicos y no a generalizar. Su preocupación no es prioritariamente medir, sino cualificar y describir el fenómeno social a partir de rasgos determinantes, según sean percibidos por los elementos mismos que están dentro de la situación estudiada.

Se realiza un análisis sobre los problemas, además de todas las variables que intervienen para llevar a cabo la investigación y así mismo los métodos de encuesta ayudan a cuantificar los resultados esperados.

3.2 Métodos

3.2.1 Método Empírico

Este método descriptivo es del presente y los niveles de investigación, se centran en observación sistemática, estudiando la realidad educativa tal y como se desarrolla por lo que describe, analiza, registra e interpreta lo que se da en el momento determinado. Pérez (2004, p.91)

En cambio el método observacional es de carácter descriptivo se caracteriza en observar la realidad en su contexto natural sin modificar (Pérez, 2004. p.91).

Se usa este método para el análisis de la demanda que existe, para recopilar información actual y conocer de las preferencias del turista y con que podría contar para llegar a tener un buen posicionamiento dentro del mercado, observando cuales son las necesidades, analizando y a su vez registrando cómo incide el entorno en la investigación.

3.3 Técnicas e instrumentos de recopilación

Las técnicas e instrumentos son en sí como se obtiene la información según lo citado en Berenson et al, citado por Cabrera Sandoval (2014 p.50) “Los más importantes son: La observación directa, La encuesta, cuestionario de preguntas (preguntas cerradas) y la entrevista (preguntas abiertas).”

Es por ello que se realizan las encuestas y las entrevistas para obtener resultados reales de acuerdo a la formulación de la pregunta se logara tabular y describir.

3.3.1 Encuestas

“Es una de las técnicas de recolección de información más usadas (...) La encuesta se fundamenta en un cuestionario o conjunto de preguntas que se preparan con el propósito de obtener información de las personas” (Bernal, 2006, p.194).

Del mismo modo, para establecer el grado de confianza del “Estudio de la facilidades turísticas orientado a niños y adolescentes para el turismo de aventura en la ciudad Guayaquil, Provincia del Guayas” se desarrolla un banco de preguntas que ayudará a predefinir y adquirir información real, proporcione datos que ayude a concluir de manera efectiva y segura la investigación.

3.3.2 Entrevistas

Técnica orientada a establecer contacto directo con las personas que se consideren fuente de información. A diferencia de la encuesta, que se ciñe a un cuestionario, la entrevista, si bien puede soportarse en un cuestionario muy flexible, tiene como propósito obtener información más espontánea y abierta. Durante la misma, puede profundizarse la información de interés para el estudio.

(Bernal, 2006, p. 194)

Así mismo una vez obtenida la información de las preguntas se adquiere los resultados de las preguntas abiertas que permitan obtener más información concreta y seria de parte de la persona a quien se realiza la entrevista a fin de conocer lo que estaría dispuesto a solicitar de acuerdo a su necesidad turística y poder proporcionar el servicio que requieren.

3.4 Población

El concepto de población según Jany, citado por Bernal (2006, p.176) es “la totalidad de elementos o individuos que tienen ciertas características similares y sobre las cuales se desea hacer inferencia”

Por ese motivo se elige a personas que trabajan actualmente y estarían dispuestos a enviar a sus hijos a un campamento. El total de esta población es de 1 510 312 que se refiere a la población económicamente activa.

3.5 Muestra

Según Bernal (2006) afirma que “Es la parte de la población que se selecciona, de la cual realmente se obtiene la información para el desarrollo del estudio y sobre la cual se efectuarán la medición y la observación de las variables objeto de estudio.” (p.161)

Por eso luego de tener la población determinada, se identifica y determina el tamaño de muestra mediante las fórmulas para saber cuántas personas serán encuestas.

3.5.1 Tamaño de la muestra

En 2006, Bernal afirmó que “En la investigación científica, el tamaño de la muestra debe estimarse siguiendo los criterios la estadística”. (p.162)

Es decir el método de muestreo depende de la investigación para desarrollar el estudio, se determina el tamaño del universo, el número de personas que componen la población a estudiar, en este caso, es la población económicamente activa de la provincia del , es decir, 1 510 312 con un margen de error del 5% heterogeneidad 50% lo que habitual suele ser y un nivel de confianza del 95% en la que el tamaño de muestra recomendado es de **385** encuestas Padres de familia de la ciudad de Guayaquil .

3.6 Diagnóstico

Tabulación sobre encuestas de un Campamento turístico para niños y adolescentes en la ciudad de Guayaquil.

3.6.1 Análisis de los resultados

El desarrollo de la encuestas fue dirigido para las personas que trabajan en diferentes instituciones, donde laboran los padres que trabajan en una institución y más sectores en las que estarían dispuestos a solventar una actividad turística como es la propuesta.

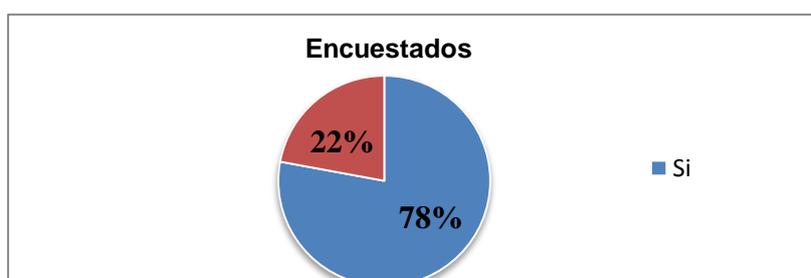


Figura 9: Saben lo que es un campamento turístico

La mayoría de personas conoce lo que es un campamento turístico como lo es el 78% de las personas que fueron encuestas en las

que también se muestra que el 22% no conoce y es un porcentaje muy pequeño pero sirve como referencia para crear una actividad como esta.

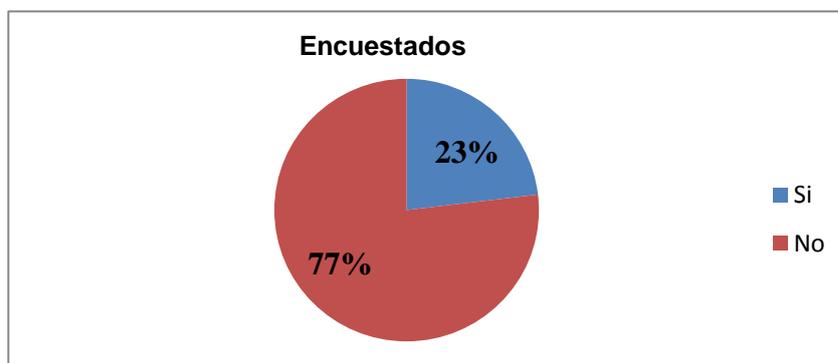


Figura 10 : Conoce sobre los Campamentos turísticos en la ciudad de Guayaquil

Se puede ver que la mayoría de guayaquileños no conocen esta actividad refleja datos como 77% de desconocimiento y un 23% que indica que conoce sobre campamentos que según lo investigado son muy pocos los que realizan esta actividad y su difusión no es buena.



Figura 11: Le gustaría contar con un campamento Vía a la costa en la ciudad de Guayaquil

La mayoría de padres les gustaría que se cree una actividad turística como esta porque desean enviar a sus hijos a un campamento. Los datos que reflejan es de 90% de acuerdo y solo el 10% no están de acuerdo en la que refleja que sería interesante la existencia de una propuesta así en la costa.

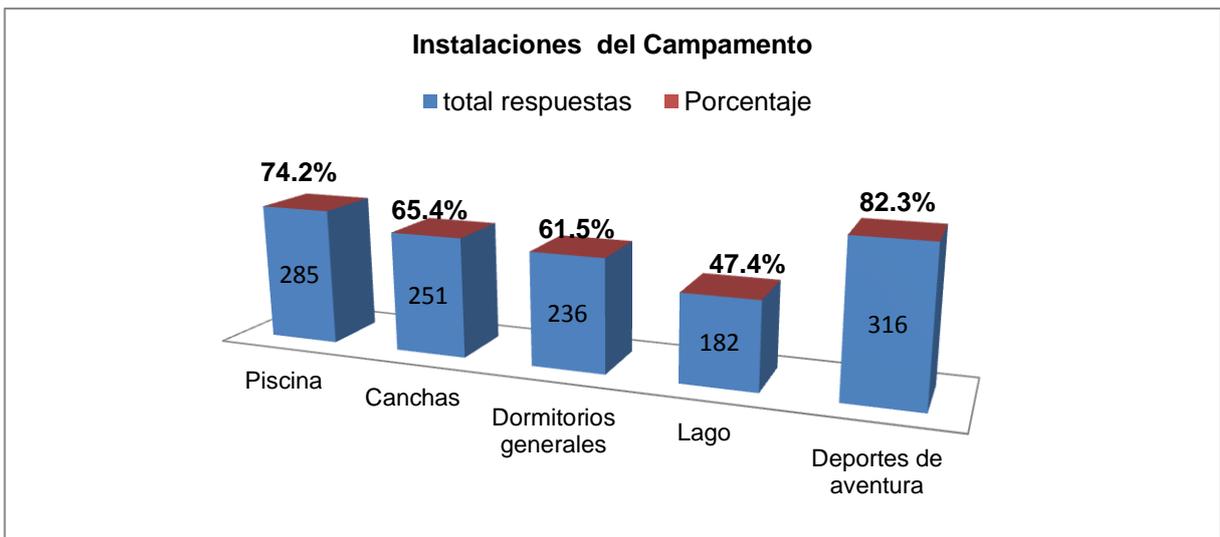


Figura 12: Facilidades dentro de las instalaciones del campamento les gustaría que tuviera

En los siguientes resultados se puede ver que los padres deciden deportes de aventura en los que están las facilidades como cabalgata, escalada, senderismo, ciclo turismo con un porcentaje de 82.3% están de acuerdo que sus hijos aprendan cosas nuevas y que también les gustaría contar con instalaciones como piscinas porque dentro de los ítems la eligieron esta con un 74.2%, luego continua con las canchas con un 65.4% para que ellos se desenvuelvan y los deportes que les agrada seguido con un 61.5% dormitorios generales que los padres indicaron que si es mixto les gustaría contar con una cabaña general pero divididas tanto para niños y niñas y el lago existente que les gustaría que luego se desarrollen otras actividades como lo muestra gráfico.



Figura 13: Actividades que les gustaría desarrollar dentro del campamento para sus niños y adolescentes.

Actualmente las actividades a desarrollarse según la encuesta a los padres indican que les gustaría Jugos al aire libre , es decir desde canciones, entonar guitarra, cuentos historias etc., con un porcentaje del 21% seguido las actividades de aventura con 19% desde armar una carpa hasta el preparar algo fácil así mismo actividades de supervivencia en las que el menor desarrollará habilidades luego las excursiones con un 18% donde podrá realizar recorridos y es muy aceptado por los padres contando con la seguridad debida como muestra en las siguientes figuras , seguido por deportes 15% donde no puede faltar eta recreación para los niños y adolescentes donde los padres se muestran muy entusiasmados por las caminatas 14% en distintas zonas de la ciudad de Guayaquil y el uso de objetos naturales para las respectivas manualidades con un 13%.

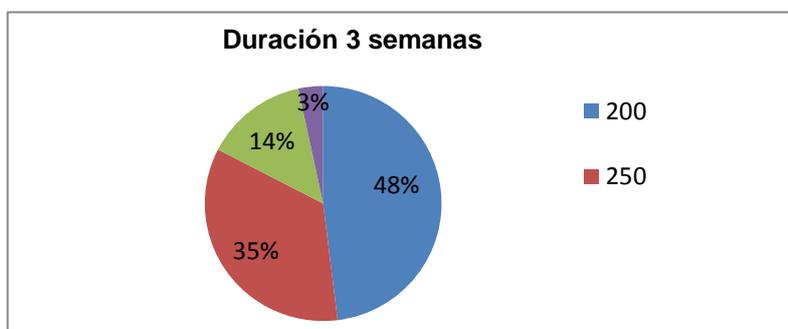


Figura 14: Estaría dispuesto a pagar por un Campamento con duración de tres semana.

En el siguiente estudio se verifica que algunas personas estarían dispuestas a pagar el valor de 200 dólares por tres semanas dando un resultado de 48% que en su mayoría cubriría gastos del campamento pero que estarían los padres dispuestos a enviar a sus hijos 250 un 35% que es un porcentaje de padres que podrían pagar ese valor y 300 14% más de 300 un 3% en cambio a los dos últimos valores que ya sería un poco costo o para lo que se desea brindar y no estarían dispuestos a pagar.

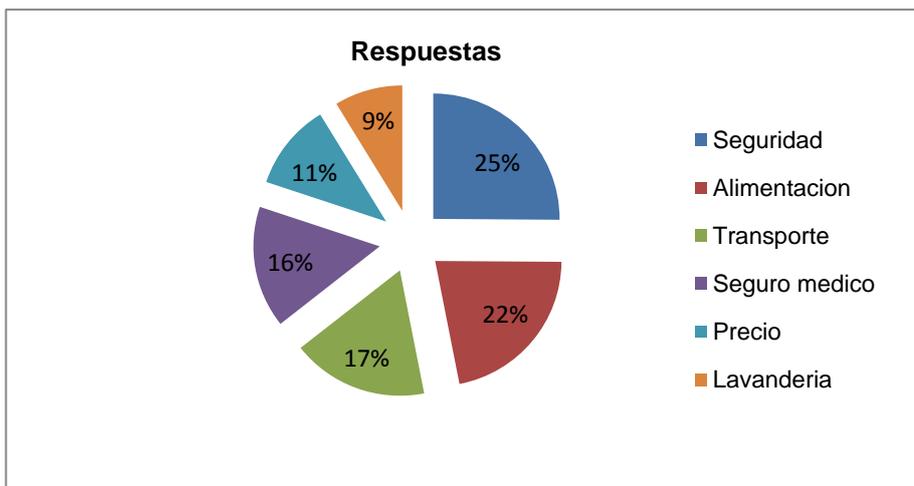


Figura 15 : Qué consideran los padres al enviar a sus hijos a un campamento

En el análisis se toma en consideración la seguridad es por ello que cada padre de familia señala el 25% e a este ítem como parte principal es decir incluso para llevar a cabo cualquier servicio se debe tomar en cuenta y no descartar como segundo ítem ,la alimentación del menor con 22% el servicio de transporte con un 17% y un 16% el seguro médico con el que desean que sus hijos cuenten el precio no es tan relevante con un 11% y servicio de lavandería en menor escala con un 9% dando estos resultados para continuar con el siguiente gráfico.

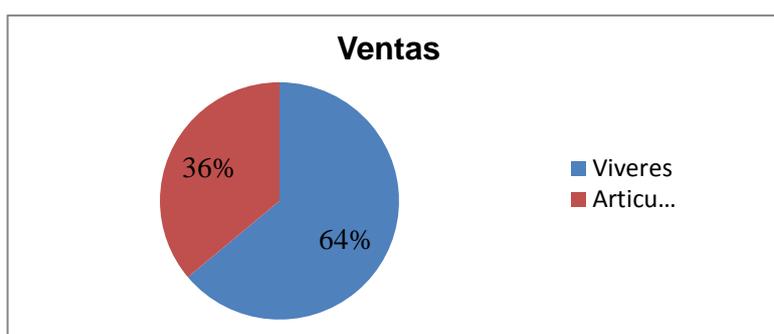


Figura 16 : Le gustaría que cuente con ventas de.

En lo que pudieron manifestar los padres es que desean contar con servicio de víveres dentro del campamento por temor a que les falte algo que en ese momento no puedan contar por ello han elegido un 64% más que el de venta de artículos que es de 36%.

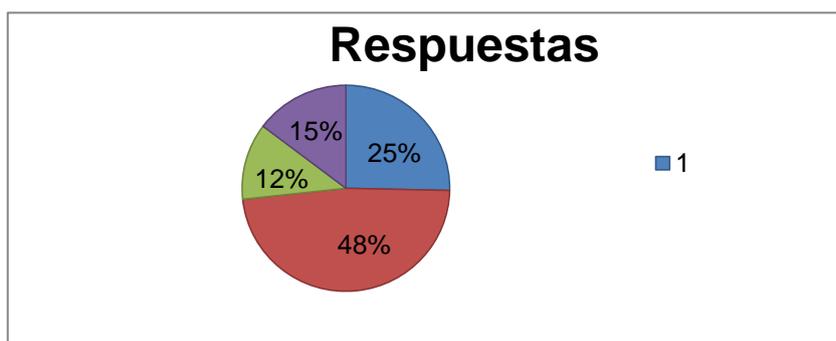


Figura 17 Cuántos niños/adolescentes enviaría al campamento

Por otra parte los padres indican estarían dispuestos a llevar al campamento hasta dos niños que es el porcentaje más elevado con 48% al momento de realizar la encuesta en lo que indican que es muy bueno alejarlos de toda tecnología y les gustaría que sus hijos vivan nuevas experiencias hasta un niño con 25% y de tres con un 12% más niños llevaría un 15% en lo que se denota que sería un buen servicio a ofrecer y el impacto es bueno.



Figura 18: Cree que la experiencia del campamento ayude al desarrollo del niño y adolescente

La mayoría de padres cree que sería una experiencia única para sus hijos porque están impulsando actividades que tengan contacto con la naturaleza que se llenen de cosas buenas y salgan de lo habitual, conocer el ambiente contando con un 94% de aceptación y solo un 6% en desacuerdo.

En conclusión mediante las encuestas se ha realizado una investigación con la que se ha podido observar que muchas personas

conocen de los campamentos porque han escuchado de ellos y se desarrollan más en la sierra y al nivel internacional. En la ciudad de Guayaquil en la costa es insuficiente esta actividad poca difusión y en cambio a muchas padres les interesa que fuera en vía a la costa que se encuentra en la afueras de ciudad de Guayaquil y que cuente con actividades de recreación ,pero con servicio de primera, es decir en cuanto a seguridad se trata , alimentación y servicio de transporte pero a lo largo de las encuestas también se denota que les gustaría que les enseñen actividades de supervivencia y como actividades de aventura y juegos al aire libre , que además indicaron que ayudan a las habilidades del niño y adolescente dando paso a tiempo invertido a la educación no formal , en la que estarían dispuestos a pagar por una actividad turística que impulsa además el desarrollo del menor así, se demuestra la aceptación que tiene en el mercado oferta y demanda y que las personas deseen contar con un campamento turístico y enviarían a sus hijos.

3.6.2 Análisis de las Entrevistas

La entrevista como técnica de recolección de información de carácter generalizado a recolectar opiniones vertidas por las personas encuestadas sobre un campamento turístico para niños y adolescentes donde detalla información directa y concreta.

Nombre: Dir. Alexandra Pita de Vásconez

Cargo: Directora - Academia Naval Francisco Pita Pita

1-¿Conoce usted los campamentos turísticos en la ciudad de Guayaquil que ayuden en el desarrollo del niño y adolescente?

En realidad no he escuchado sobre campamentos en la ciudad de Guayaquil, como tampoco he escuchado que desarrollen el turismo por medio de un campamento pero como profesional te digo sería una actividad muy buena porque dentro de las mallas curriculares se realizan actividades para ellos y nos gustaría contar con un campamento donde se desarrolle su potencial en cosas buenas.

2 ¿Considera qué es importante crear un campamento en las afueras de la ciudad donde los miembros puedan realizar actividades como deportes de aventura?

Considero que es importante el desarrollo de esta actividad no dentro de la ciudad ya que necesitan su propio espacio, con la naturaleza y claro si me gustaría deportes de aventura pero con responsabilidad siempre precautelando seguridad, como Directora de la escuela y colegio mi responsabilidad son ellos, pero es un colegio pre-militar en el cual se enseñan un poco sobre cabos y nudos y si me gustaría que aprendieran más de esta actividad.

3 ¿Cree usted que dentro de las actividades del campamento se debería agregar visitas a lugares turísticos y fortalecería el desarrollo de los niños y adolescentes creando conciencia y adentrándolos en lo cultural?

En lo personal es un nuevo reto y una idea estupenda porque ayudaría a crear conciencia sobre lo que son, conocer más sus raíces y fortalecería su entorno generando primero amistades, segundo conectándolo con la naturaleza y ser más consciente de lo que nos rodea y ayudaría a la educación impulsando nuevas formas en las que puedan recrearse saliendo de las enseñanzas habituales.

4 ¿Usted cree que un campamento turístico de niños y adolescentes ayudaría a formar futuros turistas y menos problemas sociales?

Claro que sí, estoy de acuerdo con eso porque encontrarían nuevas formas de esparcimiento que con el tiempo querrán conocer otros sitios y se convertirán en futuros empresarios de turismo y a reducir problemas sociales.

5 ¿Estaría dispuesto a enviar a sus hijos al campamento con duración a tres semanas sin llamadas?

Si es para enviarlo al campamento si porque sé que se va a nutrir de experiencias buenas y como también hacerlo más independiente si me gustaría

Nombre: Doctora Lourdes Calozzuma

Cargo: Odontóloga

1-¿Conoce usted los campamentos turísticos en la ciudad de Guayaquil que ayuden en el desarrollo del niño y adolescente?

No conozco campamentos en la ciudad de Guayaquil y menos que sean turísticos pero sería una buena idea.

2 ¿Considera que es importante que se cree un campamento en las afueras de la ciudad pero que además puedan realizar actividades como deportes de aventura?

Si me gustaría que haya este tipo de actividad que salga de lo habitual y cree un interés en nuestros hijos y aparten de esos aparatos tecnológicos.

3 ¿Cree usted que dentro de las actividades del campamento se debería agregar visitas a lugares turísticos y fortalecería el desarrollo de los niños y adolescentes creando conciencia y adentrándolos en lo cultural?

Creo que sería increíble que conozcan sitios en la que ellos puedan desarrollarse y desenvolverse por sí solos y claro conozca más como cuidar el planeta.

4 ¿Usted cree que un campamento turístico de niños y adolescentes ayudaría a formar futuros turistas y menos problemas sociales?

En lo personal creo que si se enfocan en que ellos vivan momentos agradables cambiaría un poco su comportamiento propio de un adolescente y niño.

5 ¿Estaría dispuesto a enviar a sus hijos al campamento con duración a tres semanas sin llamadas?

Lo pensaría pero si lo enviaría porque así se hace más responsable.

Análisis de las entrevistas:

Se realizó dos entrevistas para el análisis, en ellas se expresa la importancia a los campamentos turísticos, aceptados por los deportes de aventura, énfasis en la seguridad y especialmente por estar a las afueras de la ciudad. Consideran las actividades dentro del campamento como fuente de desarrollo de la personalidad del menor. Manifiestan la importancia de incluir estas actividades dentro de la malla de los colegios con el propósito que los niños aprendan, compartan y socialicen. Con esto se propende la formación en cada niño y adolescente al futuro turista del mañana. Se concluye como buenas experiencias para la memoria cognitiva dicho en las teorías que sustentan la investigación.

CAPITULO IV

LA PROPUESTA

4.1 Introducción

La falta de lugares de recreación al aire libre para niños y adolescentes motiva la presentación de la siguiente propuesta para impulsar el turismo en la costa y llevar a cabo actividades como un campamento en la que no solo se diviertan sino que también fomente la cultura, respeto por la flora y fauna de los sitios turísticos de la ciudad de Guayaquil. Se trata de un campamento en el que se desarrolle la personalidad del niño como educación no formal, participando de actividades que ayuden a mejorar sus habilidades motrices de forma natural, en contacto con la naturaleza, realizando itinerarios donde se formen grupos con nombres para ser identificados y se puedan enseñar también actividades de supervivencia desde cómo realizar una fogata hasta su alimentación fuera del lugar habitual como las comodidades que les brinda el hogar .

En la ciudad de Guayaquil, provincia del Guayas existen lugares que pueden ser usados para los recorridos que forman parte de la propuesta de un campamento turístico para niños y adolescentes en las afueras de la ciudad. En la vía a la costa en un terreno de 4 500 metros en los que se usarán para la primera etapa 600 metros.

4.1.1 Objetivo general

Diseñar un campamento turístico para niños y adolescentes para potenciar el desarrollo de habilidades, valores mediante actividades al aire libre con recorridos hacia destinos turísticos que creen conciencia ambiental y cultural, además de fortalecer amor hacia la naturaleza.

4.1 2 Objetivos específicos

1. Diseñar el campo turístico, estructura organizacional y facilidades para la atención de niños y adolescentes

2. Determinar itinerarios para los recorridos y actividades durante tres semanas. A fin de fomentar mediante juegos en el medio natural como aporte al desarrollo de la personalidad.
3. Diseñar la propuesta para el turismo aventura para niños y adolescentes.
4. Determinar los sitios turísticos para crear cultura turística mediante la visita y observación

4.2 Diseño de la Estructura del campamento

Dentro del diseño del campamento se realizó una investigación en la que se considera la ubicación y refleja las encuestas la mayoría de personas que están de acuerdo con su localización en km 30 vía a la costa en las afueras de Guayaquil en la que el terreno cuenta con 4.500 metros donde se puede desarrollar varias actividades en las que se usaran 600 metros el desarrollo de la primera etapa como muestra en la figura 18.



Figura 19: Terreno km 30 Vía a la costa

4.2.1 Estructura del campamento

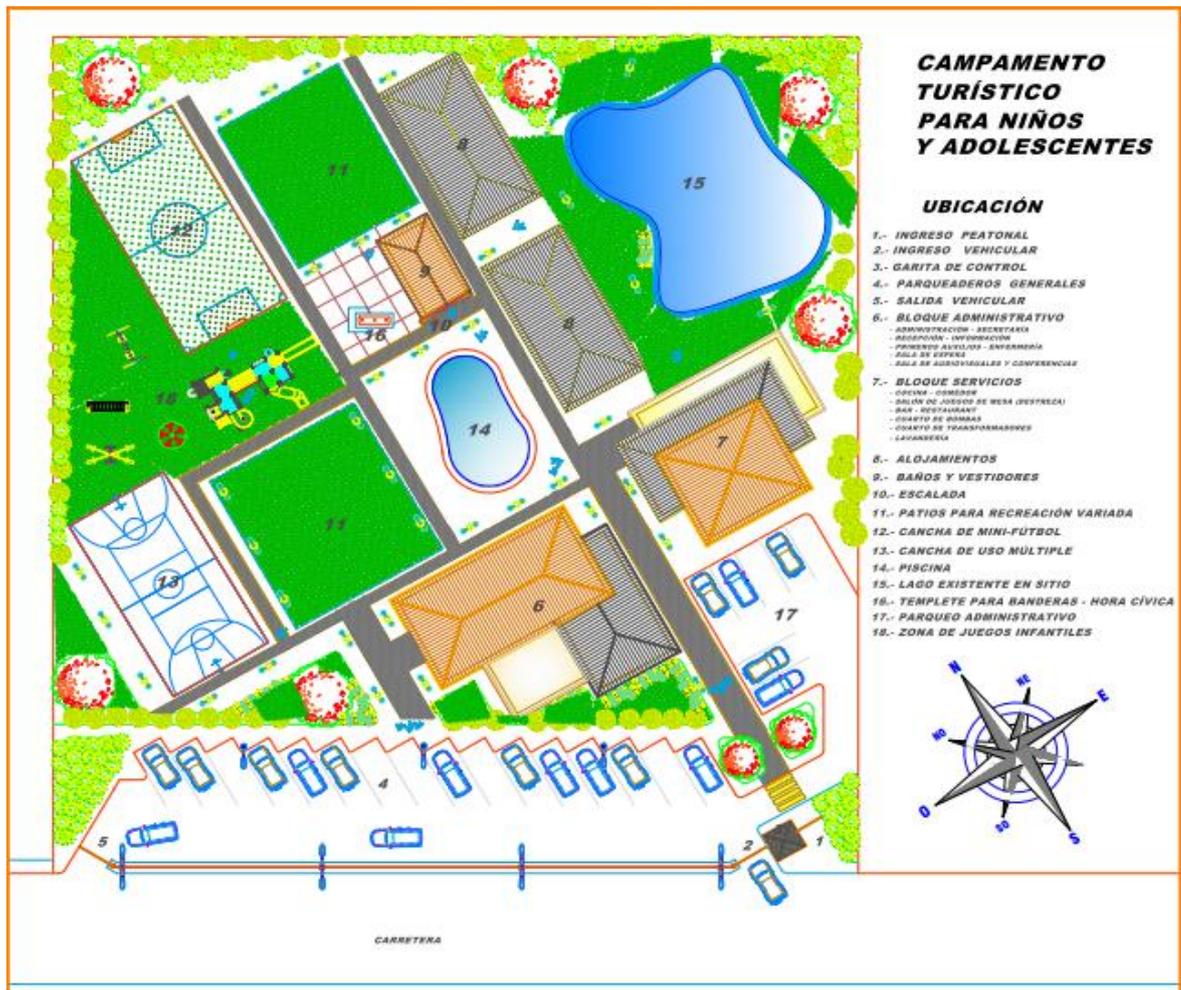


Figura 20: diseño del campamento proyectado

Se muestra el diseño del campamento. Este proyecto se puede llevar a cabo por etapas debido que el terreno es muy extenso y por qué no se cuenta con la inversión suficiente para cubrir todo por el momento. En la etapa uno se toma en cuenta el bloque administrativo el primer piso y en esta área se atenderá a las personas interesadas en recibir información sobre el servicio.

Etapa 1:

- **El área de cocina**

Se tendrá el área de restaurante, mesas de madera y sillas, se ofrecerá comida para niños y adolescentes en base a los platos típicos de la ciudad de Guayaquil, existirán postres para los acampados y frutas.

- **El área de alojamiento**

En la que contará con literas para los niños y adolescentes con capacidad de 40 acampados.

- **Área para acampar**

Área del aire libre donde se enseñar actividades de supervivencia y además espacio recreacional donde se realizaran juegos.

- **Área de aseo**

Aquí donde podrán contar con área para su uso personal

- **Área de izar la bandera**

Lugar donde se exponen las banderas de patrullas designadas

Etapa 2

- **Área de piscina**

Se podrán realizar juegos y olimpiadas para recreación

- **Área de lago Artificial**

Uso de barcos o área donde será de pesca

- Ingreso peatonal

- Parqueaderos

- 2 Piso de área administrativo

- Área recreacional como canchas deportivas y así hasta llegar a la 4 etapa donde se desarrollara todo el proyecto propuesto y se implementaran lugares adicionales.

4.2.2 Organigrama Administrativo Del Campamento

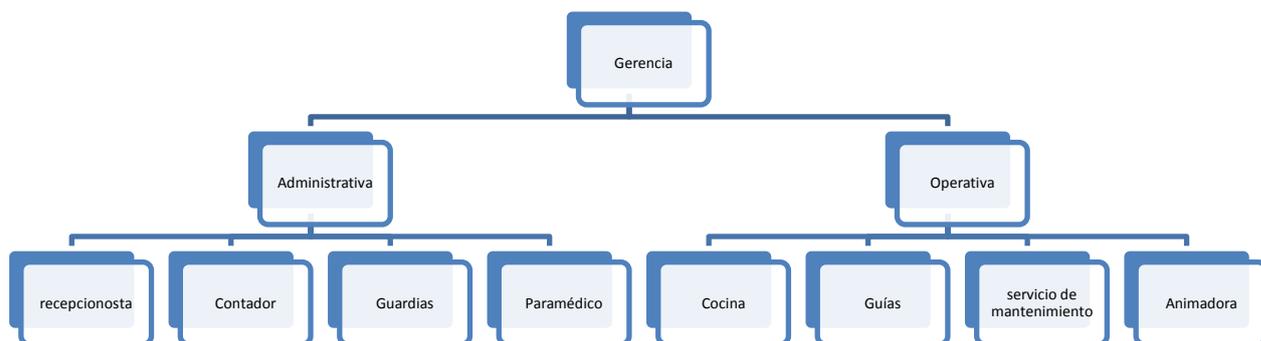


Figura 21 Organigrama

Para la propuesta del campamento turístico de niños y adolescentes se toma en cuenta las siguientes funciones con las que contara el campamento.

Gerente

Para este cargo es necesario un gerente con conocimientos profesionales del área administrativa de turismo en la que pueda desarrollar.

Funciones:

- a) Organizar, controlar y evaluar las actividades dentro del campamento
- b) Distribuir funciones y actividades a los demás colaboradores
- c) Determinar los objetivos y metas de la organización

Recepcionista

Persona capacitada en manejos de archivos es decir desde el área tecnológica hasta, documentos internos y externos de la empresa.

Funciones:

- a) Atender a las personas que soliciten información del campamento
- b) Llevar registro de las personas interesadas.

- c) Proporcionar información de forma inmediata sobre actividades diarias

Guardia de seguridad

Precautelar la seguridad e integridad de personas y bienes del campamento

Funciones

- a) Controlar las entradas y salidas de vehículos al campamento.
- c) Controlar los movimientos de personas dentro del área del campamento.

Guías

Transmitir los conocimientos sobre los recorridos, itinerarios a realizar, ser responsable por el traslado de un grupo de personas, instruir en el campamento sobre las actividades a desarrollar.

Funciones

- a) Guiar a los niños del campamento
- b) Dar información sobre los recorridos
- c) Dar nuevas alternativas de recreación.

Animadora turística

Ejecutar animación turística en el campamento como juegos, cuentos y diferentes actividades de múltiples participación.

Funciones

- a) Captar la atención y gestionar la participación de los niños y adolescentes en las diferentes actividades.
- b) Realizar los diferentes juegos, y manualidades programadas
- c) Coordinar las actividades e informar cualquier acontecimiento dentro del campamento

Servicio para- médico

Atender emergencias médicas menores en el área del campamento y velar por la seguridad de los niños y adolescentes.

Funciones

- a) Realizar fichas médicas elementales de los miembros del campamento
- b) Dar atención médica de emergencia a los niños y adolescentes

Servicio de mantenimiento

Ejecutar labores de mantenimiento de las piscinas, áreas verdes y reparar implementos de camping para dar atención de los miembros del campamento.

Funciones

- a) Dar mantenimiento preventivo y correctivo de las instalaciones
- b) Reportar sobre las actividades realizadas en las instalaciones

Cocinero

Preparar los alimentos con la correcta manipulación de los alimentos para brindar atención a niños y adolescentes.

Funciones

- a) Realizar el aprovisionamiento de carnes y vegetales para el campamento.
- b) Preparar las comidas en los horarios establecidos.
- c) Mantener la cocina y sus instalaciones en perfectas condiciones.

4.2.3 Slogan y logotipo del campamento



Figura 22 : Logotipo y slogan

Logotipo: como aporte a quedarse en la mente del consumidor del servicio **Campcoast** y lograr posicionamiento de mercado.

Slogan: Empieza una nueva aventura, porque además de divertirse cuenta con libertad, contacto con la naturaleza y se descubren y desarrollan su habilidades el convivir y apreciar el entorno.

4.3 Diseño de ficha de ingreso para los acampados

TABLA 12: ficha del acampado

DATOS DEL ACAMPADO	INFORMACIÓN
Nombres Y Apellidos Del Padre	
Nombres Y Apellidos De La Madre	
Dirección	
Ciudad	
Teléfonos casa y celular de ambos padres	
Nombre Del Hijo(S) Y Edad(S)	
Enfermedades o Alergias	

4.3.1 Desarrollo de actividades para los acampados de Campcoast

En la investigación sobre la propuesta para niños de edades entre seis a nueve años, son las más consideradas para el desarrollo de actividades dentro del itinerario en el campamento, además tendría una duración de una semana debido a su corta edad. La capacidad será de 40 menores, de esta forma tendrán una experiencia de mayor calidad y se podrá brindar un mejor control al grupo.

Por otra parte, las edades conformadas de 10 a 16 años contarán con actividades relacionadas a su edad, por lo cual dispondremos de una capacidad de hasta de 40 acampados, se considera empezar con un cronograma de actividades que tendrán una duración de dos semanas, debido a las diversas actividades y facilidades encontradas por el momento para el desarrollo de la propuesta.

Estos Campamentos de larga duración, se desarrollaran durante las vacaciones de los niños, en el caso de la costa en los meses de Febrero, Marzo y Abril y para la Sierra en los meses de Julio, Agosto y Septiembre el campamento estará activo todo el año con campamentos adicionales pero con mayor afluencia durante los meses de vacaciones .

TABLA 13: Actividades de niños de 6 a 9 años

Días	Actividades para niños de 6 -9 años
Día 1	Llegada al Campamento CampCoast 9h00. Conocimiento del Reglamento de campamento y ubicación de habitaciones. Recorrido por las instalaciones. Dinámicas y juegos de integración. Asignación de Patrullas. Música, Fogata e Historias.
Día 2	Salida al Bosque Protector Cerro Blanco. Avistamiento de Paisajes Naturales del Bosque y actividades de excursión. Regreso al campamento. Manualidades con Recursos Naturales. Asando Malvaviscos
Día 3	Mañana Deportiva. Competencia entre Patrullas (Capturar la Bandera) Actividades de supervivencia Día de Acampar

	Cocina al aire Libre
Día 4	Salida a los Manglares de Churute. Excursión (1 Día) Regreso al Campamento Noche de Integración y Fogata
Día 5	Olimpiadas Competencias Deportivas Actividades Artísticas Noche de Disfraces
Día 6	Mañana de Pesca Deportiva elaboración de formas con barro y plastilina juegos de escala Día artístico con pintura al aire libre fogata con música
Día 7	Entrega de premios a las patrullas con más puntos Certificado de asistencia Almuerzo de despedida Salida de los acampados 14:00pm

TABLA 14 Actividades para adolescentes de 10 a 16 años

Días	Actividades para adolescentes de 10 a 16 años
Día 1	Llegada al Campamento CampCoast 9h00. Conocimiento del Reglamento de campamento y ubicación de habitaciones. Recorrido por las instalaciones. Dinámicas y juegos de integración. Asignación de Patrullas. Música, Fogata e Historias.
Día 2	Salida al bosque protector cerro blanco (sendero mono aullador) Actividades de supervivencia Camping Cocina al aire libre Acampar en el cerro blanco
Día 3	Regreso al campamento. Manualidades con Recursos Naturales. Actividades artísticas con las patrullas Noche de cantos
Día 4	Recorrido al cerro muerto (playas Villamil) Actividades de aventura como ciclismo Juegos en el lugar Acampar Fogata
Día 5	Regreso al campamento Mañana Deportiva. Competencia entre Patrullas (Capturar la Bandera) Noche artística elegido por cada patrulla
Día 6	Día de olimpiadas Juegos en sacados

	Pesca en lago Noche de leyendas sobre (Guayaquil)
Día 7	Salida a los Manglares de Churute. Excursión Día y noche en lugar Noche de Integración asar malvaviscos y Fogata
Día 8	Regreso al campamento Deportes de aventura Escala Pesca Día de pintar en aire libre
Día 9	Competencias Deportivas Juegos varios Camping
Día 10	Creación de cuento por patrullas usando imaginación Elaboración de plato gastronómico integración de patrullas Juegos Nocturnos
Día 11	Mañana de Pesca Deportiva fogata con música Charlas a elección de patrullas Elaboración de objetos de barro
Día 12	Juegos de buscar el tesoro por patrullas Día de botes en el lago Elaboración de manualidades con recursos naturales Fogata
Día 13	Salida del campamento Ascenso a las siete cascadas Baño (lugar) Recorrido Regreso al campamento
Día 14	Entrega de premios a las patrullas con más puntos Certificado de asistencia Almuerzo de despedida Salida de los acampados 14:00pm

4.4 Equipo de campamento que debe usar el acampado

1. Ropa cómoda para acampar (ropa usada , no nueva)
2. 6 mudas de ropa para interior
3. 3 pantalones cortos y 2 largos
4. 5 camisetas
5. Zapatos deportivos
6. Sombrero para el sol o gorra
7. Papel higiénico
8. Pantalón de baño
9. 1 linterna
10. Tijeras
11. Bolsa para ropa sucia

12.1 plato jarro y cuchara

13. Goma para manualidades

Para excursiones:

- Preferible una gorra
- Zapatos cómodos
- Mochila pequeña
- Repelente de insectos
- 1 plástico pequeño para cubrirse en caso llueva
- Botas de caucho, en caso llueva
- Protector solar
- Gafas para el sol

No llevar

- Objetos de valor (celular, tablet etc.)

4.5 Sitios turísticos visitados para el recorrido

Según la investigación, se determina algunos atractivos turísticos, entre los cuales citamos al bosque protector Cerro Blanco debido a las facilidades con las que cuenta, el mismo está ubicado km 16 vía la costa. Dentro del itinerario establecido existen los recorridos con su respectiva señalización, entre ellos se destacan tres senderos, el primero llamado buena vista, el segundo sendero higuierón y el tercero sendero mono aullador, durante los recorridos se pueden observar toda la flora y fauna.

Para el itinerario de niños de seis a nueve años el recorrido sugerido es el de buena vista, por su nivel de riesgo. El mismo tiene capacidad para 40 personas con su respectivo guía, además en este lugar existe una zona para acampar por 24 horas, los recorridos se pueden realizar con previa reservación y el valor por niño es de tres dólares y cuatro dólares los adultos.



Figura 23: Entrada bosque protector Cerro Blanco

En el recorrido del Cerro Muerto se pueden realizar fogatas, juegos y también enseñar actividades de supervivencia a los adolescentes de edades entre 11 a 16 años, a su vez se pueden realizar deportes de aventura como ciclismo, Go Cars, etc.



Figura 24 : Cerro Muerto (Virgen de la Roca)

En los Manglares de Churute, se observó facilidades turísticas, sitios señalizados y además servicio de guía, todo esto está a cargo del Ministerio del Ambiente y próximamente por el Ministerio de Turismo. Los guías cobran 70 dólares por cada grupo de 10 personas y además cuentan con varios senderos, en caso de llevar 20 acampados se debe realizar previa reservación. En este lugar se puede observar como realizan la captura de cangrejos, actividades de pesca y observación de delfines en temporada donde la marea permite que entren a los manglares. Si se desea acampar en el lugar se puede realizar pero el costo es de 80 dólares por cada noche y acampado, se realizan juegos y fogatas, durante la estadía. El área es muy grande y se pueden realizar diversas actividades pero lo recomendado es el área 32 para acampar.



Figura 25: Reserva Ecológica Manglares Churute

Como último punto de aventura se incluye a las siete cascadas, en este lugar se puede realizar ascensos, en los cuales se observan que no cuentan con la respectiva señalización, por lo tanto, para subir se debe tener precaución, además se demostró que es muy empinado, sin embargo, es recomendado subir hasta la tercera cascada, siendo un lugar divertido en el cantón Naranjal.

4.6 Análisis Porter

4.6.1 Competidores potenciales

Como competidor potencial están las empresas que ofrecen servicios similares a la propuesta. En la sierra, específicamente en la ciudad de Quito se encuentra *Aire Libre*, adicionalmente existen dos en la costa, pero los mismos se remiten a realizar actividades internas, es decir no salen de su propio campamento. Sin embargo nuestra ventaja radicaría en ofrecer servicios de salud, como paramédicos e incluir servicio de camping (carpas, sleeping bags, almohadas, etc.).

4.6.2 Poder de Negociación de los Proveedores

El poder de negociación que se tiene con las personas que proveen productos o servicios para el campamento, radica en bajar los costos de la materia prima, en este caso conseguirlos en el mercado mayorista para disminuir costos. Y en cuanto a los servicios, negociar tarifas y descuentos, para acceder a los lugares turísticos en grupo, generando movimiento y cantidad en dichos lugares.

4.6.3 Poder de negociación con los clientes

De acuerdo a las encuestas se conoce las preferencias de los clientes en cuanto al precio se refiere para el campamento turístico. Esto permite fijar un precio el cual están dispuestos a pagar.

4.6.4 Sustitutos

Se considera una amenaza para la propuesta porque dentro de ellos se encuentran los cursos vacacionales como opción para otros niños y adolescentes. Se tiene que tomar ventaja para arribar el proyecto y suplir necesidades del cliente.

4.7 Marketing mix de la propuesta

Ayuda a descubrir de forma correcta los servicios como producto, precio, plaza y promoción y se describe lo que se considera relevante y eficaz para el desarrollo de la propuesta.

4.7.1 Producto o Servicio

El servicio que se ofrece a los acampados es intangible, se brinda la experiencia de convivir una aventura y fomentar el compañerismo además de estar en permanente contacto con flora y fauna.

- Ofreciendo senderismo
- Recorridos en atractivos de Guayaquil, dentro de la provincia del guayas
- Aprendizaje
- Educación no formal
- Manualidades
- Fortalecer su personalidad
- Compañerismo
- Contacto con la naturaleza
- Acampar a al aire libre
- Elaborar platos típicos
- Conocer leyendas de Guayaquil (cultura)

Para ofrecer un servicio adecuado y de excelencia, se considera importante las encuestas realizadas, donde se conoció que a los padres les gustaría que sus hijos realicen deportes de aventura, incluidos excursiones y actividades de supervivencia, con el fin de hacer un niño fuerte, autosuficiente, lleno de valores y cultura.

4.7.2. Precio

El precio en cuanto al servicio se basa en lo que se ofrece por uso de instalaciones además de los itinerarios, servicio de alimentación y transporte incluido. El precio por niño es de \$250 con duración a una semana y por adolescente es de \$250 con duración a dos semanas depende de los itinerarios y costos adicionales.

4.7.3 Plaza

El servicio va dirigido a niños y adolescentes de colegios, escuelas privadas en donde los padres estén dispuestos a pagar por un servicio de calidad como el campamento Campcoast.

4.7.3 Promoción

Dentro de la promoción como método de difusión para ser reconocidos en el mercado, se realizará mediante volantes, periódicos, vallas, redes sociales. Anualmente el costo total anual \$ 2.760,00 en gastos de publicidad distribuidos en la tabla 15.

TABLA 15 Gastos de publicidad

Gastos de publicidad		
Gastos	Costo unitario	Costo total
Volantes	-	\$ 60
Periódicos	-	\$ 700
Vallas	-	\$ 1500
Redes sociales	-	\$ 500
Total gastos de publicidad anual		\$ 2.760,00
Gatos de publicidad mensual		\$460

4.8 Cuadro de evaluación Matriz 3 de los atractivos observados:

La riqueza natural que poseen estos atractivos deben ser medidos para verificar en qué estado se encuentran y que impacto se generan en ellos, por eso se estudia cada una de las facilidades el nivel de impacto para verificar los recorridos.

4.8.1 Impacto Ambiental Cerro Blanco

Se determina el impacto ambiental en la actividad del bosque Protector Cerro Blanco con un número de 20 participantes, en la que se constató por observación hacia el lugar que el impacto es positivo.

La fundación Pro-bosque se encarga del manejo de los senderos, inclusive, conservan el bosque con actividades de reciclaje o mantenimiento del lugar. Cuenta con una capacidad de carga de 40 personas por grupo, así invierten en el lugar porque el área de camping es nueva, creada en el 2014 y el impacto del atractivo es positivo y alto.

TABLA 16 Matriz 3: Impacto positivo potencial de los parámetros de impacto en la biodiversidad con sus puntajes correspondientes

Impacto positivo potencial de:	Factor de ponderación (total=10)	Impacto positivo potencial				Puntaje por factor de ponderación
		No significativo 1	Bajo 2	Medio 3	Alto 4	
Educación sobre conservar la naturaleza	3				*	12
Conservación positiva de la tierra	2				*	8
Conservación de la naturaleza mediante valor económico agregado	2				*	8
Contribución directa a la conservación de la naturaleza	2				*	8
Otros aspectos positivos a la biodiversidad	1				*	8
Puntaje Total:						= 44

4.8.2 Impacto Ambiental de Reserva Manglares Churute

El impacto que se observa en este atractivo es positivo, debido a la conservación del lugar la capacidad de carga es para 100 personas, sin embargo para cada destino se forman grupos de 40 personas para realizar el recorrido con guías. Su impacto es alto, a su vez manejado por el Ministerio del ambiente, es un área protegida en la cual por lo general están pendientes de los senderos, inclusive al acercarse al lugar uno de los senderos estaba cerrado debido a reparaciones en el área.

TABLA 17: Matriz 3: Impacto positivo potencial de los parámetros de impacto en la biodiversidad con sus puntajes correspondientes

Impacto positivo potencial de:	Factor de ponderación (total=10)	Impacto positivo potencial				Puntaje por factor de ponderación
		No significativo 1	Bajo 2	Medio 3	Alto 4	
Educación sobre conservar la naturaleza	3				*	12
Conservación positiva de la tierra	2				*	8
Conservación de la naturaleza mediante valor económico agregado	2			*		6
Contribución directa a la conservación de la naturaleza	2				*	8
Otros aspectos positivos a la biodiversidad	1				*	8
puntaje total:						=42

4.8.3 Impacto Ambiental de Cerro Muerto

En el Cerro Muerto se observó a la virgen de la roca que está situado en este lugar. Cabe recalcar que no cuenta con áreas de señalización para caminatas, solo juegos de aventura.

Este lugar no es muy visitado y no existen los controles necesarios ni administración, solo las comunidades cercanas como Puerto el morro. Se observa que la infraestructura está un poco deteriorada, sin embargo en el ámbito naturaleza, se verifica por medio de la tabla en la cual se

mide el impacto y los datos indican que es un impacto medio como se muestra en la siguiente tabla.

TABLA 18: Matriz 3 Impacto positivo potencial de los parámetros de impacto en la biodiversidad con sus puntajes correspondientes

Impacto positivo potencial de:	Factor de ponderación (total=10)	Impacto positivo potencial				Puntaje por factor de ponderación
		No significativo 1	Bajo 2	Medio 3	Alto 4	
Educación sobre conservar la naturaleza	3		*			6
Conservación positiva de la tierra	2				*	8
Conservación de la naturaleza mediante valor económico agregado	2		*			4
Contribución directa a la conservación de la naturaleza	2			*		6
Otros aspectos positivos a la biodiversidad	1			*		3
Puntaje total:						=27

4.8.4 Impacto en el Cerro de Hayas (7 cascadas)

Lo maneja la comunidad del cantón de naranjal, tiene un impacto medio debido a que la flora y fauna está intacta, pese a los turistas que acuden al lugar. Aunque no existe cuidado directo, sin embargo la capacidad de turistas es reducida.

TABLA 19 : Matriz 3: Impacto positivo potencial de los parámetros de impacto en la biodiversidad con sus puntajes correspondientes

Impacto positivo potencial de:	Factor de ponderación (total=10)	Impacto positivo potencial				Puntaje por factor de ponderación
		No significativo 1	Bajo 2	Medio 3	Alto 4	
Educación sobre conservar la naturaleza	3			*		9
Conservación positiva de la tierra	2				*	8
Conservación de la naturaleza mediante valor económico agregado	2		*			4
Contribución directa a la conservación de la naturaleza	2			*		6
Otros aspectos positivos a la biodiversidad	1			*		3
puntaje total:						=30

TABLA 20: Matriz 4: puntajes correspondientes al grado de impacto positivo total

Puntaje total de impacto (total de la matriz 3)	Impacto positivo total
10-13	Impacto no significativo
14-21	Impacto bajo
22-31	Impacto medio
32-40	Impacto alto

TABLA 21: resultados de impacto positivo de atractivos

Resultados de impactos positivos en atractivos	Total de matriz 3
Cerro blanco	Impacto alto
Manglares churute	Impacto alto
Cerro de hayas	Impacto medio
Cerro muerto	Impacto medio

El resultado de los impactos positivos de estos atractivos se observa mediante los resultados obtenidos, que permite llevar a cabo actividades en el lugar, adicionalmente por su conservación, contribución y aporte como potencial turístico.

4.9 Análisis financiero de la propuesta

El análisis financiero que se realizó es para confirmar si la propuesta es rentable y ayuda a determinar cuáles son los costos del campamento. Para su elaboración es importante tomar en cuenta los activos fijos a llevar a cabo esta actividad como base principal, la inversión inicial en el espacio físico donde será desarrollada la actividad turística que a continuación se detalla:

inversión inicial			
CAJA – BANCOS	Cantidad	Valor Unitario	TOTAL
Caja – Bancos	1	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00
TOTAL			\$ 10.000,00
PLANTA Y EQUIPAMIENTO	Cantidad	Valor Unitario	TOTAL
infraestructura(600m2)	600	\$ 150	\$ 70.000,00
TOTAL			\$ 70.000,00
TERRENOS	Cantidad	Valor Unitario	TOTAL
Terreno 4,500M2 (\$20 m2)	\$ 1,00	\$ 90.000,00	\$ 90.000,00
TOTAL			\$ 90.000,00
EQUIPOS DE COMPUTACION y AUDIO	Cantidad	Valor Unitario	TOTAL
Impresoras	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Computadoras	2	\$ 500,00	\$ 1.000,00
Microfonos	2	\$ 35,00	\$ 70,00
Parlantes	2	\$ 100,00	\$ 200,00
TOTAL			\$ 1.470,00

EQUIPOS Y MAQUINARIAS	Cantidad	Valor Unitario	TOTAL
cocina	1	\$ 350,00	\$ 350,00
refrigeradora	2	\$ 400,00	\$ 400,00
microondas	1	\$ 250,00	\$ 250,00
licuadoras	2	\$ 70,00	\$ 140,00
Sartenes antiadherentes de 40cm	4	\$ 27,00	\$ 108,00
Sartenes antiadherentes de 30cm	4	\$ 24,00	\$ 96,00
TOTAL			\$ 994,00
MENAJES VARIOS	Cantidad	Valor Unitario	TOTAL
Manteles	10	\$ 12,00	\$ 120,00
Manteles	10	\$ 12,00	\$ 120,00
Vajilla	40	\$ 15,00	\$ 600,00
Jarros	10	\$ 2,00	\$ 20,00
Utensilios de comida	10	\$ 50,00	\$ 500,00
Colchones	40	\$ 30,00	\$ 1.200,00
Sábanas	40	\$ 12,00	\$ 480,00
Almohadas	40	\$ 7,00	\$ 280,00
TOTAL			\$ 3.320,00
MUEBLES Y ENSERES	Cantidad	Valor Unitario	TOTAL
Mesas extensibles de madera	5	\$ 50,00	\$ 250,00
Sillas	40	\$ 20,00	\$ 800,00
Literas	20	\$ 150,00	\$ 3.000,00
TOTAL			\$ 4.050,00
GASTOS DE CONSTITUCION	Cantidad	Valor Unitario	TOTAL
Tasas y permisos	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
TOTAL			\$ 1.000,00
TOTAL INVERSION INICIAL			\$ 180.834,00

4.9.1 Inversión inicial

Se considera dentro de inversión: El terreno de 4.500 m² con un valor de \$20 cada metro donde se llevara a cabo el campamento turístico, con un costo de \$90.000 dólares. Adicionalmente la infraestructura de la primera fase 600 m² del proyecto que incluye el desbroce, limpieza del terreno y excavación para las edificaciones, por un costo de \$70.000. Se consideran también los gastos de equipo, muebles y enseres, equipos de computación y audio, menaje vario, gastos de constitución, los implementos con los que contará y brindará el servicio para dar inicio a la propuesta.

Con un total de \$180.834,00 los cuales es financiado con 70% la CFN y 30% propio. Se agrega los cálculos financieros que se realizaron en las siguientes tablas como el balance inicial, préstamo, depreciaciones, sueldos a los trabajadores, etc.

Tabla 22 : Estado De Situación Financiero Campcoast

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA			
CAMPICOAST			
ENERO DE 2016			
ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVO CORRIENTE		PASIVO CORRIENTE	
	\$ 13.320,00		
CAJA – BANCOS	\$ 10.000,00	DOCUMENTOS POR PAGAR	\$ 126.583,80
		TOTAL PASIVOS	\$ 126.583,80
MENAJES VARIOS	\$ 3.320,00	PATRIMONIO	
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	\$ 166.514,00	CAPITAL PROPIO	\$ 54.250,20
PLANTA Y EQUIPAMIENTO	\$ 70.000,00	TOTAL PATRIMONIO	\$ 54.250,20
TERRENOS	\$ 90.000,00		
MUEBLES Y ENSERES	\$ 4.050,00		
EQUIPOS DE COMPUTACION y AUDIO	\$ 1.470,00		
EQUIPOS Y MAQUINARIAS	\$ 994,00		
OTROS ACTIVOS	\$ 1.000,00		
GASTOS DE CONSTITUCION	\$ 1.000,00		
TOTAL DE ACTIVOS	\$ 180.834,00	TOTAL DE PASIVOS Y PATRIMONIO	\$ 180.834,00

4.9.2 Préstamo

Tabla 23 Préstamo Financiero

Monto del Crédito	\$ 126.583,80	Dólares
Tasa Interés Anual	7,00%	Porcentaje
Tasa de Interés Mensual	0,58%	Porcentaje
Plazo	5	Años
Dividendo (periodos)	60	Meses
Cuota Mensual	\$ 2.506,51	Dólares

Tabla 24 Período De Los Pagos

PERÍODO	PAGO CAPITAL	INTERÉS	CUOTA ANUAL
1	\$ 21.911,40	\$ 8.166,73	\$ 30.078,13
2	\$ 23.495,37	\$ 8.038,92	\$ 30.078,13
3	\$ 25.193,86	\$ 7.910,36	\$ 30.078,13
4	\$ 27.015,12	\$ 7.781,04	\$ 30.078,13
5	\$ 28.968,05	\$ 7.650,98	\$ 30.078,13

4.9.3 Depreciaciones

Tabla 25 Depreciaciones

RUBRO	VIDA UTIL (AÑOS)	VALOR DEL BIEN	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACION MENSUAL	VALOR RESIDUAL
PLANTA Y EQUIPAMIENTO	10	\$ 70.000,00	\$ 6.300,00	\$ 525,00	\$ 7.000,00
MUEBLES Y ENSERES	5	\$ 4.050,00	\$ 729,00	\$ 60,75	\$ 405,00
EQUIPOS DE COMPUTACION	3	\$ 1.470,00	\$ 441,00	\$ 36,75	\$ 147,00
EQUIPOS Y MAQUINARIAS	5	\$ 994,00	\$ 178,92	\$ 14,91	\$ 99,40

RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PLANTA Y EQUIPAMIENTO	\$ 6.300,00	\$ 6.300,00	\$ 6.300,00	\$ 6.300,00	\$ 6.300,00
MUEBLES Y ENSERES	\$ 729,00	\$ 729,00	\$ 729,00	\$ 729,00	\$ 729,00
EQUIPOS DE COMPUTACION	\$ 441,00	\$ 441,00	\$ 441,00	\$ 441,00	\$ 441,00
EQUIPOS DE MAQUINARIAS	\$ 178,92	\$ 178,92	\$ 178,92	\$ 178,92	\$ 178,92
TOTAL DEPRECIACIONES	\$ 7.648,92	\$ 7.648,92	\$ 7.648,92	\$ 7.648,92	\$ 7.648,92
DEPRECIACION ACUMULADA	\$ 7.648,92	\$ 15.297,84	\$ 22.946,76	\$ 30.595,68	\$ 38.244,60

Tabla 26 Amortizaciones

RUBRO	AÑOS DE VIDA ÚTIL	VALOR DEL BIEN	AMORTIZACIÓN ANUAL	AMORTIZACIÓN MENSUAL
GASTOS DE CONSTITUCION	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 83,33

RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
AMORTIZACION	\$ 1.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL DE AMORTIZACION	\$ 1.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
AMORTIZACION ACUMULADA	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00

4.9.4 Ingresos

Se proyecta los ingresos en base a la demanda estacional de niños y adolescentes entre los meses de Enero, Febrero, Marzo y julio agosto septiembre con capacidad del 100% esperado y el precio de 250 por niño incluido los costos por cada servicio a ofrecer, en cambio los adolescentes es una capacidad 40 personas aún valor de 250 por persona los ingresos anuales por el número de acampados que visitaran el lugar y servicios adicionales como ingresos extras en las semana que no tiene alta capacidad de visitantes como excursiones de fines de semana.

TABLA 27 INGRESOS DEL CAMPAMENTO.

Ingreso por Campamento Niños													
Rubros	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	Total
% Ocupación promedio	100%	100%	100%										
Cantidad (personas)*	40	40	40	25	20	40	40	40	40	20			305
Precio Unitario (Consumo pp)		\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00									\$ 250,00
Total	\$ -	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 6.250,00		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 76.250,00
40 niños por 1 semana al mes													
Ingreso por Campamento Jóvenes													
Rubros	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	Total
% Ocupación promedio													
Cantidad (personas)*	40	40	40			40	40	40	30			40	310
Precio Unitario (Consumo pp)						\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00				\$ 250,00
Total	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 7.500,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 77.500,00
40 jóvenes por cada dos semanas al mes es decir sobra una semana que se puede realizar excursion en ese fin de semana abajo													
Ingresos por Campamento de Fin de Semana Y Excursiones Escolares													
Rubros	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	Total
% Ocupación promedio				100%	100%				100%	100%	100%	50%	ocupacion
Cantidad (personas)*	30	30	30	60	60	30	30	30	40	60	80	40	520
Precio Unitario (Consumo pp)	\$ 50,00			\$ 50,00	\$ 50,00				\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00
Total	\$ 1.500,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 3.000,00	\$ 1.500,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 3.000,00	\$ 4.000,00	\$ 2.000,00	\$ 28.000,00
meses que opero los 4 fines de semana y 1 os de 20 solo un fin de semana meses que opera cada fin de semana convenios con instituciones													
Ingreso por Vivieres													
Rubros	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	Total
% Ocupación promedio													
Cantidad (personas)*	110	110	110	60	60	110	110	110	40	60	80	40	1000
Precio Unitario (Consumo pp)	\$ 3,75	\$ 3,75	\$ 3,75	\$ 3,75	\$ 3,75	\$ 3,75	\$ 3,75	\$ 3,75	\$ 3,75	\$ 3,75	\$ 3,75	\$ 3,75	\$ 3,75
Total	\$ 412,50	\$ 412,50	\$ 412,50	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 412,50	\$ 412,50	\$ 412,50	\$ 150,00	\$ 225,00	\$ 300,00	\$ 150,00	\$ 3.750,00
TOTAL	\$ 1.912,50	\$ 10.412,50	\$ 10.412,50	\$ 6.475,00	\$ 3.225,00	\$ 1.912,50	\$ 10.412,50	\$ 10.412,50	\$ 7.650,00	\$ 3.225,00	\$ 4.300,00	\$ 2.150,00	\$ 183.500,00

Tabla 28 Incremento Anual

Incremento anual de Precios	3,86%									
Incremento anual de Ventas	10%									
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Ingreso por Campamento Niños										
Cantidad (personas)*	305	336	369	406	447	491	540	594	654	719
Precio Unitario (Consumo pp)	\$ 250,00	\$ 259,65	\$ 269,67	\$ 280,08	\$ 290,89	\$ 302,12	\$ 313,78	\$ 325,90	\$ 338,47	\$ 351,54
Total	\$ 76.250,00	\$ 87.112,58	\$ 99.522,63	\$ 113.700,63	\$ 129.898,42	\$ 148.403,75	\$ 169.545,34	\$ 193.698,77	\$ 221.293,10	\$ 252.818,52
Ingreso por Campamento Jóvenes										
Cantidad (personas)*	\$ 310,00	341	375	413	454	499	549	604	665	731
Precio Unitario (Consumo pp)	\$ 250,00	\$ 259,65	\$ 269,67	\$ 280,08	\$ 290,89	\$ 302,12	\$ 313,78	\$ 325,90	\$ 338,47	\$ 351,54
Total	\$ 77.500,00	\$ 88.540,65	\$ 101.154,15	\$ 115.564,57	\$ 132.027,90	\$ 150.836,59	\$ 172.324,78	\$ 196.874,16	\$ 224.920,86	\$ 256.963,08
gresos por Campamento de Fin de Semana Y Excursiones Escolares										
Cantidad (personas)*	\$ 520,00	572	629	692	761	837	921	1013	1115	1226
Precio Unitario (Consumo pp)	\$ 50,00	\$ 51,93	\$ 53,93	\$ 56,02	\$ 58,18	\$ 60,42	\$ 62,76	\$ 65,18	\$ 67,69	\$ 70,31
Total	\$ 26.000,00	\$ 29.703,96	\$ 33.935,59	\$ 38.770,05	\$ 44.293,23	\$ 50.603,24	\$ 57.812,18	\$ 66.048,11	\$ 75.457,32	\$ 86.206,97
Ingreso por Viveres										
Cantidad (personas)*	\$ 1.000,00	1100	1210	1331	1464	1611	1772	1949	2144	2358
Precio Unitario (Consumo pp)	\$ 3,75	\$ 3,89	\$ 4,05	\$ 4,20	\$ 4,36	\$ 4,53	\$ 4,71	\$ 4,89	\$ 5,08	\$ 5,27
Total	\$ 3.750,00	\$ 4.284,23	\$ 4.894,56	\$ 5.591,83	\$ 6.388,45	\$ 7.298,54	\$ 8.338,30	\$ 9.526,17	\$ 10.883,27	\$ 12.433,70
TOTAL	\$ 183.500,00	\$ 209.641,41	\$ 239.506,93	\$ 273.627,08	\$ 312.608,00	\$ 357.142,13	\$ 408.020,60	\$ 466.147,21	\$ 532.554,55	\$ 608.422,27

INGRESO MENSUAL AÑO 1												
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
INGRESOS ACTIVIDAD DEL CAMPAMENTO	\$ 1.912,50	\$ 10.412,50	\$ 10.412,50	\$ 6.475,00	\$ 3.225,00	\$ 1.912,50	\$ 10.412,50	\$ 10.412,50	\$ 7.650,00	\$ 3.225,00	\$ 4.300,00	\$ 2.150,00
TOTAL DE INGRESOS	\$ 1.912,50	\$ 10.412,50	\$ 10.412,50	\$ 6.475,00	\$ 3.225,00	\$ 1.912,50	\$ 10.412,50	\$ 10.412,50	\$ 7.650,00	\$ 3.225,00	\$ 4.300,00	\$ 2.150,00
INGRESO ANUAL												
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5							
INGRESOS ACTIVIDAD DEL CAMPAMENTO	\$ 183.500,00	\$ 209.641,41	\$ 239.506,93	\$ 273.627,08	\$ 312.608,00							
TOTAL DE INGRESOS	\$ 183.500,00	\$ 209.641,41	\$ 239.506,93	\$ 273.627,08	\$ 312.608,00							

4.9.5 Sueldos Y Salarios

TABLA 29 Sueldos Y Salarios

	Año 2016	Cant	Sueldo Mensual	Sueldo Anual	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Fondo de Reserva	Aporte Patronal	Costo Total Anual	Costo Total Mensual
G	Gerente General	1	\$ 800,00	\$ 9.600,00	\$ 800,00	\$ 366,00	\$ 400,00		\$ 1.166,40	\$ 12.332,40	\$ 1.027,70
G	repcionista	1	\$ 366,00	\$ 4.392,00	\$ 366,00	\$ 366,00	\$ 183,00		\$ 533,63	\$ 5.840,63	\$ 486,72
G	Paramédico	1	\$ 400,00	\$ 4.800,00	\$ 400,00	\$ 366,00	\$ 200,00		\$ 583,20	\$ 6.349,20	\$ 529,10
G	Guía	2	\$ 400,00	\$ 9.600,00	\$ 800,00	\$ 732,00	\$ 400,00		\$ 1.166,40	\$ 12.698,40	\$ 1.058,20
C.O	Cocinero	1	\$ 380,00	\$ 4.560,00	\$ 380,00	\$ 366,00	\$ 190,00		\$ 554,04	\$ 6.050,04	\$ 504,17
C.O	Guardia de Seguridad	1	\$ 420,00	\$ 5.040,00	\$ 420,00	\$ 366,00	\$ 210,00		\$ 612,36	\$ 6.648,36	\$ 554,03
C.O	Animador turístico	1	\$ 380,00	\$ 4.560,00	\$ 380,00	\$ 366,00	\$ 190,00		\$ 554,04	\$ 6.050,04	\$ 504,17
C.O	Servicio de Mantenimiento	1	\$ 366,00	\$ 4.392,00	\$ 366,00	\$ 366,00	\$ 183,00		\$ 533,63	\$ 5.840,63	\$ 486,72
	Total de empleados	9	\$ 3.512,00	\$ 46.944,00	\$ 3.912,00	\$ 3.294,00	\$ 1.956,00		\$ 5.703,70	\$ 61.809,70	\$ 5.150,81

TABLA 30 sueldos con porcentaje de inflación

		SUELDO BASICO AÑO 1		SUELDO BASICO AÑO 2							
			\$ 366,00	\$ 380,13							
Inflación 2015	3,86%	dic- 31- 2015									
	Año 2017	Cant	Sueldo Mensual	Sueldo Anual	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Fondo de Reserva	Aporte Patronal	Costo Total Anual	Costo Total Mensual
G	Gerente General	1	\$ 830,88	\$ 9.970,56	\$ 830,88	\$ 380,13	\$ 415,44	\$ 830,88	\$ 1.211,42	\$ 13.639,31	\$ 1.136,61
G	repcionista	1	\$ 380,13	\$ 4.561,53	\$ 380,13	\$ 380,13	\$ 190,06	\$ 380,13	\$ 554,23	\$ 6.446,20	\$ 537,18
G	Paramédico	1	\$ 415,44	\$ 4.985,28	\$ 415,44	\$ 380,13	\$ 207,72	\$ 415,44	\$ 605,71	\$ 7.009,72	\$ 584,14
G	Guía	2	\$ 415,44	\$ 9.970,56	\$ 830,88	\$ 760,26	\$ 415,44	\$ 830,88	\$ 1.211,42	\$ 14.019,44	\$ 1.168,29
C.O	Cocinero	1	\$ 394,67	\$ 4.736,02	\$ 394,67	\$ 380,13	\$ 197,33	\$ 394,67	\$ 575,43	\$ 6.678,24	\$ 556,52
C.O	Guardia de Seguridad	1	\$ 436,21	\$ 5.234,54	\$ 436,21	\$ 380,13	\$ 218,11	\$ 436,21	\$ 636,00	\$ 7.341,20	\$ 611,77
C.O	Animador turístico	1	\$ 394,67	\$ 4.736,02	\$ 394,67	\$ 380,13	\$ 197,33	\$ 394,67	\$ 575,43	\$ 6.678,24	\$ 556,52
C.O	Servicio de Mantenimiento	1	\$ 380,13	\$ 4.561,53	\$ 380,13	\$ 380,13	\$ 190,06	\$ 380,13	\$ 554,23	\$ 6.446,20	\$ 537,18
	Total de empleados	9	\$ 3.647,56	\$ 48.756,04	\$ 4.063,00	\$ 3.421,15	\$ 2.031,50	\$ 4.063,00	\$ 5.923,86	\$ 68.258,55	\$ 5.688,21

TABLA 31: Sueldos Anuales

Cargo		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
G	Gerente General	\$ 12.332,40	\$ 13.639,31	\$ 14.165,79	\$ 14.712,59	\$ 15.280,49
G	repcionista	\$ 5.840,63	\$ 6.446,20	\$ 6.695,03	\$ 6.953,46	\$ 7.221,86
G	Paramédico	\$ 6.349,20	\$ 7.009,72	\$ 7.280,29	\$ 7.561,31	\$ 7.853,18
G	Guía	\$ 12.698,40	\$ 14.019,44	\$ 14.560,59	\$ 15.122,63	\$ 15.706,36
C.O	Cocinero	\$ 6.050,04	\$ 6.678,24	\$ 6.936,02	\$ 7.203,75	\$ 7.481,81
C.O	Guardia de Seguridad	\$ 6.648,36	\$ 7.341,20	\$ 7.624,57	\$ 7.918,88	\$ 8.224,55
C.O	Animador turístico	\$ 6.050,04	\$ 6.678,24	\$ 6.936,02	\$ 7.203,75	\$ 7.481,81
C.O	Servicio de Mantenimiento	\$ 5.840,63	\$ 6.446,20	\$ 6.695,03	\$ 6.953,46	\$ 7.221,86
TOTAL POR AÑO		\$ 61.809,70	\$ 68.258,55	\$ 70.893,33	\$ 73.629,82	\$ 76.471,93

4.9.6 Costos Operacionales

Tabla 32 Costos De Operación Anual

RUBRO	MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MANO DE OBRA DIRECTA	\$2.049,09	\$ 24.589,07	\$ 27.143,88	\$ 28.191,64	\$ 29.279,83	\$ 30.410,03
servicios básicos	\$100,00	\$ 1.200,00	\$ 1.246,32	\$ 1.294,43	\$ 1.344,39	\$ 1.396,29
Snacks	\$35,00	\$ 420,00	\$ 436,21	\$ 453,05	\$ 470,54	\$ 488,70
Materiales limpieza mantenim áreas	\$50,00	\$600,00	\$ 623,16	\$ 647,21	\$ 672,20	\$ 698,14
Materiales didácticos de operación		\$169,20	\$ 175,73	\$ 182,51	\$ 189,56	\$ 196,88
Reposición de menajes		\$3.000,00	\$ 3.115,80	\$ 3.236,07	\$ 3.360,98	\$ 3.490,72
Depreciación		\$ 7.648,92	\$ 7.648,92	\$ 7.648,92	\$ 7.648,92	\$ 7.648,92
Total		\$ 37.627,19	\$ 40.390,02	\$ 41.653,83	\$ 42.966,42	\$ 44.329,68

4.9.7 Gastos Generales

Tabla 33 Gastos Generales

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL
Gastos de Administración			\$ 3.271,80	\$ 3.327,80	\$ 3.327,80	\$ 3.327,80	\$ 3.327,80	\$ 3.327,80	\$ 3.327,80	\$ 3.327,80	\$ 3.327,80	\$ 3.327,80	\$ 3.327,80	\$ 3.327,80	\$ 39.877,63
Sueldos personal administrativo	1	\$ 3.101,72	\$ 3.101,72	\$ 3.101,72	\$ 3.101,72	\$ 3.101,72	\$ 3.101,72	\$ 3.101,72	\$ 3.101,72	\$ 3.101,72	\$ 3.101,72	\$ 3.101,72	\$ 3.101,72	\$ 3.101,72	\$ 37.220,63
Servicios Básicos	1	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 600,00
Suministros generales de Oficina	1	\$ 56,00	\$ -	\$ 56,00	\$ 56,00	\$ 56,00	\$ 56,00	\$ 56,00	\$ 56,00	\$ 56,00	\$ 56,00	\$ 56,00	\$ 56,00	\$ 56,00	\$ 616,00
Depreciación Equipos de Computación	1	\$ 36,75	\$ 36,75	\$ 36,75	\$ 36,75	\$ 36,75	\$ 36,75	\$ 36,75	\$ 36,75	\$ 36,75	\$ 36,75	\$ 36,75	\$ 36,75	\$ 36,75	\$ 441,00
Amortización	1	\$ 83,33	\$ 83,33	\$ 83,33	\$ 83,33	\$ 83,33	\$ 83,33	\$ 83,33	\$ 83,33	\$ 83,33	\$ 83,33	\$ 83,33	\$ 83,33	\$ 83,33	\$ 1.000,00
Gastos de Ventas			\$ 116,18	\$ 632,56	\$ 632,56	\$ 393,36	\$ 195,92	\$ 116,18	\$ 1.092,56	\$ 1.092,56	\$ 924,74	\$ 655,92	\$ 721,23	\$ 590,61	\$ 7.164,38
Publicidad	1		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 460,00	\$ 460,00	\$ 460,00	\$ 460,00	\$ 460,00	\$ 460,00	\$ 2.760,00
Comisiones Tarjetas 2,15%			\$ 20,56	\$ 111,93	\$ 111,93	\$ 69,61	\$ 34,67	\$ 20,56	\$ 111,93	\$ 111,93	\$ 82,24	\$ 34,67	\$ 46,23	\$ 23,11	\$ 779,38
Comisiones agencias de viaje 10%			\$ 95,63	\$ 520,63	\$ 520,63	\$ 323,75	\$ 161,25	\$ 95,63	\$ 520,63	\$ 520,63	\$ 382,50	\$ 161,25	\$ 215,00	\$ 107,50	\$ 3.625,00
Gastos Financieros			\$ 738,41	\$ 728,09	\$ 717,72	\$ 707,28	\$ 696,79	\$ 686,23	\$ 675,61	\$ 664,93	\$ 654,19	\$ 643,38	\$ 632,52	\$ 621,58	\$ 8.166,73
Intereses			\$ 738,41	\$ 728,09	\$ 717,72	\$ 707,28	\$ 696,79	\$ 686,23	\$ 675,61	\$ 664,93	\$ 654,19	\$ 643,38	\$ 632,52	\$ 621,58	\$ 8.166,73
TOTAL			\$ 4.126,39	\$ 4.688,45	\$ 4.678,08	\$ 4.428,44	\$ 4.220,51	\$ 4.130,22	\$ 5.095,97	\$ 5.085,29	\$ 4.906,73	\$ 4.627,11	\$ 4.681,54	\$ 4.540,00	\$ 55.208,74

Tabla 34 Gastos Generales Anuales

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gastos de Administración	\$ 47.086	\$ 50.027	\$ 51.662	\$ 53.361	\$ 55.126
Sueldos personal administrativo	\$ 37.221	\$ 41.115	\$ 42.702	\$ 44.350	\$ 46.062
Servicios Básicos	\$ 600	\$ 623	\$ 647	\$ 672	\$ 698
Suministros generales de Oficina	\$ 616	\$ 640	\$ 664	\$ 690	\$ 717
Depreciación Planta y equipamiento	\$ 6.300,00	\$ 6.300,00	\$ 6.300,00	\$ 6.300,00	\$ 6.300,00
Depreciación Muebles y Enseres	\$ 729	\$ 729	\$ 729	\$ 729	\$ 729
Depreciación Equipos de Computación	\$ 441	\$ 441	\$ 441	\$ 441	\$ 441
Depreciación equipos y maquinarias	\$ 179	\$ 179	\$ 179	\$ 179	\$ 179
Amortización	\$ 1.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos de Ventas	\$ 7.164	\$ 31.205	\$ 35.054	\$ 39.430	\$ 44.405
Publicidad	\$ 2.760	\$ 5.733	\$ 5.954	\$ 6.184	\$ 6.423
Comisiones Tarjetas 2,15%	\$ 779	\$ 4.507	\$ 5.149	\$ 5.883	\$ 6.721
Comisiones agencias de viaje 10%	\$ 3.625	\$ 20.964	\$ 23.951	\$ 27.363	\$ 31.261
Gastos Financieros	\$ 8.167	\$ 6.583	\$ 4.884	\$ 3.063	\$ 1.110
Intereses	\$ 8.167	\$ 6.583	\$ 4.884	\$ 3.063	\$ 1.110
TOTAL	\$ 55.209	\$ 87.814	\$ 91.601	\$ 95.854	\$ 100.641

4.9.8 Estado De Pérdidas Y Ganancias

Tabla 35 Estado De Perdidas Y Ganancias Anuales

RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos por Ventas Totales	\$183.500,00	\$209.641,41	\$239.506,93	\$273.627,08	\$312.608,00
(-) Costos de Operación	\$37.186,19	\$40.390,02	\$41.653,83	\$42.966,42	\$44.329,68
(=) Utilidad Bruta en Ventas	\$146.313,81	\$169.251,39	\$197.853,09	\$230.660,66	\$268.278,32
(-) Gastos de Administración	\$47.085,55	\$50.026,53	\$51.662,31	\$53.361,22	\$55.125,72
(-) Gastos de Ventas	\$7.164,38	\$31.204,50	\$35.054,46	\$39.429,90	\$44.404,79
(=) Utilidad antes de impuestos	\$92.063,89	\$88.020,35	\$111.136,33	\$137.869,54	\$168.747,81
(-) Gastos Financieros	\$8.166,73	\$6.582,76	\$4.884,27	\$3.063,01	\$1.110,08
(=) Utilidad antes de participación a trabajadores	\$83.897,16	\$81.437,60	\$106.252,05	\$134.806,53	\$167.637,73
(-) 15% Participación a trabajadores	\$12.584,57	\$12.215,64	\$15.937,81	\$20.220,98	\$25.145,66
(=) Utilidad antes de impuesto a la renta	\$71.312,58	\$69.221,96	\$90.314,25	\$114.585,55	\$142.492,07
(-) 22% Impuesto a la renta	\$15.688,77	\$15.228,83	\$19.869,13	\$25.208,82	\$31.348,26
(=) UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	\$55.623,81	\$53.993,13	\$70.445,11	\$89.376,73	\$111.143,82

4.9.9 Flujo De Caja

Tabla 36 : Flujo De Caja

RUBROS	AÑO 0 (INVERSION INICIAL)	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO OPERACIONAL						
Ingresos por ventas		\$ 183.500,00	\$ 209.641,41	\$ 239.506,93	\$ 273.627,08	\$ 312.608,00
(-) Egresos de efectivo		\$ 82.787,19	\$ 142.245,48	\$ 148.166,15	\$ 163.915,56	\$ 181.641,06
Gastos de operación		\$ 29.978,27	\$ 32.741,10	\$ 34.004,91	\$ 35.317,50	\$ 44.329,68
Gastos de administración		\$ 45.644,55	\$ 50.026,53	\$ 51.662,31	\$ 53.361,22	\$ 47.476,80
Gastos de ventas		\$ 7.164,38	\$ 31.204,50	\$ 35.054,46	\$ 39.429,90	\$ 44.404,79
Impuesto a la renta		0	\$ 15.688,77	\$ 15.228,83	\$ 19.869,13	\$ 25.208,82
Participación de trabajadores		0	\$ 12.584,57	\$ 12.215,64	\$ 15.937,81	\$ 20.220,98
(=) FLUJO NETO OPERACIONAL		\$ 100.712,81	\$ 67.395,93	\$ 91.340,78	\$ 109.711,52	\$ 130.966,93
FLUJO DE INVERSIÓN						
Ingresos de efectivo						
Ventas de activos fijos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Egresos de efectivo		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Compras de activos fijos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=) FLUJO NETO DE INVERSIÓN		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
FLUJO DE FINANCIAMIENTO						
Ingresos de efectivo		\$ -				
PRESTAMOS RECIBIDOS		\$ -				
(-) Egresos de efectivo		\$ -				
Pagos de préstamos o principal		\$ 21.911,40	\$ 23.495,37	\$ 25.193,86	\$ 27.015,12	\$ 28.968,05
Pago de intereses		\$ 8.166,73	\$ 6.582,76	\$ 4.884,27	\$ 3.063,01	\$ 1.110,08
(=) FLUJO NETO DE FINANCIAMIENTO	\$ (180.834,00)	\$ (30.078,13)	\$ (30.078,13)	\$ (30.078,13)	\$ (30.078,13)	\$ (30.078,13)
FLUJO NETO DE CAJA	\$ (180.834,00)	\$ 70.634,68	\$ 37.317,80	\$ 61.262,65	\$ 79.633,39	\$ 100.888,80

Tabla 37 Evaluación Financiera

EVALUACIÓN

INVERSION INICIAL	\$ 180.834,00
TASA DE DESCUENTO	12%
VAN	\$ 63.443,21
TIR	24%
B/C	\$ 1,12
PERÍODO DE RECUPERACIÓN DESCONTADO	4años

4.9.9 Balance General

Tabla 38 Balance General

ACTIVOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activos Corrientes					
CAJA - BANCOS	\$ 80.634,68	\$ 117.952,48	\$ 179.215,12	\$ 258.848,51	\$ 359.737,31
MENAJES VARIOS	\$ 3.320,00	\$ 3.320,00	\$ 3.320,00	\$ 3.320,00	\$ 3.320,00
Total Activos Corrientes	\$ 83.954,68	\$ 121.272,48	\$ 182.535,12	\$ 262.168,51	\$ 363.057,31
Propiedad Planta y equipo					
PLANTA Y EQUIPAMIENTO	\$ 70.000,00	\$ 70.000,00	\$ 70.000,00	\$ 70.000,00	\$ 70.000,00
TERRENOS	\$ 90.000,00	\$ 90.000,00	\$ 90.000,00	\$ 90.000,00	\$ 90.000,00
MUEBLES Y ENSERES	\$ 4.050,00	\$ 4.050,00	\$ 4.050,00	\$ 4.050,00	\$ 4.050,00
EQUIPOS DE COMPUTACION y AUDIO	\$ 1.470,00	\$ 1.470,00	\$ 1.470,00	\$ 1.470,00	\$ 1.470,00
EQUIPOS Y MAQUINARIAS	\$ 994,00	\$ 994,00	\$ 994,00	\$ 994,00	\$ 994,00
(-) Depreciación Acumulada	(\$ 7.648,92)	(\$ 15.297,84)	(\$ 22.946,76)	(\$ 30.595,68)	(\$ 38.244,60)
Total PPE	\$ 158.865,08	\$ 151.216,16	\$ 143.567,24	\$ 135.918,32	\$ 128.269,40
TOTAL DE ACTIVOS	\$ 242.819,76	\$ 272.488,64	\$ 326.102,36	\$ 398.086,83	\$ 491.326,71

PASIVOS					
Pasivos Corrientes					
Participación a Trabajadores por P.	\$ 12.584,57	\$ 12.215,64	\$ 15.937,81	\$ 20.220,98	\$ 25.145,66
Impuesto a la Renta por Pagar	\$ 15.688,77	\$ 15.228,83	\$ 19.869,13	\$ 25.208,82	\$ 31.348,26
Total Pasivos Corrientes	\$ 28.273,34	\$ 27.444,47	\$ 35.806,94	\$ 45.429,80	\$ 56.493,92
Pasivo de Largo Plazo					
Préstamo Bancario	\$ 104.672,40	\$ 81.177,03	\$ 55.983,17	\$ 28.968,05	\$ 0,00
Total Pasivos de Largo Plazo	\$ 104.672,40	\$ 81.177,03	\$ 55.983,17	\$ 28.968,05	\$ 0,00
TOTAL PASIVOS	\$ 132.945,74	\$ 108.621,50	\$ 91.790,11	\$ 74.397,85	\$ 56.493,92

PATRIMONIO					
Capital Social	\$ 54.250,20	\$ 54.250,20	\$ 54.250,20	\$ 54.250,20	\$ 54.250,20
Utilidad del Ejercicio	\$ 55.623,81	\$ 53.993,13	\$ 70.445,11	\$ 89.376,73	\$ 111.143,82
Utilidades Retenidas (utilidades acumuladas)	\$ 0	\$ 55.623,81	\$ 109.616,94	\$ 180.062,05	\$ 269.438,78
TOTAL PATRIMONIO	\$ 109.874,01	\$ 163.867,14	\$ 234.312,25	\$ 323.688,98	\$ 434.832,80

TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 242.819,76	\$ 272.488,64	\$ 326.102,36	\$ 398.086,83	\$ 491.326,71
----------------------------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------

\$	\$	\$	\$	\$
-	-	-	-	-

4.10 Flujo De Caja Pesimista

Tabla 39 Flujo De Caja Pesimista

RUBROS	AÑO 0 (INVERSION INICIAL)	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO OPERACIONAL						
Ingresos por ventas		\$ 155.975,00	\$ 178.195,20	\$ 203.580,89	\$ 232.583,02	\$ 265.716,80
(-) Egresos de efectivo		\$ 83.228,19	\$ 142.245,48	\$ 148.166,15	\$ 163.915,56	\$ 181.641,06
Gastos de operación		\$ 37.627,19	\$ 40.390,02	\$ 41.653,83	\$ 42.966,42	\$ 44.329,68
Gastos de administración		\$ 38.436,63	\$ 42.377,61	\$ 44.013,39	\$ 45.712,30	\$ 47.476,80
Gastos de ventas		\$ 7.164,38	\$ 31.204,50	\$ 35.054,46	\$ 39.429,90	\$ 44.404,79
Impuesto a la renta		0	\$ 15.688,77	\$ 15.228,83	\$ 19.869,13	\$ 25.208,82
Participación de trabajadores		0	\$ 12.584,57	\$ 12.215,64	\$ 15.937,81	\$ 20.220,98
(=) FLUJO NETO OPERACIONAL		\$ 72.746,81	\$ 35.949,72	\$ 55.414,74	\$ 68.667,46	\$ 84.075,73
FLUJO DE INVERSIÓN						
Ingresos de efectivo						
Ventas de activos fijos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Egresos de efectivo		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Compras de activos fijos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=) FLUJO NETO DE INVERSIÓN		\$ -				
FLUJO DE FINANCIAMIENTO						
Ingresos de efectivo		\$ -				
PRESTAMOS RECIBIDOS		\$ -				
(-) Egresos de efectivo		\$ -				
Pagos de préstamos o principal		\$ 21.911,40	\$ 23.495,37	\$ 25.193,86	\$ 27.015,12	\$ 28.968,05
Pago de intereses		\$ 8.166,73	\$ 6.582,76	\$ 4.884,27	\$ 3.063,01	\$ 1.110,08
(=) FLUJO NETO DE FINANCIAMIENTO	\$ (180.834,00)	\$ (30.078,13)				
FLUJO NETO DE CAJA	\$ (180.834,00)	\$ 42.668,68	\$ 5.871,59	\$ 25.336,61	\$ 38.589,33	\$ 53.997,60

INVERSION INICIAL	\$ 180.834,00
TASA DE DESCUENTO	12%
VAN	(\$ 64.858,17)
TIR	-2%
B/C (beneficio /costo)	\$ 0,96
PERÍODO DE RECUPERACIÓN DESCONTADO	mas de 7 años

5.2 Flujo De Caja Optimista

RUBROS	AÑO 0 (INVERSION INICIAL)	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO OPERACIONAL						
Ingresos por ventas		\$ 229.375,00	\$ 262.051,76	\$ 299.383,66	\$ 342.033,85	\$ 390.759,99
(-) Egresos de efectivo		\$ 83.228,19	\$ 142.245,48	\$ 148.166,15	\$ 163.915,56	\$ 181.641,06
Gastos de operación		\$ 37.627,19	\$ 40.390,02	\$ 41.653,83	\$ 42.966,42	\$ 44.329,68
Gastos de administración		\$ 38.436,63	\$ 42.377,61	\$ 44.013,39	\$ 45.712,30	\$ 47.476,80
Gastos de ventas		\$ 7.164,38	\$ 31.204,50	\$ 35.054,46	\$ 39.429,90	\$ 44.404,79
Impuesto a la renta		0	\$ 15.688,77	\$ 15.228,83	\$ 19.869,13	\$ 25.208,82
Participación de trabajadores		0	\$ 12.584,57	\$ 12.215,64	\$ 15.937,81	\$ 20.220,98
(=) FLUJO NETO OPERACIONAL		\$ 146.146,81	\$ 119.806,28	\$ 151.217,51	\$ 178.118,29	\$ 209.118,93
FLUJO DE INVERSIÓN						
Ingresos de efectivo						
Ventas de activos fijos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Egresos de efectivo		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Compras de activos fijos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=) FLUJO NETO DE INVERSIÓN		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
FLUJO DE FINANCIAMIENTO						
Ingresos de efectivo		\$ -				
PRESTAMOS RECIBIDOS		\$ -				
(-) Egresos de efectivo		\$ -				
Pagos de préstamos o principal		\$ 21.911,40	\$ 23.495,37	\$ 25.193,86	\$ 27.015,12	\$ 28.968,05
Pago de intereses		\$ 8.166,73	\$ 6.582,76	\$ 4.884,27	\$ 3.063,01	\$ 1.110,08
(=) FLUJO NETO DE FINANCIAMIENTO	\$ (180.834,00)	\$ (30.078,13)	\$ (30.078,13)	\$ (30.078,13)	\$ (30.078,13)	\$ (30.078,13)
FLUJO NETO DE CAJA	\$ (180.834,00)	\$ 116.068,68	\$ 89.728,15	\$ 121.139,38	\$ 148.040,16	\$ 179.040,80

EVALUACIÓN FINANCIERA

INVERSION INICIAL	\$ 180.834,00
TASA DE DESCUENTO	12%
VAN	\$ 276.228,85
TIR	58%
B/C (beneficio /costo)	\$ 1,40
PERÍODO DE RECUPERACIÓN DESCONTADO	2 años 2 meses

4.11 Punto De Equilibrio.

Tabla 40 Punto De Equilibrio

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS FIJOS TOTALES: Gastos Generales	\$ 55.208,74	\$ 87.813,79	\$ 91.601,04	\$ 95.854,13	\$ 100.640,59
COSTOS VARIABLES: Costos de Ventas	\$ 37.627,19	\$ 40.390,02	\$ 41.653,83	\$ 42.966,42	\$ 44.329,68
INGRESOS TOTALES	\$ 183.500,00	\$ 209.641,41	\$ 239.506,93	\$ 273.627,08	\$ 312.608,00
% COSTOS VARIABLES: Costo de Ventas / Ingresos Totales	21%	19%	17%	16%	14%
Punto de Equilibrio	\$ 69.449,56	\$ 108.769,61	\$ 110.885,72	\$ 113.709,40	\$ 117.270,20

INDICADOR		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MARGEN BRUTO	Utilidad Bruta/ Ventas = %	80%	81%	83%	84%	86%
MARGEN NETO	Utilidad Neta / Ventas = %	30%	26%	29%	33%	36%
RETORNO SOBRE ACTIVOS	Utilidad Neta / Activo Total = %	23%	20%	22%	22%	23%
RETORNO SOBRE CAPITAL	Utilidad Neta / Patrimonio = %	51%	33%	30%	28%	26%

4.12 Escenarios

	Pesimista	General	Optimista
Tasa de Descuento	12%	12%	12%
Capacidad Instalada	15%	35%	60%
Inversión inicial	(180.834)	(180.834)	(180.834)
Flujo 1	42.669	70.635	116.069
Flujo 2	5.872	37.318	89.728
Flujo 3	25.337	61.263	121.139
Flujo 4	38.589	79.633	148.040
Flujo 5	53.998	100.889	179.041
VAN	(64.858)	63.443	276.229
TIR	-2%	24%	58%
B/C beneficio/costo	\$ 0,96	\$ 1,12	\$ 1,40
PRI	más de 7 años	4años	2 años 2 meses

La propuesta rentable financiada con la CFN y la tasa de descuento de retorno es del 12% con una TIR del 24%. Para el inicio de campcoast

Conclusiones

El análisis de facilidades turísticas de niños y adolescentes para turismo aventura se genera por diversas problemáticas que actualmente existen dentro de la ciudad de Guayaquil que como centro turístico se dispone en ofrecer atractivos que la rodean poco potenciados como atractivos por los turistas por su desconocimiento, además se prevé las problemáticas actuales como las drogas en los menores, la tecnología, con el único fin de proponer una actividad de aventura.

Asimismo se analiza las respectivas teorías sobre la sobreprotección de los niños, las teorías de niños, adolescentes, sobre lo que hay en su entorno y lo que necesitan para cumplir con el Plan de Buen Vivir expresado en el marco legal donde el menor tiene derecho a un buen vivir es decir, a vivir bien, por ello se realizó un estudio en el entorno sobre actividades de aventura llegando a la propuesta.

De los campamentos turísticos se conoce la reseña histórica desde sus inicios hasta la actualidad, con el censo del INEC (2010) se está al tanto de la población económicamente activa en la provincia del Guayas, como el mercado objetivo. Por eso se realizó las encuestas a los padres que estarían dispuestos a enviar a sus hijos a un campamento con resultados positivos y entrevistas a la Directora de educación que igualmente estuvo de acuerdo con las preguntas realizadas, se constata que existe mercado para la propuesta de un campamento turístico en las afueras de Guayaquil donde puedan pernoctar los niños y adolescentes llevándose experiencias únicas con el medio ambiente, contacto con la naturaleza enfocada a impulsar lo turístico y cultural presentando atractivos. Creación de itinerarios que sirven de base para la educación no formal para el aprendizaje de una nueva aventura concluyendo con el diseño del campamento.

El estudio de mercado donde existe competencia no directa, el estudio de la matriz de los impactos positivos de los atractivos turísticos y donde se desarrollará turismo aventura seguido del financiamiento de la propuesta siendo esta rentable, recuperando la inversión en cinco años

con la debida inversión costo e ingresos, con VAN y TIR positivo observado en la investigación en la que se cuenta con apoyo de Ministerio de turismo y programas con dirección a la educación.

RECOMENDACIONES

- Para la creación de la propuesta se recomienda tener convenios con los entes que tienen a cargo los atractivos naturales mencionados, considerando el número de personas que se lleva hacia el lugar a visitar.
- Mantener difusión de los itinerarios por medio de la publicidad en la web
- Crear programas de excursiones para adultos con convenios con las instituciones donde laboran los adultos, con esto se logra un ingreso adicional.
- Crear por medio de campamento conciencia turística
- Convenios con colegios y escuelas para creación de campamentos turísticos de integración.
- Convenios con el Ministerio de turismo para que impulse intercambios con otros campamentos a nivel nacional y también internacional.

REFERENCIAS

- Adrián, J., & Rangel, E. (2003). La Transición Adolescente y la Educación. Disponible: [www3. uji. es/.../Apuntes% 20Tema, 201](http://www3.uji.es/.../Apuntes%20Tema,201).
- Agencia de las Naciones Unidas. (2014). Datos demográficos. Disponible en: http://www.unicef.org/ecuador/children_28772.htm
- Agencia de las Naciones Unidas. (2014). Niñez y adolescencia. Disponible en: <http://www.unicef.org/ecuador/children.html>
- Análisis integral del turismo. Glosario: secretaria de turismo, 2015. México recuperado de:
<http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Inicio.aspx>
- Arellano , J. (2013). Propuesta Para Un Campamento Turístico En La Comuna 23 De Noviembre En El Cantón Naranjal, Provincia Del Guayas.
- Baquerizo, M. (2012). *Diseño de un plan de promoción turística de la Comuna Barcelona, Parroquia Manglaralto en la provincia de Santa Elena con enfoque a la producción y tratamiento de la Paja Toquilla* (Doctoral dissertation).
- Bernal, C. (2006). *Metodología de la investigación: para administración, economía, humanidades, y ciencias sociales*. México: Pearson educación.
- Cabrera Sandoval, I. (2014). *Implementación de un programa de turismo escolar para los estudiantes de educación básica como propuesta de*

fomento turístico de los atractivos de la ciudad de Guayaquil (Doctoral dissertation).

Groebel, J. (1999). La violencia en los medios: estudio global de la UNESCO. *Proyecto principal de educación*.

<http://www.turismo.gob.ec/>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010). Censo de población y vivienda. Disponible en:

<http://redatam.inec.gob.ec/cgi-bin/RpWebEngine.exe/PortalAction?&MODE=MAIN&BASE=CPV2010&MAIN=WebServerMain.inl>

Meece, J. L. (2000). Desarrollo del niño y del adolescente: para educadores. McGraw-Hill.

Ministerio de Inclusión Económica y Social. (2013) *Agenda para la igualdad de niños y adolescentes*. Disponible en:

<http://www.inclusion.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2012/09/master-agenda-ni%C3%B1ez-2da-edicion.pdf>.

Ministerio de turismo. (2015) turismo en cifras. Disponible en:

Miñambres Redondo, M., Ruiz Porras, D., Fernández Ocaña, L., Zomeño Picazo, T., Valero Moya, L., & Bermúdez García, P. (2012). Sobreprotección infantil y salud mental.

Mosquera, J. (2013). *Programa de prevención primaria del consumo de drogas en niños y adolescentes de 12 a 15 años del colegio ITE enfocado en entrenamiento de habilidades sociales y la creación de grupos*. (Psicólogo clínico, Universidad de Guayaquil) Recuperado de:

<http://docplayer.es/7812549-Universidad-de-guayaquil-facultad-de-ciencias-psicologicas-titulo.html>

Municipalidad de Guayaquil.(2014). Geografía de Guayaquil. Disponible en:

<http://www.guayaquil.gob.ec/guayaquil/la-ciudad/geografia>

Pagano, D. (2012). Las tecnologías de la felicidad privada: Una problemática tan vieja como la modernidad. Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos, (42), 157-168

Pérez, G. (2004) .*Modelos de investigación cualitativa en educación social y animación sociocultural*. Aplicaciones prácticas. Madrid: Narcea,s.a.

Reglamento de actividades turísticas (2011) Decreto ejecutivo

3400.Recuperado de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/REGLAMENTO-GENERAL-DE-ACTIVIDADES-TUR%C3%8DSTICAS.pdf>

Riofrío , R, Castanheira , L. Consumo de drogas en los jóvenes de la ciudad de Guayaquil, Ecuador Revista Latino-Americana de Enfermería [en línea] 2010, 18 (Junio-Sin mes): [Fecha de consulta: 9 de diciembre de 2015] Disponible

en:<<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=281421939016>> ISSN [0104-1169](http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=281421939016)

Troya,R.Sectores Productivos:Turismo sostenible.Ecociencia.Quito.2000

ANEXO

Anexo 1 : Ficha técnica de Bosque Protector Cerro de Hayas

FICHA 3

CARACTERIZACIÓN DE ATRACTIVOS Y RECURSOS TURÍSTICOS

Utilice una de estas fichas por cada uno de los atractivos o recursos turísticos que identifique en la comunidad. Toda la información que se recaba a través de esta ficha tiene que ver con el atractivo o recurso³ turístico específicamente.

1. DATOS GENERALES

1.1 Nombre del recurso o atractivo

Bosque Protector Cerro de Hayas

1.2 Ubicación del atractivo

Parroquia de Nanajal

1.3 El atractivo se encuentra:

1. DENTRO DE LA COMUNIDAD (EN EL ÁREA URBANA)
2. FUERA DE LA COMUNIDAD (EN LOS ALREDEDORES)

1.4 La comunidad más cercana al atractivo es Nanajal.

1.5 El atractivo dista de la comunidad más cercana a 4 Km.

2. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO

2.1 Natural

1. PLAYA DE RÍO/LAGUNA
2. PLAYA DE MAR
3. RÍO/LAGUNA SIN PLAYA
4. MAR SIN PLAYA
5. ISLA/ISLOTE

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

7. BAHÍA
8. CAÍDA DE AGUA
9. AGUAS TERMALES
10. BOSQUE
11. OBSERVACIÓN DE FLORA O FAUNA

<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>

³ Como "recurso o atractivo potencial" se entiende a todos los recursos naturales y culturales que reúnen las condiciones estéticas para ser considerados como tales, pero que no cuentan con la planta y/o infraestructura adecuada para ser utilizados turísticamente.

6. ESTERO 12. OTRO

2.2 Cultural

- | | |
|--|--|
| 1. MUSEO <input type="checkbox"/> | 7. ARTESANÍA <input type="checkbox"/> |
| 2. ARQUITECTURA TRADICIONAL <input type="checkbox"/> | 8. ARTES (ESPECIFIQUE) <input type="checkbox"/> |
| 3. LUGAR HISTÓRICO <input checked="" type="checkbox"/> | 9. COMIDA Y/O BEBIDA TÍPICA <input type="checkbox"/> |
| 4. RUINA/SITIO ARQUEOLÓGICO <input type="checkbox"/> | 10. GRUPO ÉTNICO <input type="checkbox"/> |
| 5. MANIFESTACIÓN RELIGIOSA <input type="checkbox"/> | 11. ACONTECIMIENTO PROGRAMADO <input type="checkbox"/> |
| 6. FERIA Y/O MERCADO <input type="checkbox"/> | 12. OTRO <input type="checkbox"/> |

2.3 El atractivo o recurso puede disfrutarse durante:

1. TODO EL AÑO
2. POR TEMPORADAS (ESPECIFIQUE)
3. EVENTO PROGRAMADO (ESPECIFIQUE FECHA)

2.4 Horarios de atención / horas de disfrute del recurso

8:00 a 17:00 Lunes a domingo

2.5 El atractivo o recurso tiene algún uso por parte de la comunidad local

1. SI
2. NO

¿CUÁL? Turístico

3. DEMANDA REAL DEL ATRACTIVO

3.1. El atractivo tiene una demanda aproximada de (puede hacer un cálculo por observación directa o puede preguntar a informantes clave).

30 VISITANTES DE LUNES A VIERNES
40 VISITANTES LOS DÍAS SÁBADO
30 VISITANTES LOS DÍAS DOMINGO
40 VISITANTES LOS DÍAS FERIADOS

Fuente de información: Seño de Hayas

3.2. Frecuencia de demanda que posee el atractivo (Marcar con una x)

1. PERMANENTE (TODO EL AÑO)
2. ESTACIONAL (SÓLO POR TEMPORADAS)
3. ESPORÁDICA (DE VEZ EN CUANDO)
4. INEXISTENTE
5. OTRA

Fuente de información: Seño de Hayas - Comunidad

3.3. Tipo de demanda que posee el atractivo (Marcar con una x)

- 1. INTERNACIONAL
- 2. NACIONAL
- 3. REGIONAL
- 4. LOCAL

<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

4. SITUACIÓN ACTUAL DEL RECURSO O ATRACTIVO

4.1 El recurso o atractivo se encuentra actualmente

- 1. CONSERVADO
- 2. DETERIORADO CON POSIBILIDAD DE RECUPERACIÓN
- 3. DETERIORADO SIN POSIBILIDAD DE RECUPERACIÓN

<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

4.2 El atractivo está a cargo de Ricardo Roberto y el número de teléfono o dirección de contacto es _____

4.3 Tenencia de la tierra donde se asienta el recurso o atractivo

- 1. PRIVADA
- 2. PÚBLICA
- 3. COMUNAL
- 4. OTRA _____

<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

4.4 Se han realizado gestiones para su conservación o restauración

- 1. SÍ
- 2. NO

<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>

¿Cuáles?

Debemos trabajar en fortalecer los
Promoción y Mantenimiento del Lugar

4.5 Existen restricciones, regulaciones, políticas para el uso del atractivo

- 1. SÍ

CUALES _____

2. No

4.6 El atractivo tiene impactos ocasionados por el turismo u otras actividades productivas QUE PUEDAN AFECTAR SU CALIDAD ESTÉTICA (puede contestar esta pregunta por observación directa o a través de informantes clave)

	POSITIVOS	NEGATIVOS
IMPACTOS SOCIALES		
	POSITIVOS	NEGATIVOS
IMPACTOS AMBIENTALES		

5. TRANSPORTE Y ACCESIBILIDAD

5.1. Las vías de acceso que conducen al atractivo específicamente, son accesibles durante:

1. TODO EL AÑO
2. POR TEMPORADAS, LOS MESES DE: _____

5.2. Principales vías de acceso al atractivo:

- | | | | |
|---------------------------|-------------------------------------|----------------|--------------------------|
| 1. PAVIMENTADA/ ASFALTADA | <input checked="" type="checkbox"/> | 6. FLUVIAL | <input type="checkbox"/> |
| 2. ADOQUINADA | <input type="checkbox"/> | 7. MARÍTIMA | <input type="checkbox"/> |
| 3. EMPEDRADA | <input type="checkbox"/> | 8. AÉREA | <input type="checkbox"/> |
| 4. LASTRADA | <input type="checkbox"/> | 9. SENDERO | <input type="checkbox"/> |
| 5. DE TIERRA (CARROSABLE) | <input checked="" type="checkbox"/> | 10. OTRO _____ | <input type="checkbox"/> |

- 3. BARES
- 4. SERVICIO DE GUIANZA LOCAL
- 5. OTRO _____
- 6. NINGUNO

X

6.3. Actividades recreativas que se pueden realizar en el recurso o atractivo. Señale todas las actividades recreativas que se realizan actualmente con un asterisco (*), y las que usted recomienda que podrían realizarse con un visto (✓). Recuerde que cuenta con espacios en blanco para las actividades que no se hayan incluido en el formulario.

1. NATACIÓN	<input checked="" type="checkbox"/>	12. COMPRAS	<input type="checkbox"/>
2. PESCA DEPORTIVA	<input type="checkbox"/>	13. GASTRONOMÍA	<input type="checkbox"/>
3. CAZA	<input type="checkbox"/>	14. CONOCIMIENTO ANTROPOLÓGICO	<input type="checkbox"/>
4. DEPORTES DE CANCHA	<input type="checkbox"/>	15. EVENTOS PROGRAMADOS	<input type="checkbox"/>
5. DEPORTES DE AVENTURA/RIESGO	<input checked="" type="checkbox"/>	16. CAMPING	<input checked="" type="checkbox"/>
6. COMPETENCIAS DEPORTIVAS	<input type="checkbox"/>	17. PICNIC	<input checked="" type="checkbox"/>
7. CAMINATAS	<input checked="" type="checkbox"/>	18. CICLISMO/ BICICLETA DE MONTAÑA	<input type="checkbox"/>
8. PASEOS EN BOTE/LANCHA	<input type="checkbox"/>	19. PARAPENTE	<input type="checkbox"/>
9. PASEOS A CABALLO/MULA	<input type="checkbox"/>	20. BUCEO / SNORKEL	<input type="checkbox"/>
10. VISITAS GUIADAS	<input type="checkbox"/>	21. _____	<input type="checkbox"/>
11. OBSERVACIÓN DE FLORA Y/O FAUNA	<input checked="" type="checkbox"/>	22. _____	<input type="checkbox"/>

Comentarios: debería existir conchas.

6.4. Instalaciones con que cuenta actualmente el atractivo para la realización de actividades recreativas y turísticas (indique cuántas unidades existen de cada instalación).

1. PISCINA	<input type="checkbox"/>	6. PUENTES	<input type="checkbox"/>
2. VESTIDORES	<input type="checkbox"/>	7. CIRCUITOS DE SENDEROS	<input checked="" type="checkbox"/>
3. CANCHAS DEPORTIVAS	<input type="checkbox"/>	8. REFUGIO	<input type="checkbox"/>
4. MUELLE	<input type="checkbox"/>	9. PASARELAS	<input type="checkbox"/>
5. MIRADOR	<input checked="" type="checkbox"/>	10. OTRO _____	<input type="checkbox"/>

Comentarios con respecto a la calidad de las instalaciones existentes:

No existe guianza solo deportes de aventura.

6.5. En caso de que el atractivo no cuente con instalaciones, marque con una (x) qué instalaciones cree usted que el atractivo necesita para la realización de actividades recreativas y turísticas.

1. PISCINA	<input checked="" type="checkbox"/>	6. PUENTES	<input type="checkbox"/>
2. VESTIDORES	<input checked="" type="checkbox"/>	7. CIRCUITOS DE SENDEROS	<input checked="" type="checkbox"/>
3. CANCHAS DEPORTIVAS	<input checked="" type="checkbox"/>	8. REFUGIO	<input checked="" type="checkbox"/>

4. MUELLE
5. MIRADOR

9. PASARELAS
10. OTRO _____

X

7. CALIDAD INTRINSECA DEL RECURSO O ATRACTIVO

En este espacio, haga sus comentarios sobre las características intrínsecas del recurso o atractivo, para lo cual puede utilizar la clasificación de atractivos y la metodología del MINTUR 2004. Otros factores a describir son si se considera que el atractivo es relevante, si con acondicionamiento podría ser desarrollado turísticamente, si podría atraer demanda local, regional, nacional o internacional, si la calidad estética del atractivo es óptima, cómo debería manejarse el atractivo, la comunidad quiere que el atractivo se use para turismo o para otras actividades productivas, etc.

Existe demanda local para información sobre las visitas al lugar la mayoría de habitantes son los que regularmente acuden al caso es una zona de Bosque Protector por el Ministerio de Agricultura y Ganadería y se a visto que sus atractivos son las caídas de agua No cuentan con Señalizaciones Turística y además los Senderos para los turistas se puede observar Flora y Fauna. se realizan deportes como: Trekking, Canchada, Rappel en las q se realizan en el lugar.

Auxiliar de campo:
Fecha:

ANEXO 2 Ficha Bosque Protector Cerro Blanco

FICHA 3

CARACTERIZACIÓN DE ATRACTIVOS Y RECURSOS TURÍSTICOS

Utilice una de estas fichas por cada uno de los atractivos o recursos turísticos que identifique en la comunidad. Toda la información que se recaba a través de esta ficha tiene que ver con el atractivo o recurso³ turístico específicamente.

1. DATOS GENERALES

1.1 Nombre del recurso o atractivo

Bosque Protector Cerro Blanco

1.2 Ubicación del atractivo

Kilometro 16 Via a la Costa E(40)

1.3 El atractivo se encuentra:

1. DENTRO DE LA COMUNIDAD (EN EL ÁREA URBANA)
2. FUERA DE LA COMUNIDAD (EN LOS ALREDEDORES)

1.4 La comunidad más cercana al atractivo es Puerto Hondo.

1.5 El atractivo dista de la comunidad más cercana a 4.3 Km.

2. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO

2.1 Natural

1. PLAYA DE RÍO/LAGUNA
2. PLAYA DE MAR
3. RÍO/LAGUNA SIN PLAYA
4. MAR SIN PLAYA
5. ISLA/ISLOTE

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

7. BAHÍA
8. CAÍDA DE AGUA
9. AGUAS TERMALES
10. BOSQUE
11. OBSERVACIÓN DE FLORA O FAUNA

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>

³ Como "recurso o atractivo potencial" se entiende a todos los recursos naturales y culturales que reúnen las condiciones estéticas para ser considerados como tales, pero que no cuentan con la planta y/o infraestructura adecuada para ser utilizados turísticamente.

6. ESTERO 12. OTRO _____

2.2 Cultural

- | | | | |
|------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------|-------------------------------------|
| 1. MUSEO | <input type="checkbox"/> | 7. ARTESANÍA | <input type="checkbox"/> |
| 2. ARQUITECTURA TRADICIONAL | <input type="checkbox"/> | 8. ARTES (ESPECIFIQUE) | <input type="checkbox"/> |
| 3. LUGAR HISTÓRICO | <input checked="" type="checkbox"/> | 9. COMIDA Y/O BEBIDA TÍPICA | <input type="checkbox"/> |
| 4. RUINA /SITIO ARQUEOLÓGICO | <input type="checkbox"/> | 10. GRUPO ÉTNICO | <input type="checkbox"/> |
| 5. MANIFESTACIÓN RELIGIOSA | <input type="checkbox"/> | 11. ACONTECIMIENTO PROGRAMADO | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 6. FERIA Y/O MERCADO | <input type="checkbox"/> | 12. OTRO _____ | <input type="checkbox"/> |

2.3 El atractivo o recurso puede disfrutarse durante:

1. TODO EL AÑO
2. POR TEMPORADAS (ESPECIFIQUE) SP
3. EVENTO PROGRAMADO (ESPECIFIQUE FECHA)

2.4 Horarios de atención / horas de disfrute del recurso

Lunes a Viernes Reservaciones 8:00 a 16:00 Sábado y Domingo

2.5 El atractivo o recurso tiene algún uso por parte de la comunidad local

1. SÍ
2. NO

¿CUÁL? Turístico

3. DEMANDA REAL DEL ATRACTIVO

3.1. El atractivo tiene una demanda aproximada de (puede hacer un cálculo por observación directa o puede preguntar a informantes clave).

_____ VISITANTES DE LUNES A VIERNES
_____ VISITANTES LOS DÍAS SÁBADO
_____ VISITANTES LOS DÍAS DOMINGO
_____ VISITANTES LOS DÍAS FERIADOS

Fuente de información: _____

3.2. Frecuencia de demanda que posee el atractivo (Marcar con una x)

- | | |
|-------------------------------------|-------------------------------------|
| 1. PERMANENTE (TODO EL AÑO) | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 2. ESTACIONAL (SÓLO POR TEMPORADAS) | <input type="checkbox"/> |
| 3. ESPORÁDICA (DE VEZ EN CUANDO) | <input type="checkbox"/> |
| 4. INEXISTENTE | <input type="checkbox"/> |
| 5. OTRA _____ | <input type="checkbox"/> |

Fuente de información: Boque Protector Ipeno Blanco

3.3. Tipo de demanda que posee el atractivo (Marcar con una x)

- 1. INTERNACIONAL
- 2. NACIONAL
- 3. REGIONAL
- 4. LOCAL

4. SITUACIÓN ACTUAL DEL RECURSO O ATRACTIVO

4.1 El recurso o atractivo se encuentra actualmente

- 1. CONSERVADO
- 2. DETERIORADO CON POSIBILIDAD DE RECUPERACIÓN
- 3. DETERIORADO SIN POSIBILIDAD DE RECUPERACIÓN

4.2 El atractivo está a cargo de Tno. Eric Hattman y el número de teléfono o dirección de contacto es 0986295077

4.3 Tenencia de la tierra donde se asienta el recurso o atractivo

- 1. PRIVADA
- 2. PÚBLICA
- 3. COMUNAL
- 4. OTRA

4.4 Se han realizado gestiones para su conservación o restauración

- 1. SÍ
- 2. NO

¿Cuáles?

Programas de sustentación, asistencia, educación ambiental y turismo con fines de apoyo a la biodiversidad del Parque Seco Tropical de la costa

4.5 Existen restricciones, regulaciones, políticas para el uso del atractivo

- 1. SÍ CUALES Primera Reservación de Lunes a Viernes y Sabados. Si Son Grandes Grupos.

2. No

4.6 El atractivo tiene impactos ocasionados por el turismo u otras actividades productivas QUE PUEDAN AFECTAR SU CALIDAD ESTÉTICA (puede contestar esta pregunta por observación directa o a través de informantes clave)

	POSITIVOS	NEGATIVOS
IMPACTOS SOCIALES		
	POSITIVOS	NEGATIVOS
IMPACTOS AMBIENTALES		

5. TRANSPORTE Y ACCESIBILIDAD

5.1. Las vías de acceso que conducen al atractivo específicamente, son accesibles durante:

1. TODO EL AÑO

2. POR TEMPORADAS, LOS MESES DE: _____

5.2. Principales vías de acceso al atractivo:

1. PAVIMENTADA/ ASFALTADA

2. ADOQUINADA

3. EMPEDRADA

4. LASTRADA

5. DE TIERRA (CARROSABLE)

6. FLUVIAL

7. MARÍTIMA

8. AÉREA

9. SENDERO

10. OTRO _____

5.3. Para llegar al atractivo existe señalización:

a) VIAL

1. Sí

2. No

b) TURÍSTICA

1. Sí

2. No

5.4. Para llegar al atractivo existen los siguientes tipos de transporte público (puede marcar más de una opción):

1. BUS	<input checked="" type="checkbox"/>	5. CANOA	<input type="checkbox"/>
2. CAMIONETA	<input checked="" type="checkbox"/>	6. AVIÓN	<input type="checkbox"/>
3. TAXIS	<input checked="" type="checkbox"/>	7. AVIONETA	<input type="checkbox"/>
4. LANCHAS	<input type="checkbox"/>	8. NINGUNO	<input type="checkbox"/>
		9. OTRO _____	<input type="checkbox"/>

5.5. Descripción del transporte público terrestre disponible para llegar al atractivo

NOMBRE DE LA COOPERATIVA	ESTACIÓN/TERMINAL	TIPO DE TRANSPORTE (MARQUE CON UNA X)		FRECUENCIA DEL SERVICIO	TIPO DE VEHÍCULO
		LOCAL	INTER-CANTONAL		
Transporte Ecuador	X	X		cada día	bus

6. FACILIDADES Y ACTIVIDADES TURÍSTICAS

6.1. Servicios turísticos que existen actualmente EN el atractivo o sus alrededores

TIPO DE SERVICIO	#
1. RESTAURANTES	<input type="checkbox"/>
2. KIOSCOS DE COMIDA	<input type="checkbox"/>
3. BARES	<input type="checkbox"/>
4. SERVICIO DE GUÍA LOCAL	<input checked="" type="checkbox"/>
5. OTRO _____	<input type="checkbox"/>

6.2. En caso de que el atractivo no cuente con servicios turísticos, marque con una (x) los que usted considera necesarios para satisfacer las necesidades de la demanda.

1. RESTAURANTES	<input type="checkbox"/>
2. KIOSCOS DE COMIDA	<input checked="" type="checkbox"/>

- 3. BARES
- 4. SERVICIO DE GUIANZA LOCAL
- 5. OTRO _____
- 6. NINGUNO

X

6.3. Actividades recreativas que se pueden realizar en el recurso o atractivo. Señale todas las actividades recreativas que se realizan actualmente con un asterisco (*), y las que usted recomienda que podrían realizarse con un visto (√). Recuerde que cuenta con espacios en blanco para las actividades que no se hayan incluido en el formulario.

1. NATACIÓN	<input type="checkbox"/>	12. COMPRAS	<input type="checkbox"/>
2. PESCA DEPORTIVA	<input type="checkbox"/>	13. GASTRONOMÍA	<input type="checkbox"/>
3. CAZA	<input type="checkbox"/>	14. CONOCIMIENTO ANTROPOLÓGICO	<input type="checkbox"/>
4. DEPORTES DE CANCHA	<input type="checkbox"/>	15. EVENTOS PROGRAMADOS	<input checked="" type="checkbox"/>
5. DEPORTES DE AVENTURA/RIESGO	<input type="checkbox"/>	16. CAMPING	<input checked="" type="checkbox"/>
6. COMPETENCIAS DEPORTIVAS	<input type="checkbox"/>	17. PICNIC	<input checked="" type="checkbox"/>
7. CAMINATAS	<input checked="" type="checkbox"/>	18. CICLISMO/ BICICLETA DE MONTAÑA	<input type="checkbox"/>
8. PASEOS EN BOTE/LANCHA	<input type="checkbox"/>	19. PARAPENTE	<input type="checkbox"/>
9. PASEOS A CABALLO/MULA	<input type="checkbox"/>	20. BUCEO / SNORKEL	<input type="checkbox"/>
10. VISITAS GUIADAS	<input checked="" type="checkbox"/>	21. _____	<input type="checkbox"/>
11. OBSERVACIÓN DE FLORA Y/O FAUNA	<input checked="" type="checkbox"/>	22. _____	<input type="checkbox"/>

Comentarios: Si son grupos grandes Decimión Buice.

6.4. Instalaciones con que cuenta actualmente el atractivo para la realización de actividades recreativas y turísticas (indique cuántas unidades existen de cada instalación).

1. PISCINA	<input type="checkbox"/>	6. PUENTES	<input checked="" type="checkbox"/>
2. VESTIDORES	<input checked="" type="checkbox"/>	7. CIRCUITOS DE SENDEROS	<input checked="" type="checkbox"/>
3. CANCHAS DEPORTIVAS	<input type="checkbox"/>	8. REFUGIO	<input checked="" type="checkbox"/>
4. MUELLE	<input type="checkbox"/>	9. PASARELAS	<input type="checkbox"/>
5. MIRADOR	<input checked="" type="checkbox"/>	10. OTRO _____	<input type="checkbox"/>

Comentarios con respecto a la calidad de las instalaciones existentes:

Estables bien mantenidos.

6.5. En caso de que el atractivo no cuente con instalaciones, marque con una (x) qué instalaciones cree usted que el atractivo necesita para la realización de actividades recreativas y turísticas.

1. PISCINA	<input checked="" type="checkbox"/>	6. PUENTES	<input type="checkbox"/>
2. VESTIDORES	<input type="checkbox"/>	7. CIRCUITOS DE SENDEROS	<input type="checkbox"/>
3. CANCHAS DEPORTIVAS	<input checked="" type="checkbox"/>	8. REFUGIO	<input type="checkbox"/>

4. MUELLE
5. MIRADOR

- | | | |
|--|----------------|--|
| | 9. PASARELAS | |
| | 10. OTRO _____ | |

7. CALIDAD INTRINSECA DEL RECURSO O ATRACTIVO

En este espacio, haga sus comentarios sobre las características intrínsecas del recurso o atractivo, para lo cual puede utilizar la clasificación de atractivos y la metodología del MINTUR 2004. Otros factores a describir son si se considera que el atractivo es relevante, si con acondicionamiento podría ser desarrollado turísticamente, si podría atraer demanda local, regional, nacional o internacional, si la calidad estética del atractivo es óptima, cómo debería manejarse el atractivo, la comunidad quiere que el atractivo se use para turismo o para otras actividades productivas, etc.

Es óptimo la visita actualmente esta a cargo de Holim
las visitas reguladas es para conservación para saber
la capacidad de carga áreas de caminata
reguladas cuentan con Senderos también de acuerdo
a las edades como Sendero Buena Vista apto para
niños, Sendero Niguaón Jorones, Llano aullador - Jorones
y quisimos puedan realizar caminata, además visitas
experimentales estudiantiles es decir permiten hacer estudios de
investigación y en cuanto a los turistas los recorridos
cuentan con capacidad hasta 40 personas.

Auxiliar de campo:
Fecha:

Anexo 3: cerro del muerto

FICHA 3

CARACTERIZACIÓN DE ATRACTIVOS Y RECURSOS TURÍSTICOS

Utilice una de estas fichas por cada uno de los atractivos o recursos turísticos que identifique en la comunidad. Toda la información que se recaba a través de esta ficha tiene que ver con el atractivo o recurso³ turístico específicamente.

1. DATOS GENERALES

1.1 Nombre del recurso o atractivo

Cerro el Muerto

1.2 Ubicación del atractivo

General Villamil (Playas)

1.3 El atractivo se encuentra:

1. DENTRO DE LA COMUNIDAD (EN EL ÁREA URBANA)
2. FUERA DE LA COMUNIDAD (EN LOS ALREDEDORES)

1.4 La comunidad más cercana al atractivo es El Namo.

1.5 El atractivo dista de la comunidad más cercana a 30 Km.

2. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO

2.1 Natural

1. PLAYA DE RÍO/LAGUNA
2. PLAYA DE MAR
3. RÍO/LAGUNA SIN PLAYA
4. MAR SIN PLAYA
5. ISLA/ISLOTE

<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

7. BAHÍA
8. CAÍDA DE AGUA
9. AGUAS TERMALES
10. BOSQUE
11. OBSERVACIÓN DE FLORA O FAUNA

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>

³ Como "recurso o atractivo potencial" se entiende a todos los recursos naturales y culturales que reúnen las condiciones estéticas para ser considerados como tales, pero que no cuentan con la planta y/o infraestructura adecuada para ser utilizados turísticamente.

6. ESTERO 12. OTRO _____

2.2 Cultural

1. MUSEO	<input type="checkbox"/>	7. ARTESANÍA	<input type="checkbox"/>
2. ARQUITECTURA TRADICIONAL	<input type="checkbox"/>	8. ARTES (ESPECIFIQUE)	<input type="checkbox"/>
3. LUGAR HISTÓRICO	<input checked="" type="checkbox"/>	9. COMIDA Y/O BEBIDA TÍPICA	<input type="checkbox"/>
4. RUINA /SITIO ARQUEOLÓGICO	<input type="checkbox"/>	10. GRUPO ÉTNICO	<input type="checkbox"/>
5. MANIFESTACIÓN RELIGIOSA	<input checked="" type="checkbox"/>	11. ACONTECIMIENTO PROGRAMADO	<input type="checkbox"/>
6. FERIA Y/O MERCADO	<input type="checkbox"/>	12. OTRO _____	<input type="checkbox"/>

2.3 El atractivo o recurso puede disfrutarse durante:

1. TODO EL AÑO	<input checked="" type="checkbox"/>
2. POR TEMPORADAS (ESPECIFIQUE)	<input type="checkbox"/>
3. EVENTO PROGRAMADO (ESPECIFIQUE FECHA)	<input type="checkbox"/>

2.4 Horarios de atención / horas de disfrute del recurso

Abierto al Público

2.5 El atractivo o recurso tiene algún uso por parte de la comunidad local

1. Sí
2. No

¿CUÁL? Turístico

3. DEMANDA REAL DEL ATRACTIVO

3.1. El atractivo tiene una demanda aproximada de (puede hacer un cálculo por observación directa o puede preguntar a informantes clave).

50 VISITANTES DE LUNES A VIERNES
25 VISITANTES LOS DÍAS SÁBADO
25 VISITANTES LOS DÍAS DOMINGO
30 VISITANTES LOS DÍAS FERIADOS

Fuente de información: Comunidad Ullamail

3.2. Frecuencia de demanda que posee el atractivo (Marcar con una x)

1. PERMANENTE (TODO EL AÑO)	<input checked="" type="checkbox"/>
2. ESTACIONAL (SÓLO POR TEMPORADAS)	<input type="checkbox"/>
3. ESPORÁDICA (DE VEZ EN CUANDO)	<input type="checkbox"/>
4. INEXISTENTE	<input type="checkbox"/>
5. OTRA _____	<input type="checkbox"/>

Fuente de información: Comunidad Ullamail

3.3. Tipo de demanda que posee el atractivo (Marcar con una x)

- 1. INTERNACIONAL
- 2. NACIONAL
- 3. REGIONAL
- 4. LOCAL

X

4. SITUACIÓN ACTUAL DEL RECURSO O ATRACTIVO

4.1 El recurso o atractivo se encuentra actualmente

- 1. CONSERVADO
- 2. DETERIORADO CON POSIBILIDAD DE RECUPERACIÓN
- 3. DETERIORADO SIN POSIBILIDAD DE RECUPERACIÓN

X

4.2 El atractivo está a cargo de comunidad y el número de teléfono o dirección de contacto es _____

4.3 Tenencia de la tierra donde se asienta el recurso o atractivo

- 1. PRIVADA
- 2. PÚBLICA
- 3. COMUNAL
- 4. OTRA _____

X

4.4 Se han realizado gestiones para su conservación o restauración

- 1. sí
- 2. NO

X

¿Cuáles?

Restauración del Santuario de la Virgen de la
Saca.

4.5 Existen restricciones, regulaciones, políticas para el uso del atractivo

- 1. Si

CUALES _____

2. No

4.6 El atractivo tiene impactos ocasionados por el turismo u otras actividades productivas QUE PUEDAN AFECTAR SU CALIDAD ESTÉTICA (puede contestar esta pregunta por observación directa o a través de informantes clave)

	POSITIVOS	NEGATIVOS
IMPACTOS SOCIALES		
	POSITIVOS	NEGATIVOS
IMPACTOS AMBIENTALES		

5. TRANSPORTE Y ACCESIBILIDAD

5.1. Las vías de acceso que conducen al atractivo específicamente, son accesibles durante:

1. TODO EL AÑO

2. POR TEMPORADAS, LOS MESES DE:

5.2. Principales vías de acceso al atractivo:

1. PAVIMENTADA/ ASFALTADA
2. ADOQUINADA
3. EMPEDRADA
4. LASTRADA
5. DE TIERRA (CARROSABLE)

6. FLUVIAL
7. MARÍTIMA
8. AÉREA
9. SENDERO
10. OTRO _____

5.3. Para llegar al atractivo existe señalización:

- a) VIAL
1. Sí
 2. No

- b) TURÍSTICA
1. Sí
 2. No

5.4. Para llegar al atractivo existen los siguientes tipos de transporte público (puede marcar más de una opción):

- | | | | |
|--------------|-------------------------------------|---------------|--------------------------|
| 1. BUS | <input checked="" type="checkbox"/> | 5. CANOA | <input type="checkbox"/> |
| 2. CAMIONETA | <input checked="" type="checkbox"/> | 6. AVIÓN | <input type="checkbox"/> |
| 3. TAXIS | <input checked="" type="checkbox"/> | 7. AVIONETA | <input type="checkbox"/> |
| 4. LANCHAS | <input type="checkbox"/> | 8. NINGUNO | <input type="checkbox"/> |
| | | 9. OTRO _____ | <input type="checkbox"/> |

5.5. Descripción del transporte público terrestre disponible para llegar al atractivo

NOMBRE DE LA COOPERATIVA	ESTACIÓN/TERMINAL	TIPO DE TRANSPORTE (MARQUE CON UNA X)		FRECUENCIA DEL SERVICIO	TIPO DE VEHICULO
		LOCAL	INTER-CANTONAL		

6. FACILIDADES Y ACTIVIDADES TURÍSTICAS

6.1. Servicios turísticos que existen actualmente **EN** el atractivo o sus alrededores

- | TIPO DE SERVICIO | # |
|---------------------------------|-------------------------------------|
| 1. RESTAURANTES | <input type="checkbox"/> |
| 2. KIOSCOS DE COMIDA | <input type="checkbox"/> |
| 3. BARES | <input type="checkbox"/> |
| 4. SERVICIO DE GUIANZA LOCAL | <input type="checkbox"/> |
| 5. OTRO <u>Escuela de artes</u> | <input checked="" type="checkbox"/> |

6.2. En caso de que el atractivo no cuente con servicios turísticos, marque con una (x) los que usted considera necesarios para satisfacer las necesidades de la demanda.

- | | |
|----------------------|--------------------------|
| 1. RESTAURANTES | <input type="checkbox"/> |
| 2. KIOSCOS DE COMIDA | <input type="checkbox"/> |

- 3. BARES
- 4. SERVICIO DE GUIANZA LOCAL
- 5. OTRO _____
- 6. NINGUNO

X

6.3. Actividades recreativas que se pueden realizar en el recurso o atractivo. Señale todas las actividades recreativas que se realizan actualmente con un asterisco (*), y las que usted recomienda que podrían realizarse con un visto (√). Recuerde que cuenta con espacios en blanco para las actividades que no se hayan incluido en el formulario.

1. NATACIÓN	<input type="checkbox"/>	12. COMPRAS	<input type="checkbox"/>
2. PESCA DEPORTIVA	<input type="checkbox"/>	13. GASTRONOMÍA	<input type="checkbox"/>
3. CAZA	<input type="checkbox"/>	14. CONOCIMIENTO ANTROPOLÓGICO	<input type="checkbox"/>
4. DEPORTES DE CANCHA	<input type="checkbox"/>	15. EVENTOS PROGRAMADOS	<input type="checkbox"/>
5. DEPORTES DE AVENTURA/RIESGO	<input checked="" type="checkbox"/>	16. CAMPING	<input checked="" type="checkbox"/>
6. COMPETENCIAS DEPORTIVAS	<input type="checkbox"/>	17. PICNIC	<input checked="" type="checkbox"/>
7. CAMINATAS	<input checked="" type="checkbox"/>	18. CICLISMO/ BICICLETA DE MONTAÑA	<input type="checkbox"/>
8. PASEOS EN BOTE/LANCHA	<input type="checkbox"/>	19. PARAPENTE	<input type="checkbox"/>
9. PASEOS A CABALLO/MULA	<input checked="" type="checkbox"/>	20. BUCEO / SNORKEL	<input type="checkbox"/>
10. VISITAS GUIADAS	<input type="checkbox"/>	21. _____	<input type="checkbox"/>
11. OBSERVACIÓN DE FLORA Y/O FAUNA	<input checked="" type="checkbox"/>	22. _____	<input type="checkbox"/>

Comentarios: _____

6.4. Instalaciones con que cuenta actualmente el atractivo para la realización de actividades recreativas y turísticas (indique cuántas unidades existen de cada instalación).

1. PISCINA	<input type="checkbox"/>	6. PUENTES	<input type="checkbox"/>
2. VESTIDORES	<input type="checkbox"/>	7. CIRCUITOS DE SENDEROS	<input type="checkbox"/>
3. CANCHAS DEPORTIVAS	<input type="checkbox"/>	8. REFUGIO	<input type="checkbox"/>
4. MUELLE	<input type="checkbox"/>	9. PASARELAS	<input checked="" type="checkbox"/>
5. MIRADOR	<input checked="" type="checkbox"/>	10. OTRO _____	<input type="checkbox"/>

Comentarios con respecto a la calidad de las instalaciones existentes:

6.5. En caso de que el atractivo no cuente con instalaciones, marque con una (x) qué instalaciones cree usted que el atractivo necesita para la realización de actividades recreativas y turísticas.

1. PISCINA	<input checked="" type="checkbox"/>	6. PUENTES	<input checked="" type="checkbox"/>
2. VESTIDORES	<input checked="" type="checkbox"/>	7. CIRCUITOS DE SENDEROS	<input checked="" type="checkbox"/>
3. CANCHAS DEPORTIVAS	<input checked="" type="checkbox"/>	8. REFUGIO	<input checked="" type="checkbox"/>

- 4. MUELLE
- 5. MIRADOR

- | | |
|---|----------------|
| X | 9. PASARELAS |
| | 10. OTRO _____ |

7. CALIDAD INTRINSECA DEL RECURSO O ATRACTIVO

En este espacio, haga sus comentarios sobre las características intrínsecas del recurso o atractivo, para lo cual puede utilizar la clasificación de atractivos y la metodología del MINTUR 2004. Otros factores a describir son si se considera que el atractivo es relevante, si con acondicionamiento podría ser desarrollado turísticamente, si podría atraer demanda local, regional, nacional o internacional, si la calidad estética del atractivo es óptima, cómo debería manejarse el atractivo, la comunidad quiere que el atractivo se use para turismo o para otras actividades productivas, etc.

El Atractivo necesita ser regulado por una institución
solo lo maneja la comunidad que trata de conservar.
Tiene ya dentro una parte del Santuario, se realizan
caminatas y deportes de aventura en la que es un espacio
muy agradable, además es un espacio religioso.

Auxiliar de campo:
Fecha:

Anexo 4: formulario de encuestas



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

Encuesta para la propuesta de un “Campamento turístico para niños y adolescentes”

Para el desarrollo de la propuesta del diseño de un campamento turístico para niños y adolescentes que ayude a impulsar el turismo en la Ciudad de Guayaquil se requiere determinar qué factores principales se deberían tomar en cuenta. Agradecemos a usted leer las preguntas y contestar las siguientes con el fin de obtener óptimos resultados.

1) Sabes lo que es un campamento turístico?

Sí _____

No _____

2) Conoce sobre los campamentos turísticos en Guayaquil?

Sí _____

No _____

3) ¿Les gustaría contar con un campamento turístico para niños y adolescentes ubicado en vía a la costa de la ciudad de Guayaquil?

Sí _____

No _____

4) ¿Qué facilidades dentro de las instalaciones del campamento, les gustaría que tuviera?

- a) Piscina_____
- b) Canchas_____
- c) Dormitorios generales_____
- d) Lago artificial_____
- e) deportes de aventura como (Escalada, senderismo)_____

5) ¿Qué actividades les gustaría desarrollar dentro del campamento para sus niños y adolescentes?

Juegos al aire libre _____

Manualidades (elaborar trabajos con recursos naturales) _____

Salidas de excursión_____

Deportes _____

Caminatas _____

Actividades de sobrevivencia (Cocinar, armar carpas, fogatas)_____

6) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un campamento con duración de tres semanas?

200_____

250_____

300_____

Más de \$ 300_____

7) ¿Qué considera usted al momento de enviar a sus niños o adolescente a un campamento?

Seguridad _____

Precio _____

Alimentación _____

Lavandería _____

Seguro médico _____

Transporte _____

8) Le gustaría que cuente con ventas de...?

Artículos _____

Víveres _____

9) Cuántos niños/adolescentes enviaría al campamento?

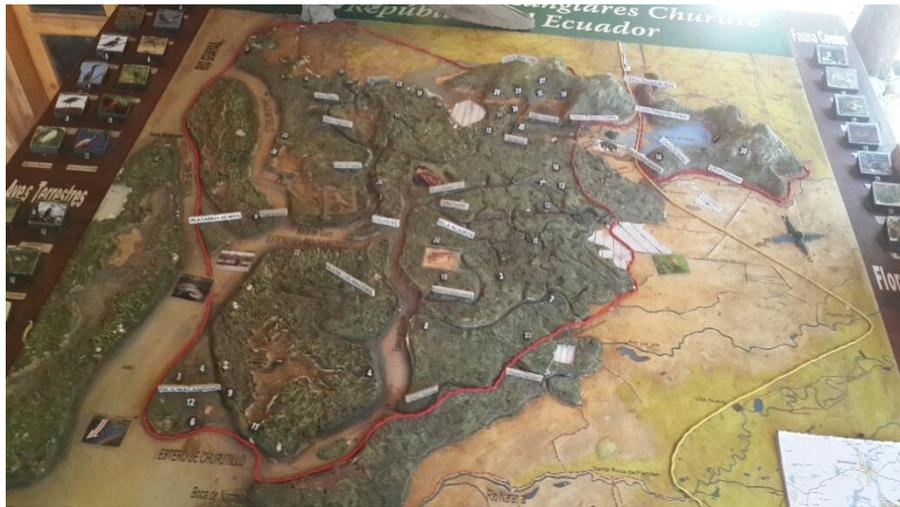
1____ 2____ 3____ Más de 3_____

10) ¿Cree usted que esta experiencia de campamento ayude al desarrollo personal del niño y adolescente?

Sí _____ No_____

Anexo 5: fotos de la investigación







Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT

Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Castillo Méndez Mary Fernanda, con C.C: # 0923030100 autor/a del trabajo de titulación: Estudio de la facilidades turísticas orientado a niños y adolescentes para el turismo de aventura en la ciudad Guayaquil, Provincia del Guayas previo a la obtención del título de **INGENIERO/A EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 11 de marzo del 2016

f. _____

Castillo Méndez Mary Fernanda

C.C: 0923030100

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Estudio de la facilidades turísticas orientado a niños y adolescentes para el turismo de aventura en la ciudad Guayaquil, Provincia del Guayas		
AUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Castillo Méndez Mary Fernanda		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Zerda Barreno Elsie Ruth		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Especialidades Empresariales		
CARRERA:	Escuela de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
TÍTULO OBTENIDO:	Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
FECHA DE PUBLICACIÓN:		No. DE PÁGINAS:	104
ÁREAS TEMÁTICAS:	Turismo consciente y sostenible		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Facilidades Turísticas, Campamentos Turísticos, Turismo Escolar.		

RESUMEN/ABSTRACT:

El trabajo de investigación permite analizar la influencia de las facilidades turísticas orientadas a niños y adolescentes para la realización de turismo de aventura de este segmento mediante un estudio de mercado a fin de presentar una propuesta dirigida a la creación de un modelo de campamento en Guayaquil, Provincia del Guayas.

Dentro de la investigación se desarrollan diferentes teorías donde se indican que los factores principales para el desarrollo del niño y adolescente, es un ambiente natural, captando todo lo de su entorno, también se conoce las problemáticas que se presentan en la actualidad como las drogas, la tecno adicción, padres que desatienden a sus hijos y no encuentran un lugar de recreación que contrarreste esto y fortalezca su personalidad. Se investiga información sobre la historia de los campamentos hasta la actualidad. Se obtienen datos de la población con aplicación de formularios y la realización de entrevistas y los resultados, padres interesados, la demanda insatisfecha con necesidades de un lugar de esparcimiento con itinerarios donde se desarrolle la actividades de turismo proponiendo un campamento turístico donde se desea impulsar algunos sitios de Guayaquil así como fomentar en ellos el disfrute de la naturaleza y adicionalmente canalizar su tiempo de ocio en actividades que estimulen su desarrollo personal.

ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593994087793	E-mail: / mcastillomendez11@hotmail.com
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:	Nombre: Guzmán Barquet Eduardo Andrés	
	Teléfono: +593-4-2206950 ext 5027; 0997202912	
	E-mail: eduardo.guzman01@cu.ucsg.edu.ec	

