

ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL
FACULTAD DE INGENIERIA MARITIMA Y CIENCIAS DEL MAR
LICENCIATURA EN TURISMO

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD ECONÓMICA PARA LA
CREACIÓN DE UN CAMPAMENTO TURÍSTICO ECOLÓGICO
EN LA ZONA DE CAUCHICHE DE LA ISLA PUNÁ”**

TESIS DE GRADO

Previa la obtención del Título de:

LICENCIADA EN TURISMO

Presentada por:

**Katerine Lissete Cobos Vacacela
Dianne Verónica Infante Jaramillo**

GUAYAQUIL – ECUADOR

2007

AGRADECIMIENTO

Primeramente, agradezco a Dios por ser el artífice en todo paso dado a lo largo de mi vida, por ser aquella voz que me dice que a pesar de los obstáculos en el camino debo continuar y dar lo mejor de mí.

A mi madre, mi primera maestra y amiga incondicional, quien con sacrificio y dedicación, supo educarme con amor ayudándome a culminar mis estudios hasta convertirme en una profesional.

A mi querida familia, que siempre me ha apoyado y estimulado con su cariño sincero y buenos deseos.

Y a todas aquellas personas que de una u otra forma, colaboraron en la realización de esta tesis, hago extensivo mi más sincero agradecimiento.

Katerine

AGRADECIMIENTO

A Dios por haberme dado voluntad, salud y fortaleza para cumplir mi meta y llegar a ser una profesional. A mis queridos padres por ser mi guía y brindarme todo su amor y comprensión a lo largo de mi vida.

A la ESPOL y a mis profesores por haber depositado en mí sus conocimientos.

Dianne

Al Ing. Guido Caicedo, Director de nuestra tesis, al Ing. Alejandro Chanabá y Bióloga Mireya Pozo, Evaluadores de nuestra tesis, a la Ing. Zoila Franco, al Arq. Esteban Delgado, al Arq. Jaime Real, a los autores de las obras consultadas, a las fuentes visitadas y por supuesto a la Comunidad del Recinto de Cauchiche. Muchas gracias por su colaboración en el desarrollo de esta tesis.

Katerine y Dianne

DEDICATORIA

Esta tesis es parte de mi realización profesional y comienzo de otras etapas, por esto y más, dedico este proyecto de tesis a Dios por ser mi fortaleza y darme todo cuanto tengo. A mi madre, mujer luchadora y pilar fundamental de mi vida, sin tu esfuerzo y constancia esta meta no sería una realidad. Todo cuanto soy te lo debo a ti.

Katerine

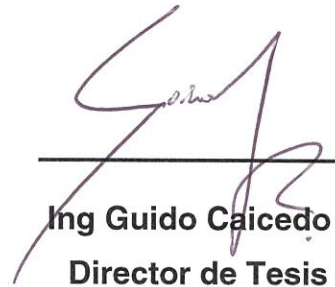
Con amor y gratitud dedico mi tesis de grado a mis queridos padres quienes con amor y paciencia formaron mi personalidad y me enseñaron a ser responsable en todos mis actos, con esas enseñanzas me esforcé y puse todo mi amor y dedicación a mis estudios y hoy que he cumplido mi meta me siento tan feliz como lo estarán ellos y todas las personas que me aman.

Dianne

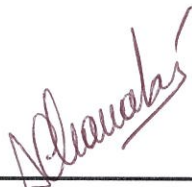
TRIBUNAL DE GRADUACIÓN



Msc. Jerry Landívar
Presidente del Tribunal



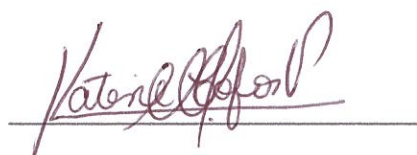
Ing Guido Caicedo
Director de Tesis



Ing. Alejandro Chanabá
Miembro Principal

DECLARACION EXPRESA

“La responsabilidad por los hechos, ideas y doctrinas expuestos en esta tesis, corresponden exclusivamente a su autor, y el patrimonio intelectual de la Tesis de Grado corresponde a la ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL”.



Katerine Lissete Cobos Vacacela



Dianne Verónica Infante Jaramillo

RESUMEN

El proyecto de tesis Estudio de factibilidad económica de la creación de un Campamento Turístico Ecológico en la Zona de Cauchiche de la Isla Puná está compuesta de siete capítulos que permitirán determinar si es viable su ejecución.

En el primer capítulo se tratará sobre temas de interés general como historia y evolución de los campamentos, características y una breve descripción del Recinto Cauchiche. En el segundo capítulo se describe la naturaleza del negocio, necesidades a cubrir y el servicio a ofrecer.

Durante el tercer capítulo titulado el Mercado y la Competencia se describe a los clientes potenciales, el tamaño de mercado, se identifica a la competencia y se realiza un análisis comparativo de sus servicios con los nuestros. Luego, en el cuarto capítulo se detalla el estudio técnico y de servicio que muestra la estructura física con las diferentes áreas en que se dividirá el campamento así como su funcionalidad.

Más adelante en el capítulo cinco, se definen las estrategias de marketing que nos permitirán acceder rápidamente al mercado meta. Por otro lado, en

el penúltimo capítulo se describe el tipo de organización que se constituirá, sus áreas departamentales y el personal que estará a cargo de ellas.

Finalmente, en el capítulo siete se realiza un estudio económico y financiero para estimar a cuanto asciende la inversión inicial y su periodo de recuperación a más de demostrar la rentabilidad estimada para este negocio.

ÍNDICE GENERAL

	Página
Resumen	
Índice General.....	ix
Índice de Tablas.....	xii
Índice de Figuras	xiii
Introducción.....	1
CAPITULO 1. Generalidades.....	3
1.1 Definición de Campamento.....	3
1.1.1 Historia y Evolución de los Campamentos.....	5
1.1.2 Características de un Campamento Turístico.....	13
1.1.3 Materiales de Camping	15
1.2 Descripción del Recinto de Cauchiche	19
1.3 Análisis del Entorno del Recinto de Cauchiche.....	35
CAPÍTULO 2. La Empresa y el Producto.....	39
2.1 Resumen Ejecutivo del Plan de Negocios.....	39
2.2 Naturaleza del Negocio y de la Empresa.....	43
2.3 Análisis del Sector Turístico en el Cantón Guayaquil.....	46
2.4 Características del Servicio.....	53
2.5 Necesidades a Cubrir	57
CAPÍTULO 3. El Mercado y la Competencia.....	61

3.1 Clientes y Segmentación.....	61
3.2 Propuesta de Valor.....	67
3.3 Análisis de la Competencia.....	73
3.4 Participación en el Mercado y Ventas Estimadas.....	84
CAPÍTULO 4. Estudio Técnico y de Servicio.....	90
4.1 Estructura del Campamento Turístico.....	90
4.1.1 Microlocalización.....	90
4.1.2 Estructura Física.....	94
4.1.3 Diseño Funcional.....	99
4.2 Operación del Servicio.....	103
4.3 Viabilidad de la Ejecución del Campamento Turístico.....	110
4.3.1 Aspectos Legales.....	110
4.3.2 Aspectos Ambientales.....	122
4.3.3 Capacidad Técnica.....	125
4.3.4 Seguridad.....	128
CAPÍTULO 5. El Plan Comercial.....	132
5.1 Estrategia General de Marketing.....	132
5.2 Política de Precios.....	135
5.3 Canales de Distribución/Venta.....	138
5.4 Política del Servicio.....	140
5.5 Promoción y Publicidad.....	142
5.6 Plan de Contingencia.....	148
CAPÍTULO 6. Estudio Administrativo.....	150

6.1 Organización.....	150
6.2 Personal.....	153
6.2.1 Organigrama.....	158
6.3 Plan de Incorporación del Personal.....	160
6.4 Objetivos de la Compañía.....	166
CAPÍTULO 7. Evaluación Económica Financiera.....	169
7.1 Gastos Preoperacionales.....	169
7.2 Inversión en Activos Fijos.....	170
7.3 Presupuesto de Gastos.....	171
7.3.1 Costos Variables.....	171
7.3.2 Costos Fijos.....	173
7.4 Proyección de Ingresos.....	175
7.5 Flujo de Caja.....	178
7.6 Punto de Equilibrio.....	183
7.7 Estado de Resultados Proyectados.....	187
7.8 Balance General.....	189
7.9 Análisis de Sensibilidad.....	190
7.10 Financiación Buscada y Aplicación de los Fondos.....	192
7.11 Oferta y Salida a los Inversores.....	194
CONCLUSIONES.....	197
RECOMENDACIONES.....	199
ANEXOS.....	201
BIBLIOGRAFÍA	

ÍNDICE DE TABLAS

	Página
Tabla 1: Habitantes y número de viviendas por sectores en la zona de estudio Puná (2001)	28
Tabla 2: Población según grupos de edad (2001)	29
Tabla 3: Tipo de vivienda por condición de ocupación (2001)	31
Tabla 4: Eliminación de aguas servidas según tipo de vivienda (2001)	32
Tabla 5: Eliminación de basura según tipo de vivienda (2001)	33
Tabla 6: Método cualitativo por puntos	91
Tabla 7: Población que sabe leer y escribir	125
Tabla 8: Población según rama de actividad	126
Tabla 9: Inversión en Gastos Preoperacionales	170
Tabla 10: Inversión en Activos Fijos	171
Tabla 11: Precio por servicio en USD	177
Tabla 12: Cálculo del Valor Actual Neto	180
Tabla 13: Cálculo de la Tasa Interna de Retorno	181
Tabla 14: Cálculo del Periodo de Recuperación de Capital	181
Tabla 15: Costos Fijos por servicio de acuerdo a su participación	185
Tabla 16: Punto de Equilibrio por servicio	185
Tabla 17: Inversión estimada para el proyecto	193
Tabla 18: Participación accionaria por número de socios	195

ÍNDICE DE FIGURAS

	Página
Figura 1: Botiquín de Primeros Auxilios	16
Figura 2: Carpas	17
Figura 3: Colchón Inflable	17
Figura 4: Sogas	17
Figura 5: Sleeping Bags	17
Figura 6: Artículos de Aseo Personal	18
Figura 7: Localización del Recinto de Cauchiche	19
Figura 8: Playa de Cauchiche	20
Figura 9: Playa de Cauchiche	20
Figura 10: Estero de Bellavista	21
Figura 11: Estero de Bellavista	21
Figura 12: Delfines en Posorja	21
Figura 13: Puentes de madera	22
Figura 14: Cabañas en la playa	23
Figura 15: Iglesia católica María Madre de la Merced	24
Figura 16: Escuela Fiscal Mixta John F. Kennedy	25
Figura 17: Presencia de chivos en la Isla Puná	28
Figura 18: Mapa de la Isla Puná	91
Figura 19: Terreno para la adecuación del campamento	94

INTRODUCCIÓN

El acampar es una actividad de recreación asociada a pasar un tiempo alejado del entorno habitual y de las comodidades de la ciudad para estar en contacto con la naturaleza, en espacios de terreno que cuenten con la infraestructura básica necesaria para asentarse con sus tiendas de acampar y pernoctar al aire libre.

A nivel mundial existen muchos campamentos ecológicos a los que asisten los amantes de la naturaleza para disfrutar de unos días de tranquilidad. En algunos países es muy común que los estudiantes de escuelas y colegios asistan a campamentos educativos como forma de integración antes que inicie un año escolar o como despedida al finalizarlo.

La isla Puná, situada en el Golfo de Guayaquil, a 61 Km de la ciudad es un lugar ideal para hacer posible la creación de un campamento turístico ecológico, puesto que precisamente en la zona de Cauchiche dentro de la isla, posee hermosos paisajes y áreas de gran extensión en las que es propicio la construcción de un campamento. Además, sus habitantes tienen la mayor predisposición para desarrollar cualquier proyecto que beneficie a su comunidad.

El proyecto de tesis que se plantea consiste en la creación de un campamento turístico ecológico con recorridos en el interior de la isla Puná, con un fin educativo que pueda ser aprovechado por las escuelas y colegios para apoyar sus clases de ciencias naturales o para sus paseos de integración o de fin de curso. Además de promover en los jóvenes una formación ambiental mediante la realización de talleres sobre temas de conservación ambiental.

El objetivo principal del presente estudio es determinar la viabilidad económica de la creación de un Campamento Turístico Ecológico en la zona de Cauchiche de la Isla Puná identificando primero el mercado objetivo para luego determinar los servicios a ofrecer, la forma de operar y la manera de promocionarlos.

Luego se realizará un estudio administrativo para establecer las áreas en qué se dividirá la compañía a crear y el personal que laborará en ella. Mas adelante se pretende analizar todos los costos de ejecución del negocio y establecer el capital necesario para su realización.

Finalmente se establecen las conclusiones de la viabilidad del proyecto y sus beneficios además de hacer recomendaciones para el futuro.

CAPÍTULO I

GENERALIDADES

1.1. DEFINICIÓN DE CAMPAMENTO

Se define al término *acampar* como una actividad de recreación que consiste en pasar un tiempo al aire libre para estar en contacto con la naturaleza y alejarse de las comodidades del mundo moderno. Por lo general, se utilizan aquellos espacios de terreno, debidamente delimitados, y dotados de las mínimas instalaciones y servicios establecidos reglamentariamente, destinados para su ocupación temporal con tiendas de campaña, remolques o caravanas que puedan ser utilizados por el público en general mediante el pago de un precio por su uso (1).

Se lo considera una actividad recreativa puesto que dentro de este, se pueden llevar a cabo varias actividades que permiten que las personas que asisten pasen un momento agradable en compañía de sus amigos o familiares.

Uno de los objetivos de ciertos tipos de campamentos, en especial los orientados a niños, es fomentar valores de compañerismo, lealtad y convivencia para que los participantes realicen un excelente trabajo en equipo venciendo obstáculos de adaptación que se puedan presentar en el medio natural en el que temporalmente se encuentren.

Dentro de estos campamentos los participantes son capaces de desarrollar sus habilidades y descubrir cuales son sus destrezas o potencialidades. Además, de demostrarles a sus padres y a la sociedad su valentía y su capacidad para superar muchos retos que les sean impuestos.

Cabe recalcar que el éxito de estos lugares por lo general depende de que los jóvenes se conviertan en personas más fuertes, que logren desarrollar su espíritu de colaboración y que puedan salir adelante ante cualquier situación que se les presente bajo su propia responsabilidad.

Algunos campamentos, en especial aquellos con fines ecológicos, suelen ofrecer la oportunidad de desarrollar ciertos deportes como el trekking,

senderismo, pesca (si el lugar de acampada queda cerca de un río), pero lo más importante es que las personas que participan de este tipo de actividad tengan una cercanía con la naturaleza y a la vez que exploran sus maravillas aprendan a valorarla, a más, de mejorar su desarrollo físico al mantenerse en movimiento.

1.1.1 HISTORIA Y EVOLUCIÓN DE LOS CAMPAMENTOS

Los orígenes de esta modalidad de alojamiento masivo aun no son lo suficientemente claros por parte de los investigadores quienes a pesar de largos años de estudios no logran llegar a una conclusión sobre quienes fueron los pioneros en realizar este tipo de actividad que se remonta a la antigüedad.

Sin embargo, se debe tener presente que las antiguas civilizaciones permanecían la mayor parte de su tiempo al aire libre, y dormían bajo una especie de carpa para protegerse de las heladas temperaturas o del intenso calor de su región.

El acampar ha sido siempre una de las comunes necesidades de los ejércitos, siendo probable que desde que éstos existen se hayan empleado las tiendas de campaña para resguardarse ante cualquier necesidad. Claro está, que no todos los pueblos han poseído el arte de hacerlo con la debida

seguridad y orden, pues esto implica una organización militar bastante perfecta que no todos llegaron a desarrollar (2).

Según algunos libros de historia se atribuye a los egipcios haber sido unos de los primeros en acampar, cuando el faraón y su corte se trasladaban en la época estival desde las ciudades del interior hasta la desembocadura del Nilo. Mientras duraba la travesía, se alojaban en grandes tiendas rectangulares, las cuales se encontraban provistas de armamento, animales de carga, cocina y alimentos (3).

Por lo general, sus campamentos eran cercados y solo dejaban una puerta lo suficientemente grande para ingresar a sus carpas o salir a enfrentar cualquier situación. Siempre estaba rondando un grupo de infantería a la carpa del monarca y sus jefes principales. Próximos a la entrada se alineaban los caballos y demás animales utilizados como medio de transporte.

A raíz de esta acertada forma de alojamiento por parte de los egipcios, los romanos también vieron a los campamentos como una modalidad de hospedaje que les permitía planear la estrategia a seguir contra sus rivales mientras tomaban un descanso y se protegían de sus enemigos.

El ejército romano nunca acampó sin que primeramente se estudiara el terreno escogido para asentarse con sus tropas. Una vez analizadas las condiciones de la zona, y resultando estas favorables, decidían tomar custodia del lugar para ubicar a su pelotón.

Sus campamentos eran distribuidos de tal forma que asemejaban una ciudad en la que nada faltaba y en la cual reinaba el orden y la disciplina. Para su trazado se utilizaba una técnica ancestral, la misma que resulta incierta y se constituyó en un secreto que celosamente guardaban quienes eran encargados de levantar el campamento.

Tomando como ejemplo la perfecta forma de organización por parte de los romanos al armar sus campamentos, otros países deciden sumarse a esta acertada forma de asentamiento que se encontraba en auge.

Es así como los asirios, poseían un cuerpo especializado en montar sus campamentos. Generalmente adoptaban un modelo circular o rectangular, aunque hay indicios de que también pudieron tomar forma ovalada. Al igual que en otras culturas la carpa del rey se levantaba en el centro y era custodiada por los demás guerreros.

En el caso de los hebreos, quienes eran considerados nómadas de naturaleza, gustaban de acampar en el desierto colocando en el centro su

tabernáculo¹ y el arca. La máxima tribu a la cual se le rendía la mayor cantidad de honores era conocida como *Levi*, razón por la cual en sus campamentos éstos eran situados en el lugar más distinguido y resguardado del mismo.

Igualmente, los griegos establecían sus campamentos en lugares estratégicos protegidos por un cerramiento. Eran construidos en forma circular, puesto que por ciertas creencias de esta manera evitaban los ángulos, los mismos que eran considerados como puntos débiles.

Para la construcción de las carpas se utilizaba las pieles de animales, las mismas que a su vez les servían como alimentos. En aquel tiempo se creía que este material era más resistente y abrigado para aguantar las bajas temperaturas.

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 sino que para aquel entonces la estrategia había cambiado. La táctica elegida era ubicarse por zonas sin descuidar al enemigo y estando siempre alerta al llamado de ataque.

1. Tabernáculo: Tienda en que habitaban los antiguos hebreos (www.wordreference.com)

Al final 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 brindaban en el pasado. Es así como recorren la mayor parte del territorio europeo montando sus grandes campamentos donde tenían una mejor perspectiva del panorama. Estos se asentaban separadamente procurando colocar a la infantería de frente con vista hacia sus adversarios.

A pesar de la gran importancia y acogida que tuvo esta modalidad de asentamiento, 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 ido adquiriendo mayor popularidad y aceptación como tal.

El campamento con fines educativos surgió 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 técnicas 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 conocimientos a estudiantes de escuelas (4).

Del 30 de Julio al 08 de Agosto de 1907, se realizó el primer campamento Scout, en el campo experimental de la isla de Brownsea en Dorset. Lord

Baden Powell reclutó 20 jóvenes entre 12 y 17 años, organizándolos en 4 patrullas (grupos de scouts). Luego en todo el mundo se comenzó a formar patrullas y tropas de scouts, existiendo actualmente alrededor de 30 millones de jóvenes en 156 países.

En el caso de Estados Unidos de América, se atribuye a Thomas Hiram Holding ser el fundador de la modalidad de campamentos recreacionales y el creador del primer Manual del Campista que fue publicado en el año 1908 (5).

Este manual fue considerado la mejor manera de promocionar a los campamentos como una nueva alternativa de esparcimiento para los americanos quienes supieron aprovechar sus extensos terrenos para delimitar un sector con el afán de asentar carpas y alejarse de su medio urbano.

En sus inicios históricos, sin tan si quiera tener conocimientos de las características que debían reunir para recibir la denominación de campamentos de aventura, fueron toda una innovación que ha permitido su evolución con el pasar del tiempo.

Dicho tipo de asentamiento donde primaba la aventura fue adquiriendo mayor aceptación y sumado a los avances de la ciencia permitió el

surgimiento del campamento de investigación. Así mismo, en el campo pedagógico, se justificó e impulsó el desarrollo de un campamento con fines educativos.

Es por ello que en la actualidad, se reconocen tres tipos de campamentos estrechamente vinculados con la actividad turística, tales como de diversión, investigación y educativo, orientados a cumplir diferentes objetivos de estudio que se detallan a continuación (6):

- En los campamentos de diversión se realizan actividades que involucren a cada uno de sus participantes a explorar zonas desconocidas y a realizar deportes extremos, que a su vez estimulan el sentimiento aventurero de los integrantes, sin enfrentarlos a peligros que atenten contra su seguridad.
- Del mismo modo, el de investigación, es donde sus integrantes tratan de descifrar un objetivo científico en el cual es imprescindible compartir logros y dificultades. Es importante recalcar que se deben limitar los individualismos y por ende surge la necesidad del trabajo en equipo, por un mismo bien en común. Dicha modalidad de campamento no se encuentra desvinculada de la actividad turística.

- Finalmente, los campamentos educativos están orientados a lograr el pleno desarrollo de las aptitudes, derechos y deberes de los acampantes y en su mayoría están liderados por asociaciones de scouts. La experiencia de innumerables instituciones en todo el mundo, ha demostrado que el campamento cumple los objetivos trazados, puesto que, se les enseña a vivir sana y espiritualmente a los integrantes de una sociedad tomando conciencia de que los recursos naturales que nos rodean deben ser utilizados y disfrutados precautelando su conservación.

Hoy en día, en el caso específico de nuestro país, existe la Asociación de Scouts del Ecuador con 3.000 miembros y la Asociación de Scouts Independientes del Ecuador con más de 500, los cuales año a año se reúnen para celebrar el Jamboree, comúnmente conocido como la fiesta anual de los scouts a nivel nacional. En dicha celebración, se concretan puntos sobre distintas técnicas empleadas para lograr un mayor grado de asimilación por parte de los asistentes a estos campamentos educativos.

Durante su convivencia, se dedican a tratar puntos ecológicos y de conservación con el afán de promover una cultura medio ambientalista. Para cada una de estas patrullas, como son comúnmente conocidas las agrupaciones de scouts, constituye un reto y una satisfacción el poder convivir, integrarse y aprender a organizarse al aire libre sin mayor dificultad.

1.1.2 CARACTERÍSTICAS DE UN CAMPAMENTO TURÍSTICO

Si bien un campamento es un lugar que se encuentra lejos de las ventajas y comodidades del mundo moderno, la principal característica con la que debe cumplir es ofrecer toda la seguridad necesaria para cada uno de los campistas, es decir, que el estar en un ambiente natural no debe poner en riesgo la integridad física y moral de los presentes.

Así mismo, debe contar con una belleza paisajística agradable a los sentidos, para que los campistas se sientan relajados, al mismo tiempo que sus pulmones reciben aire puro.

Es imprescindible contar con una zona con poca cantidad de árboles en la que se pueda acampar, y que las condiciones del terreno sean propicias para clavar las carpas al suelo y de esta manera asegurar que estén correctamente instaladas.

Una recomendación importante es evitar los terrenos arcillosos puesto que en el caso de que llueva, el campamento se convertirá en un lodazal poniendo en peligro la seguridad y bienestar de los campistas (7).

El terreno, preferiblemente debe ser plano y tener una pequeña pendiente

para que ruede el agua de lluvia, y hay que tener en cuenta no ubicarse tan cerca de los ríos, para que a media noche no se tenga que salir corriendo por el crecimiento del mismo (7).

Si se trata de un campamento ecológico, sus instalaciones deben ser construidas con materiales del medio (mangle rojo, amarillo, caña etc.) con la finalidad de que no alteren el contorno paisajístico. De la misma manera, todos los visitantes deben tomar muy en cuenta que no se debe atentar contra el equilibrio ecológico de la zona utilizada para acampar, ya sea, arrojando desperdicios fuera de los sitios establecidos o disturbando a la fauna que habita en el lugar.

Contar con un baño como mínimo es indispensable, pero este tiene que ser construido utilizando la tecnología adecuada.

Es importante mencionar que no solamente hay que velar por la seguridad de los campistas, sino también por la del ambiente y de todas las especies que habitan en él, por lo que los encargados de administrar estos lugares deben cerciorarse que la zona de acampada quede en perfecto estado, luego de la estancia de un grupo.

Es necesario disponer de una fuente de agua, ya sea natural o artificial, para que los turistas lo utilicen para uso personal y de cocina; los alimentos deben

ser guardados herméticamente a fin de evitar que un animal se sienta atraído por los olores.

1.1.3. MATERIALES DE CAMPING

En la actualidad existe en el mercado una gran cantidad de artículos que facilitan la práctica de esta actividad. A este equipo se lo puede clasificar en de cocina, de seguridad, de limpieza y personales, éstos últimos son los que cada visitante considera indispensables para su estadía (8).

El equipo de cocina generalmente es proporcionado por los administradores del campamento, en el caso de que se asista a un campamento turístico, puesto que si es una excursión individual es la misma persona la que se encarga de llevar lo necesario para la preparación de sus alimentos.

Considerando cualquiera de los casos lo que se necesita son ollas, sartenes, abrelatas, recipientes herméticos, cucharas de palo, una cocineta a gas, parrillas, fósforos, cuchillos, agua y por supuesto alimentos.

Dentro del equipo de seguridad se provee un completo botiquín, con todos los medicamentos necesarios para atender emergencias, además de los materiales requeridos para dar los primeros auxilios a los campistas. En el

botiquín debe haber vendas de todo tamaño, gasas, agua oxigenada, unguento para golpes, tablitas para inmovilizar, pañuelos limpios y alcohol. Aparte del botiquín se puede contar con un tanque con oxígeno y su respectiva mascarilla.



Figura 1: Botiquín de Primeros Auxilios
Fuente: www.nlm.nih.gov (2006)

Es importante también conocer si alguno de los visitantes sufre de alergias a ciertos alimentos, medicinas, o animales, en la medida de que los dirigentes del campamento puedan estar preparados para atender dificultades de este tipo.

Los materiales de limpieza son aquellos que van a permitir que el lugar de acampada quede impecable luego de la visita. Entre estos materiales se encuentran: fundas de basura, escobas, recogedores de basura, papel higiénico o servilletas, cestos, detergentes biodegradables, entre otros.

Los utensilios personales son los que cada campista debe llevar para su propio uso, pero que pueden ser suministrados también por los

administradores del lugar; pueden clasificarse en herramientas, materiales de aseo, y de vestir.

Las herramientas son aquellas que se asocian directamente con las actividades a realizar, así tenemos: carpas, sleeping bags, cañas de pescar, etc. Es importante recordar llevar un plástico impermeable que proteja a la carpa en caso de lluvia. A este grupo también pertenecen las navajas, cuerdas, pasadores, linternas, pilas, reloj, termos de agua, fundas, clavos o estacas, entre otros.



Figura 2: Carpas
Fuente: www.baraldo.com (2006)



Figura 3: Colchón inflable
Fuente: www.campingaz-coleman.cz (2006)



Figura 4: Sogas
Fuente: es.geocities.com (2006)



Figura 5: Sleeping Bag
Fuente: www.singersoutdoors.co (2006)

Los materiales de aseo son los que el campista necesita para soportar los días de intensa actividad. Entre estos se puede mencionar: cepillo de dientes, pasta dental, jabón, toallas, peinillas, afeitadora, desodorante, un pequeño espejo y lo que cada persona considere indispensable para su higiene. Se puede incluir también un desinfectante de manos, un tónico antimosquitos y un bloqueador para combatir los efectos del sol.



Figura 6: Artículos de aseo personal
Fuente: www.mhinternacional.com (2006)

Las prendas de vestir van de acuerdo al tipo de clima del lugar escogido para acampar, pero es indispensable que se trate de ropa cómoda que le permita a la persona realizar cualquier tipo de actividad.

También es necesario contar con zapatos deportivos antideslizantes, con el fin de evitar algún tipo de accidente. Además se puede llevar botas, gorras, gafas, traje de baño (si junto al lugar se encuentra un río o playa) y chompas e impermeables, en caso de que llueva.

1.2 DESCRIPCIÓN DEL RECINTO DE CAUCHICHE

El Recinto de Cauchiche, se encuentra ubicado en el lado Oeste de la Isla Puná, ubicada en el Golfo de Guayaquil, con latitud S 3° 0' / S 2° 40' y longitud W 80° 30' / W 80° 0', a 61 Km. de la ciudad de Guayaquil. Al norte limita con el Recinto Estero de Boca y 5 Km. al sur con el Recinto Subida Alta. El área poblada se encuentra distribuida en 150 hectáreas aproximadamente.

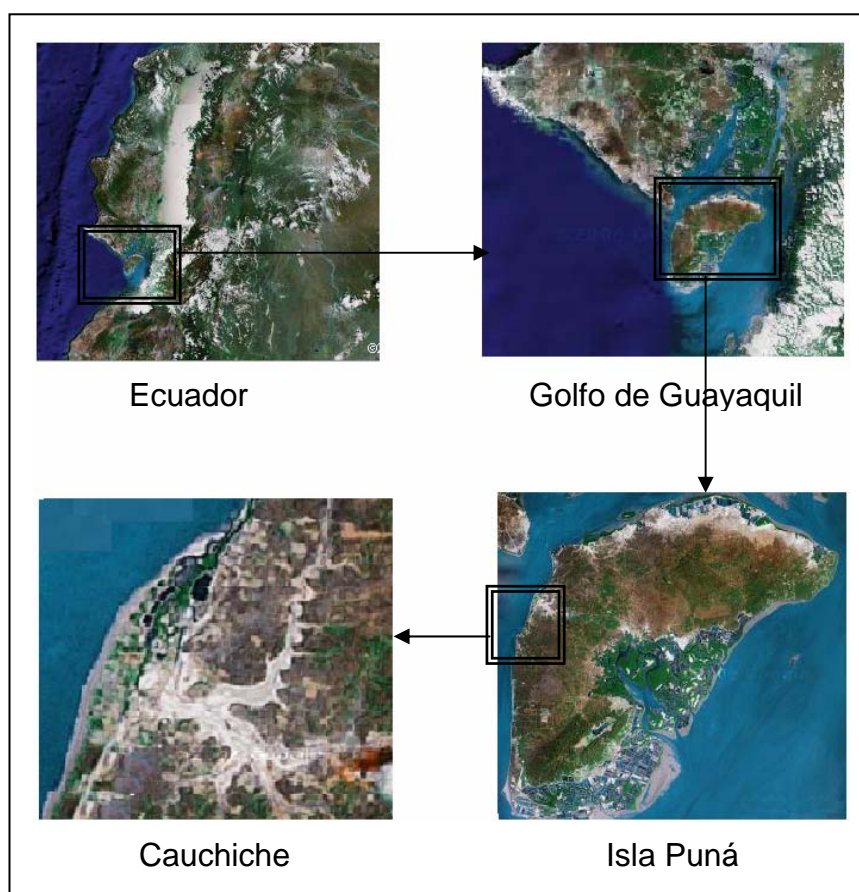


Figura 7: Localización del Recinto de Cauchiche
Fuente: www.maps.google.es (2007)

Para acceder al recinto hay que navegar 8 millas náuticas (aproximadamente 45 minutos) desde el muelle de Posorja, atravesando el Canal del Morro, en cualquiera de las lanchas que diariamente zarpan hacia allá conduciendo a la población que trabaja en el continente o víveres.

La extensa playa, de más de 2 kilómetros de longitud de Cauchiche, se encuentra rodeada de exuberantes palmeras, formando un entorno natural paradisíaco.



Figura 8 y 9: Playa de Cauchiche
Fuente: Autoras (2006)

Según relatos por parte del habitante más antiguo de la zona, el Sr. Santiago Gonzabay, pudimos conocer que Puná era considerado el principal balneario de Guayaquil hace aproximadamente cincuenta años. En aquella época, el turismo no estaba contemplado como un fenómeno masivo como lo es ahora, sino más bien un placer del que pocos podían disfrutar.

Al pueblo se puede llegar desde la orilla de la playa o por el estero de Bellavista cuando sube la marea. Sobre este estero los árboles de mangle

han formado una especie de túnel por el cual navegan los visitantes, el mismo que tiene 30 minutos de duración teniendo la oportunidad de observar una gran variedad de fauna silvestre que descansan en las ramas de los mangles. Cuando la marea baja se observa la presencia de conchas y cangrejos.

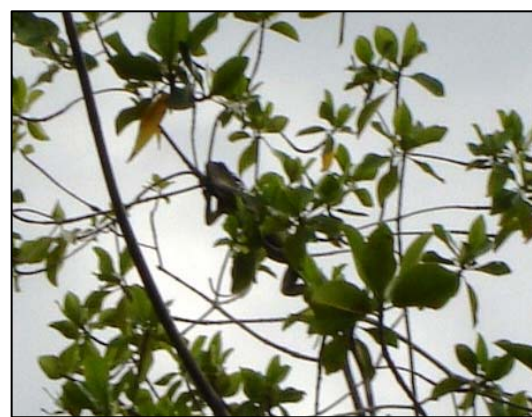


Figura 10 y 11: Estero de Bellavista
Fuente: Autoras (2006)

Al atravesar las ocho millas náuticas que separan esta parte de la isla con el continente, se puede apreciar un buen número de delfines que saltan a la superficie como en un gesto de bienvenida a los visitantes.



Figura 12: Delfines en Posorja
Fuente: Ministerio de Turismo de Ecuador (2006)

Algo que lo hace aun más atractivo es la inocencia y calidez de sus moradores, conjugado con el equipamiento rústico existente en todo el recinto, lo que nos traslada a un rincón en el cual se hace palpable la presencia del pasado.

Los puentes de acceso a los demás recintos no están en buen estado, por lo que el acceso a ellos al contrario de ser una grata experiencia se convierten en un viaje agotador. A diferencia de la cabecera cantonal, en la que existen algunas calles por las que transitan vehículos, en Cauchiche todo está cubierto de arena y hay unos puentes de madera que han sido construidos por los pobladores.



Figura 13: Puentes de madera
Fuente: Autoras (2006)

Los miembros de la comuna construyeron unas cabañas en la playa, con bancos de madera, en las que durante la temporada de playa del 2006, se instalaron restaurantes que ofrecían productos típicos del mar.

Las encargadas de preparar estos alimentos fueron un grupo de mujeres de la comunidad, quienes obtuvieron ingresos superiores a los \$500,00 USD diarios.



Figura 14: Cabañas en la playa
Fuente: Autoras (2006)

En este recinto se encuentra la Iglesia Madre de la Merced, que profesa la religión católica y una casa parroquial, en la que habita el párroco de la comunidad y la que en muchas ocasiones, según los pobladores, ha servido para alojar a las personas que han acudido a visitar el recinto y sus alrededores.



Figura 15: Iglesia Católica María Madre de la Merced
Fuente: Autoras (2006)

Junto a la casa parroquial se encuentra el Subcentro de Salud, el cual no cuenta con los equipos necesarios para atender emergencias, obligando que la comunidad del Recinto de Cauchiche tenga que salir en busca de atención médica a los hospitales de Posorja o Playas y en casos extremos a Guayaquil.

Dentro del Recinto existe un solo establecimiento educativo, la Escuela Fiscal Mixta #3 Jonh F. Kennedy, a la que asisten gran parte de los niños de la comunidad de Cauchiche y los recintos aledaños. En un extremo de esta escuela se encuentra una casa en la que habita el docente de dicha institución.



Figura 16: Escuela Fiscal Mixta John F. Kennedy
Fuente: Autoras (2006)

Un número significativo de familias ha enviado a sus hijos a cursar la secundaria a Posorja y a Guayaquil, debido a que no existe ningún colegio en Cauchiche ni en sus alrededores. Esto ha ocasionado el fenómeno de la migración, puesto que los jóvenes abandonan su lugar natal, motivados por buscar un mejor nivel de educación y una vez que han concluido sus estudios deciden quedarse definitivamente en la ciudad donde, a más de encontrar una mayor demanda laboral, cuentan con mejores oportunidades de vida.

Dentro del equipamiento existente se encuentra también una antena de recepción telefónica de la compañía Pacifictel que da servicio a muchas familias del sector. El costo de este servicio va desde \$1,80 USD hasta \$30,00 USD, dependiendo del consumo.

Además, cuenta con un sistema de albarda por medio del cual se recogen las aguas lluvias. La población de Cauchiche obtiene el agua potable para su uso doméstico mediante sus propios medios a través de tanques de almacenamiento de agua que trasladan por medio de lanchas desde el continente.

Los moradores de esta zona, al igual que los de Estero de Boca, Bellavista y Subida Alta reciben energía eléctrica por parte del Municipio solo en la noche, desde las 18h30 hasta las 22h30, aunque algunos de ellos poseen motores que les generan electricidad y que funcionan a través de combustible.

El costo de este servicio es de \$ 4.50 USD aproximadamente, los cuales son recolectados por el jefe de la comuna, quien es el encargado de adquirir el combustible para que funcione la planta generadora de electricidad. Son un total de 108 familias las que se benefician de esta prestación.

La Fiesta Patronal de la Isla se conmemora el 24 de septiembre, en el día de las Mercedes, y estas son celebradas con mucho júbilo y entusiasmo por todos sus habitantes.

Por otro lado, en el ámbito laboral, los hombres son los que se dedican en su mayoría a trabajar, ya sea en las camaroneras ubicadas a lo largo de la isla

Puná, como pescadores, o en las industrias que se encuentran en Posorja, mientras que las mujeres se encargan por lo general del cuidado de sus hogares.

Los hombres navegan en sus lanchas hasta ubicarse frente del recinto de Bellavista, en el que lanzan sus redes y capturan una gran cantidad de peces, siendo en su mayoría bagres y corvinas, que luego son vendidas en el mercado de Posorja.

También practican el comercio, entre los productos que cultivan en la isla y que luego los venden en el continente están la chirimoya, sandía, melón, papaya, guayaba, limón y cocos.

Existe un buen número de chivos que transitan libremente por una parte de la playa y en el pueblo, cada uno marcado con una característica que le permita a su dueño identificarlo, es muy difícil determinar el número exacto de chivos que hay en la zona.

Estos animales, una vez que han alcanzado una etapa de crecimiento adecuada, son vendidos ya sea dentro de la isla o fuera de ella. El precio de venta va desde los \$15,00 USD y varía dependiendo del tamaño y estado del animal.



Figura 17: Presencia de chivos en la Isla Puná
Fuente: Autoras (2006)

El Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, realizó en el 2001 el VI Censo de Población y V de Vivienda, distribuyendo los datos recopilados por sectores. El Recinto de Cauchiche y las áreas aledañas se encuentran en los sectores 8 y 9, con una población de 699 habitantes en total y 276 viviendas, de los cuales 309 personas y 111 viviendas pertenecen específicamente a la superficie de estudio¹.

Tabla N° 1

HABITANTES Y NÚMERO DE VIVIENDAS POR SECTORES EN LA ZONA DE ESTUDIO PUNÁ (2001)				
Sector	Viviendas	Hombres	Mujeres	Total
8	138	203	152	355
9	138	199	145	344

FUENTE: Dirección de Ordenamiento e Infraestructura Territorial (2006).

¹. Información proporcionada por la Dirección de Ordenamiento e Infraestructura Territorial (DOIT), del Muy Ilustre Municipio de Guayaquil.

Las 699 personas de estos dos sectores, se encuentran agrupadas según su edad en el siguiente cuadro:

Tabla N° 2

POBLACIÓN SEGÚN GRUPOS DE EDAD (2001)						
Grupos de Edad	Sexo				Total	
	1. Hombre		2. Mujer		#	%
1. Menor de 1 año	4	0,57%	5	0,72%	9	1,29%
2. De 1 a 4 años	41	5,87%	38	5,44%	79	11,30%
3. De 5 a 9 años	40	5,72%	29	4,15%	69	9,87%
4. De 10 a 14 años	24	3,43%	33	4,72%	57	8,15%
5. De 15 a 19 años	32	4,58%	30	4,29%	62	8,87%
6. De 20 a 24 años	36	5,15%	28	4,01%	64	9,16%
7. De 25 a 29 años	37	5,29%	21	3,00%	58	8,30%
8. De 30 a 34 años	29	4,15%	16	2,29%	45	6,44%
9. De 35 a 39 años	18	2,58%	18	2,58%	36	5,15%
10. De 40 a 44 años	23	3,29%	11	1,57%	34	4,86%
11. De 45 a 49 años	19	2,72%	8	1,14%	27	3,86%
12. De 50 a 54 años	10	1,43%	13	1,86%	23	3,29%
13. De 55 a 59 años	10	1,43%	7	1,00%	17	2,43%
14. De 60 a 64 años	18	2,58%	6	0,86%	24	3,43%
15. De 65 a 69 años	17	2,43%	8	1,14%	25	3,58%
16. De 70 a 74 años	16	2,29%	7	1,00%	23	3,29%
17. De 75 a 79 años	7	1,00%	8	1,14%	15	2,15%
18. De 80 a 84 años	3	0,43%	3	0,43%	6	0,86%
19. De 85 a 89 años	13	1,86%	4	0,57%	17	2,43%
20. De 90 a 94 años	1	0,14%	2	0,29%	3	0,43%
21. De 95 y mas	4	0,57%	2	0,29%	6	0,86%
Total	402	57,51%	297	42,49%	699	100,00%

FUENTE: Dirección de Ordenamiento e Infraestructura Territorial (2006).

Como se puede apreciar en la tabla anterior, la tercera parte de la población de la zona de estudio tiene menos de 15 años, así mismo se puede destacar que más de la mitad del total encuestado, es decir el 56,94%, es menor a los 30 años, por lo que se considera que se cuenta con un buen número de personas en edad de trabajar y de participar de cualquier proyecto turístico.

Todos los habitantes del Recinto Brisas de Cauchiche se conocen y mantienen una buena relación entre ellos, de hecho, casi todos están emparentados. Una cualidad que los caracteriza es la amabilidad con la que reciben a todas las personas que acuden a la isla, mostrando una alta predisposición a ayudar a quien lo necesite.

Con relación a las viviendas, se puede acotar que las casas son sencillas y están construidas con madera y paja, aunque hay algunas hechas de hormigón de una y dos plantas. Éstas viviendas por lo general poseen un amplio patio en el que se encuentran todos sus animales, que varían entre patos, gallinas, gallos, pavos, chivos y burros. Sus terrenos poseen cercas para delimitar el tamaño de su propiedad.

En el siguiente cuadro, se encuentra el número de casas de los sectores 8 y 9, que para el año 2001 estaban ocupadas, desocupadas y en construcción, también se puede observar las viviendas según su clasificación por tipo de construcción:

Tabla N° 3

TIPO DE VIVIENDA POR CONDICIÓN DE OCUPACIÓN. (2001)														
Condición de Ocupación	Tipo de Vivienda													
	Casa o Villa		Departamento		Mediagua		Rancho		Covacha		Otra Particular		Total	
Con personas presentes	126	45,65%	1	0,36%	19	6,88%	5	1,81%	13	4,71%	-	-	164	59,42%
Con personas ausentes	41	14,86%	-	-	1	0,36%	1	0,36%	6	2,17%	1	0,36%	50	18,12%
Desocupada	46	16,67%	-	-	1	0,36%	2	0,72%	4	1,45%	1	0,36%	54	19,57%
En construcción	7	2,54%	-	-	-	-	-	-	1	0,36%	-	-	8	2,90%
Total	220	79,71%	1	0,36%	21	7,61%	8	2,90%	24	8,70%	2	0,72%	276	100%

FUENTE: Dirección de Ordenamiento e Infraestructura Territorial (2006).

De las 276 viviendas, la mayoría son casas o villas, entre las que para el año 2001, 126 permanecían habitadas. De estas residencias, solo 1 tenía un sistema de tuberías dentro de su casa, mientras que las demás usaban el agua recolectada por el sistema de albarradas.

La eliminación de las aguas servidas de las viviendas de estos sectores se lo hace a través de pozos ciegos y pozos sépticos, debido a la carencia de una red de alcantarillado, que permita que estos desechos sean tratados. Sobre este tema el INEC nos proporcionó la siguiente tabla, en la misma que se detalla el sistema usado de acuerdo a los cinco tipos de vivienda identificados.

Tabla N° 4

ELIMINACIÓN DE AGUAS SERVIDAS SEGÚN TIPO DE VIVIENDA. (2001)													
Eliminación de aguas servidas	Tipo de Vivienda												
	Casa o Villa		Depart.		Mediagua		Rancho		Covacha		Total		
Red publica de alcantarillado	1	0,61%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0,61%
Pozo ciego	37	22,56%	1	0,61%	5	3,05%	1	0,61%	-	-	-	44	26,83%
Pozo séptico	14	8,54%	-	-	6	3,66%	-	-	-	-	-	20	12,20%
Otro	74	45,12%	-	-	8	4,88%	4	2,44%	13	7,93%	-	99	60,37%
Total	126	76,83%	1	0,61%	19	11,59%	5	3,05%	13	7,93%	-	164	100,00%

FUENTE: Dirección de Ordenamiento e Infraestructura Territorial (2006).

En los hogares encuestados, la basura es eliminada por lo general por el método de incineración o entierro, tal como se lo puede observar en el siguiente cuadro:

Tabla N° 5

ELIMINACIÓN DE BASURA SEGÚN TIPO DE VIVIENDA. (2001)												
Eliminación de la basura	Tipo de Vivienda											
	Casa o Villa		Departamento		Mediagua		Rancho		Covacha		Total	
Carro recolector	1	0,61%	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0,61%
Terreno baldío o quebrada	5	3,05%	-	-	-	-	-	-	4	2,44%	9	5,49%
Incineración o entierro	118	71,95%	1	0,61%	19	11,59%	3	1,83%	7	4,27%	148	90,24%
Otro	2	1,22%	-	-	-	-	2	1,22%	2	1,22%	6	3,66%
Total	126	76,83%	1	0,61%	19	11,59%	5	3,05%	13	7,93%	164	100,00%

FUENTE: Dirección de Ordenamiento e Infraestructura Territorial (2006).

Actualmente la población se ha organizado para desarrollar turísticamente su recinto, por lo que en el feriado de carnaval del 2006, recibieron un gran número de turistas, motivados por visitar una hermosa playa, con un clima agradable.

Para esto, una comitiva establecida por el presidente de la comuna de Cauchiche, instaló una carpa en el muelle de Posorja, en la que brindaban información a los turistas sobre los atractivos de la Isla y además organizaban tours que incluían transporte y alimentación y en algunos de los

casos también alojamiento, ubicando a los visitantes en las casas de los habitantes.

Los propietarios de las lanchas se organizaron para llevar a las personas que deseen visitar la Isla Puná, brindándoles toda la seguridad necesaria y con el objetivo de evitar cualquier accidente que se pudiera presentar durante la travesía, se equiparon de chalecos salvavidas para cada uno de sus acompañantes.

A pesar de todo su esfuerzo y de los beneficios recibidos con estos arreglos, aún falta mucho por hacer, especialmente con los servicios básicos, puesto que no tienen energía eléctrica todo el día, no tienen agua potable, ni existe una red de alcantarillado.

Sobre el Estero de Bellavista existía un muelle, el cual se destruyó durante el Fenómeno del Niño del 98 y todavía no ha sido reconstruido, solo hay uno improvisado que es de mucha utilidad para que los navegantes desembarquen.

Finalmente se puede acotar que Cauchiche es un pueblo que atrae al tipo de turista aficionado al ecosistema costera y que no le importa alejarse de las comodidades de la ciudad con tal de disfrutar de unos días en compañía de la naturaleza.

1.3 ANÁLISIS DEL ENTORNO DEL RECINTO CAUCHICHE

Se realizó el análisis del entorno de Cauchiche para determinar los factores internos (fortalezas) y externos (oportunidades) que beneficiarían la creación de un Campamento Turístico Ecológico, así como aquellos que lo impedirían (debilidades y amenazas):

Dentro de las fortalezas y oportunidades se encuentran:

- Se cuenta con el apoyo de la comunidad de Cauchiche para desarrollar un proyecto turístico como el Campamento Vida Nueva dentro de su recinto. Es importante mencionar que para el desarrollo del proyecto, se debe considerar el rol y el tipo de participación de los miembros de la comuna de tal manera que por un lado den un valor agregado al proyecto y por otro provea un efectivo mecanismo de sustento para su población.
- En el trayecto de Posorja hacia Cauchiche se puede observar un sinnúmero de aves de variada especie y delfines haciendo piruetas, o cazando sus alimentos.
- El recinto de Cauchiche posee una belleza paisajística que motiva su visita.

- Es un lugar con una vasta riqueza histórica, puesto que allí se suscitaron importantes enfrentamientos entre caciques Punáes y españoles o contra los piratas, que en muchas ocasiones no pudieron saquear Guayaquil gracias a la defensa de estos guerreros.
- Presencia de una de las pocas playas naturales de buena extensión con las que cuenta el cantón Guayaquil.
- Los habitantes del recinto son personas muy amables y hospitalarias con todo aquel que los visite.
- No existe delincuencia, ni pandillas, que causen una mala imagen a los turistas que acudan al sector.
- En Cauchiche y sus alrededores hay presencia de flora y fauna abundante, típicas de la costa ecuatoriana.
- Hay una buena disponibilidad de lanchas en el puerto de Posorja para transportar a los turistas, la mayoría de ellas equipadas con chalecos salvavidas para todos sus tripulantes.
- Los pobladores construyeron tres cabañas al pie de la playa, para ser usadas con fines turísticos.

- La comunidad está bien organizada y dispuesta a trabajar en equipo, por el bien de la misma.
- El Departamento de Turismo de la Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil, se encuentra desarrollando proyectos de mejoramiento de la infraestructura del Recinto de Cauchiche.
- El Recinto cuenta con áreas desocupadas de gran extensión en las que se puede adecuar un campamento turístico ecológico como Vida Nueva, el mismo que puede ser utilizado por alumnos de escuelas y colegios para apoyar sus clases de ciencias naturales o como paseos de integración.

Dentro de las debilidades y posibles amenazas del Recinto Cauchiche se encuentran las siguientes:

- El Recinto no cuenta con un Subcentro de Salud bien equipado para atender emergencias.
- No existe una red de alcantarillado, ni un sistema de agua potable. Los pobladores tienen que recolectar las aguas lluvias a través de un sistema de albardas y de un pozo de agua dulce proveniente de la montaña Sambapala, ubicada en el interior de la Isla.

- Solo existe una escuela, por lo que la gente joven en su mayoría emigra al continente motivados por continuar con sus estudios o en busca de un trabajo mejor.
- La comunidad y sus alrededores no reciben electricidad durante el día, sino solo en las horas de la noche, desde las 18h30 a las 22h30, gracias a una planta generadora que es operada y abastecida por la propia comuna.
- Inexistencia de un muelle en buen estado, en el que los visitantes puedan desembarcar con comodidad.
- Se deben transportar productos de consumo masivo desde el continente.
- No existe mayor protección en términos de infraestructura contra fenómenos naturales como la corriente de El Niño, que tienen el potencial de causar impactos negativos en toda la isla.

CAPÍTULO II

LA EMPRESA Y EL PRODUCTO

2.1 RESUMEN EJECUTIVO DEL PLAN DE NEGOCIOS

La idea del presente Plan de Negocios surge ante la ausencia de un verdadero Campamento Turístico Ecológico en el cantón Guayaquil, que brinde a los jóvenes la oportunidad de estar en contacto con la naturaleza, mientras reciben una formación ambiental y desarrollan sus habilidades.

El objetivo es marcar la diferencia al ofrecer a la comunidad en general la oportunidad de vivir una experiencia inolvidable cargada de aventura y conocimientos, aprovechando la riqueza natural y la biodiversidad del Ecuador. El servicio inicial se beneficiará de las facilidades que ofrece la Isla Puná, desconocida por muchos, pero que posee un potencial turístico incalculable del que se pretende sacar provecho de una manera sustentable.

El Campamento Ecológico Vida Nueva promete satisfacer las necesidades de esparcimiento de los estudiantes de un rango de edades comprendido entre los 9 a 17 años de un nivel socioeconómico medio a alto y que deseen asistir a un lugar donde puedan desarrollar actividades que permitan afianzar los conocimientos obtenidos en los salones de clase y al mismo tiempo desarrollar sus competencias y valores bajo el contexto del contacto con la naturaleza.

Es preciso recalcar que se manejará precios accesibles entre \$50,00 USD por un tour de dos días y \$130,00 USD por un tour de una semana, para que no represente una barrera de entrada, enfocando todos los esfuerzos para alcanzar la satisfacción total del mercado meta y así obtener la aceptación y fidelización de los clientes.

Según estudios financieros, se ha determinado que el monto de la inversión asciende a \$31.000,00 USD, la cual será utilizado para cubrir los gastos preoperacionales, adquirir los activos fijos depreciables y no depreciables necesarios para la construcción y adecuación de la empresa a más de cubrir el capital de trabajo durante los meses iniciales en que hay pocas ventas.

El mercado potencial del campamento está conformado por los estudiantes de 9 a 17 años, que estudien en colegios de clase media a alta, dando un total de 79.368 alumnos. El 71% de este valor, es decir 56.351 jóvenes

integran el mercado objetivo, ya que sus representantes en la encuesta realizada manifestaron su interés en adquirir los servicios de Vida Nueva.

Para lograr los objetivos trazados se ha planificado diseñar una agresiva campaña publicitaria que permita mostrar al mercado meta lo novedoso del servicio y facilite la aceptación y preferencia de Vida Nueva ante la competencia. Los esfuerzos publicitarios serán destinados a llamar la atención de los jóvenes (usuarios del servicio) y de los padres de familia o representantes de instituciones educativas y particulares que serán quienes contraten los servicios.

Se realizará venta directa a través del grupo de promotores a todos los establecimientos educativos e instituciones particulares, ofreciendo Fam Trips¹ a las autoridades de los planteles visitados y ubicando afiches en los planteles visitados dando a conocer los servicios.

Los jóvenes podrán conocer las instalaciones del campamento mediante la página web de la empresa y videos promocionales que se mostrarán en los diferentes sitios web de mayor afluencia del mercado meta.

¹ Fam Trips: Viaje organizado para promover un área o instalación al que se invite a agentes de viajes y periodistas para que conozcan el producto. (www.boletinturistico.com)

Así mismo, Vida Nueva promocionará sus servicios turísticos a través de medios de prensa: radial (programas orientados a un público juvenil), escrito (artículos en periódicos y revistas) y televisivo (programas de temporada de playa).

Como en todo negocio, el factor humano es el punto clave que direcciona la empresa ya sea para el éxito anhelado o para el declive del mismo, por lo que se capacitará al personal reclutado a fin de que brinde un servicio de calidad que garantice la satisfacción de los futuros clientes. Se pretende realizar alianzas con los integrantes de la comuna de Cauchiche para que sean ellos los proveedores de los servicios que se ofrecerán en el campamento.

Se considera que el negocio es rentable, debido a que cuenta con una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 26,37%, muy superior a la tasa que pagan los bancos por guardar su capital y su Valor Actual Neto (VAN) es de \$45.275,88 USD.

Los accionistas que aporten con su capital, habrán recuperado su inversión durante los primeros meses del tercer año de operaciones y si alguno de ellos decide terminar su participación en la empresa podrá vender acciones a los demás accionistas o en la bolsa de valores al precio que se coticen en el mercado.

2.2 NATURALEZA DEL NEGOCIO Y DE LA EMPRESA

El negocio que se plantea consiste en la creación de un campamento turístico ecológico en el Recinto de Cauchiche de la isla Puná, con un fin educativo que pueda ser aprovechado por las escuelas, colegios y otras instituciones, para apoyar sus clases de biología, ecología, ciencias naturales o para sus paseos recreacionales.

El Campamento Turístico Ecológico Vida Nueva, será una organización económica con fines de lucro, dedicada a la prestación y comercialización de actividades intangibles, por lo que es considerada como una empresa de servicios.

Se ha adoptado el término ecológico debido a que se brindarán talleres de educación ambiental tanto a los prestadores de servicio como a los usuarios del mismo.

Se pretende dar a conocer a los niños la naturaleza a partir de su interacción con ella, permitiendo que desarrollen sus habilidades y técnicas que les permitan desenvolverse y ser parte de ella.

La estancia en el Campamento incluye recorridos guiados por el interior del recinto, a más del servicio de alimentación, transporte, recreación y talleres

educativos. Se pondrá a disposición de los futuros clientes, tours de dos días (fin de semana) y tours de una semana.

La compañía a crear tiene diversos objetivos, destacándose como primordial el satisfacer a sus clientes por encima de sus expectativas, brindando servicios de calidad y preocupándose de su bienestar a través de la propuesta de entretenimiento y educación que se ofrece.

Por otro lado, la empresa tiene un alto componente de responsabilidad social debido a que se busca involucrar a la comuna de Cauchiche de manera que se provoque una situación ganar ganar. Finalmente, se practicará y fomentará la preservación y el desarrollo ecológico como una premisa elemental del turismo educativo.

FILOSOFIA DE SERVICIO

El campamento Vida Nueva tiene una filosofía de servicio bien definida la cual se centra en ofrecer servicios de alta calidad, que garanticen una plena satisfacción de los clientes, quienes están representados por los padres de familia y autoridades escolares, asociaciones scouts y de otras instituciones que confían en nuestra empresa y de los usuarios quienes son los jóvenes que acuden y constatan que todo lo ofrecido se cumple.

La empresa contará con un personal calificado y capacitado para desempeñarse en cada una de las áreas que le fueran asignadas, procurando ganarse la confianza de sus campistas de manera que surja un ambiente propicio en el que puedan ser ellos mismos, sin presiones ni formalidades y sin descuidar las reglas de convivencia y respeto a sus semejantes y su entorno.

Contará con un itinerario de actividades diverso, que ha sido creado tomando en consideración el grupo al cual va dirigido y sus necesidades. Además, estas actividades garantizan la diversión de los jóvenes sin descuidar la enseñanza que deja en ellos.

OBJETIVOS SOCIALES

El campamento Vida Nueva se ha propuesto los siguientes objetivos sociales:

- Ser una fuente generadora de empleos dignos y bien remunerados a la comunidad del Recinto Brisas de Cauchiche y sus alrededores.
- Contribuir con el sistema educativo, al ser un establecimiento en el que se brindarán conocimientos sobre la naturaleza, primeros auxilios, valores, entre otros, a los niños y jóvenes que acudan a visitarnos.

- Capacitar e incentivar a la comunidad para que puedan emprender sus propias microempresas que luego se conviertan en nuestros proveedores de servicio.
- Colaborar con las universidades al recibir a sus estudiantes para que realicen sus prácticas en nuestras instalaciones, de manera que adquieran una vasta experiencia para su futura vida laboral.

2.3 ANÁLISIS DEL SECTOR TURÍSTICO EN EL CANTÓN GUAYAQUIL

Con la finalidad de conocer las tendencias turísticas actuales, uno de los principales órganos reguladores de la actividad turística en el país como lo es el Ministerio de Turismo, elaboró una encuesta en el 2003 a todos aquellos visitantes extranjeros que salieron del país rumbo a su ciudad de origen vía aérea, la cual arrojó los siguientes datos estadísticos: Quito es la principal ciudad visitada registrando una participación del 60%, seguido por Guayaquil con el 52%, Otavalo con el 30%, Cuenca 30%, Baños 26% y Galápagos con el 38%¹.

1. Información proporcionada por el Ministerio de Turismo del Ecuador, 2006.

Cabe recalcar que la suma de estos porcentajes sobrepasa el 100% ya que los turistas visitan más de un lugar en el país durante su estancia. La imagen que el Ecuador proyecta a estos turistas, en la mayoría de los casos, se asocia mayoritariamente con sus recursos naturales, su tradición cultural y sus playas.

De acuerdo a las estadísticas antes citadas, Guayaquil es el segundo lugar más visitado por los turistas extranjeros que arriban a nuestro país. El factor decisivo de su viaje es por actividades comerciales, razón por la cual, la ciudad es considerada como la capital económica del Ecuador. Un claro ejemplo de esto es que la mayoría de empresas con reconocimiento a nivel internacional han fundado sucursales en este cantón.

La imagen de Guayaquil ha cambiado favorablemente en los últimos años, esto es gracias a un proceso de Regeneración Urbana, que las recientes administraciones municipales han emprendido con el apoyo económico del gobierno y de sus habitantes.

Debido a este cambio, la industria turística también ha crecido, pero no solo los turistas extranjeros se sienten motivados a visitarla, sino también los nacionales, y específicamente los habitantes de dicho cantón, quienes aprovechan los fines de semana o feriados para recorrer los innumerables

atractivos con los que cuenta actualmente, con el beneficio de no tener que desplazarse largas horas para salir de lo cotidiano.

Así mismo, aquellas personas cuyas posibilidades económicas son limitadas y no pueden salir de vacaciones durante los feriados, ahora cuentan con nuevas alternativas de esparcimiento para toda la familia que no les representan un gran gasto.

Entre los principales sitios de interés se destacan: El barrio Las Peñas; Malecón 2000; Malecón del Salado; Parque Seminario, Parque Centenario, Parque Forestal, así como una gran cantidad de Iglesias y Museos, que cuentan la historia de la ciudad.

Guayaquil se ha convertido en uno de los lugares con más centros comerciales en Sudamérica, en los que se exponen las mejores marcas de ropa, zapatos, accesorios, al igual que electrodomésticos, artículos tecnológicos y demás. Entre los más concurridos se encuentran: Mall del Sol, Mall del Sur, San Marino, Policentro, Riocentro, entre otros. Es muy común ver operadores llevando a cabo y recomendando "Shopping tours", como parte del itinerario de sus turistas.

Cabe recalcar que Guayaquil se ha preparado para recibir y ofrecer variadas alternativas al momento en que un turista decida hospedarse. La cabecera

cantonal cuenta con hoteles como: Hilton Colón, Oro Verde, Continental, Four Points by Sheraton, Unipark, Ramada y Howard Jhonson, ideal para aquellos viajeros que tienen las posibilidades económicas para acceder a un hotel de categoría, que les proporcione full confort y les permita utilizar sus lujosas instalaciones.

No debemos obviar que estas no son las únicas opciones de alojamiento, también hay para quienes buscan un hotel que les brinde las comodidades necesarias a un bajo costo, como por ejemplo: Sol de Oriente, Las Peñas, entre otros.

Así mismo, existen diversas agencias de viajes prestas a asesorar al viajero y brindarle toda la asistencia necesaria para que disfrute al máximo el tiempo de permanencia en el destino. Dentro de las más reconocidas por su larga trayectoria en el mercado se destacan: Emela Tour, Metropolitan Touring, Tecnoviajes, Golden Travel, etc..

Según la Lcda. Karen Mosquera, Coordinadora de Hospitalidad de la Cámara Provincial de Turismo del Guayas, mencionó que se registra un mayor número de salidas por parte de la población guayaquileña durante los feriados, específicamente los de carnaval, semana santa y fin de año; a diferencia de la región sierra, cuyos habitantes se desplazan por mayores periodos de tiempo.

Con relación a los atractivos, dentro del cantón Guayaquil, acotó que los lugares que reciben más visitantes son aquellos que han pasado por un proceso de regeneración urbana como: el Malecón 2000, Malecón del Salado, Barrio las Peñas, entre otros.

De acuerdo al Boletín Estadístico de Tráfico Aéreo del Ecuador, durante el 2004 se registró un mayor número de pasajeros que se desplazaron desde el Aeropuerto de Guayaquil hacia Quito en los meses de Julio, Octubre y Diciembre. Estos meses coinciden con las fiestas de fundación, independencia y navidad, respectivamente, en las que los guayaquileños tienen días feriados.

Según estos datos, el segundo lugar más visitado lo integra el Archipiélago de Galápagos registrando un mayor flujo de turistas en los meses de marzo y agosto, mientras que, en el resto del año no se presenta una gran variación. Cuenca es el tercer destino preferido siendo concurrido durante julio y agosto.

El Sistema de Inventario Vial realizado por el Ministerio de Obras Públicas señala que un mayor número de vehículos se desplazaron a lo largo del año en la provincia del Guayas hacia la Puntilla, Durán, Milagro. Esto puede deberse ya que un número significativo de personas se trasladan diariamente por fines educativos y laborales.

Las estadísticas proporcionadas por el Departamento de Control de Transporte Público de la Comisión de Tránsito del Guayas indican que el periodo que registra mayor salidas de vehículos ocurre en el feriado de carnaval y con destino a la Costa.

El cantón Guayaquil cuenta también con sitios naturales que permiten tanto a sus habitantes como a los turistas nacionales e internacionales conocer lugares en los que puedan estar en contacto con la fauna y flora típica de Guayaquil, entre ellos se destacan: Bosque Protector Cerro Blanco, Jardín Botánico, Zoológico El Pantanal, Parque Lago, Puerto Hondo, Isla Puná, entre otros.

Sin duda alguna, estos son pocos ejemplos del gran número de atractivos naturales, en los que es propicio llevar a cabo proyectos turísticos que incentiven tanto el turismo nacional como el extranjero y a su vez permitan a la comunidad involucrarse y al mismo tiempo gozar de los beneficios que esta actividad genera.

Sin embargo, la mayoría de las personas no conocen o tienen poco conocimiento de estos lugares, esto puede ser a causa de que las agencias de viajes no han puesto el suficiente empeño en promocionarlos y los empresarios turísticos no se han enfocado en desarrollar turísticamente nuevos lugares.

Son pocas las agencias que promocionan un lugar al aire libre que permita el contacto con la naturaleza como un paquete turístico, es decir, ofreciendo los servicios de alojamiento, alimentación, transporte y recreación en un solo precio dentro del cantón Guayaquil. Una de ellas es la operadora de turismo Zoco, que promociona en sus oficinas tours de un solo día en su Hacienda Rosa Herminia.

En cuanto a los campamentos vacacionales, se puede citar que grupos de jóvenes entre los 7 y 18 años se integran para formar patrullas de scouts y salir de excursión. Por ejemplo, la ASIE (Asociación de Scouts Independientes del Ecuador), realiza campamentos durante los feriados en lugares dentro del cantón y tres veces al año en los periodos vacacionales efectúan viajes a otras provincias con una semana de duración.

Algunas instituciones educativas también realizan paseos al aire libre, siendo Cerro Blanco el lugar más concurrido, hasta el punto de sobrepasar su capacidad de carga, según información proporcionada por la Subsecretaría de Turismo del Litoral.

Es por ello que, la Isla Puná, ubicada a 65 Km. del Golfo de Guayaquil, es el lugar idóneo para impulsar un proyecto turístico que permita dar a conocer una nueva alternativa de esparcimiento como es acampar a la población en general, considerando que cuenta con áreas de gran extensión que podrían

ser utilizadas para crear un campamento turístico ecológico con recorridos en el interior de la Isla.

2.4 CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO

Vida Nueva es una novedosa alternativa de esparcimiento que permite a jóvenes de diferentes edades relacionarse y aprender a conocer la naturaleza a través de su interacción con ella mediante tours que incluyen recorridos guiados por el recinto de Cauchiche, talleres ecológicos y educativos, actividades recreativas dentro y fuera de las instalaciones del campamento, alimentación y alojamiento en carpas.

Los servicios ofrecidos serán brindados por los administradores del campamento conjuntamente con los habitantes del Recinto de Brisas de Cauchiche, basándose en las doctrinas que rigen al Movimiento Scout a nivel mundial.

Se prepararán Tours Educativos que van dirigidos a niños y jóvenes estudiantes. El servicio será ofrecido tanto en el formato de tours contratados individualmente como por grupos contratados por establecimientos educativos y otras instituciones. Estos tours serán ofrecidos durante todo el año lectivo pero también a lo largo del periodo vacacional.

Entre las principales características de los servicios que prestará la empresa se destacan:

- Transporte: los visitantes serán transportados en cómodos buses que prestan servicios turísticos desde Guayaquil hasta Posorja y luego de una hora y media de recorrido se embarcarán en lanchas con capacidad para 15 personas, dotadas con equipos salvavidas para cada grupo de turistas y sus guías, las mismas que luego de 45 minutos de travesía, admirando una gran cantidad de aves y delfines, los conducirán al Campamento Vida Nueva.
- Acampar: A través de esta experiencia los visitantes pondrán en práctica sus habilidades, trabajando en equipo, ya que serán ellos los encargados de armar y desarmar las carpas en las que se alojarán durante su estancia en el campamento.

En el espacio destinado para acampar se ubicarán 20 carpas, con capacidad para cuatro personas cada una, dando un total de 80 plazas.

El área está rodeada de palmeras que le dan un clima agradable, permitiendo a los usuarios protegerse de los rayos de sol y recibir la brisa del mar.

- Alimentación: La alimentación básicamente estará compuesta por un menú de platos típicos de esta región y de todo el Ecuador. Para ello contaremos con un comedor que estará ubicado al pie de la playa que los propios moradores de Cauchiche han construido con la finalidad de atender a los turistas.
- Guianzas: Esto se llevará a cabo con el apoyo de los pobladores de Cauchiche, puesto que siendo conocedores de la zona son los más idóneos para realizar y liderar los recorridos. A su vez, se pretende que despejen cualquier duda y compartan con los visitantes aquellas leyendas o historias que siempre captan la atención y desarrollan la imaginación de quienes las escuchan.

Diariamente se ha planificado un recorrido a diferentes lugares de la Isla como la Montaña Sambapala, la zona ganadera, el estero de Bellavista, “la Isla de los Pájaros”, entre otros. Todas las mañanas se formará grupos de 15 personas del mismo rango de edad, quienes serán acompañados por un guía durante todo el tour.

Cabe recalcar que durante el recorrido se harán paradas periódicas con la finalidad de que se realice alguna dinámica para entretenerlos o para que puedan descansar y reponer las energías para continuar la jornada.

- Actividades Recreativas: El campamento estará dotado de un área diseñada especialmente con juegos que ponga a prueba la valentía y resistencia de los niños. Además se practicará algunas dinámicas de integración en las que se puedan incentivar los valores de compañerismo, trabajo en equipo, entre otras.

Se llevarán a cabo 3 tipos de dinámicas: de integración, de recreación y de retroalimentación, diseñadas de acuerdo a la edad y sexo de los participantes, diferenciándose claramente dos grupos: los niños y niñas de 9 a 12 años y los jóvenes de 13 a 17 años.

Todas las actividades recreativas serán explicadas y supervisadas por el guía encargado de cada grupo.

- Talleres: Se dictarán talleres dirigidos a los campistas, en el área de integración, acerca de primeros auxilios, cuidado del medio ambiente, técnicas de supervivencia, valores, confección de artesanías, entre otros.

Cada día se impartirá un taller y, dependiendo del tema, se les proporcionará los materiales necesarios para que puedan aprender a través de la práctica. Por ejemplo: para la charla de primeros auxilios se les entregará vendas, tablillas, etc., en el caso del taller de técnicas

de supervivencia se les enseñará como pescar, encender fogatas, como hacer nudos, etc..

A diferencia de los demás talleres, en el de valores, los participantes tendrán que reunirse y preparar dramatizaciones en el que expliquen los valores que serán sorteados al azar.

- Venta de Souvenirs: Los visitantes tendrán la oportunidad de adquirir artesanías elaboradas por la comunidad de Cauchiche y sus alrededores, utilizando los materiales autóctonos de la zona. Este centro artesanal estará ubicado al pie de la playa, junto a la cabaña donde se servirán los alimentos a los visitantes.

2.5 NECESIDADES A CUBRIR

Todo negocio debe ser creado en función a suplir una necesidad que se encuentra vigente en la sociedad. Vida Nueva no es la excepción, por lo que antes de realizar el estudio de mercado es indispensable definir cuáles son las necesidades que el presente campamento va a cubrir.

Se han identificado dos tipos de necesidades: desde el punto de vista de los padres de familia y de los establecimientos educativos.

La primera se suscita cuando se acerca la culminación del período escolar, momento en que los padres no saben cómo aprovechar al máximo los meses en que sus hijos estarán de vacaciones. Esto se puede observar en el artículo de Miriam Rojas, Consultora en Comunicación Integral, publicado en la Revista de El Universo del 21 de Enero del 2007, que en su artículo escribe la frase “¿quién podrá defendernos?”, refiriéndose al pensamiento de los padres al acercarse las vacaciones.

Una prioridad para ello es encontrar una actividad en la que sus hijos adquieran nuevos conocimientos, al mismo tiempo que se divierten de una manera sana y entretenida, cautelando que el lugar en el que se encuentren no los exponga a peligros. Actualmente se observa que en el mercado existe un crecimiento en la oferta de cursos vacacionales para suplir esta necesidad.

Así por ejemplo tenemos las publicaciones de la Revista del mes de enero, del diario El Universo, en las que se publicitan diferentes campamentos vacacionales, con diversos tópicos como aprender a nadar, bailar, excursionar, entre otros, pero pocos de ellos promocionan la actividad de acampar como tal.

Por otro lado, los planteles educativos al momento de coordinar sus salidas de campo buscan un lugar en el cual sus estudiantes puedan pasar

momentos agradables, a la vez que ponen en práctica los conocimientos impartidos en las aulas de clase. Este tipo de actividad es generalmente más valorada por los padres de familia que simples actividades recreativas, de acuerdo a la opinión de algunos de ellos que fueron entrevistados.

El campamento también surge de la necesidad de encontrar un lugar en que los estudiantes puedan integrarse y conocerse antes de iniciar un año escolar.

En conversaciones con la Sra. María Rosa de González, Directora Nacional de Gestión Educativa de la ASIE mencionó la necesidad de encontrar, en Guayaquil y sus alrededores, lugares naturales que persigan un fin ecológico, en los cuales las personas, en especial, los grupos de scouts puedan pasar su tiempo libre en contacto con la naturaleza.

Así mismo, manifestó que estos lugares tienen que cubrir ciertos requisitos mínimos como: suficientes atractivos naturales que motiven su visita, una zona segura para acampar y que en sus instalaciones se puedan realizar las actividades que ellos tienen programadas.

Por lo mencionado anteriormente, se suscita la necesidad de descubrir nuevos destinos que puedan ser aprovechados por el turista que disfruta de

alejarse de las comodidades del mundo moderno para apreciar el ambiente puro de un área natural.

CAPÍTULO III

EL MERCADO Y LA COMPETENCIA

3.1 CLIENTES Y SEGMENTACIÓN

Dentro de todo negocio, el factor decisivo para alcanzar el volumen de ventas deseado que permitirá cumplir con los objetivos propuestos, definitivamente lo marcan los clientes, por lo que es necesario determinar quienes serán los posibles clientes de la empresa.

Existen varios segmentos que pueden estar interesados en visitar el Campamento Turístico Ecológico Vida Nueva, como el integrado por grupos de aventureros, que motivados por salir de lo cotidiano y obtener nuevas experiencias adquieren el reto de pasar varios días alejados del modernismo.

Así mismo, aquel segmento formado por los que gustan del turismo tradicional, es decir, de sol y playa que buscan nuevos destinos para relajarse sin la presencia de gran cantidad de turistas a su alrededor.

Los ambientalistas o ecologistas son también un grupo que incentivados por desarrollar programas de conservación de un entorno natural y las especies que lo habitan se podrían mostrar interesados en visitar estas instalaciones.

El grupo integrado por excursionistas gustaría de conocer la Isla Puná, motivados por salir en busca de nuevas experiencias sin preocuparse por los lujos y comodidades que les ofrezca el lugar sino más bien que su travesía sea agradable.

Los historiadores, por su parte, estarían interesados en realizar investigaciones sobre la cultura Punáe y sobre los hechos históricos que se suscitaron en ese lugar.

Con relación a las edades se puede mencionar que tanto niños, jóvenes, adultos y adultos mayores pueden sentirse atraídos por los atractivos que ofrece la Isla y disfrutar de un periodo de tiempo en las instalaciones de Vida Nueva.

Vida Nueva es un campamento con fines educativos, por lo que se ofrece esta alternativa a los estudiantes tanto de escuelas, colegios ó miembros de asociaciones de scouts para que puedan poner en práctica los conocimientos adquiridos en sus aulas de clase y a su vez desarrollar una mentalidad ambientalista que promueva futuros planes de acción ecológicos.

Los clientes de la empresa serán aquellos que paguen por los servicios de Vida Nueva, ya sea para ellos como para sus representados, como por ejemplo: los padres de familia, las autoridades de los establecimientos educativos y demás instituciones como las asociaciones de scouts, grupos religiosos, etc., mientras que las personas que reciban directamente los servicios serán considerados usuarios del mismo.

Los clientes iniciales de Vida Nueva serán los miembros de nuestro círculo de amistades, conocidos y familiares quienes a su vez serán un apoyo en ventas al recomendar el campamento al resto de personas a su alrededor.

El mercado meta estará conformado por los estudiantes, que de acuerdo a la información obtenida en las encuestas realizadas deben tener de 9 a 17 años y pertenecer a una clase socioeconómica media a alta, que gusten de estar en contacto con la naturaleza, con un espíritu aventurero y que estén dispuestos a participar de actividades que les permitan demostrar sus destrezas y habilidades.

De acuerdo al estudio de mercado realizado a los padres de familia del mercado objetivo, las inquietudes de ellos varían según la edad de sus hijos. Por este motivo se clasificó a los usuarios potenciales en dos grupos, los niños de 9 a 12 años y los adolescentes de 13 a 17 años.

Los tutores de los primeros se interesan en que sus hijos adquieran nuevos conocimientos y se hagan más independientes, además de aprender a ser más sociables y a estar preparados para vencer sus temores e inseguridades.

Entre sus preocupaciones se encuentran: si están bien de salud, si se están alimentando bien y sobre todo si el campamento ofrece mucha seguridad para ellos. También están pendientes de cómo se puedan sentir sus hijos al estar alejados de su familia y si van a poder socializar con todos sus compañeros. Desearían poder comunicarse a diario con ellos y recibir noticias de las actividades que éstos realizan.

Por otro lado, los del segundo grupo desean que sus hijos adquieran disciplina y valoren su núcleo familiar. Se preocupan por que se ubique distanciamiento las carpas de los chicos con las de las chicas. También consideran importante la vigilancia nocturna y más aún el control del ingreso de bebidas alcohólicas.

De acuerdo a información recopilada de la competencia se pudo determinar que la principal preocupación entre los padres de familia de los diferentes rangos de edades es que sus hijos acampen en una zona segura que no ponga en riesgo su integridad y que el precio para realizar esta actividad sea accesible.

Según la Licenciada Ma. Rosa de González, Directora Nacional de Gestión Educativa de la ASIE, los padres de familia de los niños entre los 7 y 9 años suelen acompañar en sus paseos a sus hijos para verificar que los recorridos no los expongan a peligros y en lo posterior enviarlos solos.

En cambio las autoridades educativas desean que sus alumnos adquieran nuevos conocimientos que puedan ser aplicados a lo largo de su vida. Consideran importante la diversión pero no es su prioridad. También les interesa que mediante estos programas sus alumnos adquieran una formación ecológica que les permita ser reconocidos como una entidad que promueve la conservación y respeto a la naturaleza.

Es importante recalcar que cada persona posee características diferentes, pero no se puede dejar a un lado que los jóvenes según sus edades tienen intereses similares. Por ejemplo un niño de 9 años se sentiría motivado en visitar Vida Nueva por divertirse al máximo y jugar con sus amigos. Mientras que un joven de 17 años busca relacionarse con personas de su edad, alejarse del control de sus padres y sentirse independientes (9).

Por lo general los niños de 9 a 12 años tienden a distraerse con facilidad y a aburrirse rápidamente, por lo que captar y mantener la atención de estos pequeños será una tarea de los guías, ya que tendrán que realizar varias dinámicas para que los recorridos sean agradables.

A los niños comprendidos en ese rango de edades es imprescindible realizarles frecuentemente retroalimentaciones para verificar si la información ha sido captada. Cabe acotar que esto no se lo hace con el afán de aburrir o hacer sentir presionados a los jóvenes aventureros sino que la idea es que ellos aprendan mientras se divierten.

Los niños de 9 a 12 años no suelen tener conciencia de los peligros a los que pueden exponerse con tal de divertirse o seguir sus instintos. Es común ver a un niño entre esa edad intentar realizar alguna pirueta que haya visto realizar a su caricatura preferida o en la televisión, ya sea, para poner a prueba su valentía o para mostrar su espíritu aventurero ante el resto. Esta característica predomina en los niños más que en las niñas.

Una particularidad de los jóvenes de 13 a 17 años es que si algo les desagrada, tienden a crear una barrera que les impide cambiar su percepción sobre el lugar o servicio ofrecido. Suelen ser muy apáticos y tajantes y a pesar de que la persona encargada ponga su mayor esfuerzo para satisfacer sus expectativas es casi imposible cambiar su manera de pensar.

Así mismo, los jóvenes dentro de esta edad son más rebeldes y esto a su vez incurre en que sean indisciplinados y pongan el mal ejemplo en su grupo. Ellos necesitan sentirse muy motivados para realizar las actividades que se

les solicite con voluntad, a diferencia de los niños que suelen ser más obedientes.

Una diferencia notoria entre los dos grupos, es que los niños son más tímidos o cohibidos, tardan más en entrar en confianza o integrarse, mientras que la mayoría de jóvenes son más sociables y vencen más rápido el temor de aceptación entre un grupo de personas.

Es importante mencionar que la empresa está dispuesta a atender las necesidades de otros segmentos del mercado que estén interesados en acudir al campamento.

3.2 PROPUESTA DE VALOR

Con el fin de determinar y cuantificar el valor real y el que puede ser percibido por los futuros clientes de Vida Nueva, se ha analizado los posibles beneficios y costos que serán decisivos al momento que resuelvan adquirir o no los servicios.

ANÁLISIS DE BENEFICIOS

Para fines de estudio se ha dividido los beneficios en tres segmentos: niños y jóvenes, padres de familia e instituciones educativas.

- El beneficio para los *niños y jóvenes* es que en el Campamento Vida Nueva podrán compartir momentos de extrema diversión junto a sus amigos y poner al máximo su adrenalina en las diversas dinámicas que se tienen preparadas. Esto se justifica partiendo de la realidad de que los niños disfrutan de actividades que les permitan aventurarse y descubrir sus potencialidades y habilidades, al mismo tiempo que conocen nuevas personas y comparten experiencias inolvidables.
- Además se sentirán atraídos por la idea de pasar un tiempo sin el control de sus padres, dándoles la oportunidad de que se sientan independientes y responsables de su accionar.
- En una encuesta realizada a *padres de familia* de jóvenes estudiantes de escuelas y colegios, el 90% mencionó que están interesados en que sus hijos realicen cosas productivas durante sus vacaciones, por lo que este campamento será una buena opción para ellos, ya que los jóvenes podrán adquirir conocimientos sobre la naturaleza interactuando con ella, a través de recorridos por el interior del Recinto de Cauchiche, en la Isla Puná y en el manglar por medio de paseos en canoas.

Se identifican dos tipos de beneficios para este segmento, el primero se basa en la formación educativa y de valores que recibirán sus hijos

y la segunda por el tiempo que los mantienen alejados de casa en un ambiente seguro.

- Durante su estancia en el Campamento, los jóvenes podrán desarrollar valores como el compañerismo, trabajo en equipo, disciplina, respeto a sus amigos, a la naturaleza, entre otros, basándose en los principios que rigen a los grupos scout a nivel mundial.

Los jóvenes cada vez están perdiendo estos valores, por lo que su práctica constituye un importante beneficio para los padres de familia debido a que esto influirá de manera positiva en la formación de la personalidad de sus hijos, permitiéndoles también ser más sociables y compartir momentos agradables con gente de su edad y gustos similares.

- Según el educador inglés Edmundo Holmes en su libro “Donnez - moi la jeunesse” menciona que el Movimiento Scout es el esfuerzo más productivo que se ha realizado en el campo de la educación a los jóvenes. Y su éxito es debido a la realidad que responde a las duras e imperiosas necesidades de la naturaleza humana: a la necesidad de trabajar para la formación del propio yo y la de trabajar como sea para los demás.

- Según Lord Baden-Powell en su conferencia sobre la Educación Moral en 1923, las actividades al aire libre como: estudio de la naturaleza, campismo, exploraciones, etc., son muy beneficiosas para los jóvenes, al convertirlos en mejores ciudadanos, quienes al realizarlas ponen mucho entusiasmo y energía. El 98% de los padres de familia, en la encuesta realizada, manifestaron también estar concientes de que este tipo de actividades estimula el desarrollo de las habilidades de sus hijos.

- Vida Nueva tiene, como uno de sus beneficios, un fin educativo que pueda ser aprovechado por las *escuelas y colegios* como apoyo en el área de Ciencias Naturales y poner en práctica lo aprendido en unidades como: El Ecosistema, Las Plantas, Animales, La Célula y Biodiversidad.

- Miriam Rojas, en un artículo del Diario El Universo del 28 de enero, afirma que las convivencias y la práctica de turismo rural y social contribuyen a experimentar nuevas sensaciones, a conocer otras realidades, a darse cuenta de que otro mundo existe y a valorar la tierra donde viven. El Acuerdo Ministerial del 27 de agosto de 2004, del Ministerio de Educación y Cultura promueve la inmersión de materias como educación ambiental, valores, cívica, entre otras con la

finalidad de fomentar en los estudiantes una actitud de respeto hacia sus semejantes y su entorno.

- Los profesores que acompañen a los jóvenes al campamento podrán dictar sus clases desde el lugar en un ambiente más relajado en que los estudiantes no se sentirán estresados como en sus aulas de clase, prestando más atención a los conocimientos que ellos junto a los guías les transfieren, mejorando su aprendizaje en un 80% según encuestas a profesores.

El estrés es un problema que afrontan los jóvenes en la actualidad, según Marcela Parreño, editorialista del Diario El Comercio, quien en su artículo publicado el 9 de abril del 2007, menciona que ellos se sienten obligados a adquirir conocimientos en los salones de clase, lo que conduce a que desarrollen conductas agresivas o indisciplinarias en contra de sus compañeros, profesores, autoridades escolares e incluso en sus hogares.

- Además, las instituciones educativas se benefician al incluir en su programa visitas al campamento, ya que adquieren prestigio al ser consideradas como entidades que demuestran un compromiso con las nuevas tendencias educativas y fomentan la integración entre alumnos y docentes.

ANÁLISIS DE COSTOS

- Por ser una empresa que recién está empezando, las personas pueden creer que la compañía no tiene la experiencia necesaria para velar por la seguridad de los visitantes, durante su estancia en nuestro Campamento. Esto se lo puede compensar con una fuerte campaña publicitaria y a través de alianzas con instituciones ambientalistas o de gobierno, como ministerios, subsecretarías, direcciones, etc., que avalen la calidad de los servicios de Vida Nueva.
- Los padres de familia pueden no sentirse cómodos con la idea de separarse de sus hijos durante su estancia en el campamento. Cabe recalcar que los servicios no están orientados para los padres, pero se está dispuesto a atenderlos, en el caso que quieran acompañar a sus hijos. De igual manera ellos podrían comunicarse a diario con ellos a través de los teléfonos del campamento o a sus celulares para confirmar que los chicos estén a gusto.
- El miedo es un punto importante, puesto que los padres tienden a sentir mucho temor cuando sus hijos salen solos de viaje durante sus vacaciones. Su temor puede deberse a varios motivos, entre ellos: el miedo al mar, a que no se alimenten bien o, a que se contagien de alguna enfermedad. Esto se agrava si no están acostumbrados a

separarse de sus hijos, por lo que no saben si se van a sentir cómodos en un nuevo ambiente.

Para este punto es necesario que los padres tengan pleno conocimiento de las instalaciones del campamento, de las actividades que se van a desempeñar diariamente y de las medidas de seguridad. Cada tour contará con el apoyo de un socorrista apto para atender cualquier emergencia, a más de los guías que estarán capacitados para brindar los primeros auxilios en caso de requerirse.

3.3 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Al realizar el análisis del sector turístico del cantón Guayaquil, la evidencia sugiere que no existen muchos lugares de turismo natural en los que se haya llevado a cabo un proyecto turístico debidamente planeado y constituido.

Para establecer la competencia debemos tener bien claro los beneficios del Campamento Turístico Ecológico Vida Nueva, los cuáles son:

- Recreación y entretenimiento para niños y jóvenes en un ambiente natural.

- Desarrollo de habilidades motrices y mentales por medio de la realización de actividades físicas y pedagógicas.
- Formación educativa con conocimientos enfocados a las ciencias, naturales, ecología y aspectos étnicos de la Isla Puná.
- Educación en valores que permitan mejorar sus relaciones humanas.
- Separación del entorno urbano para vivir una experiencia de grupo por cortos periodos de tiempo.

A pesar de que en la provincia del Guayas no existe una empresa que ofrezca el concepto completo de campamento turístico, si hay lugares que ofrecen servicios para acampar, recorridos guiados por diversos paisajes, degustación de comidas típicas, actividades recreativas en grupos, entre otras.

Por los puntos antes mencionados, se considera por sus características, que la competencia directa estaría integrada principalmente por Cerro Blanco, Manglares Churute, Puerto Hondo y las haciendas que se encuentran en toda la provincia y en sus alrededores, ya que están ubicadas en un ambiente natural y son visitadas por el mercado meta.

Existen otros lugares que no se encuentran dentro de los límites de la provincia del Guayas pero que son frecuentemente visitados por los guayasenses como es el caso de Ecovita y las demás hosterías ubicadas en la sierra central.

A continuación se detallan las características principales de los lugares que conforman la competencia directa:

- *Bosque Protector Cerro Blanco*: se encuentra ubicado en el Km. 16 vía a la costa, ofrece a sus visitantes los servicios de caminatas guiadas en los senderos naturales, teniendo la oportunidad de observar diversidad de aves y para aquellas personas que deseen pernoctar en sus instalaciones también pueden hacerlo presentando una solicitud a los administradores. El principal atractivo de este lugar es que protege una de las pocas áreas de bosque seco tropical remanentes en nuestro país.

Cerro Blanco cuenta además con uno de los viveros más grandes de la costa, con una extensión aproximada de una hectárea y se dedica a la producción de plantas especialmente nativas y endémicas. Otro atractivo de este lugar es que sirve de hábitat de diferentes especies tales como el jaguar, mono aullador, venado de cola blanca, saíno, entre otros.

Se lo considera competencia por los servicios de recorridos guiados y la posibilidad de acampar, a pesar de que se trata de dos tipos de ecosistemas diferentes. El valor de la entrada es de \$ 4.00 USD, sin acceso a ningún otro servicio.

Cerro Blanco recibe a grupos de estudiantes durante el periodo de clases y no existe una diferencia marcada durante los fines de semana y feriados, registrándose en ambos casos un número similar de visitantes.

- *Manglares Churute*: está localizado en la parroquia Taura en el Km. 46 de la vía Guayaquil – Machala. Sus áreas de gran extensión lo han catalogado como la reserva más grande dentro del golfo de Guayaquil. El nombre de esta reserva natural se debe a la presencia de la cordillera de Churute, que está compuesta por siete cerros.

El principal atractivo de este manglar es que en él se agrupan cuatro ecosistemas dependientes como son: manglares, estuario, bosque seco tropical y lacustre. La particularidad es que cada uno de ellos cuenta con flora y fauna diferente que encanta a sus visitantes.

Esta área natural ofrece a sus concurrentes la posibilidad de pernoctar en la zona que ha sido acondicionada como un campamento. De igual

forma cuenta con un grupo de guías capacitados para acompañar al visitante durante su estancia en el lugar. El valor de la entrada más el derecho de pernoctar en el lugar es de \$ 5,00 USD diarios.

- *Puerto Hondo*: es una zona de manglar ubicada a 17 Km. de Guayaquil. Este sector ofrece abundante variedad de flora y fauna en sus cuatro especies de manglar que mezclada con la tranquilidad del sector y su ambiente totalmente ecológico hacen de este lugar uno de los más preferidos para el descanso y diversión de los turistas de la provincia del Guayas.

Los habitantes de este centro ecoturístico, como es denominado Puerto Hondo, han participado conjuntamente para el desarrollo y conservación de este lugar, creando conciencia, en todos los turistas que acuden ahí, sobre la importancia que representa salvaguardar las áreas verdes.

Una de las actividades por las que se lo ubica como competencia y constituye su mayor atractivo, son los recorridos en canoas a lo largo de un extenso brazo de mar. En el transcurso del camino, los visitantes pueden admirar algunas especies de manglares, y al mismo tiempo apreciar la fauna típica de este tipo de ecosistema costero. Este paseo tiene un costo de \$ 8.00 USD.

- *Parque El Lago*: está ubicado en el Km. 16 en la carretera Guayaquil-Salinas, su principal atractivo se centra en la existencia de vegetación diversa donde se puede apreciar distintos ejemplares de árboles y más de 160 especies de aves.

Al mismo tiempo que se tiene la oportunidad de disfrutar de un ecosistema paradisíaco donde el visitante puede relajarse, también se pueden realizar actividades tales como picnics, paseos por el lago, caminatas y ejercicios, en un ambiente agradable y digno de ser compartido. El valor de la entrada es de \$0.50 USD sin acceso a ninguno de los servicios que se ofrecen en su interior.

Las haciendas que se encuentran en la ciudad y en sus alrededores aún ofrecen servicios turísticos incipientes y no cuentan con las instalaciones necesarias para poder manejar un grupo grande de personas, pero de igual manera son consideradas competencia directa del Campamento Ecológico Vida Nueva.

- Como ejemplo se cita a la Hacienda Jambelí localizada a solo 16 kilómetros de Naranjal en la vía a Machala, exactamente en Balao Chico. Esta hacienda que es parte de la cordillera Oriental de los Andes, colinda en su parte oriental con más de 1,200 hectáreas de

manglar que bordean el canal de Jambelí, del cual el predio adquirió su nombre.

Visitando este lugar se podrá recorrer una de las haciendas más completas de la costa, siendo su principal atractivo el centro de rescate de vida silvestre de la Fundación Ecológica Rescate Jambelí, donde se cuida y reproduce a especies en peligro de extinción naturales del Ecuador.

Finalmente, bordeando la hacienda, se encuentran cerca de mil hectáreas de bosque de manglar, que es el hábitat de una gran diversidad de especies, lo que permite una buena observación de aves en la zona. El tour que incluye los servicios de alimentación, recorridos guiados y acampada tiene un costo de \$ 60.00 USD por día.

- *Hacienda Las Cañas*: está situada a 75 Km. de Guayaquil y cuenta con una superficie de 550 hectáreas de cultivos de cacao, banano, plátano y pimienta negra.

Este lugar es constantemente visitado por empresarios, técnicos, turistas nacionales y extranjeros deseosos de volver al pasado y conocer las técnicas tradicionales, combinadas con modernas

tecnologías para producir el “*fruto de los dioses*” más conocido como cacao.

Hacienda El Castillo: localizada en el Km. 55 vía a la costa, exactamente a 45 minutos de la ciudad de Guayaquil. Dicha hacienda encierra una historia que se remonta a la antigüedad. A raíz de los años 80 quedó abandonada y todo indicaba que quedaría en ruinas, pero gracias al apoyo de su actual dueño esto cambió, ya que la ha adecuado para recibir a turistas. El turista puede pernoctar en habitaciones lujosas más no acampar en sus instalaciones.

Esta propiedad, a pesar de dedicarse a la producción agrícola, cuenta con áreas de abundante vegetación donde se puede admirar variedad de especies arbóreas que son hogar de aves de diferente tipo.

- *Finca La Gloria* localizada a tan solo 45 minutos de la ciudad en la vía Guayaquil-Salinas ofrece la posibilidad de pasar una mañana y tarde amena en la cual el componente principal será el deleite de todas sus instalaciones.

En la finca se pueden realizar deportes al aire libre, montar a caballo, picnics, paseos en un lago artificial y la oportunidad de observar diversas especies de aves.

- *Ecovita Organic Camping and Farm*: se encuentra a 2 horas aproximadamente de Guayaquil en Pallatanga, provincia de Chimborazo, promueve el ecoturismo, agroturismo y educación ambiental. Ofrece paquetes turísticos que incluyen alojamiento en carpas, recorridos guiados por sus instalaciones, alimentación, charlas, práctica de deportes extremos, entre otros.

Ofrece diferentes paquetes cuyos precios van acorde a las actividades que se realicen y los días de permanencia. Por ejemplo un tour de fin de semana para grupos de estudiantes tiene un precio de \$50.00 USD. Dentro de este valor no está incluido el precio del transporte hasta Pallatanga.

Existe, dentro y fuera de la ciudad, algunos lugares que pueden ser considerados como competencia indirecta, aunque no están en un área natural o persiguen un objetivo ambientalista, sin embargo constituyen una alternativa de esparcimiento para los jóvenes de las edades en cuestión.

Entre estos tenemos:

- *Parque Histórico*: se encuentra ubicado en el cantón Samborondón, a pocos kilómetros de Guayaquil, ofrece a sus visitantes recorridos guiados por un pequeño zoológico para terminar en una réplica del

Malecón de 1900. Los fines de semana el ingreso tiene un costo de \$4,00 USD, adultos y \$3,50 USD niños.

- *Zoo Pantanal*: ubicado a 23 kilómetros de Guayaquil, es un centro de rescate y conservación de la fauna típica de la zona. Cuenta con más de 90 especies de animales y 100 de plantas. Durante el recorrido, de dos horas de duración se puede observar especies que están en peligro de extinción y que han sido rescatadas. El costo por recorrido guiado es de \$ 2.00 USD, los niños, y \$ 3.00 USD los adultos. Dentro del lugar hay un bar en el que los visitantes pueden servirse algún snack y tomar un descanso.

- *Parque Ajá*: llamado también parque de la ciencia, por el objeto que persigue, que es fomentar en los niños y jóvenes el interés por la ciencia y la tecnología. Funciona dentro de la ESPOL y es manejado por la Facultad de Ingeniería y Electrónica. En el periodo vacacional ofrecen cursos dirigidos a niños de 7 a 12 años, que incluyen materias como Informática, Matemáticas, Física y Química.

- *La Garza Roja*: Ubicada en el km. 37 en la vía Daule es un complejo turístico que cuenta con piscinas con toboganes, canchas para practicar deportes, práctica de equitación y un área de acampada junto al río Daule en el cual se pueden realizar recorridos en canoa. El

precio de la entrada para niños hasta 12 años es de \$ 2.00 USD y de 12 en adelante \$ 3.00 USD. Los paseos a canoa o en caballo tienen un costo de \$25.00 USD.

- *Riverpark*: se encuentra ubicado en el Km. 4.5 de la vía Guayaquil-Samborondón, este complejo turístico ofrece en sus instalaciones entretenimiento en sus diferentes atracciones como pista de karts, mini golfito, paseos en botes, juegos de video y un restaurante de comida típica. El costo por persona en fines de semana es de \$ 9.50 USD con acceso a usar los juegos ilimitadamente sin alimentación.

Se identifica otro tipo de competencia, la conformada por los cursos o campamentos vacacionales. Este grupo solo surge en los periodos vacacionales y recluta a cientos de niños motivados por diferentes intereses. Sin embargo, algunos campamentos no cuentan con un lugar propicio en el que puedan realizar las actividades que tienen programadas, por ende, Vida Nueva sería el lugar ideal para que ellos puedan acampar y llevar a cabo su programa.

Luego de haber analizado cada una de las diferentes opciones de esparcimiento al aire libre con los que cuenta el cantón y sus alrededores se pudo concluir que ninguno de los lugares antes citados incluye dentro de su precio el traslado y alimentación lo cual constituye una ventaja competitiva

para Vida Nueva, puesto que al contratar varios proveedores, los precios aumentan (VER ANEXO 1).

Además tampoco ofrecen animación y recreación durante la estadía de los turistas en sus instalaciones. Esto constituye un punto a favor, puesto que según las nuevas investigaciones, a cargo de la Organización Mundial de Turismo, se ha demostrado que lo más importante para los viajeros es la interacción con las personas.

También se ofrece, a diferencia de ellos, la oportunidad de recibir una formación ambiental mediante talleres ecológicos, al mismo tiempo que participan de actividades recreativas, permitiendo que los jóvenes se diviertan mientras fomentan una mentalidad cien por ciento ecologista. Todo esto combinado con un marco natural único y de una gran belleza paisajística que se encuentra cercano a Guayaquil.

3.4 PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO Y VENTAS ESTIMADAS

Las personas que podrían estar interesadas en visitar Vida Nueva, pertenecen a varios segmentos como ambientalistas, aventureros,

científicos, turistas de sol y playa etc., sin embargo, la empresa tiene definido su target (mercado meta), el que se encuentra conformado por los niños y jóvenes en un rango de edades que van desde los 9 a 17 años de edad, de un nivel socioeconómico medio a alto.

La base para establecer el mercado potencial está conformada por los alumnos de las instituciones educativas particulares del cantón Guayaquil.

De acuerdo a la información proporcionada por la Dirección Regional de Estudios, el número de alumnos a inicios del periodo escolar del 2006, en el cantón Guayaquil es de por lo menos 144.389 debido a que en el momento en que los datos nos fueron entregados no todos los establecimientos habían enviado el registro final de los alumnos matriculados.

El mercado potencial del campamento es aquel que está conformado por los estudiantes de 9 a 17 años, que estudien en colegios de clase media a alta. Para obtener un dato más preciso se consultó al departamento de admisiones de la ESPOL, quienes otorgaron el listado de los establecimientos que de acuerdo al pago diferenciado de pensiones pueden ser considerados de las clases en cuestión.

En base a este listado y los datos de la Dirección Regional de Estudios se calculó el mercado potencial tomando en consideración también las edades

de los participantes (se sumó el número de estudiantes de quinto a décimo año de educación básica y de primero a tercero de bachillerato). Esto nos dio un mercado potencial de 79.368 alumnos matriculados hasta el 2006.

VENTAS ESTIMADAS

Para poder estimar el mercado objetivo de manera más real se realizó un estudio de mercado a padres de familia dentro del segmento considerado para indagar si estarían interesados en adquirir los servicios de Vida Nueva.

Dentro del cuestionario utilizado (VER ANEXO 2) se incluye una pregunta de aceptación del servicio planteado en la que se obtuvo el 71% de respuestas afirmativas, es decir que 56.351 padres de familia que cumplen con las características de el mercado meta, sí estarían dispuestos a enviar a sus hijos al campamento.

Además, cada año se incorporan a este mercado cerca de 13.000 estudiantes de cuarto año de educación básica. Por otro lado, un número similar de jóvenes se inscriben en su último año de colegio y salen del segmento establecido.

De acuerdo al terreno disponible para alquilar, se planea instalar 20 carpas (en un futuro esto podría incrementarse siempre y cuando el dueño del

terreno este dispuesto a dejar de usar las tierras que actualmente emplea para cultivo). Con 20 carpas se puede dar cabida a 80 personas por tour. Tomando en cuenta esta capacidad, se pretende realizar un máximo de 8 tours al mes (4 de fin de semana y 4 de 1 semana).

De acuerdo a esto, la capacidad máxima cada año sería de 7.680 personas. Por lo tanto, a pesar del tamaño del mercado potencial, no se podría aspirar por el momento a cubrir más del 13.63% de ese mercado cada año.

El volumen de venta de Vida Nueva se lo ha estimado tomando en cuenta el número de fines de semana que tiene un año, más los feriados decretados a nivel nacional para los tours de dos días y por último el periodo vacacional de la región Costa para los tours de una semana (VER ANEXO 3).

Cabe indicar que para realizar esta proyección se consultó a empresas que ofrecen servicios similares, con el fin de no mostrar datos alejados a la realidad. Por ejemplo, la ASIE realiza campamentos, junto a los estudiantes de quinto curso, 3 veces al año en los meses de julio, octubre y noviembre.

Además, cada grupo realiza salidas de campo en las vacaciones trimestrales, durante los feriados y al finalizar el periodo escolar. Escogen estas fechas para no interferir en los días de clases, por lo que durante estos meses de temporada baja (abril a junio, septiembre, noviembre y diciembre) se notará

un descenso en las ventas. Los padres de familia y las autoridades escolares, tomarán muy en cuenta esta premisa, antes de contratar los servicios de Vida Nueva.

Durante los meses de temporada baja se tienen contemplado incrementar los esfuerzos en ventas promocionando a través de los canales de distribución tours de dos días. En el último fin de semana de cada mes se realizará un tour en que los particulares interesados en visitar Vida Nueva se podrán inscribir teniendo que cancelar la totalidad del valor con una semana de antelación.

El primer año se ha estimado realizar 480 ventas del tour de dos días, 300 del tour de una semana, 240 alquileres de bolsas para dormir (sleeping bag) por 2 días y 150 por una semana. Para los años siguientes, de acuerdo a los esfuerzos publicitarios de la empresa, se prevé incrementar las ventas en un 25% anual.

El mes de febrero presentará un notable incremento, con relación a los demás meses, por el largo feriado de carnaval, en que la mayoría de guayasenses prefieren visitar la playa. Se considera que a más de las ventas de tours por grupo, también se receptorá un mayor número de solicitudes individuales, ya sea a través de los teléfonos ó página web del Campamento Vida Nueva.

Se cree que la mayoría de niños y jóvenes que acudan por su cuenta ó a través de sus colegios al campamento, no repetirán la experiencia a menos que se ofrezca algún nuevo servicio, mientras que los que acudan a través de las asociaciones de scouts o grupos religiosos visitarían reiteradamente Vida Nueva por lo menos una vez más o mientras sean miembros de estas asociaciones.

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO Y DE SERVICIO

4.1 ESTRUCTURA DEL CAMPAMENTO TURÍSTICO

Una vez identificados los servicios que se planea ofrecer y quienes serán los clientes potenciales del Campamento Vida Nueva es necesario indicar como van a estar distribuidos los espacios en los cuales se desarrollarán cada uno de los mismos.

4.1.1 MICROLOCALIZACIÓN

Cuando se realizó el estudio para identificar el mejor lugar donde establecer el servicio se estudiaron dos alternativas: Cauchiche y Puná Nueva.

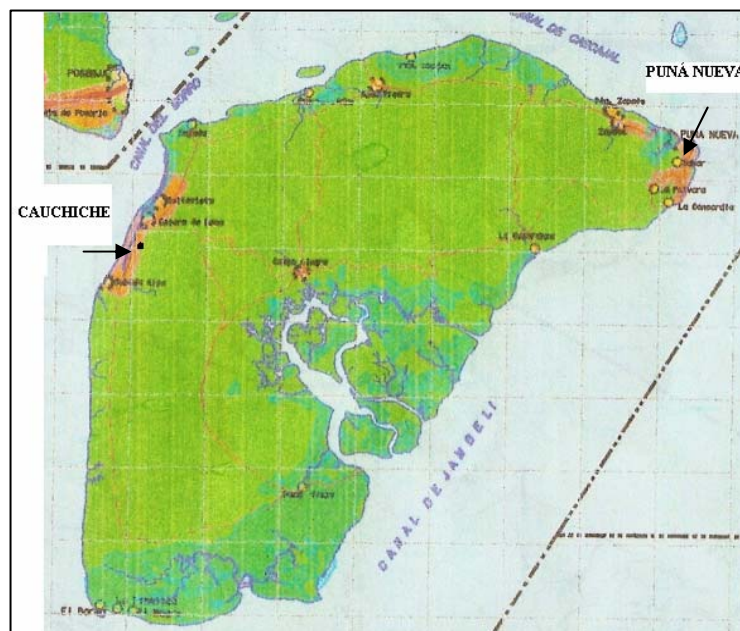


Figura 18: Mapa de la Isla Puná

Fuente: Dirección de Ordenamiento e Infraestructura Territorial (2006)

A continuación se muestra la tabla de aplicación del método cualitativo por puntos a través del cual se compararon las dos opciones:

Tabla N° 6

MÉTODO CUALITATIVO POR PUNTOS. (2006)					
		Brisas de Cauchiche		Puná Nueva	
Factor	Importancia	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Atractivos Naturales	30%	10	30,00	6	18,00
Acceso	15%	9	13,50	6	9,00
Seguridad	25%	8	20,00	6	15,00
Disponibilidad de transporte	20%	8	16,00	7	14,00
Disponibilidad de personal	10%	10	10,00	7	7,00
TOTAL	100%		89,50%		63,00%

FUENTE: Autoras (2006)

Gracias a este estudio se llegó a la conclusión que el lugar idóneo para llevar a cabo el proyecto es el Recinto Brisas de Cauchiche, por tener la mejor calificación ponderada, con el 89,50%, superando a Puná Nueva con 63%. Las razones por las que la primera opción resulta la más adecuada son las siguientes:

- El factor que consideramos de mayor importancia es la presencia de atractivos naturales, que en el caso de Cauchiche son superiores, puesto que en el lugar se encuentra una extensa playa y grandes palmeras a su orilla.
- La seguridad no es igual en ambas zonas de la isla, a pesar de que la moral y buenas costumbres es común en toda la parroquia, en Puná Nueva existe un gran número de bares y salones, que podrían causar malestar en los visitantes y hacer que se sientan inseguros. No obstante no existen peligros a más de los que pudieran ocurrir por accidentes inesperados.
- El acceso a la Isla es únicamente a través de lanchas, las cuales se pueden rentar desde el muelle de la Caraguay, al sur de la ciudad o desde el puerto de Posorja que es seguro y cómodo. Por medio de la primera ruta el recorrido dura aproximadamente 3 horas con 30 minutos, arribando a Puná Nueva, mientras que con la segunda, el

recorrido en bus hasta Posorja dura 2 horas más 45 minutos en lancha y el arribo es en el Recinto de Brisas de Cauchiche.

- A pesar que la diferencia de tiempo es corta, consideramos que es conveniente el desplazarse más tiempo por tierra que por mar, especialmente al tratarse de grupos de niños y jóvenes.

- En el punto anterior, se ha tomado en cuenta que las personas tienden a desesperarse y sentirse incómodos en viajes largos y más aun en pequeñas embarcaciones, además que en la travesía desde el Puerto de Posorja se puede dar un vistazo a la Isla de los Pájaros y ser acompañado durante todo el recorrido por un grupo de delfines.

- Con relación a la disponibilidad de transporte, si bien es cierto que desde los dos lugares se puede abordar una lancha de las mismas proporciones, hemos puesto una calificación más alta en Cauchiche considerando que los transportistas en Posorja ya se han organizado para llevar pasajeros como turistas, mientras que en el otro caso estas son usadas con fines pesqueros y de carga.

Es importante mencionar que las lanchas de Posorja cuentan con equipos salvavidas, como una medida de seguridad para los pasajeros.

- El quinto factor analizado es la disponibilidad de personal, en este caso se tomó en cuenta la predisposición que tienen los habitantes de Cauchiche en participar en proyectos turísticos que beneficien a la comunidad. Igualmente, en el feriado de Carnaval del 2006, se reunieron y organizaron tours, conduciendo a grupos de turistas desde Posorja hasta su Recinto, de esta manera demostraron que es un objetivo común el desarrollar turísticamente a Brisas de Cauchiche.

4.1.2 ESTRUCTURA FÍSICA

El Campamento Vida Nueva, como se lo ha mencionado, se construirá en el Recinto Brisas de Cauchiche. El terreno que se tiene previsto alquilar posee una dimensión de 50mts x 35mts dando un área total de 1750mts².



Figura 19: Terreno para la adecuación del campamento.
Fuente: Autoras (2007)

De acuerdo a las necesidades planteadas y los servicios que se va a ofrecer, la zona estará dividida en seis áreas que son: área de acampada, pista militar, área de juegos, área de integración, área de playa y los baños (VER ANEXO 4). A continuación se detalla las características de las mismas:

- Área de acampar: posee una superficie total de 225mts² en la cual se pretende ubicar 20 carpas con un área de 4mts², con capacidad para 4 personas. Tienen una estructura metálica y están recubiertas de plástico impermeable.
- Pista militar: la superficie que posee es de 300mts², en su interior están ubicadas las instalaciones del circuito deportivo (VER ANEXO 5). A continuación se describen los puntos que la conforman:
 - Primero se colocarán diez neumáticos de 23 pulgadas de diámetro, que estarán ubicados en dos columnas de cinco filas cada una.
 - El segundo punto es un trapecio que consiste en dos rampas que se unen en la parte superior. La primera es de tiras de madera horizontales con dos sogas que permitirán su ascenso y la otra rampa es una retícula de sogas ubicadas a 20

centímetros cada uno en los dos sentidos, en donde la base inferior es de 3 x 3 metros y la superior de 0,50 x 3 metros.

- Luego, se situarán tres barras de acero inoxidable, recubiertas con pintura de caucho color blanco, con una altura y ancho de 0.60 centímetros y una separación de 3.50 metros entre ellas.
- Más adelante, se colocarán tres barras de acero inoxidable cubiertas con pintura de caucho color blanco, de 0.40 centímetros de alto y 0.60 centímetros de ancho, separadas entre sí por una distancia de 3.50 metros.
- El quinto punto consiste en dos pilares hechos con troncos de palmera, muy comunes en la zona, de 30 centímetros de diámetro unidos con barras de madera horizontales de un metro de largo.
- El sexto y séptimo obstáculo se trata de dos barras de 4 metros de longitud y 2 metros de altura, unidas por once barrotes de 0.60 centímetros, estas estructuras estarán hechas de acero inoxidable recubiertas con pintura de caucho color blanco.

- Finalmente, se usarán dos palmeras para sujetar dos cabos, el primero estará a un metro de la superficie, mientras que el segundo a 1.10 metros de éste.

- *Área de Juegos:* Está conformada por una superficie de 300 metros cuadrados, en la que se ubicarán dos resbaladeras, dos juegos de columpios, un ti vivo y dos sube y baja, todos hechos de acero inoxidable, recubiertos de pintura de caucho color verde. Dentro de esta área también se construirán dos casetas de 1 metro de ancho por 1 de largo, que estarán unidas por un puente colgante de madera tipo teca de 3 metros de longitud (VER ANEXO 6).

- *Área de integración:* Tiene 80 mts² de superficie y está conformada por seis pilares hechos de troncos de palma que estarán colocados en las esquinas y en las partes laterales. La cubierta está compuesta por una retícula ortogonal¹ de caña guadúa, en donde ésta se sujeta a los pilotes por medio de sogas. Encima de la retícula se coloca un techo hecho de paja.

¹. Retícula ortogonal: paralelas y perpendiculares dispuestas en el ángulo recto. (www.cnice.mec.es)

- *Área de Playa:* Tiene 100 metros de extensión y están situadas 3 cabañas (construidas por la comunidad) y una torre salvavidas de 3 metros de alto. Además, se ubicará redes de volleyball y arcos de football. La torre salvavidas será edificada de madera tipo mangle, muy resistente al agua salada. Los arcos de football y las astas de volley, serán también de mangle y estarán recubiertos con malla.
- *Baños:* Tienen una estructura de hormigón armado¹. Las paredes están compuestas por bloques de cemento que están pegados con mortero², tiene una cimentación superficial en donde están colocados los plintos³ para evitar el hundimiento de las paredes. El piso como el techo son losas de cemento.

Para el desalojo de las aguas servidas se usarán tuberías de PVC que desembocan en una cámara séptica⁴ de 1,20 metros de diámetro y 2,50 metros de profundidad, con una tapa de hormigón armado y una abertura de 0,60 x 0,60 para su evacuación.

1. Hormigón armado: material polifásico formado por mezcla de áridos aglomerados (www.wordreference.com).

2. Mortero: mezcla de tres elementos básicos: agua, cemento, y arena. (www.wordreference.com)

3. Plintos: Parte cuadrada inferior a la base de una columna. (www.wordreference.com)

4. Cámara Séptica: cámara diseñada para producir septicidad y así ayudar a la purificación del agua para luego distribuirla en el suelo natural, el propósito elemental es de limpieza y deposición del agua residual. (www.wordreference.com).

- Además, el campamento contará en su entrada con una cabaña de 3 metros de ancho por 3 metros de alto, la cual estará conformada por 4 pilares de troncos de palma y el techo será igual que en el área de integración.

En cuanto a los servicios básicos, Vida Nueva estará provista de agua que será recolectada, a través de una bomba, de los pozos del sector.

El servicio de electricidad, al igual que en todo el recinto, será suministrado desde las 18h30 hasta las 22h30. Sin embargo, el campamento va a estar iluminado toda la noche con antorchas, las cuales se ubicarán en lugares en donde no se corra peligro de incendio.

4.1.3 DISEÑO FUNCIONAL

Luego de haber delimitado las áreas del Campamento Turístico Ecológico Vida Nueva, con sus respectivas instalaciones, se procede a explicar la función que desempeñarán cada una de ellas:

- *Área de Acampar:* La finalidad de ésta área será la de brindar alojamiento a todos aquellos amantes de la naturaleza que decidan ir a acampar a Vida Nueva.

Se decidió ubicar las carpas en forma de hileras para así permitir a los campistas circular libremente por el territorio designado para ésta actividad.

Además de brindar hospedaje, el área de acampada será el lugar ideal para que puedan tomar un merecido descanso y reponer las energías perdidas luego de haber concluido todo el itinerario de actividades que tendrán que realizar diariamente.

- *Pista Militar:* En éste terreno se ha creado una réplica de las pistas militares utilizadas por los campamentos para ejercitar a sus soldados. Su finalidad será la de probar la resistencia física por parte de quienes se animen y crean tener la condición idónea para realizar el circuito trazado en su totalidad.

La ubicación de los juegos dentro de la pista han sido pensados de tal manera que se los pueda realizar sin provocar alguna lesión o poner en peligro a los aguerridos concursantes, más aún, procurando que comiencen la rutina de una manera pausada para luego concluirlo poniendo al máximo su adrenalina.

- *Área de Juegos:* El espacio destinado al área de juegos ha sido diseñado para que los campistas puedan recrearse de una manera

sana y divertida. No se ha contemplado la creación de juegos que pongan en riesgo la integridad física de los niños sino más bien permitir que disfruten de un momento agradable en compañía de sus amigos.

- *Área de Integración:* Éste espacio será el lugar propicio para que tanto niños y jóvenes de distintas edades tengan la oportunidad de conocerse e integrarse al momento de realizar trabajos en equipo. En dicho lugar se darán las instrucciones e indicaciones necesarias antes de comenzar los recorridos en el interior de la isla.

Se brindarán charlas sobre la importancia y el cuidado del medio ambiente, en especial, de los recursos naturales que nos rodean. De igual forma, los guías nativos de la Isla Puná tendrán la oportunidad de relatar a los campistas aquellas historias o leyendas típicas de la zona.

Para aquellos niños, jóvenes ó adultos que los acompañen, que no deseen participar de las actividades que demanden ejercicio físico, ya sea, el área de juegos ó en la pista militar, podrán descansar o distraerse realizando cualquier otra actividad como disfrutar del paisaje, leer alguna revista o simplemente cubrirse de los rayos del

sol. Así mismo, se han colocado hamacas sujetadas en sus extremos por dos palmeras para que puedan reposar o tomar una siesta.

- **Área de Playa:** Se usará una de las cabañas localizadas al pie de la playa para servir los alimentos a los visitantes de Vida Nueva. Junto a estas, se ubicarán mesas con parasoles y sillas para que los clientes puedan disfrutar de sus alimentos cómodamente y disfrutar de la brisa de la playa.

De igual manera, en ésta área se desarrollarán algunas dinámicas de recreación, motivo por el cual se contará con redes de volleyball, arcos de football, boyas playeras, entre otros.

Deportes como el volleyball, football o natación serán de mucha utilidad para la integración de todos los visitantes, además, a través de su práctica podrán demostrar sus capacidades físicas, y desarrollar valores como el trabajo en equipo.

- **Baños:** El área destinada para las baterías sanitarias estará dividida en tres partes que son: sanitarios, duchas y vestidores. Para la utilización de las duchas se dispondrá de un tiempo límite previamente indicado con la finalidad de que todos tengan un periodo por igual para atender sus necesidades.

En el baño de las mujeres se colocará un estante de madera que servirá para guardar toallas sanitarias, toallas para secarse y algunos artículos de higiene personal.

- La cabaña ubicada a la entrada del campamento servirá para dar la bienvenida a los visitantes, en este lugar se estará la recepción.

4.2 OPERACIÓN DEL SERVICIO

La operación del servicio de Vida Nueva inicia desde la preparación de cada tour hasta su operación, pasando por procesos como la búsqueda de clientes, contratación de servicios y colaboradores, hasta llegar a la evaluación final para determinar el desempeño de la empresa (VER ANEXO 7).

Para describir cada uno de los pasos, se ha dividido la narración en las siguientes partes: pre-operativa, operativa y post-operativa.

Fase Pre-operativa

Cuando el cliente contrata los servicios de Vida Nueva, se realiza primero una preparación del viaje. En un primera reunión con los representantes del

grupo, se les proporcionará un itinerario detallado de cada una de las actividades a realizar, además se les solicitará que faciliten la ficha médica de cada una de las personas que van a asistir al campamento, con el objetivo de estar preparados para atender cualquier eventualidad que se pudiese presentar.

Durante esta cita, también se ultimaré cualquier detalle, así como se receptorán las sugerencias de los contratantes en cuanto a cancelar o incluir alguna actividad o servicio.

Es necesario establecer en términos legales la responsabilidad de Vida Nueva sobre los accidentes que se puedan suscitar durante la estancia de los niños en sus instalaciones y en los traslados.

En el contrato, estará asentado que la empresa asumirá la responsabilidad de los accidentes que ocurran dentro de las instalaciones del campamento y durante los traslados a los visitantes.

Vida Nueva correrá con los gastos médicos que se originen dentro del campamento, los que incluyen: atención de un especialista y la medicación recetada. Además, quedará estipulado en una cláusula que se cubrirá el 50% de los gastos de hospitalización. Se destinará el 5% del precio de venta de los tours para crear un fondo que servirá para cubrir estos gastos.

Los guías o personal de apoyo estarán siempre prestos a ayudar en el control de los niños y jóvenes para reducir al mínimo el número de accidentes.

En esta fase también se incluye la capacitación a todas las personas que se van a encargar de la animación y recreación, en cuanto a dinámicas para grupos de las edades que se espera recibir, con el propósito de que los visitantes se diviertan al máximo y se lleven una buena imagen del campamento.

Cuando esté determinada la fecha de la visita y el número de visitantes se procederá a contratar los servicios de transporte terrestre y marítimo, la alimentación para los días en que se encuentren en el campamento y al número de guías requerido (un guía por cada diez niños).

Fase Operativa

Esta fase se encuentra dividida en varios ejes que son: Transporte, Acampada, Alimentación, Guianzas y Actividades Recreativas.

- *Transporte:* El servicio de transporte será tercerizado, es decir, se requerirá de la contratación de Cooperativas de Transportes para

poder movilizar a los grupos que se desplazarán hacia el campamento.

Los buses se encargarán de recoger a los grupos en el lugar indicado en el contrato y conducirlos hasta Posorja, para que a su vez las lanchas los lleven a Vida Nueva. Al culminar la visita, nuevamente los medios de transporte conducirán a los jóvenes al lugar en donde se los recogió.

- *Acampada:* Se contará con un terreno amplio, apto para realizar esta actividad, tomando en cuenta todas las normas y reglamentos que se deben cumplir para garantizar el buen funcionamiento del mismo.

Los niños y jóvenes formarán grupos de cuatro personas del mismo sexo, para que los guías les entreguen las carpas y una vez armadas puedan guardar sus pertenencias dentro.

Para que los campistas se sientan seguros, se ubicará las carpas formando un círculo con el ingreso hacia el interior del mismo. Cabe indicar que la mitad del área de acampada será destinada para uso de las mujeres asistentes y en la otra mitad del terreno se asentarán las carpas para los varones, mientras que las tiendas de los

acompañantes y guías estarán ubicadas en la parte central para poder tener mayor control de los dos grupos.

- *Alimentación:* este servicio será contratado a un grupo de mujeres, miembros de la comunidad, que demuestren su seriedad para brindar este servicio constantemente y que los alimentos a preparar cumplan con los requisitos de salubridad indispensables a fin de no causar daños en la salud de los clientes. Para lograr esto, ellas recibirán capacitación sobre el manejo adecuado de alimentos.

Se brindarán tres comidas diarias, las mismas que serán servidas en los espacios destinados para ese fin, como el área de integración y las cabañas en el área de playa.

- *Guianzas:* el grupo de guías estará conformado por la comunidad de Cauchiche y sus alrededores, serán contratados dependiendo del número de visitantes, destinándose a cada uno de ellos un grupo de diez jóvenes, a quienes los acompañarán desde Guayaquil a Cauchiche hasta su regreso.

Este personal de apoyo recibirá capacitación en cuanto a técnicas de guianza y supervivencia dinámicas de recreación, primeros auxilios y cuidado ambiental.

Cabe recalcar que durante la realización de todas las actividades programadas se aplicaran los Principios de Gillwell¹, en especial, el de aprender haciendo, es decir que los conocimientos son mejor asimilados cuando se los pone en práctica. Por ejemplo, en el taller de Primeros Auxilios, ellos tendrán que dramatizar un accidente y demostrar los pasos a seguir para socorrer a los heridos.

- *Actividades Recreativas:* Las actividades recreativas que serán llevadas a cabo durante la estancia de los chicos en el campamento irán acorde a su edad, por ende, se realizarán dinámicas grupales dirigidas a niños de 9 a 12 años y a jóvenes de 13 años en adelante.

El grupo de guías dirigirá y supervisará cada dinámica, con el fin de responder inquietudes y brindar seguridad a los usuarios.

¹. Principios de Gillwell: Sistema creado por Lord Baden Powell, fundador del movimiento scout, que tiene como objetivo principal capacitar a los jóvenes para hacerlos autosuficientes y responsables. (es.wikipedia.org)

Fase Post-Operativa

En esta fase se evaluará el desempeño de cada uno de los ejes, a través del análisis de las encuestas que deberán llenar los jóvenes y sus representantes al finalizar la fase operativa, con estos resultados se realizarán reuniones con los involucrados para debatir aspectos en los que se deba mejorar, con el objetivo de proporcionar una excelente atención en el futuro.

Además, durante esta etapa se recibirá el reporte de cada uno de los empleados y de los proveedores de Vida Nueva, con el fin de poder cancelarles sus honorarios a fin de mes.

El grupo de promotores tiene que realizar el seguimiento a los clientes y usuarios del servicio, procurando realizar futuras ventas e iniciar nuevamente con la fase Pre-Operativa.

Se contratará una persona que estará a cargo de la limpieza y mantenimiento de las instalaciones, la cual diariamente deberá recoger la basura de los cestos clasificados de acuerdo al material (vidrios, plásticos y papel y, materia orgánica). Ciertos residuos de vidrio y plásticos servirán como material de trabajo para el taller de reciclaje, mientras que los demás serán

trasladados a alguna empresa de reciclaje. La materia orgánica servirá de abono a la tierra a través del método de entierro.

El mantenimiento del campamento se realizará los días lunes en la mañana y viernes en la tarde para no interferir en las actividades diariamente programadas.

4.3 VIABILIDAD DE LA EJECUCIÓN DEL CAMPAMENTO TURÍSTICO

4.3.1 ASPECTOS LEGALES

En el Ecuador existe la Ley Especial de Desarrollo Turístico, que fue promulgada mediante Registro Oficial número 118, del 28 de enero de 1997. Más adelante, en el 2001 se declaró como Política Prioritaria de Estado el desarrollo del turismo en el país, y mediante Registro Oficial número 733, del 27 de diciembre de 2002, el Congreso Nacional expidió una mejorada Ley de Turismo, quedando derogada la anterior. (10)

Esta misma consta de 11 capítulos, con sus respectivos artículos, en los que se determina el marco legal que regirá la actividad turística en el país.

Vida Nueva debe ser considerada como una empresa del sector turístico, puesto que la presente Ley declara como actividades turísticas al alojamiento, servicio de alimentación y bebidas, transportación, operación, etc. y estos son precisamente los servicios que ofrece.

Durante el gobierno del Dr. Gustavo Noboa Bejarano, se expidió un Reglamento General de Actividades Turísticas, mediante decreto Número 3400, cuyo primer capítulo trata sobre los alojamientos, en el que se los describe como establecimientos dedicados de modo habitual, mediante precio, a proporcionar a las personas alojamiento con o sin otros servicios complementarios. Además, los clasifica en dos grupos, el primero llamado alojamiento hotelero y el segundo alojamiento extrahotelero.

Dentro del segundo grupo se encuentra un subgrupo denominado campamentos, lo que significa que la Ley de Turismo si contempla los establecimientos de este tipo como parte de las actividades turísticas, esto demuestra que legalmente es viable la constitución de Vida Nueva como un Campamento Turístico Ecológico.

Es importante tomar como base para el desarrollo del presente negocio, el significado de los campamentos de turismo o acampada según la Legislación Ecuatoriana, la cual en el artículo 35 del Reglamento de Actividad Turística dice textualmente:

“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 precio”¹. (11)

Los campamentos serán clasificados, previa inspección del Ministerio de Turismo y de acuerdo a los servicios que otorguen, se les adjudicará de 1 a 3 estrellas plateadas (VER ANEXO 8). Además usarán la nomenclatura de la silueta frontal de carpa, con el indicativo de la categoría. (11)

Según el artículo cinco del mencionado reglamento, todos los alojamientos deberán exhibir junto a la entrada una placa distintiva, que consistirá en un cuadro de metal con fondo azul turquesa con letras blancas en el que estará descrita la actividad del establecimiento, al igual que las estrellas que indiquen la categoría a la que pertenecen.

En el caso de que Vida Nueva, luego de haber recibido su clasificación, quiera hacer alguna modificación en su estructura física o un cambio en sus servicios, deberá comunicárselo previamente al Ministerio de Turismo para que este proceda a aprobarlo.

¹. Obtenido del Reglamento General de Actividades Turísticas del Ecuador, Noviembre del 2002.

Quienes sean contratados como guardias deberán custodiar el campamento, velar por la seguridad de los campistas y cuidar de que los mismos cumplan a cabalidad el Reglamento Interno del Campamento. También tendrán que realizar las funciones que les impongan los administradores.

Según lo dispuesto por la Ley, los menores de dieciséis años deberán viajar acompañados por un representante, ya sean sus padres o alguien quién goce de su entera confianza. En el caso de Vida Nueva, como se pretende que asistan grupos escolares, ellos podrían ir acompañados de uno o varios profesores o el dirigente de su curso, con la debida autorización de los padres.

El artículo 46, trata sobre las plazas de libre disposición y en este se recalca que los campamentos de turismo no podrán reservar anticipadamente el total de sus plazas, dejando libre un mínimo del diez por ciento para disposición de los clientes. En el caso de Vida Nueva, con un total de 80 plazas disponibles, no podrá reservar de manera anticipada 8 de ellas.

Los derechos a los que los clientes podrán acceder, según el Reglamento de Actividades Turísticas, son los siguientes:

- 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 (carpas), prohibiéndose la entrada o permanencia en la misma sin su consentimiento.

De igual manera, el mencionado Reglamento, deja muy en claro que los clientes tienen que cumplir con ciertas obligaciones, a más de las que se encuentran en el Reglamento Interno de cada Campamento. Entre estas tenemos:

- 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.

Cabe mencionar, que de no cumplir con estas obligaciones o con las del Reglamento Interno, cada Campamento tiene el derecho, otorgado por el Ministerio de Turismo, de expulsar de sus instalaciones a quienes violen estas disposiciones.

Las siguientes actividades son algunos de los motivos por los que un Campamento puede pedir la salida de sus clientes:

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.

Existe también un Reglamento sobre Ecoturismo y Sostenibilidad, que debe ser tomado en cuenta, puesto que Vida Nueva llevará a cabo programas de cuidado ambiental en sus instalaciones, las mismas que serán construidas siguiendo este precepto. (12)

Este Reglamento fue expedido por Rocío Vázquez y Lourdes Luque, Ministras de Turismo y de Ambiente, respectivamente, durante el gobierno de Gustavo Noboa Bejarano.

El Artículo dos menciona las Políticas Nacionales de Ecoturismo que serán coordinadas por el Ministerio de Turismo, la mayoría de ellas tiene como

finalidad integrar a la comunidad en los proyectos de desarrollo ecoturístico, desde el momento de su planeación hasta la promoción de los lugares y servicios.

Las actividades de ecoturismo dentro del país, deberán ser dirigidas por el sector privado, a través de personas naturales, jurídicas y comunidades, que se dediquen legalmente a esta actividad.

Una de sus políticas también señala que se debe promover la oferta de ecoturismo nacional en áreas naturales, pero basadas en un compromiso de conservación y un sentido de responsabilidad social, es decir que se promueva la conservación de los recursos naturales y la prevención de la contaminación ambiental.

Establecen que para llevar a cabo esto se tiene que crear mecanismos de manejo ambiental del área en cuestión, de manera que no se afecte la supervivencia de las comunidades locales, ni se cambie el atractivo del paisaje en el que se sustenta la actividad ecoturística.

Se debe asegurar también la reinversión de los beneficios económicos generados por el turismo ecológico, en el manejo y control de las áreas naturales y en el mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades locales.

Forma parte de las políticas del reglamento de ecoturismo el capacitar a los miembros de las comunidades en las que se realizan actividades de ecoturismo. Para ello, debe de existir un intercambio de conocimientos entre los diversos actores de la actividad.

El Ministerio de Turismo será el organismo encargado de velar por el cumplimiento de las políticas establecidas en el Reglamento de Ecoturismo y Sostenibilidad, y del buen desempeño de las actividades relacionadas al Ecoturismo. Cabe recalcar que estas políticas son mandatorias en todo el País.

En los siguientes artículos se menciona que las actividades podrán ser llevadas a cabo por el sector privado, sea éste conformado por personas naturales o jurídicas, previo el cumplimiento de los requisitos exigidos por el Ministerio de Turismo.

Las comunidades locales también podrán ejercerlas, siempre y cuando estas actividades no estén reservadas legalmente para otros organismos. Caso contrario ellas podrán comercializar sus productos directamente, sin la ayuda de intermediarios.

Las comunidades que estén organizadas y hayan recibido una previa capacitación por parte del Ministerio de Turismo y de Ambiente, podrán

prestar servicios de ecoturismo, siempre y cuando cumplan con los siguientes requisitos:

1. Petición realizada por los interesados de manera directa, indicando que tipo de actividad desean efectuar.
2. Acta certificada de la Asamblea General Comunitaria en el cual se nombra al responsable o responsables para el ejercicio de la actividad de ecoturismo.
3. Obtención de registro y licencia anual de funcionamiento en el Ministerio de Turismo.
4. Obtención del permiso o autorización del Ministerio del Ambiente cuando la actividad se vaya a realizar dentro del Sistema Nacional de Áreas Protegidas.

Según el artículo catorce, el Ministerio de Turismo será el encargado de otorgar la categoría adicional especial de “Empresa de Ecoturismo” a los establecimientos que realizan estas actividades, en este caso Vida Nueva tendrá que pasar por un proceso de certificación, al momento de su registro en el mencionado Ministerio.

Las normas técnicas de calidad de dicho proceso, serán establecidas por el Ministerio de Turismo. Es importante mencionar que este proceso es voluntario, es decir que no tiene obligatoriedad. Sin embargo, las empresas de ecoturismo certificadas, recibirán los siguientes beneficios:

- a) Acceso directo a los beneficios tributarios establecidos en la Ley de Turismo; y,
- b) Preferencia dentro de la planificación promocional del país, que efectúa el Ministerio de Turismo.

TENENCIA DE LA TIERRA

Un factor importante para la ejecución del negocio es contar con el espacio físico en que se levantará el campamento, para esto, se consultó con los miembros de la comuna para analizar las posibles opciones de cesión del terreno requerido. Una de ellas es comprar el terreno para que forme parte de los activos fijos del campamento.

Esta opción tendría un costo muy alto debido a que este espacio por años ha pertenecido a una sola familia, por lo que el dueño ha manifestado en constantes ocasiones que no estaría dispuesto a vender el patrimonio de sus sucesores.

Otra opción es que el propietario ceda temporalmente el terreno por un lapso de tiempo predeterminado, que para efectos de este estudio se determinó de cinco años, luego de este plazo, el dueño de la propiedad podrá decidir si desea renovar el contrato por cinco años más o dar por cancelado el mismo.

A través de esta opción la empresa se evita el tener que pagar mensualmente un valor por concepto de arrendamiento, sin embargo, se necesitaría de una mayor inversión por parte de los accionistas para poder cubrir el valor representativo a cinco años de ocupación. La principal ventaja es garantizar el uso del recurso por el tiempo definido en el convenio.

La tercera opción consiste en firmar un contrato de cesión de arriendo por cinco años, en que el arrendatario recibirá mensualmente un valor y que al terminar el contrato podrá renovarlo por la misma cantidad de años. Cabe recalcar que en el contrato se especificará el periodo de tiempo en que se mantendrá el mismo canon de arrendamiento y la cifra en que se incrementará.

Luego de conocer estas alternativas, la comunidad se reunió para analizar cada una de ellas, sugiriendo por mutuo acuerdo el dejar la potestad para que el dueño del espacio en que se construiría Vida Nueva, decida el valor mensual en que lo alquilaría. El valor inicial fijado como canon de arriendo es de \$220,00 USD y será incrementado en \$30,00 USD anualmente.

También dejaron en claro que la empresa deberá destinar un valor como contribución a la comunidad por permitir la creación del campamento Turístico Ecológico Vida Nueva.

Esta contribución será receptada por el presidente de la comuna y será destinada para realizar las obras en beneficio de los habitantes de Cauchiche de acuerdo a su plan de acción.

Cabe acotar que el escrito en el cual quedará asentado el valor pactado por el propietario del terreno a más de las cláusulas fijadas entre ambas partes contará con el aval de la comunidad para garantizar el cumplimiento de las obligaciones contraídas.

4.3.2 ASPECTOS AMBIENTALES

De acuerdo a lo manifestado por el Blgo. Juan Carlos Palacios de la Dirección de Medio Ambiente, de la Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil, hasta la actualidad no se ha realizado un estudio ambiental de la Isla Puná, por lo que no existe algún reglamento o disposición que esté en contra de la construcción de un campamento ecológico en el Recinto de Cauchiche.

Por otro lado, el Arquitecto Jaime Real, de la Dirección de Ordenamiento e Infraestructura Territorial de la misma Municipalidad, comentó que mientras no se atente gravemente al ecosistema de la Isla Puná, es ciertamente viable la construcción del Campamento Turístico Ecológico Vida Nueva. Esta dependencia tampoco cuenta con una disposición en contra de la construcción de campamentos con las características de Vida Nueva.

También fueron consultadas otras fuentes como la Subsecretaría de Gestión Costera Ambiental del Ministerio de Ambiente y el Programa de Manejo de Recursos Costeros, obteniendo la misma respuesta, es decir, que no poseen estudios ambientales.

Cabe recalcar que entre las Áreas Protegidas del Ecuador, decretadas desde 1989, no se encuentra el Recinto de Cauchiche, ni ninguno de los espacios que componen la Isla Puná. Sin embargo, el Bosque de Manglar de la Isla forma parte del Bosque Protector de Manglar del Ecuador.

Así mismo, el Reglamento de Ecoturismo y Sostenibilidad, del Ministerio de Turismo del Ecuador, menciona como una de sus políticas permanentes el asegurar que el ecoturismo promueva la conservación de los recursos naturales y la prevención de la contaminación ambiental, factores que permiten la supervivencia de las comunidades locales y que en ausencia de ellas, no se podría llevar a cabo actividades ecoturísticas.

Al margen de que el recinto de Cauchiche no cuenta con un Plan de Manejo Ambiental, Vida Nueva tiene entre sus prioridades la conservación del medio ambiente desarrollando un turismo sostenible, de manera que no se afecte a la diversidad de la Isla Puná.

Es por ello que uno de los objetivos principales de Vida Nueva es fomentar una interacción entre los jóvenes y la naturaleza, creando la conciencia en ellos acerca del correcto cuidado del ecosistema y de las acciones que son beneficiosas y perjudiciales para el entorno.

Este punto se lo podrá realizar a través de talleres de educación ambiental dirigidos hacia los visitantes durante su estancia en el campamento.

Además, el campamento será construido con materiales que no causen un gran impacto al ecosistema, procurando utilizar los materiales propios de la Isla, como la madera de palma y de mangle, para construir algunas de sus instalaciones.

Cabe recalcar que una de las medidas de Vida Nueva para aportar con el cuidado ambiental será colocar cestos a lo largo del sendero y en la playa para que se depositen los desechos, clasificados de acuerdo a su composición y de esta manera inculcar en los jóvenes el hábito de botar la basura en su lugar.

4.3.3 CAPACIDAD TÉCNICA

En cuanto a la capacidad técnica podemos anotar que en las visitas al Recinto de Cauchiche, su población se ha mostrado gustosa de participar en un proyecto turístico como el que plantea Vida Nueva.

Como se puede apreciar en la siguiente tabla, el 90% del total de la población sabe leer y escribir, lo que indica que la mayoría de los habitantes ha recibido por lo menos una formación básica.

Tabla N° 7

POBLACIÓN QUE SABE LEER Y ESCRIBIR. (2001)						
Sabe Leer y Escribir	Sexo				Total	
	1. Hombre		2. Mujer			
1. Si	323	52,86%	228	37,32%	551	90,18%
2. No	33	5,40%	24	3,93%	57	9,33%
9. Ignorado	1	0,16%	2	0,33%	3	0,49%
Total	357	58,43%	254	41,57%	611	100,00%

FUENTE: Dirección de Ordenamiento e Infraestructura Territorial (2006).

Según datos estadísticos proporcionados por el INEC del total de personas encuestadas en el 2001, solo 263, entre hombres y mujeres declararon tener un trabajo, este número corresponde al 43%, fuera del total de mujeres dedicadas a los quehaceres domésticos, cifra que asciende al 28%.

En el siguiente cuadro se encuentra la distribución de personas de acuerdo a la rama de la actividad que realizan:

Tabla N° 8

POBLACIÓN SEGÚN RAMA DE ACTIVIDAD. (2001)						
Rama de Actividad	Sexo				Total	
	1. Hombre		2. Mujer		#	%
Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	126	47,91%	1	0,38%	127	48,29%
Pesca	91	34,60%	2	0,76%	93	35,36%
Industrias manufactureras	9	3,42%	2	0,76%	11	4,18%
Comercio al por mayor y al por menor	11	4,18%	1	0,38%	12	4,56%
Hoteles y restaurantes	-	-	1	0,38%	1	0,38%
Transporte, almacenamiento y comunic.	3	1,14%	-	-	3	1,14%
Administración pública y defensa	-	-	1	0,38%	1	0,38%
Enseñanza	1	0,38%	1	0,38%	2	0,76%
Otras actividades comunitarias sociales y personales de tipo servicios	1	0,38%	1	0,38%	2	0,76%
Hogares privados con servicio domestico	-	-	7	2,66%	7	2,66%
No declarado	4	1,52%	-	-	4	1,52%
Total	246	93,54%	17	6,46%	263	100,00%

FUENTE: Dirección de Ordenamiento e Infraestructura Territorial (2006).

Las personas que declararon realizar algún trabajo, da como resultado que la rama a la que mayoritariamente se dedican es a la agricultura, ganadería, caza y silvicultura con un 48%. Cabe acotar que algunos de estos pobladores también se emplean en otras áreas laborales.

En una entrevista realizada al Sr. Francisco Parrales, uno de los precursores de desarrollar turísticamente su Recinto, nos comentó que actualmente la población se encuentra trabajando conjuntamente para poder recibir a todo turista que desee encantarse con la belleza natural que ofrece Cauchiche.

Los moradores de Puná tienen el interés de ser conocidos como una comunidad ancestral, por la cantidad de hechos históricos que se suscitaron en este lugar, como por ejemplo las relacionadas a las invasiones españolas y de piratas que en muchas ocasiones vieron truncados sus objetivos de llegar al continente ya que fueron enfrentados por grupos de guerreros punáes.

La comuna de Cauchiche, precedida por el señor Pablo Medina, está constituida por 87 socios, 15 de ellos se agruparon para atender a los turistas que llegaron a su recinto en el feriado de carnaval del año 2006, obteniendo buenos resultados económicos.

El señor Héctor Anastasio, Presidente de la Unión de Comunas y delegado del Concejo de Desarrollo de Nacionalidades y Pueblos del Ecuador (CODENPE), comentó que existen 30 moradores de Bellavista, Cauchiche y Subida Alta, que están dispuestos a participar en el desarrollo turístico de sus recintos en cualquiera de las áreas en que sean necesarios, ya sea ofreciendo, el servicio de transportación en sus lanchas, preparando los alimentos ó guiando en los recorridos.

Así mismo mencionó que más personas están interesadas en participar, sino que muchas de ellas esperan conseguir beneficios inmediatos y al no encontrarlos desisten. Señaló que necesitan una buena capacitación y a

alguien que los motive y les enseñe a los demás que los beneficios se verán a futuro a la vez que la imagen de Puná se poseione en la mente de los turistas como una excelente alternativa de viaje.

En el Recinto de Cauchiche y sus alrededores, hay un buen número de personas que se dedican a la construcción, por lo que no es necesario contratar mano de obra de otros lugares. El valor que cobran por día trabajado es de \$15 USD.

4.3.4 SEGURIDAD

La seguridad es un factor importante y decisivo al momento que el cliente accede a comprar los servicios ofrecidos por la empresa, más aún si se toma en consideración que los usuarios de estos serán niños y jóvenes de 9 a 17 años, por lo que es necesario tomar extremas medidas de seguridad para preservar su integridad.

Se vigilará que todas las lanchas contratadas cumplan con todos los requisitos exigidos por la autoridad competente. Estas tendrán que estar en óptimo estado para poder ser utilizadas y transportar a los jóvenes sin exceder su capacidad de carga. Además deberán contar con un permiso de funcionamiento turístico.

Las lanchas no iniciarán su recorrido si los pasajeros no se encuentran cómodamente sentados, con sus chalecos salvavidas colocados y sus pertenencias se encuentren junto a ellos.

Estos medios de transporte no podrán exceder un límite de velocidad que ponga en peligro la integridad de los pasajeros. Es importante mencionar que Vida Nueva se reserva el derecho de aplazar o cancelar un viaje si las condiciones del clima no son las más adecuadas.

Se ubicará en la playa una torre salvavidas, para que la persona contratada para estar en ese lugar pueda observar a todos los visitantes y prevenir accidentes.

Tal y como lo exige el Reglamento de Actividades Turísticas, el Campamento Vida Nueva contará con un botiquín de primeros auxilios, con todo el medicamento y equipo necesario para socorrer algún incidente dentro de nuestras instalaciones.

Previo al inicio del viaje, los tutores llenarán una ficha médica de sus representados, a fin de conocer el estado de salud de todas las personas que asistirán al campamento y si sufren de alguna alergia o enfermedad para poder adquirir los medicamentos necesarios y estar preparados para prevenir eventualidades.

En cada una de las visitas a la Isla Puná se contará con el apoyo de un médico o socorrista, además de un adulto responsable, con conocimientos de primeros auxilios por cada diez niños.

Se les informará claramente a los campistas los lugares por los cuales pueden transitar libremente, este punto se lo toma en cuenta, con el fin de no perturbar las actividades cotidianas de la comunidad que no desee participar activamente del desarrollo turístico de su recinto y evitar que accedan a lugares donde no hay vigilancia.

En el caso de que un padre de familia o tutor quiera acompañar a su hijo a Vida Nueva, éste lo podrá hacer, cancelando el precio de los servicios que se le brindará durante su estancia en nuestro campamento.

El campamento se mantendrá en total limpieza, recolectando la basura en cestos, separados según el tipo de desecho, en especial los objetos de vidrio que puedan causar un daño perjudicial a los usuarios.

Para la preparación de la fogata se debe limpiar un terreno al aire libre de por lo menos tres metros de diámetro, usando leña seca y teniendo la preocupación de no utilizar materias combustibles que puedan provocar gases, que al ser inhalados por los campistas, produzcan su envenenamiento.

La fogata estará situada a una distancia considerable del área de acampada a fin de evitar que las brasas lleguen a las carpas por acción del viento. Se debe tomar mucha precaución en apagar completamente el fuego, hasta que los carbones estén totalmente fríos.

CAPÍTULO V

EL PLAN COMERCIAL

5.1 ESTRATEGIA GENERAL DE MARKETING

Vida Nueva pretende posicionarse en la mente de los clientes potenciales como la empresa que ofrece la mejor oportunidad de disfrutar de un atractivo natural a más de vivir una experiencia formativa llena de aventura y diversión a bajo costo con una mentalidad 100% conservacionista a niños y jóvenes estudiantes de 9 a 17 años de edad.

Además, queremos diferenciarnos como una empresa que a parte de ofrecer un sano entretenimiento brinda la oportunidad a sus campistas de adquirir conocimientos útiles que puedan ser empleados posteriormente.

Los talleres ecológicos, de técnicas de supervivencia y de primeros auxilios que se dictarán en las instalaciones, ayudarán a crear en los jóvenes una conciencia ecológica y de ayuda a los demás.

De acuerdo al segmento objetivo establecido, Vida nueva, será comercializado para los niños y jóvenes de 9 a 17 años de edad, de un nivel socioeconómico medio a alto, que contratarán los servicios a través de sus padres, establecimientos educativos ó instituciones particulares.

Para alcanzar esta meta, se considera que desde el momento de la constitución como empresa turística, la fuerza de venta acudirá a las diferentes instituciones educativas y empresas privadas para dar a conocer los servicios. Este grupo de personas recibirá la capacitación adecuada, con el fin de que puedan captar la mayor cantidad de clientes.

Dentro del grupo de instituciones, se iniciará con las asociaciones de scouts, como la ASE (Asociación de Scouts del Ecuador) y la ASIE (Asociación de Scouts Independientes del Ecuador), y las escuelas y colegios navales y militares, las primeras porque manejan cientos de niños y jóvenes y realizan varios viajes a la naturaleza al año y las segundas porque sus alumnos, en su mayoría varones, están en constante ejercicio físico.

Se realizará venta directa a sus representantes, en el caso de los grupos de scouts, creando alianzas para cubrir su necesidad de encontrar un lugar que les ofrezca las facilidades de acampar y a los rectores de los establecimientos educativos revelándole los beneficios del campamento, ya

sea como apoyo a sus clases o para fomentar valores y conciencia ambientalista en sus estudiantes.

Luego, en una siguiente etapa, se ampliará el esfuerzo de venta a otros colegios y escuelas particulares de varones y mixtos, que pertenezcan a una clase social media y alta y finalmente a los planteles completamente femeninos.

Paralelamente se realizarán esfuerzos para que los padres de familia conozcan de los servicios de Vida Nueva y los acepten como una alternativa interesante para sus hijos. A ellos se les llegará mayormente a través de publicidad.

La publicidad de Vida Nueva será preparada en dos idiomas: inglés y español, la misma que también servirá de apoyo al momento de asistir a las instituciones educativas o alguna entidad privada, como agencias de viaje o mayoristas de turismo.

Para acceder rápidamente al mercado se tiene contemplado, para los primeros meses de funcionamiento de Vida Nueva, ofrecer un precio de introducción. Dependiendo de la respuesta de los clientes potenciales durante estos meses, se determinará el tiempo en que estará vigente este precio.

Para lo posterior, se ha considerado un incremento del 5% cada año, el cual, sin duda alguna estará al alcance de nuestro mercado meta, que vale recalcar son los padres de familia ó representantes de los jóvenes que estudian en escuelas y colegios particulares de clase media y alta.

Se tiene contemplado realizar alianzas con los centros educativos, ofreciendo promociones que se adapten a sus necesidades, ya sea otorgando descuentos, gratuidades, o servicios especiales por clientes frecuentes, de acuerdo al número de personas.

También, se les venderá la idea a los diversos grupos religiosos de realizar sus campamentos cristianos o retiros dentro de las instalaciones, para lo cual Vida Nueva se compromete a brindarles las facilidades del caso como por ejemplo adecuarles el área de integración para que realicen sus charlas o talleres.

5.2 POLÍTICA DE PRECIOS

La política de fijación de precios que se manejará estará en relación con las sugerencias de precios obtenidos en las encuestas realizadas al mercado meta procurando que este valor cubra los costos de ejecución del negocio.

Vida Nueva manejará un precio referencial por cada uno de sus servicios. Para el tour de fin de semana el valor a pagar será de \$50,00 USD y en el caso del tour de una semana costará \$130,00 USD, mientras que el alquiler del sleeping bag por dos días tiene un costo de \$3,00 USD y por una semana \$6,00 USD.

El precio que se ofrece al mercado es en promedio más elevado que el fijado por ciertas empresas de la competencia como Cerro Blanco y Manglares Churute ya que a diferencia de ellos, se brinda un servicio completo que va desde el transporte por vía terrestre de los visitantes hasta Posorja y por vía marítima hacia las instalaciones de Vida Nueva en Cauchiche; además del alquiler de las carpas, el uso de las instalaciones, la alimentación diaria, recorridos guiados, paseos en lancha, los talleres con sus materiales y las actividades de recreación.

Con relación a las haciendas como: Jambelí y Ecovita que ofrecen servicios como: hospedaje, alimentación, recorridos, el precio de los tours es inferior en un 25%.

En términos de valor, se ofrece una experiencia mucho más valiosa para los jóvenes que las ofrecidas por la competencia porque también se estimula la formación a través de talleres y actividades.

El primer año se mantendrá vigente un precio introductorio para cada uno de los servicios, a partir del segundo año este se incrementará en un 5% anual.

Una de las políticas de precio, será otorgar descuentos por grupos mayores a 30 personas, o a establecimientos afiliados, el cual no será mayor al 5% sobre el precio de venta. Cabe indicar que no se podrá ofrecer dos tipos de descuentos al mismo grupo.

Las reservas se realizarán con el 50% de anticipo teniendo que cancelar la totalidad del viaje, por lo menos con una semana de anticipación y en el caso de que ellos decidan en última instancia no realizar el viaje, Vida Nueva no podrá devolver los valores cancelados en su totalidad, sino mas bien un proporcional del mismo.

Cabe recalcar que esta cláusula estará estipulada en el contrato; ante esta situación, siempre se tratará de buscar la mejor solución para ambas partes con el fin de no dejar una mala impresión en los clientes ni perjudicar a la empresa.

Los pagos por los servicios contratados se realizarán en efectivo, con cheques certificados ó mediante depósitos en una cuenta bancaria a nombre de la empresa siendo los vendedores los encargados de receiptar los valores pactados en el contrato o verificar si han sido acreditados en la cuenta del banco.

5.3 CANALES DE DISTRIBUCIÓN/VENTA

En la actualidad, donde la competencia es cada vez más intensa es de vital importancia contar con canales de distribución y ventas bien definidos para mantener la competitividad del negocio. Para lograr el volumen de ventas, que permitirá cumplir con las obligaciones y objetivos, se debe tomar en cuenta lo siguiente:

La empresa pondrá un mayor énfasis en la venta directa, la cual estará a cargo de un grupo de promotores, debidamente capacitados y con plenos conocimientos sobre los servicios que ofrece el Campamento Vida Nueva y de los atractivos que rodean su entorno. Este personal estará bajo el asesoramiento y supervisión del Jefe de Comercialización y Marketing, quien también tendrá que motivarlos para que mejoren su rendimiento.

Este grupo estará integrado por estudiantes de las carreras afines al Turismo, quienes tendrán la oportunidad de realizar sus prácticas estudiantiles en la empresa.

Los promotores recibirán un porcentaje de comisión por cada venta efectuada, a más de sus gastos de movilización. Este porcentaje será del 8%.

Su primera medida de acción, será asistir a los distintos establecimientos escolares de la provincia del Guayas, para comunicar a los rectores en qué consiste el Campamento Turístico Ecológico Vida Nueva, además de todos los servicios que se incluye en los recorridos, los beneficios de compartir unos días en las instalaciones, precio por el servicio y demás especificaciones adicionales. Luego de contar con la autorización de los rectores, se procederá a hablar con los profesores, alumnos y padres de familia.

Se tiene planificado participar de manera directa en ferias de colegios, universidades, y de turismo, publicitando los servicios a todos las personas que asistan, otorgando promociones como descuentos o servicios especiales por el mismo precio en el caso de que se animen a visitar el campamento.

Los clientes también se podrán contactar a través de la línea telefónica ó página web de la empresa, en esta última no solo encontrarán información acerca de los servicios y de las actividades recreativas, sino también fotos de las instalaciones del campamento.

Esta página Web, tendrá una opción en la cual el navegante podrá ingresar sus datos en el caso de que esté interesado para que inmediatamente los vendedores se contacten con ellos telefónicamente o personalmente y concretar la venta. Los promotores tendrán la labor de indicarles

detalladamente los servicios, las actividades, el itinerario de viaje, los precios y toda la información relevante.

Se pretende también en el futuro, vender los servicios de Vida Nueva, a través de las agencias de viaje, quienes a su vez serán un canal para publicitar los servicios a diferentes segmentos del mercado (estudiantes de otras provincias o turistas). Ellas recibirán una comisión por ventas del 10%.

5.4 POLÍTICA DEL SERVICIO

El Campamento Ecológico Vida Nueva ofrecerá su servicio basándose en los parámetros establecidos en la sección de campamentos del Reglamento de Actividades Turísticas desarrollado por el Ministerio de Turismo del Ecuador.

Cada servicio será ofrecido siguiendo los estándares de calidad establecidos para las empresas de turismo, procurando obtener la máxima satisfacción de los usuarios.

Se conoce que para lograr el mayor bienestar de los clientes, se tiene que brindar un servicio de excelente calidad, que produzca en los usuarios la fidelización y promoción de Vida Nueva. Para cumplir este objetivo, se tiene

planeado dictar cursos de capacitación sobre atención al cliente a todas las personas que laboren en la empresa, en las diferentes áreas en las que estará constituida.

Todo el personal deberá tener pleno conocimiento del producto (intangibles), ya que esto junto a la forma de comunicarse con los clientes, son los ingredientes claves para el éxito de la compañía.

Como parte de la política de servicios del campamento, la empresa se ha planteado ciertos objetivos, que deberán ser cumplidos a cabalidad, los cuales son:

- Brindar un servicio todo incluido de calidad que supere las expectativas de los turistas que lo visiten.
- Cumplir con todas las normas de seguridad necesarias para evitar posibles accidentes dentro de las instalaciones o en el trayecto hacia ellas.
- Contratar medios de transporte, seguros y confiables, que garanticen un servicio de calidad que mantengan la buena imagen de la empresa.

- Contar con personal capacitado que pueda brindar un excelente servicio a los clientes, utilizando técnicas que diviertan a los niños y jóvenes durante su estancia en el campamento.
- Recibir cualquier clase de comentario o crítica constructiva que nos permita crecer como empresa y mejorar aquellos detalles que a la larga sirvan para opacar el servicio.

5.5 PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

La estrategia de publicidad se manejará a través de la fuerza de ventas de Vida Nueva y también por medio de los canales de distribución mencionados anteriormente.

La imagen que Vida Nueva desea reflejar es la de una empresa sólida y confiable, capaz de brindar un servicio de calidad a los usuarios que la visiten, cien por ciento comprometida con el cuidado de la naturaleza y la formación en valores de los jóvenes.

El objetivo de todas las estrategias es lograr en las personas el efecto vagón de tren, es decir, que un joven asista a Vida Nueva porque su amigo se lo recomendó, hasta formar una larga cadena de clientes y posicionar el

producto como la mejor opción educativa y recreacional para los jóvenes de 9 a 17 años.

Las promociones y publicidades estarán enfocadas a los diferentes involucrados en el proceso de compra como son: los padres de familia, tutores, las autoridades escolares, instituciones particulares y los usuarios del servicio.

Una forma de publicitar los servicios es ofreciendo “FamTrips” a los directivos de escuelas, colegios y demás empresas que pertenezcan al mercado potencial, para que a través de su vivencia se sientan motivados a adquirir los servicios y a su vez recomendarlos. Se realizará un Fam Trip durante el primer año, en el periodo vacacional de la costa, con la participación de 80 personas. Todos los costos de este viaje serán asumidos completamente por Vida Nueva, bajo el rubro de publicidad.

Estos paseos tendrán una duración de un día en el que asistirán dos miembros por colegio, que serán un directivo del plantel y un representante de los padres de familia. Las instituciones particulares tendrán el mismo cupo, debiendo confirmar su asistencia con dos semanas de antelación.

Estas personas vivirán experiencias preparadas para los niños, debiendo realizar algunas de las actividades que se tienen programadas para los

visitantes, incluyendo las dinámicas de recreación, el paseo en lancha por el estero y recorridos por el interior del recinto. De esta manera ellos podrán evaluar como será la forma en que los servicios van a ser ofrecidos.

Al final de la jornada, se les solicitará que llenen un formulario en el que calificarán los servicios brindados, además de hacer sugerencias u observaciones que permitan mejorar los mismos.

Se diseñarán afiches publicitarios y folletos informativos sobre los beneficios del campamento los cuales serán ubicados en colegios, agencias de viajes, entidades públicas relacionadas a la actividad turística y sitios de concentración masiva de personas. Cabe acotar que cada año se renovarán los diferentes materiales publicitarios.

Los diseños de los afiches serán diferenciados de acuerdo al gusto de los jóvenes, padres de familias, autoridades escolares y de otras instituciones. Debe reflejar diversión, educación, seguridad y resaltar sobre todo que el campamento está inmerso en un ambiente natural y que se promueve el cuidado ambiental.

El grupo de promotores, luego de solicitar el permiso a las autoridades de los planteles educativos, colocará tentativamente 3 afiches en cada colegio (rectorado, cartelera principal y bar).

Otro medio para publicitar los servicios ofrecidos por Vida Nueva será crear un video promocional en el cual se capturen las imágenes más llamativas del lugar y sus alrededores tratando de destacar la amplitud y funcionalidad de las áreas así como la vida de los jóvenes en el campamento. Dicho video será expuesto durante las visitas que tengan a su cargo los vendedores.

Además, se dividirá el video en fragmentos, usando aquellos en los que se aprecie a los jóvenes haciendo uso de las instalaciones para subirlos en páginas web como You Tube, a fin de que los cibernautas que acceden a este portal puedan chequearlas y compartirlas con sus amigos y descubrir el sitio web. Este medio permitirá acceder a bajo costo a cientos de jóvenes de las edades de interés, permitiendo que conozcan las instalaciones y se interesen en visitar el lugar.

Como se citó en párrafos anteriores, se contará con una página web interactiva mediante la cual todos los posibles clientes puedan obtener información de manera fácil acerca de los servicios y de las instalaciones de Vida Nueva.

Será actualizada periódicamente con nueva información y fotos de los grupos que han asistido al campamento, teniendo la opción de registrarse y recibir en su correo electrónico información acerca de promociones ó servicios especiales.

Ellos podrán hacer comentarios ó sugerencias a través de este sitio, lo que le permitirá a la empresa evaluar sus peticiones, mejorar su desempeño e incorporar servicios que sean del agrado del mercado objetivo.

Para que esta herramienta sea efectiva se pretende crear enlaces publicitarios en links con otros sitios que sean muy visitados por el mercado objetivo. Ejemplos de estos sitios son: www.youtube.com, www.vivecuador.com, www.visitaguayaquil.com, www.elrincondelvago.com, www.hi5.com, www.farras.com, entre otros.

Para la creación de la página web se recurrirá a un experto en la materia que tendrá la labor de diseñar un sitio llamativo que motive la visita de miles de navegantes que utilizan este medio. Se requerirá también de la ayuda de un programador para la activación y funcionamiento de la misma.

De igual manera se buscará un espacio de promoción a través de reportajes en periódicos, con artículos llamativos que traten sobre Cauchiche y de las actividades que se pueden realizar en Vida Nueva. Dentro de dicho artículo, se encontrará un cupón que lo hará acreedor a un descuento.

Los programas radiales orientados a un público juvenil serán un medio para llegar a todos los jóvenes que tengan deseos de aventura y de realizar algo nuevo en sus vacaciones. Cabe recalcar que si bien son los padres los que

pagan los servicios, son los jóvenes los que los motivan a hacerlo. Esta estrategia será implementada dos meses antes de iniciar el periodo vacacional de la costa.

Se elaborará una cuña publicitaria, que mencione los beneficios de Vida Nueva con la finalidad de que los oyentes de dicha estación se sientan motivados en conocer más acerca de este campamento, ya sea visitando la página web o contactándose con la empresa por medio de sus líneas telefónicas.

Antes de iniciar la época de playa, surgen muchos programas que a nivel nacional muestran las bellezas del Ecuador, especialmente los atractivos de sol y playa, por lo que se tiene contemplado hacerles una invitación para que realicen uno de sus documentales desde las instalaciones de Vida Nueva y al ser la televisión, el medio de comunicación mas usado, este permitirá captar la atención de una mayor cantidad de personas.

Una estrategia de publicidad será obsequiar tours a los oyentes de las estaciones de radio o a los televidentes de programas juveniles, para que luego de participar en determinado concurso puedan obtener este premio. Esta es una buena manera de adquirir más clientes, ya que en el caso de que los jóvenes asistan, es muy probable que viajen acompañados de al menos una persona.

5.6 PLAN DE CONTINGENCIA

En el caso de que las estrategias planteadas no rindan los resultados esperados se propone las siguientes alternativas:

- Se tiene planeado dirigir los esfuerzos de venta a otro segmento de mercado, que podrían ser el constituido por los adultos solteros ó en pareja.
- Los servicios también se podrían dirigir a viajes en familia, pero cabe recalcar que primero se haría un estudio de mercado, para determinar si se tendría acogida en cualquiera de los segmentos mencionados.
- Se podrían hacer alianzas con universidades, para que incluyan como parte de la materia de ecología, excursiones hacia el Campamento Vida Nueva, con la finalidad de que ellos aprecien la flora y fauna típica de la Costa Ecuatoriana.
- Se propondrían acuerdos con las fundaciones ambientalistas, para que como parte de su aporte en el cuidado ambiental, colaboren con el mantenimiento de Vida Nueva durante sus primeros años, ó hasta recuperar su inversión inicial.

- Finalmente, se podría realizar un convenio con mayoristas de turismo para concesionar el Campamento Vida Nueva y que sean ellos los encargados de su administración y promoción.

CAPÍTULO VI

ESTUDIO ADMINISTRATIVO

6.1 ORGANIZACIÓN

La organización será registrada como una persona jurídica, es decir que estará a cargo de un grupo de personas que aporten con su capital para la creación de la empresa y que conformarán la junta de accionistas.

La empresa deberá ser constituida como una sociedad anónima, por lo que tendrá que estar conformada por dos socios como mínimo, los mismos que aportarán capital en efectivo.

Los socios fundadores, serán los encargados de realizar todos los trámites necesarios, empezando por obtener el permiso del gobierno para su constitución, además de fijar los estatutos bajo los que regirá la empresa (13).

La denominación de la compañía, constituida como Sociedad Anónima será: Campamento Turístico Ecológico Vida Nueva S.A. La denominación de cada compañía, deberá ser claramente distinguida de la de cualquier otra, ya que constituye una propiedad suya y no puede ser adoptada por ninguna otra compañía. (13)

El objeto social del campamento es el siguiente: se dedicará a la prestación de servicios turísticos, propios ó de terceros, como transporte, hospedaje, alimentación, a más de brindar a los usuarios recorridos guiados en el interior de la Isla Puná. Así mismo, se contará con actividades recreativas y talleres que involucren a los campistas con la naturaleza, a más, de permitir que los jóvenes desarrollen sus habilidades y capacidades, adquiriendo nuevos conocimientos que puedan ser aplicados en su cotidiano vivir.

La organización contará con el debido registro en el Ministerio de Turismo, a más de estar afiliada a la Cámara Provincial de Turismo del Guayas, acatando las condiciones que impone el Ministerio a empresas pertenecientes al sector turístico del Ecuador.

Adicionalmente para poder operar, la empresa obtendrá la Licencia Anual de Funcionamiento, otorgada por el Municipio de Guayaquil. Al ser un establecimiento que va a ofrecer los servicios de alimentación debe contar también con el Permiso de Funcionamiento de Salud.

La junta de accionistas es el máximo organismo de una Sociedad Anónima, por lo que en el caso de Vida Nueva tendrá como función la determinación de la política institucional de la misma y la aprobación de los planes, objetivos y programas de trabajo que lleven al desarrollo y al buen funcionamiento de la empresa.

Todos los socios aportarán capital para la ejecución del proyecto, además de realizar estudios preliminares y participar del proceso de implantación.

Los accionistas tienen derecho de voz y voto y las decisiones importantes serán consultadas en sesiones en presencia de todos y tendrán que ser aceptadas por unanimidad. Cabe recalcar que también tendrán la responsabilidad de designar a las personas que se encargarán de la administración del campamento.

Estos ejecutivos formarán un directorio, que deberá ser revocado cada cuatro años. Su función será la de supervisar la administración del gerente general, para luego comunicar el desempeño de la empresa a todos los demás asociados. El presidente de este comité será el que tenga el mayor número de acciones ó algún representante de los accionistas.

La empresa estará dividida en tres áreas que son: Departamento Administrativo Contable, Departamento de Comercialización y Marketing y

Personal de Apoyo (conformado por la Comunidad de Cauchiche que desee colaborar en el proyecto para operar los servicios), las mismas que estarán a cargo del gerente del campamento. También recibirá consultoría legal por parte de un abogado.

6.2 PERSONAL

Para asegurar la correcta administración del Campamento Ecológico Vida Nueva, es necesario contar con personas capaces que puedan contribuir al éxito organizacional. Es por ello que se ha tomado en cuenta lo siguiente:

Gerente

Para el cargo de gerente (que para efectos de la Ley de Turismo será el administrador), es necesario un profesional en el área de administración de empresas turísticas y que esté alineado con la misión, visión y objetivos de la empresa.

Entre sus funciones están las de hacer cumplir los reglamentos de la empresa, distribuir las responsabilidades entre los departamentos, además de dirigirlas y supervisarlas.

También tiene a su cargo la preparación y el control de presupuestos y de los gastos de la compañía. Es el responsable de vigilar la administración y llevar el control de las cuentas de ingresos y egresos para ser mostradas ante el directorio.

Además, tiene a su haber la contratación de equipos y el personal necesario para llevar a cabo la operación de la compañía; considerando estas premisas se cree conveniente la participación de un socio o de una persona que tenga noción de estas actividades.

Deberá tener conocimientos sobre el manejo de personal, puesto que tendrá que realizar gestiones para coordinar la relación con la comunidad de Cauchiche, especialmente con aquella que esté dispuesta a colaborar con la empresa, ya sea preparando los alimentos, acompañando a los grupos en sus recorridos, ó en otras actividades.

Finalmente, le corresponde presentar propuestas de mejora y crecimiento del negocio, siempre de acuerdo a la visión de la empresa.

Contador

Para el departamento administrativo contable se requiere de una persona que sea responsable por las actividades de programación, ejecución, control

y liquidación de las cuentas generales de la empresa, ya sea un contador público autorizado o un ingeniero comercial.

Además de llevar la contabilidad de la empresa, deberá encargarse de las conciliaciones bancarias y del desarrollo y control tributario.

Jefe de Comercialización y Marketing

Se necesitará un jefe de comercialización y marketing, quien tendrá las responsabilidades de revisar y ejecutar la estrategia y el plan de marketing, además de realizar los estudios preliminares de mercado relacionados a la futura expansión del negocio.

Bajo su cargo estarán el control e incremento de las ventas, la publicidad y la creación y promoción de los paquetes turísticos, con el fin de que estos lleguen al consumidor a través de la comercialización por su grupo de promotores.

También será el encargado de administrar el trabajo del grupo de Promotores Turísticos que serán los encargados de visitar las escuelas y colegios pertenecientes al mercado objetivo para incentivar a las autoridades a adquirir los servicios.

Recepcionista/Secretaria

Es necesario contratar a una persona que estará a cargo del archivo, central telefónica, documentación interna y externa de la empresa, además de proporcionar la información requerida por los clientes.

Esta persona tendrá que estar permanentemente en las instalaciones de Vida Nueva, por lo que es imprescindible que sea un miembro de la comunidad de Cauchiche.

Guías Turísticos

Las funciones específicas de este grupo de trabajadores son: la guianza por los atractivos que incluya el recorrido, la narración de los hechos históricos y culturales de la provincia en los idiomas que fuera necesario, dirigir las actividades recreativas, dictar los talleres y especialmente velar por la seguridad y entretenimiento de los visitantes.

Los guías turísticos que se contraten deberán poseer las siguientes habilidades en la comunicación:

1. Facilidad de palabra.
2. Buenas relaciones personales y sociales.

3. Conocimiento de la historia, cultura y folclor del país.
4. Hablar varios idiomas*
5. Capacidad de Liderazgo.
6. Conocimientos de Primeros Auxilios.
7. Buena dicción.
8. Excelente apariencia personal.

* En el caso de Vida Nueva, se contratará a un guía bilingüe solo cuando sea necesario.

Personal de cocina

A pesar que este grupo de personas no pertenecerá a la nómina administrativa del Campamento Vida Nueva, se las ha considerado en este capítulo, debido a que ellas serán las encargadas de preparar los alimentos a ser consumidos por parte de los visitantes. El valor que se les cancelará será por plato servido.

Las personas contratadas recibirán la debida capacitación, sobre higiene y manipulación de alimentos. Los requisitos con los que tendrán que cumplir el personal de cocina son:

- Certificado de Salud Pública.

- Buenas referencias personales.
- Tener excelentes conocimientos de cocina, en especial acerca de la preparación de comidas típicas.
- Buena presencia y aseo personal.
- Record policial.

Servicios Legales

Se contará con la asesoría de un abogado o bufete de abogados. Los servicios incluirán el marco legal de la compañía, el desarrollo de documentos, trámites, asesorar a todos los departamentos, elaborar los contratos de trabajo, además de representar legalmente a la compañía.

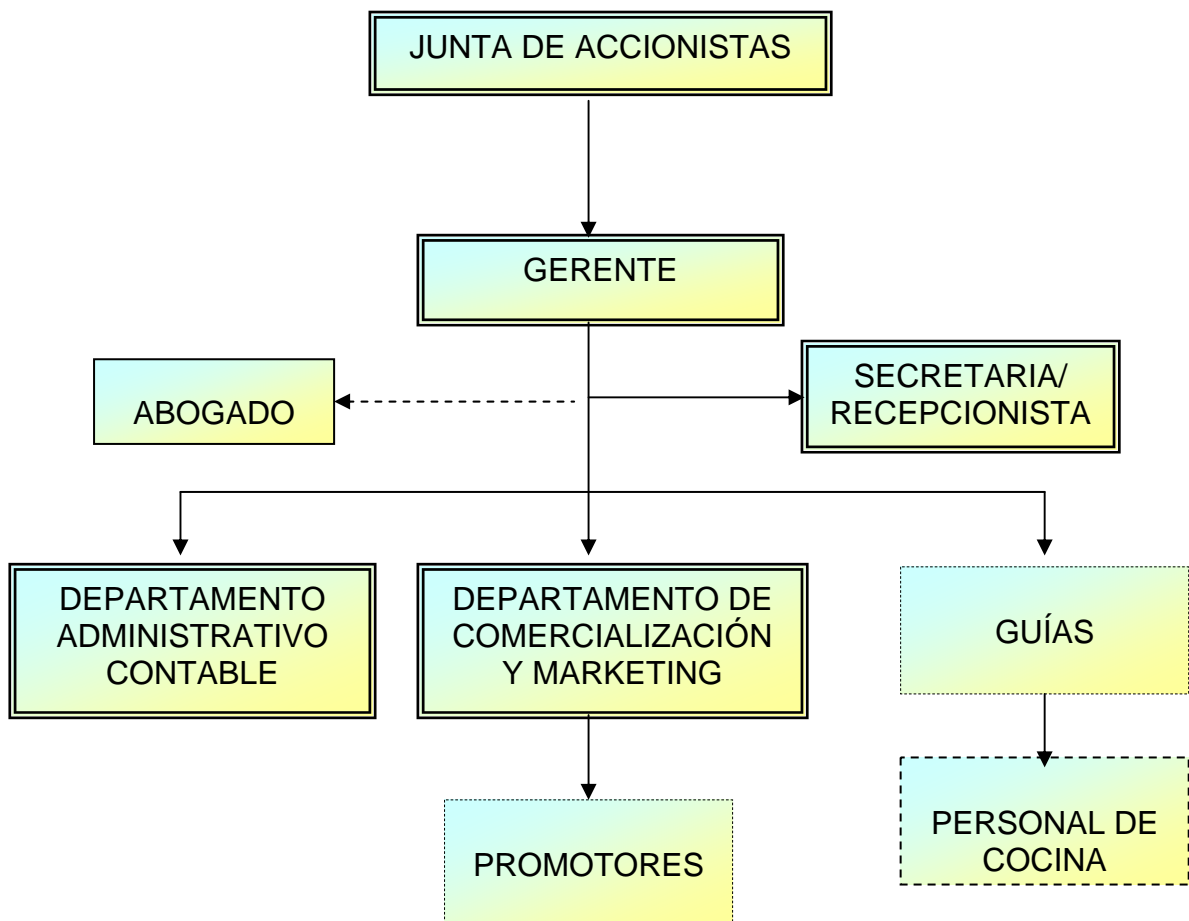
La participación de un abogado es necesaria desde la primera reunión de los accionistas, incluso antes de la creación de la compañía. Un requisito indispensable es que este profesional debe tener pleno conocimiento de la Ley especial de Turismo.

6.2.1 ORGANIGRAMA

A continuación se encuentra el organigrama de la compañía, en el que se puede observar los rangos de jerarquía, así como la

distribución del personal de acuerdo a los departamentos que existirán en el Campamento Turístico Ecológico Vida Nueva.

Los cuadros con doble línea encierran al personal o departamentos que laborarán durante todo el año en la empresa; mientras que los cuadros entrecortados, contienen a aquellos que serán contratados de acuerdo a la demanda de visitantes en Vida Nueva y por otro lado las líneas punteadas conducen a los profesionales que brindarán sus servicios por temporadas.



Fuente: Autoras

6.3 PLAN DE INCORPORACIÓN DEL PERSONAL

Para la selección del personal administrativo que prestará sus servicios para la empresa es indispensable que los aspirantes se presenten con su hoja de vida actualizada a la entrevista. Se tomará en cuenta sus estudios académicos, experiencia profesional y la predisposición que tengan para aceptar las jornadas de trabajo.

Los interesados en ocupar el puesto de secretaria y conserje del campamento deberán presentar buenas referencias personales y su record policial actualizado.

Todos los postulantes tendrán que pasar por un proceso de selección a través de pruebas psicológicas de cuyos resultados dependerá la contratación. El Gerente, los Jefes Departamentales y la secretaria serán contratados bajo relación de dependencia, con contratos anuales.

En el caso del personal de apoyo o eventuales, conformado por los guías, socorristas y conserje se tomará en consideración su rendimiento tanto en las pruebas físicas y psicológicas. En las primeras, para determinar si están en buenas condiciones físicas como para soportar los recorridos y la segunda para conocer su salud mental y si sufren de trastornos que puedan poner en peligro a los visitantes del campamento.

El socorrista deberá tener plenos conocimientos sobre primeros auxilios y un título profesional en medicina general y socorrismo para que pueda atender emergencias. Se requerirá los servicios de este profesional durante todo el año y acompañará a los guías en sus recorridos.

Para el grupo de promotores se receptorán las carpetas de los jóvenes estudiantes de la carrera de Licenciatura en Turismo o demás afines, que deberán haber cursado materias como Técnicas de Expresión Oral, Relaciones Interpersonales, entre otras.

El primer año se contratarán seis promotores para cumplir con el plan de ventas proyectado y en los años posteriores se reducirá este número a cuatro puesto que se asume que la empresa será conocida y con suficientes alianzas con instituciones educativas que no será necesario contar con muchos vendedores.

Existe un grupo de personas que no constará en la nómina de Vida Nueva pero prestarán sus servicios para la empresa como lo son el personal de cocina y los transportistas.

El personal de cocina se encargará de preparar los platos que se servirá a los campistas; este servicio será contratado de acuerdo a los asistentes y los días que permanecerán en el campamento.

Los transportistas serán contratados de acuerdo al número de visitantes que se espera recibir por tour. Los requisitos que deben reunir son:

- Buenas referencias personales
- Record Policial
- Permiso para operar lanchas

El éxito de una empresa turística depende del grado de satisfacción de sus clientes, que a su vez deriva del servicio de calidad que el personal les ofrezca. Para lograr esta meta, es importante que el grupo de trabajadores se sienta parte de la empresa, no solo porque prestan sus servicios para ella sino también porque comparten los objetivos de crecimiento al dar su mayor esfuerzo para conseguirlos.

Cada empresa posee una cultura que es el resultado de un sistema de creencias y valores compartidos por el grupo humano que es parte de ella. La cultura organizacional crea, y a su vez es creada, por la calidad del medio ambiente interno; en consecuencia, condiciona el grado de cooperación, dedicación y cumplimiento de propósitos dentro de una organización. (14)

El responsable de crear esta cultura es el Gerente General quien deberá conocer las filosofías, ideologías y aspiraciones que predominan en la mente de los socios, para luego determinar la forma en que estas fuerzas afectan

cualquier intento por mejorar y, por último, debe desarrollar formas de dirigir el cambio dentro de la cultura corporativa.

Una vez conocidas las aspiraciones, el gerente puede desarrollar un sistema de incentivos que involucre a los empleados de todas las áreas de la empresa.

En el caso del Campamento Turístico Ecológico Vida Nueva se establecerán dos tipos de motivaciones: económicas y emocionales. Las primeras se refieren a los beneficios económicos que percibirán por su trabajo, mientras que, las segundas a un reconocimiento no monetario que los haga sentir que son parte fundamental de la organización.

Al final de cada año se distribuirán las utilidades, en el caso de que las hubiere, a todo el personal que labora en la empresa bajo relación de dependencia.

El trabajo en equipo es un pilar fundamental, por lo que se planea realizar reuniones periódicas por cada departamento a fin de conocer sus sugerencias o tratar algún tema de interés para todos. De esa manera ellos sentirán que sus opiniones son importantes y contribuyen al éxito organizacional.

Se dictarán talleres que aporten a sus conocimientos generales y educación ambiental. Dependiendo del área en que se vayan a desenvolver se brindará capacitación técnica sobre Manejo de Alimentos, Temas Ambientales y Conservación y Atención al Turista, todo esto con la finalidad de contar con un personal capacitado que sepa actuar ante las diferentes situaciones que se presenten.

La capacitación técnica de Manejo de Alimentos estará orientada al grupo de personas que colaborará con la preparación del menú que será servido a los turistas.

En este taller, se dictarán temas como la correcta manipulación de alimentos y su conservación, la importancia de la higiene alimenticia y la adecuada desinfección de utensilios, dependencias y locales en dónde se preparan o sirven alimentos, con el objetivo de prevenir enfermedades.

En la capacitación sobre Temas Ambientales y Conservación se tratará sobre la correcta Distribución de Desechos y Técnicas de Reciclaje, además de Programas de Concienciación Ambiental, Desarrollo Sostenible, Conservación de Especies, etc.

Este taller estará dirigido a todo el personal, que serán los encargados de transmitir estos conocimientos a los turistas que visiten el campamento y a

sus familiares para que tomen conciencia de la importancia de cuidar este recurso a fin de conservar su belleza paisajística en el futuro. Se tiene previsto pedir la colaboración de un representante del Ministerio de Ambiente para que dicte esta tutoría.

Todo el personal recibirá capacitación sobre una eficiente Atención al Turista. Se darán a conocer las principales técnicas de atención al cliente y en el caso del grupo de promotores aprenderán a desarrollar la comunicación verbal y no verbal para saber transmitir de forma adecuada los argumentos de la venta, además de poder determinar las necesidades e intereses del cliente para anticiparse y hacer una oferta completa.

Es necesario que todos los trabajadores, en especial el personal que laborará en la Isla Puná, comprendan la importancia de dar una excelente atención a los turistas, la misma que radica en que al dar un eficiente servicio se garantiza la satisfacción de los clientes quienes se sentirán motivados en visitar nuevamente el campamento o recomendarlo a sus amigos y familiares como la mejor opción para vacacionar.

Con la capacitación que ellos reciben, junto con la ayuda de sus familiares podrán crear microempresas que les permitan obtener nuevos ingresos económicos.

Se les brindará seguridad laboral para que ellos no trabajen con el temor de perder su empleo en el momento menos pensado, de esta manera no se sentirán presionados y a la vez mejorarán su rendimiento y motivación.

6.4 OBJETIVOS DE LA COMPAÑÍA

A pesar de que la empresa como tal, persigue alcanzar ciertos objetivos económicos, no se puede dejar a un lado la premisa de que la compañía se encuentra dentro de la rama del servicio, y que por lo tanto debe ser su objetivo primordial el satisfacer a sus clientes por encima de sus expectativas.

Los objetivos del Campamento Vida Nueva se clasifican en:

- Económicos
- Sociales y
- Ecológicos.

OBJETIVOS ECONÓMICOS

- Realizar una excelente gestión empresarial que asegure obtener los ingresos económicos que permitan cubrir con los gastos

administrativos y de operación, además de garantizar el buen crecimiento de la empresa.

- Recuperar la inversión dentro del plazo estimado en los análisis financieros y rendir buena cuenta de la misma a los inversionistas que aportaron con su capital para llevar a cabo el negocio.
- Cubrir con todas las obligaciones adquiridas en los plazos y cantidades acordadas con nuestros acreedores.
- Cancelar al estado todos los valores receptados por conceptos de impuestos a nuestra actividad turística.

OBJETIVOS SOCIALES

- Ser una fuente generadora de empleos dignos y bien remunerados a las comunidades del Recinto Brisas de Cauchiche y los recintos aledaños.
- Contribuir con el sistema educativo, al ser un establecimiento en el que se brindarán conocimientos sobre cuidado ambiental, primeros auxilios, educación en valores, entre otros, a los niños que acudan a visitarnos.

- Capacitar e incentivar a la comunidad para que puedan emprender sus propias microempresas que luego se conviertan en nuestros proveedores de servicio.
- Colaborar con las universidades al recibir a sus estudiantes para que realicen sus prácticas en las instalaciones, de manera que adquieran una vasta experiencia para su futura vida laboral.

OBJETIVOS ECOLÓGICOS

- Evitar la posible contaminación por parte de los turistas, creando conciencia en ellos de lo delicado del ecosistema y de la importancia de su colaboración para conservarlo.
- Construir el campamento Vida Nueva con materiales renovables.
- Proyectar al campamento ecológico como una escuela de formación ambientalista, que tienda a consolidar un compromiso del hombre con el medio ambiente.

CAPÍTULO VII

EVALUACIÓN ECONÓMICA FINANCIERA

7.1 GASTOS PREOPERACIONALES

Son aquellos gastos en que incurren las futuras compañías para constituirse, entre estos se incluyen los gastos en investigaciones, estudios de mercado, gastos legales, permisos municipales, entre otros.

Dentro de los gastos preoperacionales se han contemplado los costos en los que se incurre al constituir una compañía antes de iniciar sus operaciones, como los gastos de constitución, valorados en \$300,00 USD; el registro en el Ministerio de Turismo, que para empresas de este tipo es de \$184,00 USD, la afiliación a la Cámara de Turismo de Guayaquil por \$200,00 USD y el Plan de Negocios, con un valor de \$3.000,00 USD.

Tabla N° 9

INVERSIÓN EN GASTOS PREOPERACIONALES	
Detalles	Cantidad en USD
Plan de Negocios	\$ 3.000,00
Constitución de compañía	\$ 300,00
Registro en el M. de Turismo	\$ 184,00
Afiliación a la Cámara de Turismo	\$ 200,00
Total Gastos Preoperacionales	\$ 3.684,00

FUENTE: Autoras (2007)

7.2 INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS

Los activos fijos son el conjunto de bienes muebles e inmuebles que pueden ser depreciables o no y que son necesarios para la operación de la empresa.

En el caso de Vida Nueva, la inversión en activos fijos alcanza un total de \$11.873,03 USD, de los cuales \$8.929,00 USD corresponden a la construcción y adecuación del campamento y los \$2.944,03 USD restantes se encuentran distribuidos en: equipos de cómputo, equipos de oficina, muebles y enseres, en las cantidades requeridas durante los cinco años proyectados para el buen funcionamiento de la empresa (VER ANEXO 9).

Tabla N° 10

INVERSION EN ACTIVOS FIJOS	
Detalle	Cantidad en USD
Instalaciones	\$ 8.929,00
Equipos de Cómputo	\$ 2.060,76
Equipos de Oficina	\$ 299,36
Muebles y Enseres	\$ 583,92
Total Activos Fijos	\$ 11.873,03

FUENTE: Autoras (2007)

El equipo de cómputo, de oficina y los muebles y enseres estarán ubicados en el área destinada como recepción del campamento.

7.3 PRESUPUESTO DE GASTOS

Los gastos son todos los desembolsos de efectivo que se efectúan para llevar a cabo las operaciones de la empresa, entre estos se puede mencionar a los gastos de ventas, gastos administrativos, gastos generales, etc. Para los fines de este estudio se los ha dividido en costos variables y costos fijos.

7.3.1 COSTOS VARIABLES

En los costos variables se detalla el valor que genera producir un servicio, que con relación al Campamento Ecológico Vida Nueva

son los valores destinados para pagar la lancha, el alquiler del bus, la alimentación, los materiales para los talleres, imprevistos y el pago de los guías nativos (VER ANEXO 10).

El costo variable por persona del tour de fin de semana para el primer año es de \$29,91 USD, con un margen de contribución del 40,17%, mientras que el tour de una semana tiene un costo de ejecución de \$65,60 USD y un margen de contribución del 49,54%.

Los costos por concepto de alquiler de sleeping bag no han sido considerados ya que su desgaste está contemplado en los gastos de servicio.

Estos costos varían dependiendo del número de ventas que se registren en el campamento. Gastos como la alimentación y transporte se los ha incrementado anualmente tomando en cuenta como ha ido variando el precio en los últimos años. Se ha considerado aumentar el costo de los materiales de los talleres de acuerdo al porcentaje inflacionario de finales del 2006.

En vista de que no se cuenta con un seguro de accidentes durante la ejecución de los tours se ha destinado el 5% del precio de venta para cubrir cualquier eventualidad ó imprevisto que se presentare durante los traslados y estadía de los visitantes.

7.3.2 COSTOS FIJOS

Los Costos Fijos son aquellos que se mantienen sin variación y en el caso de Vida Nueva se clasifican en: Gastos de Servicio, Gastos de Administración y Gastos Generales los cuales en el primer año de operaciones dan un total de \$ 42.966,17 USD.

En los *Gastos de Servicio* está considerado el equipo de trabajo; mesas, sillas, carpas, sleeping bags, redes, balones, etc., este tipo de objetos se ubicarán en las diferentes instalaciones del campamento y serán de uso exclusivo de los clientes de Vida Nueva. La suma de estos gastos da un total de \$ 5.536,64 USD en el primer año.

Este equipo será adquirido antes de comenzar con las operaciones, pero constituye un gasto porque será renovado en su totalidad cada año y cerca de un 80% semestralmente, ya que su uso continuo produce su desgaste (VER ANEXO 11).

Los *Gastos de Administración* están directamente relacionados al personal que laborará en la empresa. Un grupo será contratado por relación de dependencia y otros por servicios prestados. En esta cuenta se incluyen también los beneficios sociales que todo empleador debe pagar a su nómina

de empleados como décimos, vacaciones y fondos de reserva, además del aporte patronal por cada uno de ellos.

Se incluyen también los destinados a cancelar los valores por concepto de capacitación de personal, en los diferentes temas que sea necesario y la logística de control de vendedores, que son los gastos en que incurre el Jefe de Comercialización y Marketing en su supervisión al grupo de promotores.

Existen otros gastos administrativos como suministros de limpieza (ANEXO 12), publicidad (ANEXO 13) y útiles de oficina (ANEXO 14). Los gastos de administración durante el primer año de operaciones suman \$ 32.656,16 USD.

Los *Gastos Generales* incluyen los valores que se tiene que pagar por la administración de la empresa, en este caso son: el alquiler del terreno en la Isla Puná, el pago de servicios básicos, los costos por mantenimiento, recarga de extintores, etc., dando un total de \$4.773,38 USD.

El presupuesto de impuestos también pertenece a esta cuenta y está conformado por todas las tasas que legalmente tiene que cancelar una empresa como Vida Nueva, entre ellos se incluyen: permisos municipales, afiliaciones a la Cámara de Turismo, entre otros (VER ANEXO 15) y que anualmente representan un gasto de \$183,38 USD.

El valor correspondiente al alquiler del terreno fijado para el primer año es de \$220,00 USD mensuales, incluyendo la guardianía de las instalaciones.

Se estipulará un incremento anual de \$ 20,00 USD en el contrato de arrendamiento, debiendo cancelar por adelantado un mes como depósito en garantía.

Adicionalmente, se entregará mensualmente una contribución de \$30,00 USD al presidente de la Comuna de Cauchiche para colaborar en los proyectos que éste tenga en beneficio de la comunidad.

La empresa también tiene gastos fijos que serán amortizados a lo largo de la ejecución del negocio como los de constitución y la pérdida del primer año, además de la depreciación de los activos fijos (VER ANEXO 9)

7.4 PROYECCIÓN DE INGRESOS

Los ingresos del proyecto provienen de la venta de todos los servicios turísticos ofrecidos (Paquetes Turísticos), por lo tanto, la publicidad y los precios son factores determinantes en el éxito de la compañía, el cual es medido en términos económicos por su utilidad.

La proyección de ingresos se la obtiene considerando la cantidad de personas que se esperara recibir mensualmente multiplicado por el precio de venta de cada uno de los servicios ofrecidos.

Existe también otro ingreso de efectivo, por concepto de alquiler de sleeping bag, tomando como referencia que no todos los asistentes cuentan con este equipo. No se tiene una cifra exacta del número de personas que requerirían este servicio, por lo que para efecto del presente estudio se ha determinado un 50% del total de visitantes, en vista de que el precio de alquiler no es alto.

El crecimiento de la demanda anual, estimada para Vida Nueva, con relación a sus esfuerzos publicitarios es del 25%, recalcando que para los posteriores años ya la empresa se ha dado a conocer en el mercado y que se espera recibir un mayor número de visitantes.

A continuación se encuentra la tabla que refleja el precio de cada servicio ofrecido por Vida Nueva, el mismo que como se lo mencionó en las estrategias de precios, para el primer año será un valor que nos permitirá acceder rápidamente al mercado, para los posteriores años se dispondrá de un precio acorde a los servicios ofrecidos en el campamento.

A partir del año 2 en adelante se ha calculado incrementar el precio de cada uno de los servicios en un 5% anual.

Tabla N° 11

PRECIO POR SERVICIO EN USD					
Tours Vida Nueva	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Tour de dos días	50,00	61,00	64,00	67,00	70,00
Tour 1 semana	130,00	150,00	158,00	166,00	174,00
Alquiler de Sleeping (2 días)	3,00	3,50	4,00	4,50	5,00
Alquiler de Sleeping (1 semana)	6,00	7,00	8,00	9,00	10,00

FUENTE: Autoras (2007)

Durante los meses de septiembre a noviembre del primer año, no se registran ventas puesto que durante este periodo se construirá y adecuará el campamento a más de capacitar al personal que prestará sus servicios en la áreas que se requiera.

Durante los meses de vacaciones del mercado meta (enero, febrero y marzo), se obtienen los más altos ingresos económicos del año, parte de este valor servirá para cumplir con las obligaciones los meses siguientes, ya que las ventas bajan, especialmente de abril a junio, noviembre y diciembre que como se lo mencionó anteriormente los jóvenes están en clases.

El ingreso de efectivo para el primer año es de \$64.620,00 USD, mientras que para el año 5 la empresa realiza 3.645 ventas que representan \$278.415,00 USD. (VER ANEXO 16)

7.5 FLUJO DE CAJA

Los resultados proyectados en el flujo de caja permiten conocer los fondos con los que cuenta la empresa para cubrir el costo de su implementación. Para su cálculo se deben contemplar todos los costos y beneficios que genera el negocio. (15)

El flujo de caja se lo ha proyectado para 5 años y dentro de este intervienen los ingresos de dinero que percibe la compañía al igual que los egresos, cuya diferencia da como resultado el saldo de efectivo que le queda a la compañía al final de cada año.

Los ingresos pueden ser operacionales y no operacionales, los primeros son aquellas entradas de efectivo generados por los servicios ofrecidos, en el caso de Vida Nueva se refieren a la venta de los tours de una semana y de fin de semana así como el alquiler de sleeping bags, mientras que los segundos son las inyecciones de capital por fuentes ajenas a la venta de servicios como las aportaciones por parte de los accionistas. El total de ingresos del primer año es de \$99.690,40 USD.

Dentro de los egresos se incluyen los gastos previos a la operación del negocio ó gastos preoperacionales, la inversión en activos fijos, al igual que

los que intervienen en el giro del negocio; así tenemos el alquiler del terreno en la Isla Puná, los costos de mantenimiento del campamento, los salarios del personal, la publicidad, el pago de impuestos, los costos variables, etc., estos últimos corresponden a los gastos de operación de los tours. Los egresos del primer año ascienden a \$93.644,68 USD.

Se ha estimado como inversión inicial \$31.000,00 USD, de los cuales \$3.684,00 USD serán utilizados en el año 0 (gastos preoperacionales), es decir antes de arrancar con las operaciones de la empresa, quedando un capital que servirá para la inversión de activos fijos y como capital de trabajo. Esta cifra permitirá cubrir cualquier imprevisto o algún déficit en otra cuenta, en especial los primeros meses en que no hay ventas.

A lo largo de los cinco años proyectados no se requerirá realizar préstamos a instituciones financieras, ni de nuevos aportes de capital por parte de los accionistas, ya que al final del primer año existe un saldo de efectivo de \$6.045,72 USD, mostrándose un ascenso considerable en los años posteriores (VER ANEXO 17).

Los resultados obtenidos en el flujo de caja permiten obtener índices financieros como el Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno y el Periodo de Recuperación de la Inversión.

El VAN ó Valor Actual Neto es un indicador financiero que convierte los beneficios que podría generar en el futuro la empresa a un valor presente, cifra que asciende a \$45.275,88 USD. Para obtener este valor se toma como referencia una tasa de interés bancaria, que en este caso es la tasa pasiva promedio de los bancos.

Tabla N° 12

CÁLCULO DEL VALOR ACTUAL NETO	
Tasa	5.2%
Año 0	\$ -31.000,00
Año 1	\$ -21.270,28)
Año 2	\$ 13.687,45
Año 3	\$ 23.820,72
Año 4	\$ 30.488,50
Año 5	\$ 49.959,85
VAN	\$ 45.275,88

Fuente: Autoras (2007)

El TIR , ó Tasa Interna de Retorno es la que indicará la capacidad que tendrá el negocio de generar dinero. Un negocio es considerado bueno cuando esta tasa, es por lo menos superior a la que pagan los bancos por invertir su capital.

Para determinar el cálculo del TIR, se debe tomar en consideración los años correspondientes al plazo dentro del cual se deberá recuperar el monto total de la inversión. En el caso del presente proyecto se ha estimado un período de tiempo de 5 años. De acuerdo al flujo de efectivo, la TIR proyectada para Vida Nueva es del 26,37%.

Tabla N° 13

CÁLCULO DE LA TASA INTERNA DE RETORNO	
Años	Flujo Generado Neto en USD
AÑO 0	\$ -31.000,00
AÑO 1	\$ -21.270,28)
AÑO 2	\$ 13.687,45
AÑO 3	\$ 23.820,72
AÑO 4	\$ 30.488,50
AÑO 5	\$ 49.959,85
TIR	26,37%

Fuente: Autoras (2007)

El Periodo de Recuperación de la Inversión permitirá determinar el tiempo necesario para que el flujo de efectivo producido por el giro del negocio iguale al desembolso de dinero requerido para la inversión inicial. Para ello, se necesita conocer el flujo neto de efectivo y el flujo acumulado durante los años de ejecución del negocio.

Tabla N° 14

CÁLCULO DEL PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL		
Años	Flujo neto generado en USD	Flujo acumulado en USD
0	\$ -31.000,00	\$ -31.000,00
1	\$ 6.045,72	\$ -24.954,28
2	\$ 19.733,16	\$ - 5.221,12
3	\$ 43.553,89	\$ 38.332,77
4	\$ 74.042,39	\$ 112.375,16
5	\$ 124.002,24	\$ 236.377,40
	PRC=	2,12

Fuente: Autoras (2007)

La fórmula del PRC es la siguiente:

$$PRC = \frac{n-1+(fa)}{fn}$$

En dónde:

n = año en que el flujo cambió de signo

fa = flujo de efectivo acumulado en el año previo a n

fn = flujo neto de efectivo en el año n

Suplantando estas variables, se obtiene el siguiente resultado:

$$PRC = \frac{3-1+(-5221,12)}{43.553,89}$$

$$PRC = 2,12$$

El capital invertido para el Campamento Turístico Ecológico será recuperado en 2,12 años, es decir en aproximadamente dos años y dos meses.

7.6 PUNTO DE EQUILIBRIO

Se conoce como punto de equilibrio al volumen productivo correspondiente a una situación en la que no se obtienen ganancias ni pérdidas. En otras palabras, cuando el valor de la producción, en este caso los servicios es igual a los gastos necesarios para efectuarla.

El punto de equilibrio se lo puede calcular en unidades monetarias o en unidades físicas. El cálculo en unidades monetarias es recomendable al tratarse de varios productos o servicios, como en el caso de Vida Nueva. Para ello se debe obtener una proyección de la proporción en que van a ser vendidos cada uno de los servicios.

De acuerdo a la proyección de ingresos se obtiene que el 37,14% de las ventas totales corresponde al tour de dos días, mientras que el 60,35% al tour de una semana, 1,11% al alquiler de sleeping por 2 días y finalmente el 1,39% pertenece al alquiler de sleeping de una semana.

El punto de equilibrio de la empresa para todos sus servicios, se lo obtiene utilizando la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \left(\frac{CVP}{PVP}\right)}$$

En dónde:

Costos Fijos = 41.158,56

CVP o Costos Variables ponderados, resulta de la suma de los costos variables de cada servicio multiplicado por el porcentaje de su proyección de venta:

$$CVP=(29,91*37,14\%)+(65,60*60,35\%)+(0*1,11\%)+(0*1,39\%)= 50,70 \text{ USD}$$

PVP o Precio de Venta Ponderado, resulta de sumar el producto del precio de venta de cada servicio por el porcentaje de su proyección de venta:

$$PVP=(50*37,14\%)+(130*60,35\%)+(3*1,11\%)+(6*1,39\%)= 97,15 \text{ USD}$$

Aplicando la fórmula anterior tenemos que:

$$PE = \frac{41158,56}{1 - \left(\frac{50,70}{97,15} \right)}$$

$$PE= 86.093,26 \text{ USD}$$

Vida Nueva deberá contar por concepto de ingresos por ventas \$86.093,26 USD al final del primer año, con el fin de que pueda cumplir con las obligaciones adquiridas. Se considerará que existe utilidad cuando los ingresos superen esta cifra.

Para conseguir el punto de equilibrio de cada uno de los servicios, primero se debe definir los costos fijos de estos, para ello se multiplica el porcentaje de ventas por los costos fijos totales:

Tabla N° 15

COSTOS FIJOS POR SERVICIO DE ACUERDO A SU PARTICIPACIÓN (USD)		
Tour 2 días	37,14% * \$ 41.158,56	\$ 15.286,37
Tour 1 Semana	60,35% * \$ 41.158,56	\$ 24.840,36
Alquiler Sleeping 2 días	1,11% * \$ 41.158,56	\$ 458,59
Alquiler Sleeping 1 semana	1,39% * \$ 41.158,56	\$ 573,24

Fuente: Autoras (2007)

Con estos resultados procedemos a obtener el punto de equilibrio por cada servicio ofrecido por Vida Nueva:

Tabla N° 16

PUNTO DE EQUILIBRIO POR SERVICIO				
Servicios	Tour 2 días	Tour 1 semana	Sleeping 2 días	Sleeping 1 semana
Costos Variables en USD	\$ 29,91	\$ 65,60	\$ 0,00	\$ 0,00
Precio de Venta en USD	\$ 50,00	\$ 130,00	\$ 3,00	\$ 6,00
Costo Fijo Total en USD	\$ 15.286,37	\$ 24.840,36	\$ 458,59	\$ 573,24

Fuente: Autoras (2007)

Punto de Equilibrio Tour dos días:

$$PE = \frac{15286,37}{1 - \left(\frac{29,91}{50,00} \right)}$$

$$PE \text{ 2 DÍAS} = 38.051,05 \text{ USD}$$

$$PE \text{ 2 DÍAS} = 761,02 \text{ ventas anuales}$$

Punto de Equilibrio Tour 1 Semana:

$$PE = \frac{24840,36}{1 - \left(\frac{65,60}{130,00} \right)}$$

$$PE \text{ 1 SEMANA} = 50.146,17 \text{ USD}$$

$$PE \text{ 1 SEMANA} = 385,74 \text{ ventas anuales}$$

Punto de Equilibrio Alquiler de Sleeping:

$$PE = \frac{458,59}{1 - \left(\frac{0,00}{3,00} \right)}$$

PEAS 2 DÍAS= 458,59 USD

PEAS 2 DÍAS= 152,86 ventas anuales

Punto de Equilibrio Alquiler de Sleeping:

$$PE = \frac{573,24}{1 - \left(\frac{0,00}{6,00} \right)}$$

PEAS 1 SEMANA= 573,24 USD

PEAS 1 SEMANA= 95,54 ventas anuales

Se puede concluir que si no se realiza esta cantidad de ventas, la empresa reportará pérdidas al final del ejercicio.

7.7 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS

El estado de resultados constituye el principal medio para evaluar la acción de la compañía, tanto para los usuarios internos como: los empleados y accionistas y para los externos como: proveedores y clientes.

Para realizar el Estado de Resultados, es necesario tomar en consideración todos los ingresos generados por la venta del servicio que recibe la empresa, así como todos los costos y gastos que se incurran en el negocio, de manera que con estos valores se determine si el ejercicio económico del año generará una pérdida o una ganancia.

Se ha realizado una proyección para los primeros cinco años de funcionamiento del negocio, en los cuales se puede determinar que en el primer año la empresa generará una pérdida de \$13.051,49 USD, que será amortizada en los años siguientes, mientras que en los demás años los ingresos permitirán cubrir las necesidades administrativas y cumplir con los beneficios sociales que demanda la ley (VER ANEXO 18).

Durante los primeros años la utilidad no es alta, sin embargo es a partir del cuarto año, en el que se generarán cifras superiores a los \$19.000,00 USD, las cuales se podrían incrementar si se realizan mayores esfuerzos en ventas.

El 15% correspondiente a la utilidad de los trabajadores y el 25% del Impuesto a la Renta serán pagados a partir del segundo año de operaciones en el cual se genera una ganancia.

7.8 BALANCE GENERAL

El Balance General es un documento contable que permite conocer la situación patrimonial de una empresa al final de un período, en el que el total de los Activos de la compañía es igual a la suma del Pasivo y Patrimonio.

Para el caso de Vida Nueva se ha realizado el Balance General al final del quinto año de operaciones (VER ANEXO 19).

El Activo de la empresa se divide en Circulante, Fijo y Diferido. El Activo Circulante lo compone el dinero que se encuentra en caja, en los bancos o en cuentas por cobrar al final de los cinco años, cifra que asciende a \$127.002,24 USD. Dentro de esta cuenta se incluye el plan de negocios, valorado en \$3.000,00 USD.

El Activo Fijo está conformado por todos los bienes muebles e inmuebles que adquirió la compañía a lo largo de los cinco años. A estos valores se les debe restar las depreciaciones acumuladas por el mismo periodo de tiempo, dando un total de \$6.771,88 USD.

En el Activo Diferido se encuentran el depósito de arriendo y los gastos de constitución con su respectiva amortización dando un total de \$220,00 USD. Sumados los Activos de la empresa queda una cifra de \$133.994,12 USD.

El Pasivo lo constituyen las obligaciones que tiene Vida Nueva al final del quinto año, entre estas se encuentran los beneficios sociales como décimo tercero y décimo cuarto del último año y el fondo de reserva del cuarto y quinto año. También se incluye el 15% de utilidad de trabajadores y el 25% de impuesto a la renta del año cinco.

El Patrimonio lo conforman los fondos de la sociedad como el capital social y la reserva legal, así como los dividendos que no se hayan pagado a los accionistas. El Pasivo más el Patrimonio da un total de \$133.994,12 USD, cifra que es igual al total de Activos.

Los resultados del Balance General indican que el negocio tiene la suficiente liquidez como para asumir cualquier deuda u obligación contraída en el futuro

7.9 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

El Análisis de Sensibilidad es una herramienta que permita demostrar que tan sensible es un negocio ante situaciones inesperadas. Se realizaron tres análisis bajo diferentes escenarios para determinar la reacción del Campamento Turístico Ecológico Vida Nueva ante cambios en el precio, gastos y número de ventas.

En el caso de la variación en el precio de los servicios ofrecidos, si se decide reducir los precios establecidos en un 8% la empresa recuperaría la inversión inicial en el tercer año de operaciones, generando utilidades en los años posteriores, con un VAN de \$7.797,10 USD y un TIR del 9%.

Con el fin de conocer que tanto afectaría la solidez del negocio, un incremento acelerado en los egresos que supere a los valores proyectados en los flujos de efectivo anuales, se determinó que estos pueden aumentar en 9% anual de los porcentajes ya estimados para que la empresa pueda cumplir con sus obligaciones y recuperar su inversión a partir del tercer año. Luego de realizar este análisis se obtiene un VAN de \$16.846,40 USD y un TIR del 13%.

Si el incremento supera este porcentaje, se necesitaría de una mayor inversión para poder cubrir los convenios pactados durante los primeros años, hasta que la empresa empiece a generar fuertes utilidades.

Por otro lado, el número de visitas proyectadas podría reducir hasta en un 16% para poder generar ganancias que le permitan a la empresa ser económicamente solvente sin tener la necesidad de recurrir a una mayor inversión o reducir costos. Con estos nuevos ingresos se obtuvo un VAN de \$7.354,06 USD y un TIR del 8,80%.

Cabe recalcar que invertir dinero en este negocio resultaría conveniente, a diferencia de capitalizarlo en alguna institución bancaria de la localidad puesto que las Tasa de Retorno obtenidas son superiores a las que pagan los bancos sin embargo el riesgo es mayor por lo que no es favorable que ocurran estos escenarios.

7.10 FINANCIACIÓN BUSCADA Y APLICACIÓN DE LOS FONDOS

Las inversiones que se han estimado para la creación del Campamento Turístico Ecológico Vida Nueva, están destinadas a generar utilidades en el transcurso de la vida útil del proyecto y a recuperar el capital invertido en un corto periodo de tiempo.

Las inversiones son aquellas que sirven para adquirir Bienes Tangibles (Equipos de computo, equipos de oficina, muebles y enseres, etc.) y Bienes Intangibles (investigaciones previas, gastos de instalación y de constitución) que van a ser utilizados para el desempeño de las operaciones de “VIDA NUEVA S.A.”.

Para una mejor comprensión de los gastos que surgen al momento de ejecutar un negocio, se los ha desglosado en tres rubros que son activos fijos, gastos

preoperacionales y el capital de trabajo. Dicho valor asciende a \$31.000,00 USD.

Tabla N° 17

INVERSIÓN ESTIMADA PARA EL PROYECTO		
Inversión	Valor en USD	%
Activos Fijos	\$ 11.873,04	38.30%
Gastos Preoperacionales	\$ 3.684,00	11.88%
Capital de Trabajo	\$ 15.442,96	49.82%
Total	\$ 31.000,00	100%

Fuente: Autoras (2007)

Una vez determinado el monto necesario para poner en funcionamiento la empresa, se evaluó diferentes opciones de financiamiento para escoger la conveniente. Todas las entidades bancarias exigen garantías hipotecables sobre algún inmueble para realizar un préstamo por la cantidad requerida, a más de requerir las proyecciones de ventas por los primeros cinco años a fin de evaluar la capacidad de la empresa para cubrir sus obligaciones financieras.

En el caso de Vida Nueva se decidió no recurrir a préstamos de entidades financieras, ya que la compañía no cuenta con bienes que puedan ser hipotecables sino más bien requiere ese monto para construir sus instalaciones y adquirir los activos necesarios para su funcionamiento.

La opción adecuada es la de contar con la colaboración de socios capitalistas que deseen ser parte de este negocio.

7.11 OFERTA Y SALIDA A LOS INVERSORES

Para desarrollar el Campamento Turístico Ecológico Vida Nueva se requiere una inversión de \$ 31,000.00 USD, distribuidas en 3.100 acciones nominales con un costo de \$10,00 USD cada una. Luego de cinco años de operaciones, el negocio dará una utilidad superior a \$32.000 USD.

La Tasa Interna de Retorno proyectada para este negocio, es del 26,37%, porcentaje que es superior a la tasa que pagan los bancos por invertir su dinero.

Las personas que aporten con su capital serán parte del grupo de accionistas de la empresa. Se necesitará de la participación de por lo menos cuatro socios capitalistas que contribuyan con el negocio.

Se ha valorado el trabajo del plan de negocios realizado por las socias fundadoras en \$3.000 USD, siendo este su aporte al igual que capital en efectivo, por lo tanto, se propone una participación accionaria de:

Tabla N° 18

PARTICIPACIÓN ACCIONARIA POR NÚMERO DE SOCIOS				
	Aporte de Efectivo en USD	Plan Comercial en USD	Número de Acciones	% de Participación
SOCIO 1	\$ 6.250,00	\$ 1.500,00	775	25%
SOCIO 2	\$ 6.250,00	\$ 1.500,00	775	25%
SOCIO 3	\$ 7.750,00	-	775	25%
SOCIO 4	\$ 7.750,00	-	775	25%

Fuente: Autoras (2007)

Cada uno será dueño del 25% del número de acciones, por lo que las decisiones se tomarán con la aprobación de todos.

En el momento en que uno de ellos decida terminar su relación con la empresa, podrá vender sus acciones, debiéndolas ofrecer en primera instancia a los demás accionistas al precio que se coticen en el mercado. Cabe recalcar que el nuevo socio tendrá la participación dependiendo del número de acciones que posea y no del valor que haya pagado por ellas. Otra alternativa es vender sus acciones a través de la bolsa de valores.

Los socios podrán incrementar el capital siempre y cuando todos estén de acuerdo, los demás también podrán hacer una nueva inversión para

conservar la misma participación ó, si lo prefieren, permitir que uno de ellos tenga mayor control de la empresa.

Si todos los socios están de acuerdo en terminar el negocio, podrán vender sus acciones a nuevos socios o a una empresa que esté interesada en continuar con la operación del campamento. Estas empresas podrían ser el Municipio de Guayaquil, Ministerio de Ambiente, Operadores o Mayoristas de Turismo como Emela Tour, Metropolitan Touring, etc.

CONCLUSIONES

1. En el Ecuador existen alternativas de gran belleza natural como la Isla Puná que proveen recursos para un crecimiento turístico ecológico y sustentable y que además brindan a las comunidades locales la oportunidad de generar ingresos para su sustento.
2. Uno de los beneficios sociales de la actividad turística, es que por ser una fuente generadora de empleo puede mejorar el nivel socioeconómico del Recinto de Cauchiche y evitar la emigración hacia zonas mas desarrolladas o el aumento de la actividad delictiva.
3. VIDA NUEVA S.A. operará en el Recinto de Cauchiche en la Isla Puná, e inicialmente sus esfuerzos publicitarios estarán destinados a la Provincia del Guayas. Sin embargo, las condiciones del lugar y su valora formativo y recreativo permitirá atender los requerimientos de otras provincias del país.
4. Es de suma importancia para una empresa como la planteada el tener una filosofía de servicio orientada a obtener la máxima satisfacción de

los turistas que la visitan hasta posicionarse como la mejor alternativa de esparcimiento y educación del mercado objetivo. No es suficiente la belleza natural.

5. El Campamento Turístico Ecológico VIDA NUEVA S.A., puede constituirse como Sociedad Anónima con un capital de \$31.000,00 USD, que bastaría para cubrir la inversión inicial tanto en activos como en capital de trabajo.
6. La inversión será recuperada en dos años y dos meses, tiempo que permite considerar al proyecto como rentable pues durante el primer año de operaciones la demanda no es tan alta por que el mercado aun no la conoce, no obstante en años posteriores los beneficios podrán ser mayores si se logra la participación de mercado deseada.
7. La Tasa Interna de Retorno calculada para este negocio es del 26,37%, porcentaje que duplica a la tasa de interés activa referencial bancaria, lo que resulta atractivo para aquellos inversionistas interesados en participar como socios capitalistas en este Campamento.

RECOMENDACIONES

1. Por ser la Isla Puná una parroquia rural del Cantón Guayaquil se recomienda que sea tomada en cuenta en el proceso de Regeneración Urbana que atraviesa el cantón a fin de mejorar la calidad de vida de los habitantes de esta zona.
2. El Recinto de Cauchiche necesita mejorar la infraestructura existente como construir un muelle a orillas del Estero de Bellavista que reemplace al destruido durante el Fenómeno del Niño de 1998 y que sirva para desembarcar a los turistas cómodamente. Además de ampliar el servicio de energía eléctrica a fin de que más familias obtengan el servicio por un mayor número de horas.
3. Se sugiere que el Campamento Vida Nueva S.A. sea administrado por un profesional del turismo con experiencia en este sector que trabaje conjuntamente con la comunidad del Recinto y que esté comprometido con el cuidado ambiental.

4. Se recomienda realizar estudios de mercado para determinar posibles segmentos interesados en visitar el Campamento Vida Nueva, a fin de lograr una mayor participación y un incremento en las ventas.
5. Se sugiere, en el futuro, realizar campeonatos entre colegios dentro de las instalaciones del campamento que incluyan pruebas de conocimiento y competencias físicas, para motivar el interés de las instituciones educativas, que se animen a probar las nociones y aptitudes físicas de sus alumnos.
6. Es recomendable realizar un estudio al final de cada año con el fin de determinar las falencias que ha tenido el servicio con el objetivo de mejorar aquellos aspectos que causen una mala imagen del campamento.
7. Además, se sugiere llevar a cabo un estudio que mida los beneficios que ha generado la empresa con relación a la comunidad y la formación de los jóvenes.

ANEXO 1

COMPETENCIA: CUADRO COMPARATIVO DE PRECIOS Y SERVICIOS

Sitios de Interés	Precio	Servicios Incluidos	No Incluye	Servicios Adicionales
Vida Nueva	\$ 50,00	Traslados Alimentación Camping Guianza Actividades Recreativas Paseos en lancha Charlas ambientalistas Talleres	Uso de Sleeping bag	Venta de Snaks Venta de Souveniers Alquiler de sleeping bag
Cerro Blanco	\$ 4,00	Recorridos guiados	Traslados Alimentación Uso de carpas Actividades Recreativas Charlas ambientalistas Talleres	Alquiler de Carpas Venta de Snaks Charlas ambientalistas
Manglares Churute	\$ 5,00	Recorridos guiados Camping*	Traslados Alimentación Uso de carpas Actividades Recreativas Charlas ambientalistas Talleres Paseos a caballo	Venta de Snaks Paseos a caballo
Hacienda Jambelí	\$ 60,00	Alimentación Recorridos guiados Camping*	Traslados Actividades Recreativas Charlas ambientalistas Talleres	
Ecovita	\$ 49,50	Alimentación Camping Recorridos guiados Charlas ambientalistas	Traslados Actividades Recreativas Talleres Deportes extremos	Deportes extremos

*El turista debe llevar su equipo para acampar

ANEXO 2

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL
FACULTAD DE INGENIERÍA MARÍTIMA Y CIENCIAS DEL MAR
LICENCIATURA EN TURISMO

Vida Nueva es un campamento turístico ecológico en el que se pretende dar a conocer a niños y jóvenes la naturaleza a partir de su interacción con ella, permitiendo que ellos desarrollen sus habilidades y valores. Con el fin de elaborar el Análisis de Mercado de la tesis: Estudio de Factibilidad Económica de la Creación de un Campamento Turístico Ecológico en la zona de Cauchiche en la Isla Puná, le agradecemos contestar las preguntas con sinceridad y claridad.

1. Sexo

M_____

F_____

2. ¿Cuántos hijos tiene?

3. ¿Qué edad tienen sus hijos?

1. _____

3. _____

5. _____

2. _____

4. _____

6. _____

4. ¿Conoce la Isla Puná?

Si _____

No _____

5. ¿Cuántas veces al año sus hijos participan de actividades recreativas fuera de la ciudad o vacacionales?

6. ¿Está Interesado en que sus hijos realicen actividades productivas durante el periodo vacacional?

Si _____

No _____

7. ¿Considera usted que las actividades al aire libre estimulan el desarrollo de las habilidades de sus hijos?

Si _____

No _____

8. ¿Sus hijos han participado en algún campamento?

Si _____

No _____

Si la respuesta anterior fue positiva, indique cuál _____

9. ¿Conoce de algún campamento turístico en la Provincia del Guayas?

Si(Identifique)_____

No _____

10. ¿Estaría dispuesto a enviar a sus hijos a un campamento turístico ecológico en la Isla Puná?

Si _____

No _____

Si la respuesta anterior fue positiva, le solicitamos contestar las siguientes preguntas, caso contrario le agradeceremos indicar el motivo de su respuesta.

11. ¿Cuáles son las razones por las que usted aprobaría que sus hijos vayan a un campamento turístico ecológico?

Recreación _____

Contacto con la naturaleza _____

Estudio del ecosistema _____

Fomentar su independencia _____

Otros (especifique) _____

12. ¿Por cuántos días dejaría a sus hijos participar en un campamento turístico ecológico?

Fin de semana _____

1 semana _____

2 semanas _____

1 mes _____

Otro (indique) _____

13. ¿Cuánto gasta al año en paseos y actividades recreativas para sus hijos?

14. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un tour de fin de semana que incluye: acampada, alimentación, traslados y actividades recreativas en la Isla Puná?

\$35-49_____

\$50-64_____

\$65-79_____

\$80-100_____

15. ¿En qué basa su decisión de compra?

Precio_____

Seguridad_____

Servicios_____

Beneficios_____

Comentarios ó sugerencias:

Gracias por su colaboración

ANEXO 3**PROYECCIÓN DE INGRESOS EN NÚMERO DE PERSONAS**

PROYECCIÓN DE INGRESOS EN NÚMERO DE PERSONAS												
SERVICIOS	SEP	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO
Tour de dos días	-	-	-	30	30	60	60	60	60	60	60	60
Tour 1 semana	-	-	-	30	30	60	30	30	-	-	60	60
Alquiler de sleeping 2 días	-	-	-	15	15	30	30	30	30	30	30	30
Alquiler de sleeping 1 semana	-	-	-	15	15	30	15	15	-	-	30	30
TOTAL DE INGRESOS	-	-	-	90	90	180	135	135	90	90	180	180

ANEXO 4

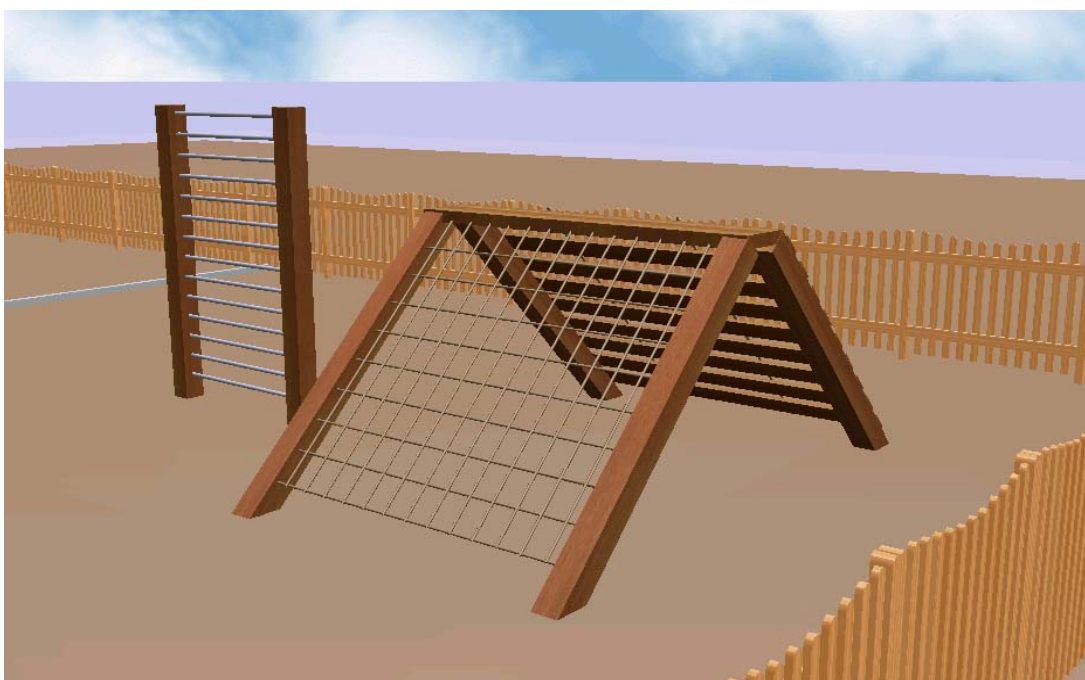
ESTRUCTURA DEL CAMPAMENTO TURÍSTICO ECOLÓGICO

VIDA NUEVA



ANEXO 5

PISTA MILITAR



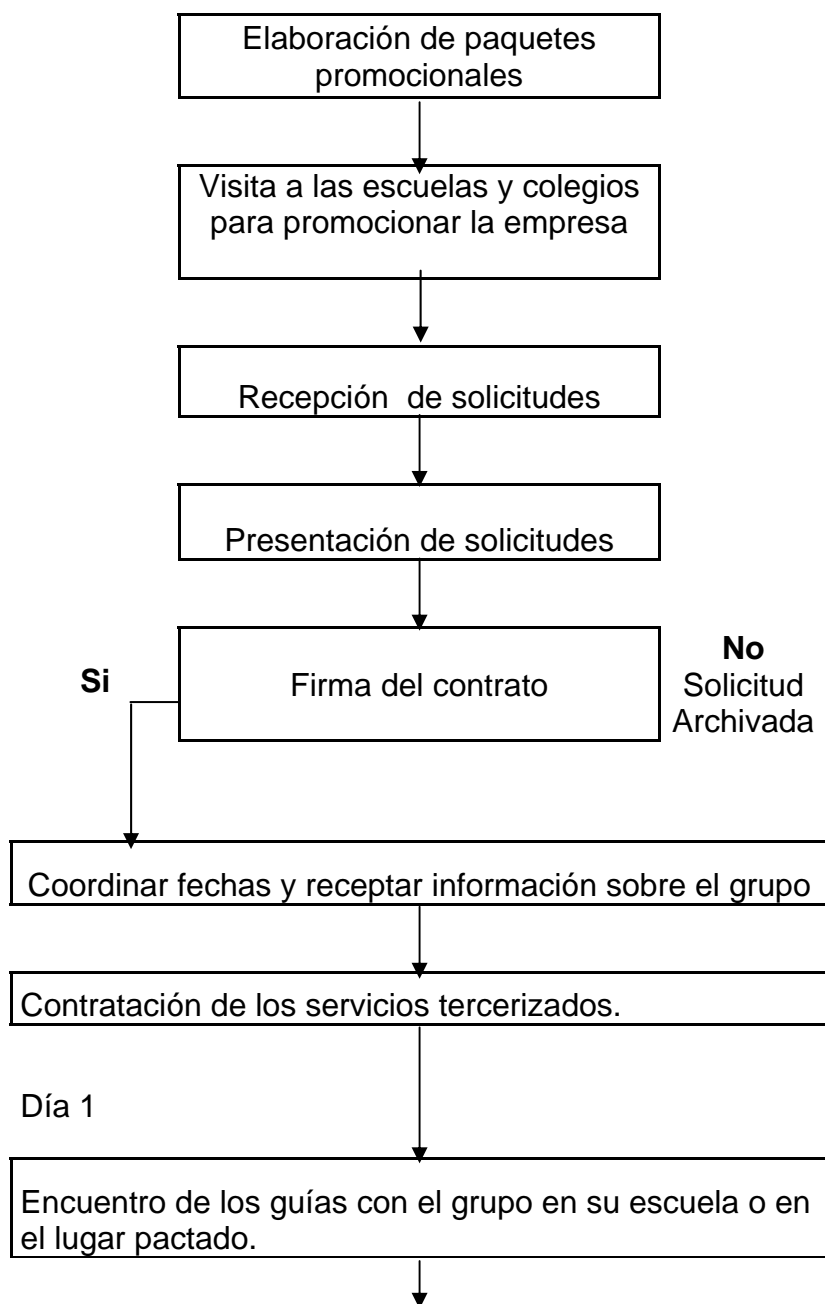
ANEXO 6

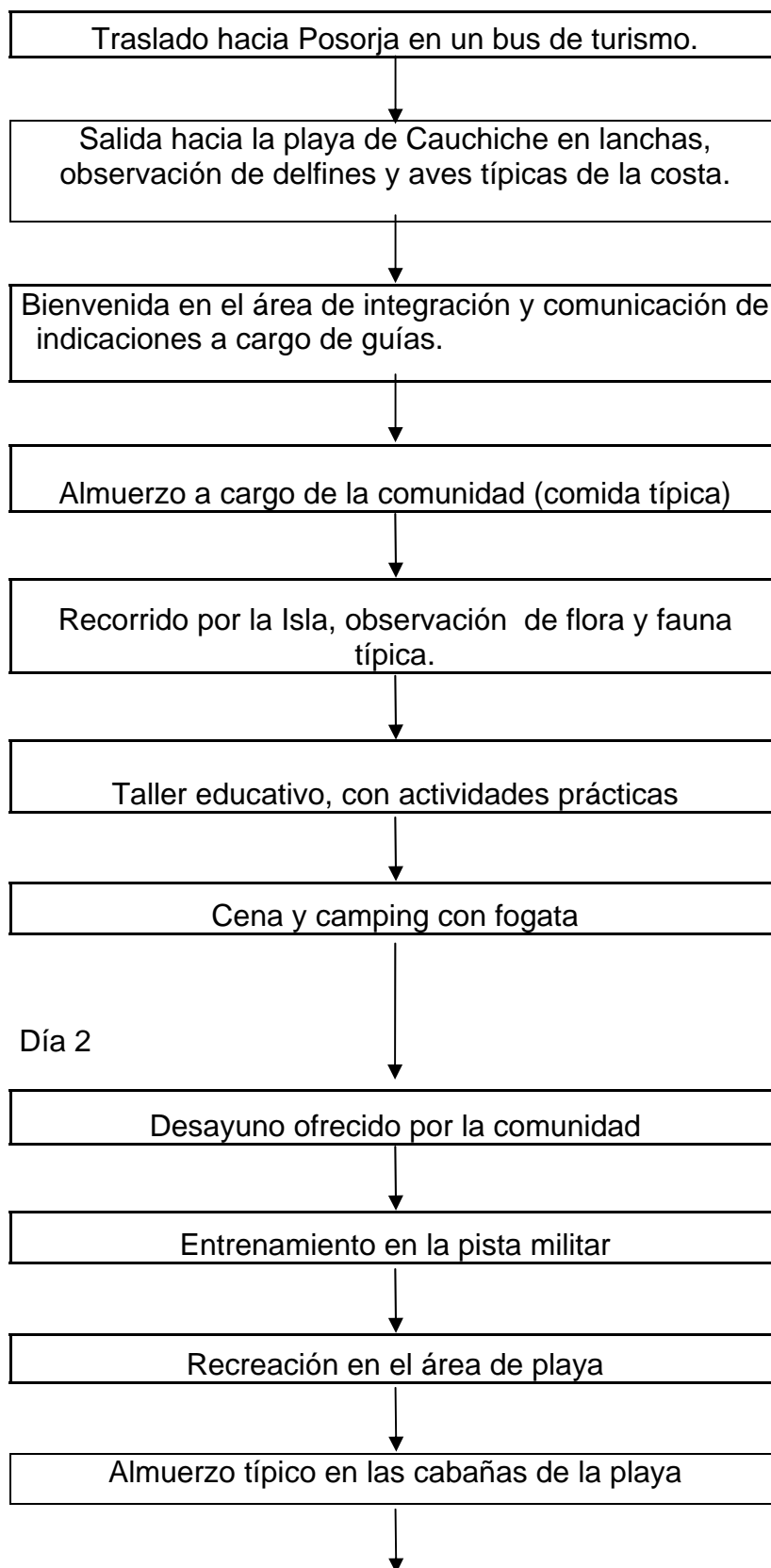
ÁREA DE JUEGOS

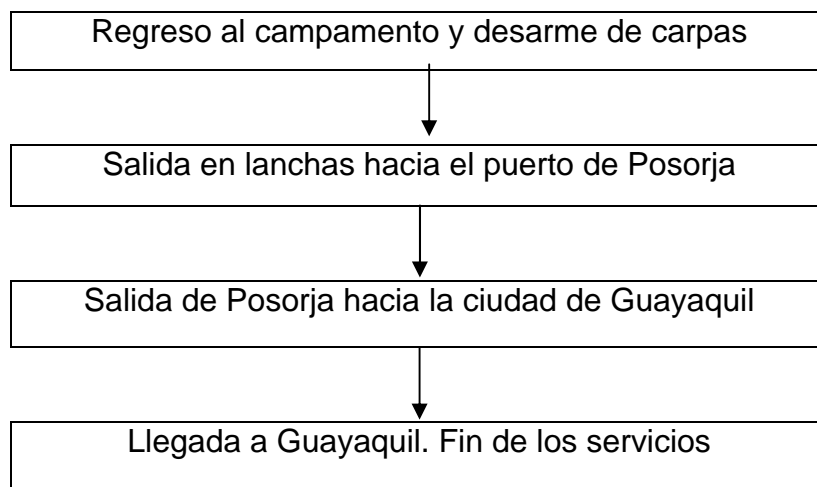


ANEXO 7

FLUJO DE PROCESOS

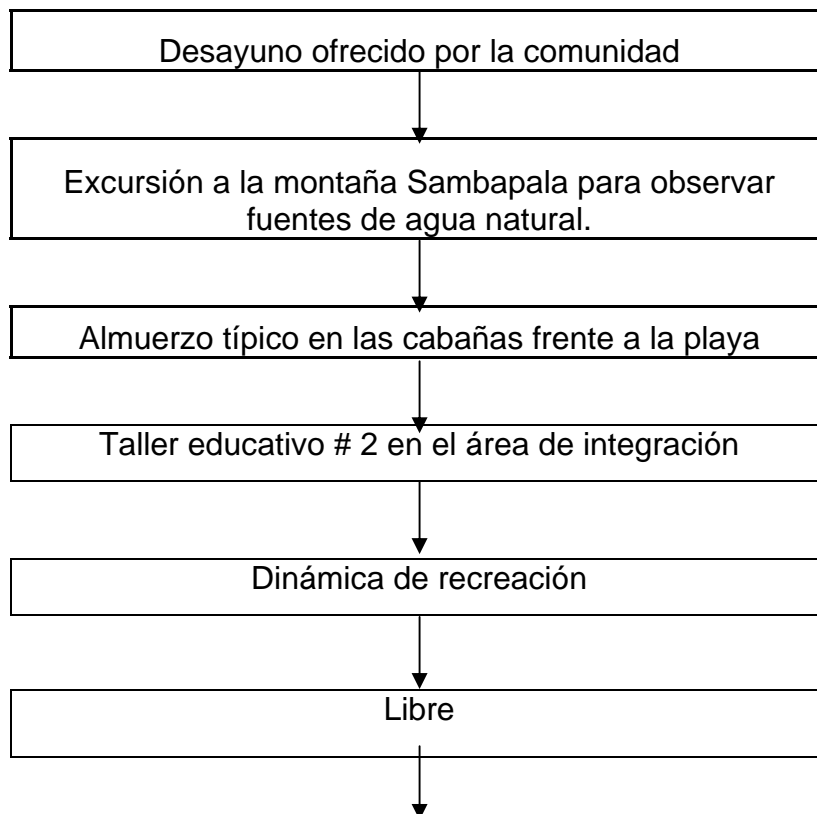


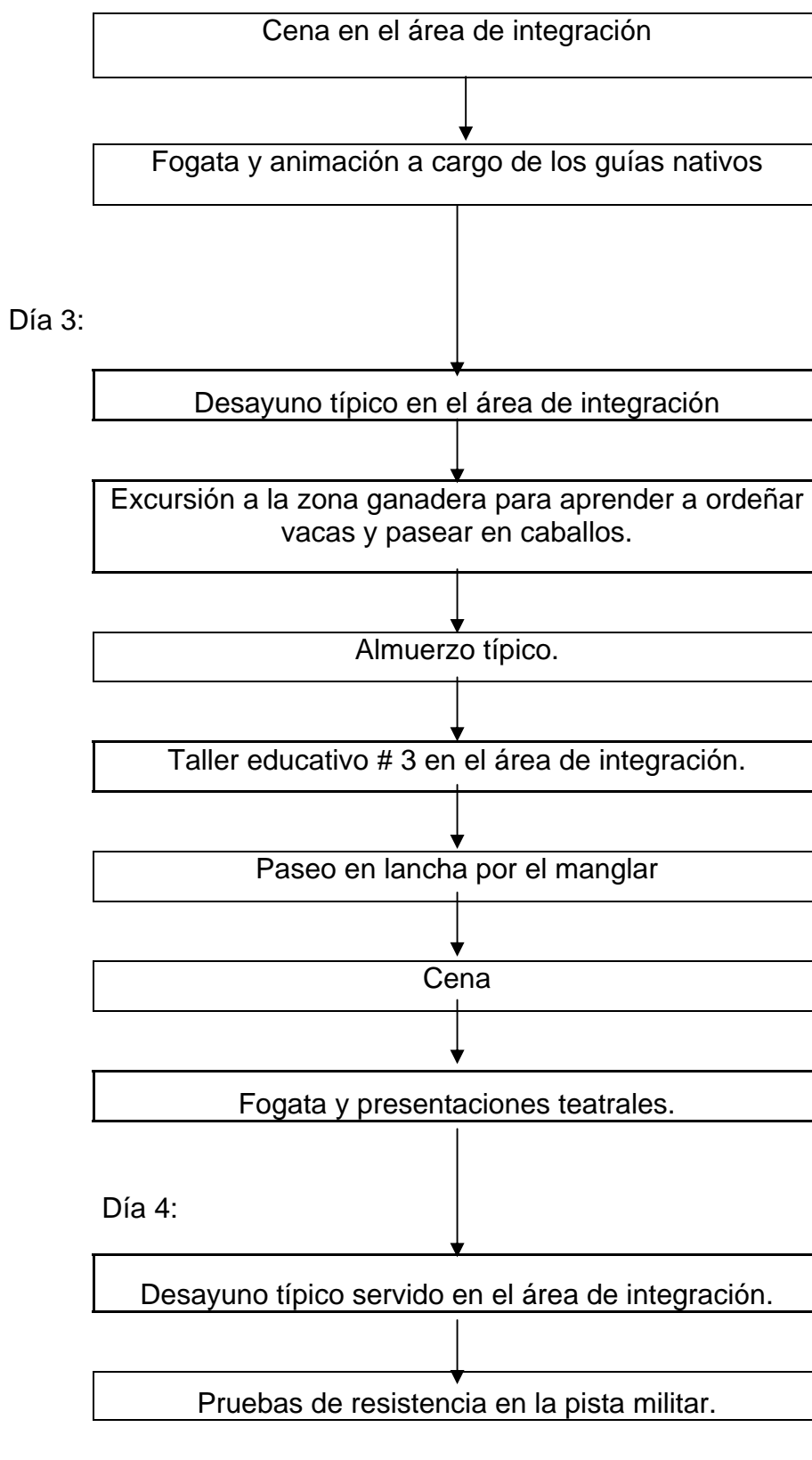


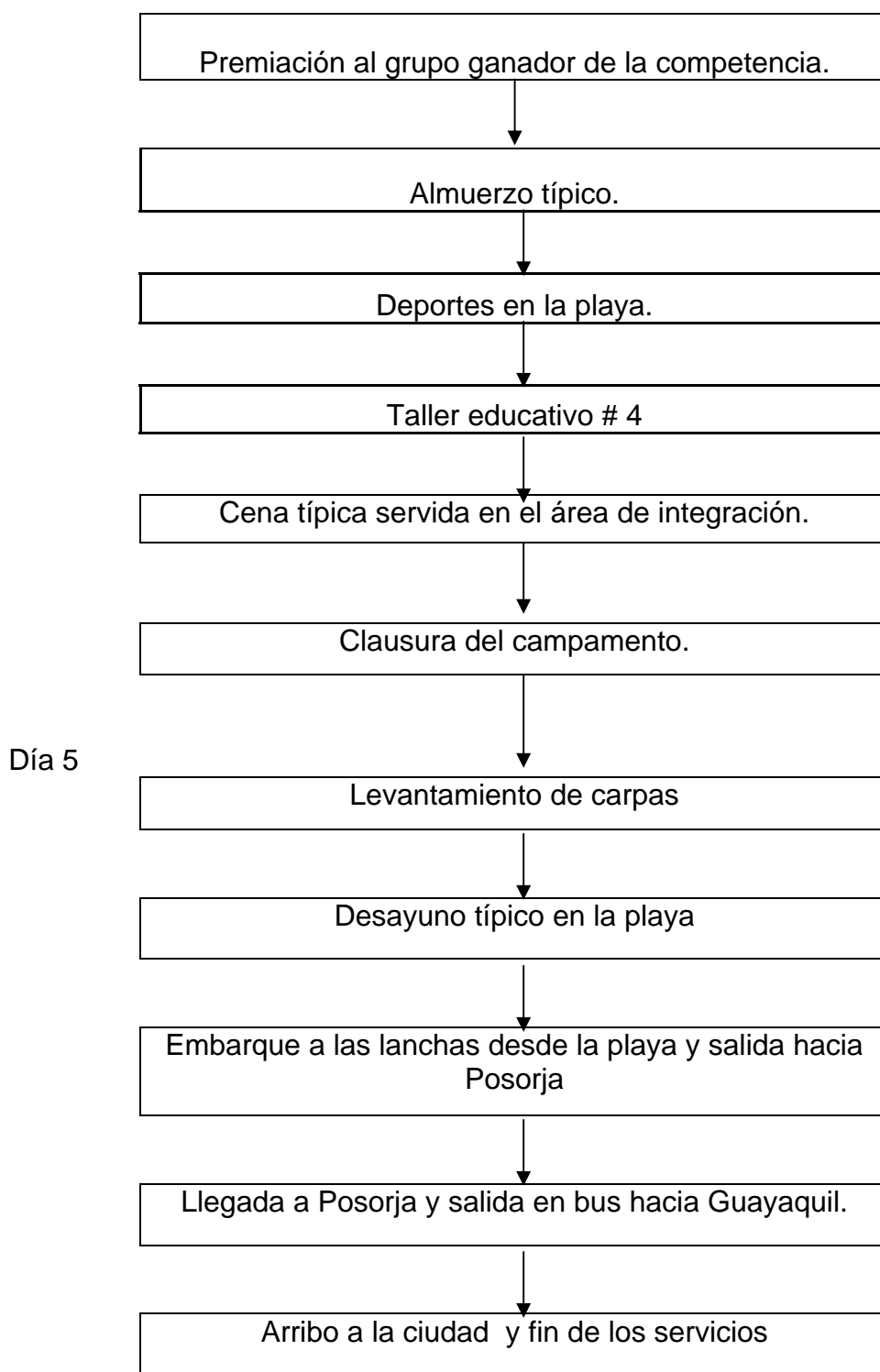


Tour de Una Semana

Día 2:







ANEXO 8

SERVICIOS DE CAMPAMENTOS SEGÚN SU CLASIFICACIÓN

CAMPAMENTOS DE TRES ESTRELLAS:

- a) Servicio de recepción;
- b) Servicio de prestación de asistencia médica. Este servicio, de ser utilizado, será con cargo al cliente, debiendo existir en todo caso la atención permanente de un enfermero titulado y un 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.

Los Campamentos de 3 estrellas deberán disponer de por lo menos 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.

CAMPAMENTOS DE DOS ESTRELLAS:

- 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.

Su nómina estará compuesta por un recepcionista, guardianes en número suficiente para la debida vigilancia del campamento y personal de limpieza y mantenimiento. Todo el personal llevará su correspondiente distintivo.

CAMPAMENTOS DE UNA ESTRELLA:

- 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;
- h) De venta de víveres y artículos de uso frecuente para los campistas.

Su personal estará compuesto de la misma manera que los Campamentos de dos estrellas.

ANEXO 9**INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS**

Inversión en Activos Fijos	VALOR USD	AÑOS	DEPRECIACION ANUAL					Deprec. Acumulad.
			Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Instalaciones								
Construcción en 1750m2	\$8.929,00	15	\$595,27	\$595,27	\$595,27	\$595,27	\$595,27	\$2.976,33
Equipos de computación								
Computador personal tipo laptop	\$ 857,18	3	\$285,73	\$285,73	\$285,73			\$ 857,18
1 Impresora LEXMARK X2350	\$ 142,86	3	\$ 47,62	\$47,62	\$ 47,62			\$ 142,86
Computador personal tipo laptop	\$ 900,00	3				\$300,00	\$300,00	\$ 600,00
1 Impresora LEXMARK X2350	\$ 160,72	3				\$ 53,57	\$ 53,57	\$ 107,15
Equipo de oficina								
1 Telefax	\$ 62,50	10	\$ 6,25	\$ 6,25	\$ 6,25	\$ 6,25	\$ 6,25	\$ 31,25
1 Teléfono	\$ 17,86	10	\$ 1,79	\$ 1,79	\$ 1,79	\$ 1,79	\$ 1,79	\$ 8,93
Línea telefónica 1	\$ 99,00	10	\$ 9,90	\$ 9,90	\$ 9,90	\$ 9,90	\$ 9,90	\$ 49,50
Línea telefónica 2	\$ 120,00	10			\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 36,00
Muebles y Enseres								
2 Escritorios	\$ 300,00	10	\$ 30,00	\$30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 150,00
3 Sillas Ejecutivas	\$ 109,80	10	\$ 10,98	\$10,98	\$ 10,98	\$ 10,98	\$ 10,98	\$ 54,90
2 Archivadores	\$ 174,12	10	\$ 17,41	\$17,41	\$ 17,41	\$ 17,41	\$ 17,41	\$ 87,06
TOTAL EN USD	\$11.873		\$1.004	\$1.004	\$1.016	\$ 1.037	\$ 1.037	\$ 5.101,1

ANEXO 10

PROYECCIÓN DE COSTOS VARIABLES POR TOUR (EN USD)

ÍTEMS	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
	2 días	1 semana	2 días	1 semana	2 días	1 semana	2 días	1 semana	2 días	1 semana
Alimentación	\$ 7,50	\$ 22,50	\$ 7,50	\$ 22,50	\$ 8,30	\$ 24,40	\$ 9,50	\$ 28,00	\$ 10,45	\$ 30,80
Alquiler de bus	\$ 8,35	\$ 8,35	\$ 9,00	\$ 9,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 12,67	\$ 12,67	\$ 13,33	\$ 13,33
Materiales para talleres	\$ 3,00	\$ 8,00	\$ 3,09	\$ 8,23	\$ 3,17	\$ 8,47	\$ 3,27	\$ 8,71	\$ 3,36	\$ 8,96
Guianza	\$ 3,23	\$ 7,52	\$ 4,00	\$ 10,00	\$ 4,50	\$ 11,25	\$ 5,00	\$ 12,50	\$ 5,50	\$ 13,75
Viaje en lancha	\$ 1,33	\$ 1,33	\$ 1,67	\$ 1,67	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,67	\$ 2,67	\$ 3,33	\$ 3,33
Alquiler de carpa	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Alquiler camionetas	\$ -	\$ 1,00	\$ -	\$ 1,30	\$ -	\$ 1,70	\$ -	\$ 2,25	\$ -	\$ 3,00
Sleeping bag	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Comisión por venta	\$ 4,00	\$ 10,40	\$ 4,88	\$ 12,00	\$ 5,12	\$ 12,64	\$ 5,36	\$ 13,28	\$ 5,60	\$ 13,92
Imprevisto 5%	\$ 2,50	\$ 6,50	\$ 3,05	\$ 7,50	\$ 3,20	\$ 7,90	\$ 3,35	\$ 8,30	\$ 3,50	\$ 8,70
TOTAL COSTO VARIABLE	\$ 29,91	\$ 65,60	\$ 33,18	\$ 72,20	\$ 36,29	\$ 78,36	\$ 41,81	\$ 88,37	\$ 45,08	\$ 95,80

ANEXO 11

PROYECCIÓN DE GASTOS DE SERVICIO (EN USD)

GASTOS DE SERVICIO					
UTENSILIOS DE TRABAJO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Extintores	\$ 84,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Sillas	\$ 317,70	\$ 326,82	\$ 336,20	\$ 345,85	\$ 355,77
Mesas	\$ 277,16	\$ 285,11	\$ 293,30	\$ 301,71	\$ 310,37
Parasoles	\$ 174,07	\$ 179,07	\$ 184,20	\$ 189,49	\$ 194,93
Pizarrón Acrílico	\$ 17,86	\$ 18,37	\$ 18,90	\$ 19,44	\$ 20,00
Carpas para 4 pax.	\$ 1.913,76	\$ 1.968,68	\$ 2.025,19	\$ 2.083,31	\$ 2.143,10
Sleeping bags	\$ 1.856,70	\$ 1.909,99	\$ 1.964,80	\$ 2.021,19	\$ 2.079,20
Hamacas	\$ 98,23	\$ 101,05	\$ 103,95	\$ 106,93	\$ 110,00
Red de volleyball	\$ 70,00	\$ 72,01	\$ 74,08	\$ 76,20	\$ 78,39
Balones de fútbol	\$ 133,95	\$ 137,79	\$ 141,75	\$ 145,82	\$ 150,00
TOTAL	\$ 4.943,43	\$ 4.998,90	\$ 5.142,36	\$ 5.289,95	\$ 5.441,77
<i>Iva pagado en comp. Bienes/serv.</i>	\$ 593,21	\$ 599,87	\$ 617,08	\$ 634,79	\$ 653,01
TOTAL GASTOS DE SERVICIO	\$ 5.536,64	\$ 5.598,76	\$ 5.759,45	\$ 5.924,74	\$ 6.094,78

ANEXO 12

DESGLOSE SUMINISTROS DE LIMPIEZA ANUAL

SUMINISTROS DE LIMPIEZA	VALOR EN USD
Jabones	\$ 288,00
Desinfectante	\$ 36,00
Fundas basura	\$ 13,32
Fundas	\$ 4,00
Esponja de baño	\$ 7,20
Cestos	\$ 15,00
Tachos grandes	\$ 14,00
Balde	\$ 3,00
Escoba	\$ 8,12
Recogedor de basura	\$ 3,68
Papel Higiénico	\$ 108,00
Guantes	\$ 20,40
TOTAL	\$ 520,72

Fuente: Hypermarket

ANEXO 13

DESGLOSE DE LOS GASTOS DE PUBLICIDAD ANUAL

DESGLOSE PUBLICIDAD	VALOR EN USD
Trípticos	\$500,00
Volantes	\$200,00
Tarjetas de presentación	\$50,00
Banner	\$110,00
Afiches	\$210,00
Página Web	\$500,00
Video promocional	\$1.500,00
Artículos en periódicos	\$500,00
Fam Trips	\$1.180,00
Participación en ferias	\$900,00
Publicidad en radio	\$350,00
Total Publicidad	\$6.000,00

Fuente: Imprenta Laurita
 Desarrollo y Soluciones (Informática)
 Sygnos (Banner)
 Docucentro (Afiches)
 Diario El Universo

ANEXO 14

DESGLOSE GASTOS DE ÚTILES DE OFICINA ANUAL

ÚTILES DE OFICINA	VALOR EN USD
Perforadoras	\$ 5,00
Grapadoras	\$ 5,60
Porta Cintas	\$ 4,60
Porta Clips	\$ 1,60
Clips	\$ 3,00
Caja de Grapas	\$ 1,50
Caja de Bolígrafos	\$ 5,50
Borradores	\$ 1,00
Papel de Impresora	\$ 84,00
Sacapuntas de Escritorio	\$ 5,00
Cartuchos de Impresora	\$ 112,00
Resaltadores	\$ 3,00
Tijeras	\$ 2,40
Reglas	\$ 0,90
Carpetas y Vinchas	\$ 20,00
Sobre manila	\$ 3,00
Sobre oficio	\$ 6,00
Adhesivos	\$ 1,50
Archivadores	\$ 6,00
Marcadores	\$ 6,60
TOTAL	\$ 278,20

Fuente: Importadora Jaramillo

ANEXO 15**DESGLOSE GASTOS DE IMPUESTOS EN USD**

GASTOS DE IMPUESTOS					
DESGLOSE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1 x 1000 (Activos Fijos) M. Turismo	\$ 10,69	\$ 10,69	\$ 10,81	\$ 11,87	\$ 11,87
Licencia Única Anual de Funcionamiento	\$ 92,00	\$ 94,64	\$ 97,36	\$100,15	\$103,03
Patente Comercial	\$ 10,69	\$ 10,69	\$ 10,81	\$ 11,87	\$ 11,87
Permiso Ministerio de Salud Pública	\$ 70,00	\$ 72,01	\$ 74,08	\$ 76,20	\$ 78,39
<i>Total Gastos de Impuestos</i>	\$183,38	\$188,03	\$193,06	\$200,10	\$205,16

ANEXO 16

INGRESOS DE EFECTIVO ANUAL

AÑO 1			
SERVICIOS	PVP	VTAS	TOTAL EN USD
Tour dos días	\$ 50,00	480	\$ 24.000,00
Tour 1 semana	\$ 130,00	300	\$ 39.000,00
Alquiler de Sleeping 2 días	\$ 3,00	240	\$ 720,00
Alquiler de Sleeping 1 semana	\$ 6,00	150	\$ 900,00
TOTAL	\$		64.620,00

AÑO 2			
SERVICIOS	PVP	VTAS	TOTAL EN USD
Tour dos días	\$ 61,00	810	\$ 49.410,00
Tour 1 semana	\$ 150,00	420	\$ 63.000,00
Alquiler de Sleeping 2 días	\$ 3,50	405	\$ 1.417,50
Alquiler de Sleeping 1 semana	\$ 7,00	210	\$ 1.470,00
TOTAL	\$		115.297,50

AÑO 3			
SERVICIOS	PVP	VTAS	TOTAL EN USD
Tour dos días	\$ 64,00	990	\$ 63.360,00
Tour 1 semana	\$ 158,00	540	\$ 85.320,00
Alquiler de Sleeping 2 días	\$ 4,00	495	\$ 1.980,00
Alquiler de Sleeping 1 semana	\$ 8,00	270	\$ 2.160,00
TOTAL	\$		152.820,00

AÑO 4			
SERVICIOS	PVP	VTAS	TOTAL EN USD
Tour dos días	\$ 67,00	1.230	\$ 82.410,00
Tour 1 semana	\$ 166,00	720	\$ 119.520,00
Alquiler de Sleeping 2 días	\$ 4,50	615	\$ 2.767,50
Alquiler de Sleeping 1 semana	\$ 9,00	360	\$ 3.240,00
TOTAL	\$		207.937,50

AÑO 5			
SERVICIOS	PVP	VTAS	TOTAL EN USD
Tour dos días	\$ 70,00	1.470	\$ 102.900,00
Tour 1 semana	\$ 174,00	960	\$ 167.040,00
Alquiler de Sleeping 2 días	\$ 5,00	735	\$ 3.675,00
Alquiler de Sleeping 1 semana	\$ 10,00	480	\$ 4.800,00
TOTAL	\$		278.415,00

ANEXO 17

FLUJOS DE CAJA ANUALES

FLUJO DE CAJA ANUAL						
INGRESOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INVERSION INICIAL		\$ 27.316,00	\$ 6.045,72	\$ 19.733,16	\$ 43.553,89	\$ 74.042,39
APORTE DE ACCIONISTAS	\$ 31.000,00					
SERVICIOS		TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL
Tour de dos días		\$ 24.000	\$ 49.410,00	\$ 63.360,00	\$ 82.410,00	\$ 102.900,00
Tour 1 semana		\$ 39.000	\$ 63.000,00	\$ 85.320,00	\$ 119.520,00	\$ 167.040,00
Alquiler de Sleeping 2 días		\$ 720	\$ 1.417,50	\$ 1.980,00	\$ 2.767,50	\$ 3.675,00
Alquiler de Sleeping 1 semana		\$ 900	\$ 1.470,00	\$ 2.160,00	\$ 3.240,00	\$ 4.800,00
TOTALES		\$ 64.620,00	\$ 115.297,50	\$ 152.820,00	\$ 207.937,50	\$ 278.415,00
<i>Iva por Ventas</i>		\$ 7.754,40	\$ 13.835,70	\$ 18.338,40	\$ 24.952,50	\$ 33.409,80
TOTAL INGRESO DE EFECTIVO	\$ 31.000,00	\$ 99.690,40	\$ 135.178,92	\$ 190.891,56	\$ 276.443,89	\$ 385.867,19
EGRESOS						
COSTOS VARIABLES						
Tour de dos días		\$ 14.358,40	\$ 26.878,04	\$ 35.931,72	\$ 51.425,21	\$ 66.261,98
Tour 1 semana		\$ 19.681,00	\$ 30.322,43	\$ 42.312,13	\$ 63.627,91	\$ 91.963,55
Alquiler de Sleeping 2 días		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Alquiler de Sleeping 1 semana		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTALES		\$ 34.039,40	\$ 57.200,47	\$ 78.243,85	\$ 115.053,12	\$ 158.225,53
<i>Iva pagado en compra de servicios</i>		\$ 4.084,73	\$ 6.864,06	\$ 9.389,26	\$ 13.806,37	\$ 18.987,06
TOTAL COSTOS VARIABLES		\$ 38.124,13	\$ 64.064,53	\$ 87.633,11	\$ 128.859,49	\$ 177.212,60
GASTOS DE SERVICIO						
UTENSILIOS DE TRABAJO						
2 Extintores		\$ 84,00				
50 Sillas		\$ 317,70	\$ 326,82	\$ 336,20	\$ 345,85	\$ 355,77
7 Mesas		\$ 277,16	\$ 285,11	\$ 293,30	\$ 301,71	\$ 310,37
7 Parasoles		\$ 174,07	\$ 179,07	\$ 184,20	\$ 189,49	\$ 194,93
1 Pizarrón Acrílico		\$ 17,86	\$ 18,37	\$ 18,90	\$ 19,44	\$ 20,00
20 Carpas para 4 pax.		\$ 1.913,76	\$ 1.968,68	\$ 2.025,19	\$ 2.083,31	\$ 2.143,10
50 Sleeping bags		\$ 1.856,70	\$ 1.909,99	\$ 1.964,80	\$ 2.021,19	\$ 2.079,20
6 Hamacas		\$ 98,23	\$ 101,05	\$ 103,95	\$ 106,93	\$ 110,00
1 Red de volleyball		\$ 70,00	\$ 72,01	\$ 74,08	\$ 76,20	\$ 78,39
3 Balones de fútbol		\$ 133,95	\$ 137,79	\$ 141,75	\$ 145,82	\$ 150,00
TOTAL		\$ 4.943,43	\$ 4.998,90	\$ 5.142,36	\$ 5.289,95	\$ 5.441,77
<i>Iva pagado en comp. Bienes/serv.</i>		\$ 593,21	\$ 599,87	\$ 617,08	\$ 634,79	\$ 653,01
TOTAL GASTOS DE SERVICIO		\$ 5.536,64	\$ 5.598,76	\$ 5.759,45	\$ 5.924,74	\$ 6.094,78
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN						
PERSONAL						
Sueldos		\$ 10.740,00	\$ 11.384,40	\$ 12.067,46	\$ 12.791,51	\$ 13.634,76
Décimo Tercer Sueldo		\$ 223,75	\$ 908,43	\$ 962,93	\$ 1.020,71	\$ 1.083,53
Décimo Cuarto Sueldo		\$ 466,67	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00
Vacaciones		\$ 447,50	\$ 474,35	\$ 502,81	\$ 532,98	\$ 568,12
Fondo de Reserva		\$ -	\$ -	\$ 790,58	\$ 996,14	\$ 1.055,90
Aporte Patronal		\$ 1.304,91	\$ 1.383,20	\$ 1.466,20	\$ 1.554,17	\$ 1.656,62
Capacitación a Empleados		\$ 500,00			\$ 75,00	
Logística de control de Vendedores		\$ 840,00	\$ 1.080,00	\$ 1.320,00	\$ 1.560,00	\$ 1.800,00
TOTAL PERSONAL		\$ 14.522,83	\$ 16.030,38	\$ 17.909,99	\$ 19.330,50	\$ 20.598,93
SERVICIOS PRESTADOS						
Servicio de Limpieza		\$ 1.500,00	\$ 1.890,00	\$ 2.003,40	\$ 2.123,60	\$ 2.251,02
Salvavidas		\$ 1.500,00	\$ 1.890,00	\$ 2.003,40	\$ 2.123,60	\$ 2.251,02
Socorrista		\$ 1.800,00	\$ 2.268,00	\$ 2.404,08	\$ 4.449,46	\$ 5.096,65
Movilización de vendedores		\$ 4.320,00	\$ 4.579,20	\$ 4.853,95	\$ 5.145,19	\$ 5.453,90
Asesoría Legal		\$ 1.000,00	\$ 1.100,00	\$ 1.200,00	\$ 1.300,00	\$ 1.400,00
TOTAL SERVICIOS PRESTADOS		\$ 10.120,00	\$ 11.727,20	\$ 12.464,83	\$ 15.141,85	\$ 16.452,59
<i>Iva por compra de servicios</i>		\$ 1.214,40	\$ 1.407,26	\$ 1.495,78	\$ 1.817,02	\$ 1.974,31

OTROS GASTOS ADMINISTRATIVOS						
Publicidad		\$ 6.000,00	\$ 5.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00
Útiles de oficina		\$ 278,20	\$ 286,18	\$ 319,10	\$ 420,00	\$ 480,00
Suministro de limpieza		\$ 520,72	\$ 696,00	\$ 780,00	\$ 1.080,00	\$ 1.320,00
Recarga de Extintores			\$ 30,00	\$ 36,00	\$ 40,00	\$ 45,00
TOTAL OTROS GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$ 6.798,92	\$ 6.012,18	\$ 5.135,10	\$ 5.540,00	\$ 5.845,00
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÓN		\$ 32.656,15	\$ 35.177,03	\$ 37.005,70	\$ 41.829,38	\$ 44.870,83
GASTOS GENERALES						
Alquiler Terreno en la isla		\$ 2.640,00	\$ 2.880,00	\$ 3.120,00	\$ 3.360,00	\$ 3.600,00
Contribución Comuna Cauchiche		\$ 360,00	\$ 480,00	\$ 600,00	\$ 720,00	\$ 840,00
Mantenimiento de Instalaciones		\$ 200,00	\$ 400,00	\$ 500,00	\$ 600,00	\$ 950,00
Agua		\$ 450,00	\$ 636,00	\$ 960,00	\$ 1.200,00	\$ 1.440,00
Teléfono (1 línea)		\$ 480,00	\$ 600,00	\$ 1.080,00	\$ 1.320,00	\$ 1.560,00
Membresía al Internet		\$ 240,00	\$ 246,89	\$ 253,97	\$ 261,26	\$ 268,76
Depósito de Arriendo		\$ 220,00				
Afiliación a la Cámara			\$ 210,00	\$ 220,00	\$ 230,00	\$ 240,00
Impuestos y Contribuciones		\$ 183,38	\$ 188,03	\$ 193,06	\$ 200,10	\$ 205,16
TOTAL GASTOS GENERALES		\$ 4.773,38	\$ 5.640,92	\$ 6.927,03	\$ 7.891,36	\$ 9.103,92
ACTIVOS FIJOS						
Construcción en 1750m2		\$ 8.929,00				
Computador personal tipo laptop		\$ 857,18			\$ 900,00	
Impresora Lexmark Z600		\$ 142,86			\$ 160,72	
Telefax		\$ 62,50				
Teléfono		\$ 17,86				
Escritorios		\$ 300,00				
Sillas		\$ 109,80				
Archivadores		\$ 174,12				
Línea Telefónica		\$ 99,00		\$ 120,00		
TOTAL		\$ 10.692,32		\$ 120,00	\$ 1.060,72	
<i>Iva por compra de Activos</i>		\$ 1.283,08		\$ 14,40	\$ 127,29	
TOTAL ACTIVOS FIJOS		\$ 11.975,40		\$ 134,40	\$ 1.188,01	
GASTOS PREOPERATIVOS						
Plan de Negocios	\$ 3.000,00					
Constitución de compañía	\$ 300,00					
Registro en el M. de Turismo	\$ 184,00					
Afiliación a la Cámara	\$ 200,00					
TOTAL GASTOS PREOPERATIVOS	\$ 3.684,00					
PAGOS Y DESEMBOLSOS						
15% Utilidad Trabajadores año anterior				\$ 1.264,60	\$ 3.368,89	\$ 5.291,34
25% Impuesto a la Renta				\$ 1.791,51	\$ 4.772,60	\$ 7.496,06
Utilidad de Accionistas año anterior				\$ -	\$ -	\$ -
Credito Tributario mes anterior (SRI)						
Pago del IVA al SRI		\$ 578,98	\$ 4.964,51	\$ 6.821,87	\$ 8.567,02	\$ 11.795,41
PAGOS Y DESEMBOLSOS		\$ 578,98	\$ 4.964,51	\$ 9.877,99	\$ 16.708,52	\$ 24.582,82
TOTAL EGRESOS	\$ 3.684,00	\$ 93.644,68	\$ 115.445,75	\$ 147.337,68	\$ 202.401,50	\$ 261.864,95
SALDO DE EFECTIVO	\$ 27.316,00	\$ 6.045,72	\$ 19.733,16	\$ 43.553,89	\$ 74.042,39	\$ 124.002,24

1er año 2do año 3er año 4to año 5to año

FLUJO GENERADO NETO		\$ -21.270,28	\$ 13.687,45	\$ 23.820,72	\$ 30.488,50	\$ 49.959,85
FLUJO NETO ACUMULADO		\$ -21.270,28	- 7.582,84	16.237,89	46.726,39	96.686,24
VAN	5,2%	\$ 2.470,00				
TIR					\$ 4.163,32	

PERIODO DERECUPERACION DE CAPITAL : EL VALOR INVERTIDO - LOS FLUJOS DE EFECTO QUE PROVIENEN DE LAS OPERACIONES

FLUJO AÑO 0	\$ -31.000
FLUJO AÑO 1	\$ 6.045,72
FLUJO AÑO 2	\$ 19.733,16
FLUJO AÑO 3	\$ 43.553,89
FLUJO AÑO 4	\$ 74.042,39
FLUJO AÑO 5	\$ 124.002,24

PRC

2,12
2 AÑOS Y 2 MESES

ANEXO 18

ESTADO DE PÉRDIDA Y GANANCIAS (EN USD)

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO					
INGRESOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SERVICIOS	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL
Tour de dos días	\$ 24.000,00	\$ 49.410,00	\$ 63.360,00	\$ 82.410,00	\$ 102.900,00
Tour 1 semana	\$ 39.000,00	\$ 63.000,00	\$ 85.320,00	\$ 119.520,00	\$ 167.040,00
Alquiler de Sleeping 2 días	\$ 720,00	\$ 1.417,50	\$ 1.980,00	\$ 2.767,50	\$ 3.675,00
Alquiler de Sleeping 1 semana	\$ 900,00	\$ 1.470,00	\$ 2.160,00	\$ 3.240,00	\$ 4.800,00
TOTAL INGRESOS	\$ 64.620,00	\$ 115.297,50	\$ 152.820,00	\$ 207.937,50	\$ 278.415,00
COSTOS VARIABLES					
COSTO DE SERVICIOS					
Tour de dos días	\$ 14.358,40	\$ 26.878,04	\$ 35.931,72	\$ 51.425,21	\$ 66.261,98
Tour 1 semana	\$ 19.681,00	\$ 30.322,43	\$ 42.312,13	\$ 63.627,91	\$ 91.963,55
Alquiler de Sleeping dos días	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Alquiler de Sleeping 1 semana	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL COSTOS VARIABLES	\$ 34.039,40	\$ 57.200,47	\$ 78.243,85	\$ 115.053,12	\$ 158.225,53
TOTAL DE INGRESOS	\$ 30.580,60	\$ 58.097,03	\$ 74.576,15	\$ 92.884,38	\$ 120.189,47
EGRESOS					
UTENSILIOS DE TRABAJO					
2 Extintores	\$ 84,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
50 Sillas	\$ 317,70	\$ 326,82	\$ 336,20	\$ 345,85	\$ 355,77
7 Mesas	\$ 277,16	\$ 285,11	\$ 293,30	\$ 301,71	\$ 310,37
7 Parasoles	\$ 174,07	\$ 179,07	\$ 184,20	\$ 189,49	\$ 194,93
1 Pizarrón Acrílico	\$ 17,86	\$ 18,37	\$ 18,90	\$ 19,44	\$ 20,00
20 Carpas para 4 pax.	\$ 1.913,76	\$ 1.968,68	\$ 2.025,19	\$ 2.083,31	\$ 2.143,10
50 Sleeping bags	\$ 1.856,70	\$ 1.909,99	\$ 1.964,80	\$ 2.021,19	\$ 2.079,20
6 Hamacas	\$ 98,23	\$ 101,05	\$ 103,95	\$ 106,93	\$ 110,00
1 Red de volleyball	\$ 70,00	\$ 72,01	\$ 74,08	\$ 76,20	\$ 78,39
3 Balones de fútbol	\$ 133,95	\$ 137,79	\$ 141,75	\$ 145,82	\$ 150,00
TOTAL GASTOS DE SERVICIO	\$ 4.943,43	\$ 4.998,90	\$ 5.142,36	\$ 5.289,95	\$ 5.441,77
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN					
PERSONAL					
Sueldos	\$ 10.740,00	\$ 11.384,40	\$ 12.067,46	\$ 12.791,51	\$ 13.634,76
Décimo Tercer Sueldo	\$ 895,00	\$ 948,70	\$ 1.005,62	\$ 1.065,96	\$ 1.136,23
Décimo Cuarto Sueldo	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00
Vacaciones	\$ 447,50	\$ 474,35	\$ 502,81	\$ 532,98	\$ 568,12
Fondo de Reserva	\$ -	\$ 948,70	\$ 1.005,62	\$ 1.065,96	\$ 1.136,23
Aporte Patronal	\$ 1.304,91	\$ 1.383,20	\$ 1.466,20	\$ 1.554,17	\$ 1.656,62
Capacitación	\$ 500,00		\$ -	\$ 75,00	\$ -
Logística de control de Vendedores	\$ 840,00	\$ 1.080,00	\$ 1.320,00	\$ 1.560,00	\$ 1.800,00
Servicios Prestados	\$ 10.120,00	\$ 11.727,20	\$ 12.464,83	\$ 15.141,85	\$ 16.452,59
TOTAL GASTOS DE PERSONAL	\$ 25.647,41	\$ 28.746,55	\$ 30.632,55	\$ 34.587,43	\$ 37.184,55
OTROS GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Publicidad y Propaganda	\$ 6.000,00	\$ 5.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00
Útiles de Oficina	\$ 278,20	\$ 286,18	\$ 319,10	\$ 420,00	\$ 480,00
Suministros de Limpieza	\$ 520,72	\$ 696,00	\$ 780,00	\$ 1.080,00	\$ 1.320,00
Recarga de Extintores	\$ -	\$ 30,00	\$ 36,00	\$ 40,00	\$ 45,00
TOTAL OTROS GASTOS ADM.	\$ 6.798,92	\$ 6.012,18	\$ 5.135,10	\$ 5.540,00	\$ 5.845,00
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 32.446,33	\$ 34.758,74	\$ 35.767,65	\$ 40.127,43	\$ 43.029,55

GASTOS GENERALES

GASTOS VARIOS					
Alquiler Terreno en la isla	\$ 2.640,00	\$ 2.880,00	\$ 3.120,00	\$ 3.360,00	\$ 3.600,00
Contribución Comuna Cauchiche	\$ 360,00	\$ 480,00	\$ 600,00	\$ 720,00	\$ 840,00
Mantenimiento de instalaciones	\$ 200,00	\$ 400,00	\$ 500,00	\$ 600,00	\$ 950,00
Agua	\$ 450,00	\$ 636,00	\$ 960,00	\$ 1.200,00	\$ 1.440,00
Teléfono	\$ 480,00	\$ 600,00	\$ 1.080,00	\$ 1.320,00	\$ 1.560,00
Membresia al Internet	\$ 240,00	\$ 246,89	\$ 253,97	\$ 261,26	\$ 268,76
Registro en el Ministerio de Turismo	\$ 184,00				
Afiliación a la Cámara	\$ 200,00	\$ 210,00	\$ 220,00	\$ 230,00	\$ 240,00
Impuestos y Contribuciones	\$ 183,38	\$ 188,03	\$ 193,06	\$ 200,10	\$ 205,16
TOTAL GASTOS VARIOS	\$ 4.937,38	\$ 5.640,92	\$ 6.927,03	\$ 7.891,36	\$ 9.103,92
GASTOS FIJOS AMORTIZABLES					
Depreciación Instalaciones	\$ 595,27	\$ 595,27	\$ 595,27	\$ 595,27	\$ 595,27
Depreciación Eq.Computación	\$ 333,35	\$ 333,35	\$ 333,35	\$ 353,57	\$ 353,57
Depreciación Eq. De Oficina	\$ 17,94	\$ 17,94	\$ 29,94	\$ 29,94	\$ 29,94
Depreciación Muebles y enseres	\$ 58,39	\$ 58,39	\$ 58,39	\$ 58,39	\$ 58,39
Amortización pérdida		\$ 3.262,87	\$ 3.262,87	\$ 3.262,87	\$ 3.262,87
Amortización Gastos de Constitución	\$ 300,00				
TOTAL GASTOS FIJOS AMORTIZABLES	\$ 1.304,94	\$ 4.267,81	\$ 4.279,81	\$ 4.300,04	\$ 4.300,04
TOTAL GASTOS GENERALES	\$ 6.242,33	\$ 9.908,73	\$ 11.206,84	\$ 12.191,40	\$ 13.403,96
TOTAL DE EGRESOS	\$ 43.632,09	\$ 49.666,37	\$ 52.116,86	\$ 57.608,78	\$ 61.875,28
UTILIDAD BRUTA DEL EJERCICIO	\$ -13.051,49	\$ 8.430,66	\$ 22.459,29	\$ 35.275,60	\$ 58.314,19
15% utilid.trabajadores		\$ 1.264,60	\$ 3.368,89	\$ 5.291,34	\$ 8.747,13
TOTAL UT. BRUTA		\$ 7.166,06	\$ 19.090,40	\$ 29.984,26	\$ 49.567,06
10% Reserva Legal		\$ 716,61	\$ 1.909,04	\$ 2.998,43	\$ 4.956,71
25% Impuesto a la Renta		\$ 1.791,51	\$ 4.772,60	\$ 7.496,06	\$ 12.391,76
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO		\$ 4.657,94	\$ 12.408,76	\$ 19.489,77	\$ 32.218,59

	-	1.164,48	3.102,19	4.872,44	8.054,65
TIR	(13.051,49)	(8.393,55)	4.015,21	23.504,98	55.723,57
	30,11%				
	12,04%				
	(13.051,49)	7.920,81	15.671,63	22.752,64	35.481,46
TIR	(13.051,49)	-5.130,68	10.540,96	33.293,59	68.775,05
TIR					

ANEXO 19

BALANCE GENERAL DE VIDA NUEVA

BALANCE GENERAL (EN USD)	
AL FINAL DEL 5TO AÑO DE OPERACIONES	
ACTIVO	
<u>ACTIVO CIRCULANTE</u>	
Caja	\$ 124.002,24
Bancos	
Plan de Negocios	\$ 3.000,00
TOTAL ACTIVO CIRCULANTE	\$ 127.002,24
<u>ACTIVO FIJO</u>	
Construcción en 1750m2	\$ 8.929,00
Depreciación Instalaciones	\$ -2.976,33
Equipo de Computación	\$ 2.060,76
Depreciación Eq. Computación	\$ -1.707,19
Muebles y Enseres	\$ 583,92
Depreciación Muebles y enseres	\$ -291,96
Equipos de Comunicación	\$ 299,36
Depreciación Equip. Comunicación	\$ -125,68
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 6.771,88
<u>ACTIVO DIFERIDO</u>	
Depósito en garantía por alquiler de terreno	\$ 220,00
Gastos de Constitución	\$ 300,00
Amortiz. Gastos de Constituc.	\$ -300,00
TOTAL ACTIVO DIFERIDO	\$ 220,00
TOTAL DEL ACTIVO	\$ 133.994,12
PASIVO	
<u>PASIVO CIRCULANTE</u>	
Décimo Tercer Sueldo	\$ 852,17
Décimo Cuarto Sueldo	\$ 333,33
Fondo de Reserva	\$ 1.313,89
15% Part. de Trabajadores	\$ 8.747,13
25% Impuesto a la Renta	\$ 12.391,76
TOTAL PASIVO	\$ 23.638,29
<u>PATRIMONIO</u>	
Capital Social	\$ 31.000,00
10% Reserva Legal	\$ 10.580,78
Dividendo de Accionistas	\$ 68.775,05
TOTAL PATRIMONIO	\$ 110.355,83
TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO	\$ 133.994,12

A= P+P

VERDADERO

diferencia

LIQUIDEZ

103.363,95

BIBLIOGRAFÍA

1. Enciclopedia Microsoft Encarta 2002. Disponible en <http://www.encarta.com>.
2. Gran Enciclopedia Larousse, Editorial Planeta- Tomo 4, Impreso en España 1998.
3. Enciclopedia Salvat para todos, publicada por Salvat S.A. de Ediciones Pamplona, Impreso en España: Talleres Offset Nerecán 1696.
4. "*Biografía de Lord Robert_Baden-Powell*". Disponible en: <http://es.wikipedia.org>, 2006.
5. Historia del Camping. Disponible en: <http://www.britannica.com/eb/article-9019879/camping>, 2006.
6. Curbelo, Eduardo, 2000, "*Campamento, Un Poco de Historia*", Uruguay. Disponible en: <http://www.redcreacion.org>
7. "*Manual práctico de Campamento*". Disponible en: <http://www.chilecamping.com/>, 2007.
8. "*Vida en el Campamento*". 2006. Disponible en <http://www.mailxmail.com>.
9. Piaget, Jean, 1964, *Seis estudios del desarrollo evolutivo*, Ginebra.
10. Ley de Turismo del Ecuador, Ley N° 2002-97, Suplemento del Registro Oficial 773, 2002.

11. Reglamento General de Actividades Turísticas del Ecuador, Noviembre del 2002. Gobierno Constitucional del Dr. Gustavo Noboa Bejarano.
12. Reglamento sobre Ecoturismo y Sostenibilidad, Junio del 2002. Gobierno Constitucional del Dr. Gustavo Noboa Bejarano.
13. Corporación de Estudios y Publicaciones, *Ley de Compañías, Legislación conexas*. Actualizada en agosto de 2003, Quito, págs:1-75
14. “Qué es la Cultura Organizacional”. Disponible en: <http://www.gestiopolis.com>, 2007.
15. Guajardo, Gerardo, *Contabilidad Financiera*, impreso en México, Mc. Graw Hill, 2004.