



**Facultad de  
Ciencias Sociales y Humanísticas**

**PROYECTO DE TITULACIÓN**

**“ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD DE UN CAMPAMENTO  
TURÍSTICO UBICADO EN COMUNA BAJADA DE CHANDUY,  
SANTA ELENA”**

**Previa la obtención del Título de:**

**MAGÍSTER EN ECONOMÍA Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS**

**Presentado por:**

**RAFAEL RICARDO QUINTANA VERA**

**KARINA ESTHER SÁNCHEZ SUÁREZ**

**Guayaquil – Ecuador**

**2023**

## **AGRADECIMIENTO**

A mi esposa por su soporte, a mis hijos. A mis padres por siempre apoyarme. A Cinthy por sus sabios consejos y asesoría para el desarrollo de este proyecto. A la familia Silva Valencia por su confianza

*Rafael*

A mi hija por su paciencia y comprensión mientras fortalezco mi perfil profesional. A mi esposo por su apoyo en el desarrollo de este proyecto. A mi mamá que siempre se viste de orgullo en cada paso que doy. A Cinthy, gracias por tu guía en la elaboración de este proyecto. A la familia Silva Valencia, por confiar en nuestras manos la preparación de este proyecto para su emprendimiento.

*Karina*

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo de investigación a mi familia entera.

*Rafael*

A mi hija Luciana, te amo.

*Karina*

## **COMITÉ DE EVALUACIÓN**

---

**Cinthy Veintimilla Mariño, MSc.**

**Tutor del Proyecto**

---

**Mariela Pérez Moncayo, M.Sc.**

**Evaluador 1**

---

**Jovanna Rivadeneira Morales, M.Sc.**

**Evaluador 2**

## **DECLARACIÓN EXPRESA**

“La responsabilidad del contenido de este Trabajo de Titulación, corresponde exclusivamente al autor, y al patrimonio intelectual de la misma a la **ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL**”

---

Rafael Ricardo Quintana Vera

---

Karina Esther Sánchez Suárez

# **Estudio de Pre-factibilidad de un Campamento Turístico ubicado en comuna Bajada de Chanduy, Santa Elena”**

Sánchez Suárez Karina Esther, Quintana Vera Rafael Ricardo

Resumen: El turismo rural en tiempos actuales se presenta en auge y con un fuerte potencial de crecimiento luego de la pandemia de COVID-19; considerándose el campamento turístico como una de las opciones de negocio de este tipo, incentivando las actividades al aire libre y la recreación en espacios naturales. A través de un estudio de mercado, técnico y financiero se determinó que implementar un Campamento de Turismo en la comuna Bajada de Chanduy es prefactible como oferta de alojamiento y recreación para residentes de la provincia del Guayas, especialmente de la ciudad de Guayaquil con edad entre 35 y 42 años. El diseño del producto se ha realizado tomando en consideración las expectativas de la demanda potencial, usando como herramientas de recolección de datos la encuesta y un grupo focal.

Palabras clave: prefactibilidad, campamento, turismo, turismo rural.

Clasificación JEL: M10, M13, M19

Abstract: Rural tourism in current times is booming and has strong growth potential after the COVID-19 pandemic. This study considers a tourist camp as a rural tourism-based business option, focused on encouraging outdoor activities and recreation in natural spaces. Through a market, technical and financial study, it has been determined that implementing a Tourism Camp in the Bajada de Chanduy commune is prefeasible as an accommodation and recreation offer for residents of the Guayas province, especially from the city of Guayaquil aged between 35 and 42 years old.

The product has been designed by taking into account the expectations of potential demand, using the survey and a focus group as data collection tools.

Keywords: prefeasibility, camp, tourism, rural tourism

JEL Classification: M10, M13, M19

# CAPÍTULO I

## 1. INTRODUCCIÓN

### 1.1. Antecedentes

El turismo es uno de los sectores socioeconómicos con mayor crecimiento y resiliencia de nuestra época, representa el 7% del comercio mundial y, durante el último decenio, ha adelantado al crecimiento económico global. Es además un gran empleador, que genera millones de puestos de trabajo directa e indirectamente (Organización Mundial del Turismo OMT, 2020). Sin embargo, en numerosos lugares, los beneficios del turismo, entre los que se cuentan la creación de nuevas oportunidades para el empleo y la igualdad entre hombres y mujeres, se han concentrado en las zonas urbanas y costeras, lo que ha contribuido a una distribución territorial desigual de la riqueza y de las oportunidades económicas. Además, según indica la OMT, la presión en los lugares más visitados va aparejada a riesgos tales como la masificación, la demanda insostenible de recursos naturales y culturales, y posibles interrupciones en el tejido social y la vida en común. Promover el turismo en las zonas rurales distribuye los beneficios del sector de manera más amplia entre las regiones y su población, mitigando al mismo tiempo los riesgos asociados a la concentración del turismo en lugares específicos (Organización Mundial del Turismo, 2020).

La Organización Mundial del Turismo -OMT- entiende el turismo rural como:

*“Un tipo de actividad turística en el que la experiencia del visitante está relacionada con un amplio espectro de productos vinculados por lo general con las actividades de naturaleza, la agricultura, las formas de vida y las culturas rurales, la pesca con caña y la visita a lugares de interés.*

*Las actividades de turismo rural se desarrollan en entornos no urbanos (rurales) con las siguientes características: i) baja densidad demográfica, ii) paisajes y ordenación territorial donde prevalecen la agricultura y la silvicultura, y iii) estructuras sociales y formas de vida tradicionales” (Organización Mundial del Turismo, 2021).*

Así mismo, la OMT asegura que el turismo rural tiene un gran potencial para estimular el crecimiento de la economía local y el cambio social, por su complementariedad con otras actividades económicas, su contribución al PIB y la creación de empleo y su capacidad de promover la dispersión de la demanda en el tiempo (lucha contra la estacionalidad) y a lo largo del territorio.

De acuerdo con Blanco (2010) esta forma de turismo suele llevarse a cabo en fincas de tamaño pequeño o mediano, cuyos propietarios lo ejercen como una forma de diversificar ingresos de su actividad principal en la cual se aprovecha la capacidad instalada en la propiedad y el saber

hacer tradicional. Como servicios complementarios, Blanco menciona el alojamiento, la alimentación y venta de productos, lo que proporciona mayores oportunidades de empleo para la propia familia y otras personas de la localidad donde se desarrolla dicha actividad.

Según la Organización Mundial del Turismo, la pandemia de COVID-19 ha hecho que muchos turistas se interesen por buscar nuevas experiencias en la naturaleza y las zonas rurales, al aire libre, lejos de los lugares congestionados. Este cambio, unido a una creciente demanda de experiencias más auténticas que ofrecieran una mayor interacción con las comunidades locales, su cultura y sus productos, así como la demanda de un enfoque más ecológico en todas las etapas de la experiencia turística abre inmensas oportunidades de revitalización económica, social y ambiental en las zonas rurales a través del turismo (Organización Mundial del Turismo, 2020).

## **1.2. Definición del Problema**

La familia Silva Valencia es propietaria de un terreno de aproximadamente 8,7 hectáreas en la comuna Bajada de Chanduy, parroquia Chanduy, cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena. Este predio está dividido por una carretera de 2do orden. Una parte es totalmente plana, donde en general no se ha desarrollado ninguna construcción ni actividad. El otro sector presenta desniveles en el terreno, y cuenta con una construcción básica de una casa en una parte alta, cubículos donde se desarrolló en el pasado la cría de cerdos, 4 albarradas de diferentes tamaños, cultivos de mango y otros frutales.

La familia Silva Valencia quiere desarrollar un proyecto turístico en este predio, ante lo cual tiene la necesidad de estimar el potencial del mismo para la ejecución de un proyecto de Campamento Turístico.

## **1.3. Objetivos**

Objetivo general:

- Determinar la pre-factibilidad para la implementación de un Campamento Turístico en la comuna Bajada de Chanduy, provincia de Santa Elena.

Objetivos específicos:

- Identificar la viabilidad técnica para la implementación de un Campamento Turístico en la comuna Bajada de Chanduy, provincia de Santa Elena.
- Formular el estudio técnico para la implementación de un Campamento Turístico en la comuna Bajada de Chanduy, provincia de Santa Elena.
- Formular el estudio legal para la implementación de un Campamento Turístico en la comuna Bajada de Chanduy, provincia de Santa Elena.



- Determinar la viabilidad económica- financiera para la implementación de un Campamento Turístico en la comuna Bajada de Chanduy, provincia de Santa Elena.

#### **1.4.Importancia del estudio**

El propósito del estudio de prefactibilidad es establecer el potencial, como Campamento turístico, que tiene el predio considerando sus condiciones de infraestructura, ubicación (a 50 km de Guayaquil) y paisaje natural como una alternativa de negocio para la familia Valencia.

Se estima, según el último censo de población (2010), que en la comuna Bajada de Chanduy habitan aproximadamente 1.200 personas. El desarrollo de este proyecto turístico podrá beneficiar a la población de esta comuna al encontrarse a 1,5 km del predio y además a las aproximadamente 3.500 personas que habitan en el recinto Cerecita a 3 km, mejorando sus condiciones de vida, mediante la generación de nuevas plazas de trabajo directas e indirectas.

#### **1.5. Alcance del estudio**

El estudio de prefactibilidad estará enfocado en recopilar información mediante el estudio de mercado, técnico, legal y económico para desarrollar la propuesta del proyecto de Campamento turístico ubicado en el sector de la comuna Bajada de Chanduy de la parroquia Chanduy, cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena.

Este proyecto luego podrá ser desarrollado a profundidad y detalle mediante el estudio de factibilidad económica y plan de negocios que podría incluir otras etapas o actividades en el predio.

## CAPÍTULO II

### 2. REVISIÓN DE LITERATURA

La pandemia de COVID-19 ha hecho que muchos turistas se interesen por buscar nuevas experiencias en la naturaleza y las zonas rurales, al aire libre, lejos de los lugares congestionados. Este cambio, unido a una demanda que ya estaba creciendo antes, de experiencias más auténticas que ofrecieran una mayor interacción con las comunidades locales, su cultura y sus productos, así como la demanda de un enfoque más ecológico en todas las etapas de la experiencia turística abre inmensas oportunidades de revitalización económica, social y ambiental en las zonas rurales a través del turismo (Organización Mundial del Turismo, 2020).

La Organización Mundial del Turismo en el primer número del Barómetro de Turismo Mundial del 2022, indica que el aumento de la tasa de vacunación, combinado con la disminución de las restricciones de viaje debido a una mayor coordinación transfronteriza y a nuevos protocolos, ha ayudado a liberar la demanda reprimida. Además, afirma un crecimiento del turismo mundial en un 4%, aunque este crecimiento está aún muy por debajo de los niveles alcanzados antes de la pandemia por COVID-19. (OMT, 2022)

De acuerdo con la OMT (2022), mientras el turismo internacional se recupera, el turismo interno sigue impulsando la recuperación del sector en un número cada vez mayor de destinos, en particular los que tienen grandes mercados internos. Según los expertos, el turismo doméstico y los viajes cerca de casa, así como las actividades al aire libre, los productos basados en la naturaleza y el turismo rural son algunas de las principales tendencias de viaje que seguirán configurando el turismo en 2022. (OMT, 2022)

La Organización Mundial del Turismo entiende el turismo rural como un tipo de actividad turística en el que la experiencia del visitante está relacionada con un amplio espectro de productos vinculados por lo general con las actividades de naturaleza, la agricultura, las formas de vida y las culturas rurales, la pesca con caña y la visita a lugares de interés (OMT, 2022).

El turismo rural en Ecuador es un sector clave para la dinamización socioeconómica de muchos territorios. Ante la crisis sanitaria del COVID19, la escuela de Administración Turística de Barcelona, Ostelea, indica que las previsiones apuntan a que el turismo rural, podría ser uno de los primeros nichos turísticos en recuperarse dado que se desarrolla en zonas poco masificadas, y cuenta con una amplia oferta de actividades en espacios naturales y al aire libre (Ostelea, 2020). Por tanto, la actividad turística podría desarrollarse en condiciones de mayor seguridad, y al mismo tiempo, la percepción de seguridad de los potenciales turistas también es mayor frente a otras zonas más masificadas, como los destinos de sol y playa o urbanos. (Centro de Investigación, Divulgación e Innovación Turística de Ostelea, 2020)

En cuanto al alojamiento, Szmulewicz Espinosa, en su publicación “Perspectivas del turismo rural”, las modalidades de hospedaje en el medio rural también representan tipos de alojamiento posibles de encontrar en cualquier medio y asegura que estos no están ligados a la vida rural. Entre estos, encontramos hoteles de montaña, hoteles termales, campings en el medio rural, hoteles en balnearios marítimos o lacustres, etc. (Szmulewicz Espinosa, 1998)

De esta manera, los campamentos o *campings* suelen ser considerados tipos de alojamiento típicos de turismo rural. El turismo de acampada entonces puede definirse ampliamente como una forma de turismo de interés especial basado en la naturaleza (Josip Mikulić, 2017).

En Ecuador, los Campamentos Turísticos son establecimientos de alojamiento turístico, que cuentan con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje para pernoctar en tiendas de campaña (MINTUR, 2015). El Ministerio de Turismo del Ecuador los define como espacios naturales de acceso público acondicionados para la instalación de tiendas de campaña, además deben estar delimitados y dotados de servicios básicos; MINTUR a la vez señala que estos establecimientos deben brindar comodidad y seguridad al turista para que pueda pernoctar de una a dos noches en una carpa y pueda disfrutar experiencias al aire libre (MINTUR, 2015).

Además de lo anterior, los campamentos turísticos ofrecen oportunidades para disfrutar actividades de grupo y educación. Es necesario detallar que para este tipo de facilidad turística la actividad principal es la pernoctación o descanso y las actividades secundarias son las de aseo, preparación y consumo de alimentos; es necesario además considerar actividades complementarias como la elaboración de fogatas, juegos grupales, excursionismo, cantos, bailes (en algunos casos) para incluirlas en el proyecto y señalar las condiciones necesarias de espacio y mobiliario, sin descuidar también incluir los limitantes que permitan disminuir el impacto de estas actividades en el medio natural donde estarán implantadas (MINTUR, 2015).

En virtud de lo anterior, en Bolivia, por ejemplo, se sostiene que las áreas de acampar estarán compuestas por: área de camping, área de servicios comunes y área de esparcimiento (Secretaría Nacional de Turismo de Bolivia, 1997).

El manual de Lineamientos Básicos para el Diseño de Facilidades Turísticas (Ministerio de Turismo, 2020) define estas áreas de la siguiente manera:

- Área de Camping: Compuesta por área de carpas y circulaciones entre estos elementos.
- Área de servicios comunes: Constituida por baterías sanitarias, ducha, lavado de ropa, área de preparación de alimentos, comedor o consumo de alimentos, administración y estacionamiento de vehículos.
- Área de esparcimiento: Integrada por área de fogatas, área de uso múltiple pasiva para realizar charlas, se puede considerar una parte cubierta; área de uso múltiple activa para realizar juegos grupales, bailes, senderos de excursión, e incluir también algún activo adicional (huertos, corrales, criaderos, etc.).

Lee menciona que un camping como lugar turístico constituye un sistema complejo, y una multiplicidad de atributos, tanto tangibles como intangibles, influye en la experiencia general del camping. Estos atributos, según Lee, se pueden agrupar por el lado de lo que oferta el establecimiento, como: diversidad de atracciones naturales y creadas por el hombre (por ejemplo, deportes / actividades de ocio / instalaciones), facilidad y conveniencia de acceso, disponibilidad y variedad de servicios fuera del hogar (por ejemplo, instalaciones de alojamiento, instalaciones de catering) y prestación de servicios de apoyo (por ejemplo, servicios de información, servicios de seguridad y protección) (Lee, 2020).

En Ecuador, el Ministerio de Turismo lanzó una campaña de reactivación del turismo, promoviendo un canal de asistencia para la obtención de financiamiento empresarial que busca dar acompañamiento y asesoría a los empresarios sobre los servicios financieros existentes, los requisitos a cumplir y los formatos a presentar. El programa Reactívatelo Ecuador, acorde a lo promocionado por el Ministerio, ofrece créditos ágiles para micro, pequeños y medianos empresarios a 36 meses plazo con 6 meses de gracia y a una tasa preferencial de hasta 5%.

En respuesta a esta nueva realidad post-pandemia, el Ministerio de Turismo del Ecuador trabajó durante el 2021 en el Plan de Promoción 2022, que incluye dentro de la estrategia nacional de turismo un enfoque ambiental, económico y social acorde a las tendencias del mercado, dentro de las cuales se encuentran el turismo rural, ecoturismo y turismo de deporte y naturaleza (MINTUR, 2022).

Teniendo en consideración el nuevo panorama de turismo que predice un incremento en las actividades rurales, este proyecto busca determinar la pre-factibilidad para la implementación de un Campamento Turístico en la comuna Bajada de Chanduy, como una fuente de ingresos adicionales a los propietarios del predio y en concordancia con las nuevas tendencias del turismo, aprovechando las oportunidades de impulso al turismo rural implementadas por el gobierno.

De acuerdo con el sitio web [definición.de](http://definición.de), lo que permite un estudio de prefactibilidad es minimizar el riesgo: si se advierte que la idea no es factible, puede descartarse sin mayores daños, ya que aún no se habrá concretado el grueso de la inversión que supone la concreción del proyecto. En este sentido es que el presente proyecto de estudio de pre-factibilidad propone elaboración de estudios de mercado, técnico, legal y económico que determinen la viabilidad del proyecto.

Dubs de Moya menciona que la realización del proyecto de pre-factibilidad es un proceso que parte de supuestos, pronósticos y estimaciones, por lo que el grado de preparación de la información y confiabilidad depende de la profundidad con que se realicen los estudios técnicos, financieros, de mercado y otros que se requiera en el proceso para resolver la problemática inicial. (Dubs de Moya, 2002).

La definición de prefactibilidad no se encuentra incluida en el diccionario que elabora la Real Academia Española (RAE). Sí aparece el término factibilidad, que refiere a aquello que resulta factible (es decir, que se puede concretar o llevar a cabo). El diccionario web [www.definición.de](http://www.definición.de) indica que la prefactibilidad, por lo tanto, supone un análisis preliminar de

una idea para determinar si es viable convertirla en un proyecto. El concepto suele emplearse en el ámbito empresarial y comercial.

## **CAPÍTULO III**

### **3. METODOLOGÍA**

#### **3.1. Tipo de investigación**

Para iniciar con la delimitación del proyecto, se aplicó una técnica de Selección de Ideas en la que, mediante la recopilación de información secundaria, se dio a conocer a los inversores datos importantes de tres opciones de negocio que podrían aplicarse en las instalaciones, estas fueron:

- Parque de Atracciones
- Granja de agroturismo
- Campamento Turístico

Se presentó a los inversores una matriz con información sobre el entorno físico, económico, legal y de mercado de cada una de las opciones (Ver Anexo 1), además de una descripción de cada una, con la finalidad de que puedan tomar una decisión informada sobre el tipo de negocio del cual se requeriría el estudio de prefactibilidad. Finalmente, luego del respectivo análisis, optaron por la opción del Campamento Turístico

#### **3.2. Fuente de datos**

1. Información primaria: El cuestionario es la fuente principal para obtener la información base del estudio de Mercado
2. Información secundaria: Se recopila información secundaria para la realización de los estudios de mercado, técnico, legal y financiero. Estas fuentes secundarias incluyeron boletines económicos, reportes oficiales de Banco Central del Ecuador, Organización Mundial del Turismo, Banco Mundial, Ministerio de Turismo del Ecuador, páginas web de servicios ciudadanos de municipio de Santa Elena y regulaciones emitidas por el Ministerio de Turismo como el Reglamento de Alojamiento Turístico, además de otras publicaciones indexadas a revisar.

#### **3.3.Fases de investigación**

Para cumplir con los objetivos de este estudio de prefactibilidad se consideraron las siguientes fases:

##### **Estudio de mercado.**

## Análisis de Macroentorno

Para el análisis de la oferta se aplicó una investigación cualitativa para recolectar información de fuentes primarias referente a los aspectos a estudiar en los análisis respectivos. De esta manera, se aplicó un estudio de factores externos y el grado de influencia que tienen dentro del establecimiento aplicando un análisis PESTLE que analiza los factores político, económico, tecnológico, legal y ecológico.

## Estudio de Oferta

Además, se realizó un análisis de la competencia directa y de productos sustitutos en las provincias de Guayas y Santa Elena, buscando información de servicios y precios a través de redes sociales y consultas directas a los establecimientos por vía telefónica, tomando como base el catastro de servicios turísticos del Ministerio de Turismo del Ecuador.

## Estudio de Demanda

La primera parte es una investigación cuantitativa de tipo probabilístico, usando la técnica de encuesta con preguntas cerradas a visitantes y habitantes de la Provincia de Santa Elena.

Para poder encontrar el grado de representatividad se utilizó como técnica de muestreo el aleatorio simple, utilizando una herramienta de cálculo estadístico online, utilizando cálculo de muestra con 95% de confianza, 5% de margen de error y una población infinita. Dando un total de 384 encuestas por realizar.

El formulario de encuesta fue publicado por redes sociales con promoción de difusión durante una semana, cuyas respuestas (501 respuestas) cumplieron con el objetivo de verificar el interés de la muestra en visitar un Campamento Turístico en el Sector de Bajada de Chanduy, determinar un perfil de compra de potenciales consumidores y consultarles los servicios que esperan encontrar en dicho establecimiento.

La segunda parte del análisis de la demanda fue de tipo cualitativo, utilizando la técnica de Grupo Focal. Se realizó un grupo focal con 7 participantes que cumplieron con el perfil determinado en la primera parte del estudio, con el objetivo de mostrar a este grupo el diseño del establecimiento y los servicios que se ofertarían, verificar su potencialidad de compra y consultar por el precio que estarían dispuestos a pagar por el servicio.

**Estudio técnico.** Incluye y justifica en la medida de lo posible los recursos que sean necesarios para implementar el proyecto, tomando en consideración características climáticas, ecológicas, estructura legal y organización administrativa.

**Estudio financiero.** Se incluye la evaluación del proyecto con estados financieros, Tasa interna de Retorno y Valor Actual Neto de este.



# CAPÍTULO IV

## 4. ESTUDIO DE MERCADO

### 4.1. Análisis de la oferta

Con el análisis de la oferta se conoce la situación actual de la empresa desde un ámbito externo e interno lo que permitió realizar un diagnóstico y determinar la orientación en el diseño del producto

#### 4.1.1. Metodología

Para el análisis de la oferta se aplicó una investigación cualitativa para recolectar información de fuentes primarias referente a los aspectos a estudiar en los análisis respectivos.

#### 4.1.2. Análisis del Entorno

Para el análisis del entorno se realizó un estudio de factores externos y el grado de influencia que tienen dentro del establecimiento, para lo cual se realizó un análisis PESTLE (político, económico, social, tecnológico, legal y ecológico) a fin de considerar cada uno de los elementos que pueden limitar o apoyar el desarrollo del Campamento Turístico en el sector Bajada de Chanduy, Provincia de Santa Elena.

Factor Político. –

De acuerdo con la encuestadora Cedatos, a diciembre de 2022, apenas el 29% de los ciudadanos de Ecuador aprobaban la gestión de su presidente, Guillermo Lasso. De acuerdo con la encuestadora, la ciudad en la que más votos favorables recibió el mandatario fue Ambato, con un 27,5 %; le siguen Quito, con 16,7 %; Santo Domingo, con 15 %; Nueva Loja, con 9,0 %; Cuenca, con 8,0 %; y Guayaquil, con 8,4 % (Diario El Universo, 2022)

Desde el año 2021, además del panorama general de desempleo y pobreza ocasionado por la pandemia de COVID-19, el gobierno ha lidiado con una crisis carcelaria, con una serie de eventos de masacres al interior de los principales centros penitenciarios del país, así como el incremento de los niveles de inseguridad en las ciudades principales, especialmente Guayaquil.

Por otro lado, el Plan de Promoción 2022 presentado por el Ministerio de Turismo del Ecuador, incluye dentro de la estrategia nacional de turismo un enfoque de turismo con alto retorno ambiental, económico y social acorde a las tendencias del mercado, dentro de las cuales se encuentran el turismo rural, ecoturismo y turismo de deporte y naturaleza (MINTUR, 2022).

El ministro de Turismo, Niels Olsen, ha declarado que entre el 2022 y 2025, se contará con un presupuesto de 40 millones de dólares, exclusivamente para promoción y desarrollo turístico, de los cuales el 70% estará destinado a la promoción en mercados internacionales, principalmente en EEUU. El 30% será invertido para la promoción de turismo interno (Olsen, 2021).

Factor Económico. –

En su informe semestral de Perspectivas Económicas Globales, presentado el 11 de enero de 2022, el Banco Mundial (BM) pronosticó una ralentización pronunciada en el crecimiento de la economía mundial durante el 2022 y el 2023 y pasará del 5,5 % de 2021 al 4,1 % este año y al 3,2 % en el siguiente. (World Bank Group, 2022)

*“Tras una fuerte recuperación en 2021, la economía global está entrando en una desaceleración pronunciada en medio de amenazas como las variantes del COVID-19 y una subida de la inflación, la deuda y las desigualdades en ingresos que pueden poner en peligro la recuperación en las economías en desarrollo”*, indicó el Banco Mundial en un comunicado.

En el caso de Ecuador, el BM señaló que la economía del país creció 3,9 % en 2021 y para el 2022 se proyecta un crecimiento del 3,1 %. Para el año 2023 el banco prevé un crecimiento del 2,5 %.

La pandemia por COVID-19 ha tenido, sin duda, gran repercusión en la economía mundial, al respecto, el Banco Mundial indica que el proceso de recuperación hacia los niveles del Producto Interno Bruto (PIB) anteriores a la pandemia será desigual por países y en algunos de ellos tardará más en llegar. (World Bank Group, 2022)

Así mismo, el Banco Mundial, en su actualización de Panorama General de Ecuador a septiembre de 2022, indica que el país aún requiere impulsar crecimiento que pueda mantenerse en el mediano y largo plazo; esto, indica, se podría lograr incentivando la inversión privada en otras áreas no relacionadas con la producción petrolera (Banco Mundial, 2022).

La economía ecuatoriana, acorde a lo comunicado por el Banco Central del Ecuador, creció 5,6% durante el tercer trimestre de 2021 en comparación con el mismo período de 2020. Este incremento, menciona, fue impulsado por la variación positiva de los componentes del Producto Interno Bruto (PIB) como: Gasto de Consumo Final de los Hogares (11,0%); Formación Bruta de Capital Fijo (FBKF) (7,8%); y, Gasto de Consumo Final del Gobierno General (3,3%). Cabe destacar que el consumo de los hogares alcanzó los niveles de 2019, anteriores a la pandemia del Covid-19. (BCE, 2022)

Mientras tanto a la tasa activa de interés, de acuerdo con el reporte de diciembre 2022 del Banco Central del Ecuador, la Tasa Activa Referencial para el segmento Productivo PYMES, es de 10.23% anual, mientras que Tasa Activa Efectiva Máxima para el mismo segmento es de 11.26% anual (BCE, 2022).

De acuerdo con la Programación Fiscal 2022-2026 del Ministerio de Economía y Finanzas, publicado en mayo 2022, la trayectoria del Tipo de Cambio Real -TCR- en 2021 tuvo tendencia

hacia la depreciación, lo que contribuye de alguna manera a mejorar la posición competitiva de las exportaciones ecuatorianas no petroleras en el mercado internacional, entre ellas el turismo. Esta tendencia a la depreciación se explica por el incremento de las tasas de inflación de los países de la región. (Ministerio de Economía y Finanzas, 2022)

El Ministerio de Economía y Finanzas también menciona que el déficit comercial no petrolero (incluido comercio no registrado y otros) previsto para el año 2022 asciende a USD 2.374 millones. Este aumento del déficit, en relación al del 2021 (USD 703 millones), representa un aumento importante y se explica por la recuperación sostenida de las importaciones no petroleras por la reactivación económica asociada a la flexibilización y disminución de las medidas adoptadas para enfrentar la pandemia del Covid-19, afirma.

En el mediano plazo, se prevé que las exportaciones no petroleras mantengan un crecimiento promedio de 4%, considerando una paulatina reactivación de la demanda extranjera, en particular de las economías avanzadas (Estados Unidos, China y la Unión Europea), en respuesta al progreso de la vacunación masiva y la reapertura. El Ministerio, a su vez, indica que espera que los principales productos de exportación no petrolera, como banano, camarón y minas mantengan un crecimiento sostenido. (Ministerio de Economía y Finanzas, 2022)

En cuanto al turismo, la Organización Mundial del Turismo en el primer número del Barómetro de Turismo Mundial del 2022, indica que el aumento de la tasa de vacunación, combinado con la disminución de las restricciones de viaje debido a una mayor coordinación transfronteriza y a nuevos protocolos, han ayudado a liberar la demanda reprimida. Además, afirma un crecimiento del turismo mundial en un 4%, aunque este crecimiento está aún muy por debajo de los niveles alcanzados antes de la pandemia por COVID-19. (OMT, 2022)

Mientras el turismo internacional se recupera, el turismo interno sigue impulsando la recuperación del sector en un número cada vez mayor de destinos, en particular los que tienen grandes mercados internos según la OMT. Según los expertos, el turismo doméstico y los viajes cerca de casa, así como las actividades al aire libre, los productos basados en la naturaleza y el turismo rural son algunas de las principales tendencias de viaje que seguirán configurando el turismo en 2022. (OMT, 2022)

En Ecuador, el Ministerio de Turismo lanzó una campaña de reactivación del turismo, promoviendo un canal de asistencia para la obtención de financiamiento empresarial que busca dar acompañamiento y asesoría a los empresarios sobre los servicios financieros existentes, los requisitos a cumplir y los formatos a presentar. El programa Reactívatelo Ecuador, acorde a lo promocionado por el Ministerio, ofrece créditos ágiles para micro, pequeños y medianos empresarios a 36 meses plazo con 6 meses de gracia y a una tasa preferencial de hasta 5%.

En cuanto a movilidad interna, el presidente Guillermo Lasso emitió el Decreto Ejecutivo N° 339 en enero 2022 con el que se oficializa la reducción del Impuesto al Valor Agregado (IVA) del 12% al 8% durante los feriados de Carnaval y Semana Santa de 2022. Esta reducción aplicó a todos los servicios turísticos que tengan registro turístico, entre las que se encuentran: alojamiento, alimentos y bebidas, transportación principalmente dedicada al turismo, operación, intermediación y agencias, etc.

Factor Social. –

A diciembre 2021, la pobreza a nivel nacional se ubicó en 27,7% y la pobreza extrema en 10,5%. En el área urbana la pobreza llegó al 20,8% y la pobreza extrema a 5,9%. Finalmente, en el área rural la pobreza alcanzó el 42,4% y la pobreza extrema el 20,3% (INEC, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2022).

Según el Boletín Técnico N° 02-2022-ENEMDU del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2022), tal como lo muestra la Tabla 1, en diciembre de 2021 la pobreza por ingresos a nivel nacional mostró una reducción de 5,4 puntos porcentuales (p.p.) en relación con diciembre 2020. En el área rural la pobreza es de 42,4% en diciembre 2021.

Tabla 1  
*Pobreza diciembre 2017-2021*

Indicador	Área	dic-17	dic-18	dic-19	dic-20	dic-21	Variación significativa dic20/dic21
Pobreza	Nacional	22%	23%	25%	33%	28%	Sí
	Urbano	13%	15%	17%	25%	21%	No
	Rural	39%	40%	42%	49%	42%	No
Pobreza Ex-trema	Nacional	8%	8%	9%	15%	11%	Sí
	Urbano	3%	4%	4%	9%	6%	No
	Rural	18%	18%	18%	29%	20%	No

Fuente: INEC – Encuesta Nacional de empleo, subempleo y desempleo

En tanto, según el INEC, en diciembre 2021, la pobreza por necesidades básicas insatisfechas fue de 33,2% a nivel nacional; 22,0% en el área urbana, y 57,0% en el sector rural.

De acuerdo con el Boletín Técnico N° 01-2022-ENEMDU del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2022), en diciembre 2021, la tasa de desempleo a nivel nacional fue de 4,1%. Para el área urbana, la tasa de desempleo fue de 5,3% mientras que para el área rural fue de 1,8%. Sin embargo, en comparación con la tasa alcanzada en diciembre de 2020, se evidencia una mejoría, esto puede deberse en parte a la mejora de condiciones sanitarias en cuando a la COVID-19 luego de la vacunación masiva de la población. (Ver figura 1)

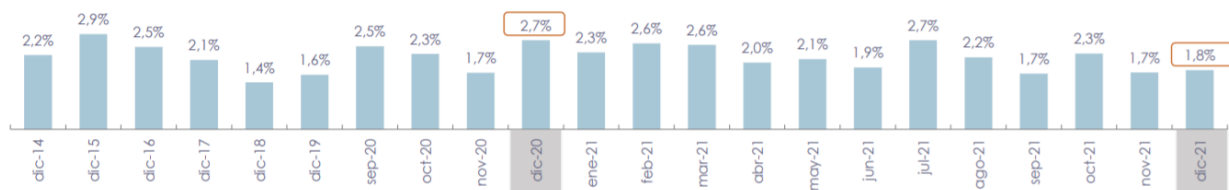


Figura 1: Tasa de desempleo en Área Rural

Fuente: INEC

En cuanto al desempleo por sexo, dicho boletín indica que, en diciembre de 2021 a nivel nacional, el 5,0% de las mujeres en la PEA (Población Económicamente Activa) estuvo en situación de desempleo, mientras que, la tasa de los hombres fue de 3,5%. El INEC concluye que la diferencia de 1,5 puntos porcentuales entre la tasa de desempleo de hombres y mujeres en diciembre de 2021, fue estadísticamente significativa.

En la provincia de Santa Elena, en el 2021 se registró un 3.6% de desempleo en la PEA (población económicamente activa), en comparación con el 2.8% registrado en el año 2019, según el Boletín Técnico N° 05-2022-ENEMDU del Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC, 2022).

En cuanto al acceso a servicios básicos, acorde al Plan de Ordenamiento y Planificación Territorial (GAD Parroquial Chanduy, 2020) de la Parroquia Chanduy, a la cual pertenece la comuna Bajada de Chanduy, en la Provincia de Santa Elena, la comuna Chanduy tiene acceso a evacuación de excretas, servicio de energía eléctrica y dotación de agua, conforme a lo presentado en la Tabla 2: *Servicio de energía eléctrica y dotación de agua en la provincia de Santa Elena.*

Tabla 2

*Servicio de energía eléctrica y dotación de agua en la provincia de Santa Elena*

Evacuación Excretas		Servicio de Energía Eléctrica				Dotación de Agua		
Letrina	Servicio Higiénico	Entubado	Pileta	Medidor	Alumbrado público	Red pública	Tanquero	Pila o llave pública
Sí	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí	No

Fuente: Plan de Ordenamiento Territorial de Parroquia Chanduy

Elaboración Propia

Las comunas de Chanduy carecen en la actualidad de alcantarillado por lo que las viviendas vierten sus aguas residuales y fecales a pozos sépticos o ciegos, como una solución hasta que puedan contar con red de alcantarillado público (GAD Parroquial Chanduy, 2020). Dentro del

plan de ordenamiento de la parroquia no se cuenta aún con proyectos de alcantarillado para la comuna Bajada de Chanduy.

#### Factor Tecnológico.-

Lamentablemente no se encuentra información actualizada en cuanto al acceso a telefonía y conexión a internet de la parroquia o de la provincia. El Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (GAD Parroquial Chanduy, 2020) incluye información del INEC en el Censo de Población 2010 para realizar sus análisis, al ser la información oficial más reciente, la incluiremos en esta parte del análisis.

En la parroquia Chanduy, según datos del Censo 2010 (INEC, 2010) solo el 5,58% de los hogares posee teléfono convencional, y el 94,42% restante no cuenta con ese servicio. Así mismo, el 66,70% de los Hogares de la Parroquia Chanduy posee teléfono celular, y el 33,30% restante no cuenta con ese servicio.

Según datos del INEC (censo de 2010) solo el 2,47% de los Hogares de la Parroquia Chanduy dispone de una conexión a internet, y el 97,5% restante no cuenta con ese servicio. Del total de las comunas de Chanduy, el 50% se conecta a través de celulares, el 42% no cuenta con servicio telefónico y el 8% tiene celular y línea convencional. El 93% de las comunas cuenta con telefonía móvil e internet (GAD Parroquial Chanduy, 2020).

#### Factor Legal. –

El ámbito legal incluye la Ley de Turismo, siendo esta la de mayor importancia en cuanto a la regulación de la actividad turística en el país. Esta ley se apoya en diversos reglamentos relacionados con actividades específicas como el Reglamento de Alojamiento de marzo de 2015; el Reglamento de Señalización turística; el Reglamento de Operación Turística de Aventura del 2014 y otras normativas que regulan la obtención de permisos y licencias, así como el nivel de cumplimiento de las normas. Además de estas, es importante tomar en cuenta la legislación tributaria y laboral del país, que tienen influencia directa en los establecimientos especializados en turismo a nivel nacional.

El Reglamento de Alojamiento Turístico (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2015), define a Campamento turístico como ‘Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje para pernoctar en tiendas de campaña; dispone como mínimo de cuartos de baño y aseo compartidos cercanos al área de campamento, cuyos terrenos están debidamente delimitados y acondicionados para ofrecer actividades de recreación y descanso al aire libre. Dispone de facilidades exteriores para preparación de comida y descanso, además ofrece seguridad y señalética interna en toda su área.’”

Dentro del Reglamento de Alojamiento Turístico, en su anexo 6, se especifican con requerimientos mínimos de este tipo de establecimiento, tanto en infraestructura como en atención al cliente. Este documento brinda una perspectiva general de lo que debe tener el establecimiento para la obtención de los permisos de funcionamiento respectivos. Dichas consideraciones serán tomadas en cuenta para la implementación del estudio técnico más adelante.

#### Factor Ecológico.-

Las comunas de Chanduy carecen en la actualidad de alcantarillado por lo que las viviendas vierten sus aguas residuales y fecales a pozos sépticos o ciegos, como una solución hasta que puedan contar con red de alcantarillado público (GAD Parroquial Chanduy, 2020). Regularmente la construcción de los pozos ciegos se basa en una excavación en el terreno con paredes permeables que, por la accidentabilidad del terreno de las comunas, los líquidos que salen van a contaminar los acuíferos subterráneos cercanos que pudieran existir.

En lo que se refiere a la disposición de desechos sólidos en Chanduy, según cifras del INEC 2010, el 82,41% elimina su basura por carro recolector, el 15,62% la queman, y el resto la arrojan a terrenos baldíos (0,61%), la entierran (0,42%), a arrojan al río (0,22%) u otro (0,71%) (GAD Parroquial Chanduy, 2020).

La comuna Bajada de Chanduy es una de las dos comunas (junta a La Ciénega) que no cuentan con servicio de recolección de basura por carro recolector.

#### 4.1.3. Análisis de la competencia

Para el estudio de análisis de competencia se tomó como base de referencia el catastro turístico 2022 emitido por el Ministerio de Turismo del Ecuador, realizando el análisis sobre los establecimientos que resultan competencia directa e indirecta en las provincias de Guayas y Santa Elena. Se analizaron 4.698 establecimientos en total.

##### 4.1.3.1. Competencia Directa

La competencia directa del establecimiento serán aquellos establecimientos que ofrezcan el mismo producto en la zona geográfica determinada, este caso, otros servicios de campamento turístico.

El catastro turístico muestra un solo establecimiento en la zona geográfica seleccionada; al tratar de consultar sobre precios y servicios de dicho establecimiento ubicado en la provincia de Santa Elena, encontramos que ya no se encuentra abierto al público.

A nivel nacional, por otro lado, hay un total de 35 establecimientos registrados como campamentos turísticos. Se ha considerado a estos establecimientos como competencia directa al ofrecer el mismo tipo de producto. En el Anexo 2: Análisis de la competencia directa – Campamentos Turísticos, se encuentra el listado y las características de los establecimientos analizados.

Al analizar las características de la competencia directa, encontramos que los precios se diferencian por alquiler de espacio para que los huéspedes instalen sus carpas, hospedaje en carpas provistas por el establecimiento y alojamiento en cabañas o carpas más sofisticadas de tipo *glamping*, término proveniente de ‘camping glamuroso’. Es así que los rangos de precios van entre 5 y 15 dólares por el alquiler del espacio; entre 25 y 60 dólares por alojamiento en

carpas propias del establecimiento y; entre 7 y 30 dólares por alojamiento en cabañas u otros. Los precios fueron consultados por persona, por noche de alojamiento.

El servicio más ofertado por los establecimientos es el acceso al parqueadero gratuito. Apenas 7 de los establecimientos ofrece actividades recreativas para los huéspedes.

#### 4.1.3.2.Competencia Indirecta

La competencia indirecta del establecimiento son aquellos establecimientos que no ofrezcan el mismo producto en la zona geográfica determinada, pero que sin embargo pueden satisfacer las mismas necesidades, en este caso alojamiento y recreación.

Se toman en cuenta las siguientes clasificaciones de los establecimientos: hosterías, hostales, centros de recreación turística y centros de turismo comunitario.

**Hosterías:** dentro del catastro turístico se encuentran registradas 41 hosterías en las provincias de Guayas y Santa Elena, de las cuales encontramos solo 29 que se encuentran disponibles y abiertas al público, luego de llamar a consultar por sus servicios.

Los precios de las hosterías varían entre 10 hasta 157 dólares por persona por noche de alojamiento, la piscina es parte de la infraestructura más ofertada por estos establecimientos, así como un área social que en algunas de ellas incluye acceso a juegos de mesa y sillas alrededor de la piscina. Apenas 9 de los establecimientos ofrece vista o acceso a paisaje natural y; solo 6 de ellas ofrece actividades recreativas para los huéspedes. En el Anexo 3: Análisis de la competencia indirecta – Hosterías, se encuentra el listado y las características de los establecimientos analizados.

**Hostales:** dentro del catastro turístico se encuentran registradas 223 hostales en las provincias de Guayas y Santa Elena, de las cuales encontramos solo 135 que se encuentran disponibles y abiertas al público, luego de llamar a consultar por sus servicios.

Los hostales contactados ofrecen sus servicios con precios que van desde los 10 hasta los 60 dólares por persona. En cuanto a servicios, son más limitados que las hosterías, siendo los más frecuentes el parqueadero y el acceso a área social y piscina. Apenas 4 hostales ofrecen actividades recreativas a sus huéspedes y solo 5 establecimientos ofrecen vista o acceso a paisajes naturales. En el Anexo 4: Análisis de la competencia indirecta – Hostales, se encuentra el listado y las características de los establecimientos analizados.



**Centros de Recreación Turística:** dentro del catastro turístico se encuentran registrados 12 centros en las provincias de Guayas y Santa Elena, de las cuales encontramos solo 7 que se encuentran disponibles y abiertas al público, luego de llamar a consultar por sus servicios.

En comparación con los otros tipos de alojamiento enmarcados en nuestra competencia indirecta, son los centros de recreación turística los más interesantes para estudiar en este proyecto, a pesar de que apenas dos de ellos ofrecen servicio de alojamiento. Lo interesante de estos establecimientos es su oferta de actividades sociales, deportivas y recreativas, acceso a piscina y parqueadero, además de estar dentro de la zona geográfica de interés para nuestro campamento.

Los precios de estos establecimientos van desde 3 hasta 10 dólares por persona la entrada, con excepción de los establecimientos que ofertan alojamiento en cabañas, cuyos precios están entre 10 y 15 dólares por persona. En el Anexo 5: Análisis de la competencia indirecta – Centros de Recreación Turística, se encuentra el listado y las características de los establecimientos analizados.

**Centros de Turismo Comunitario:** dentro del catastro turístico se encuentran registrados 7 centros en las provincias de Guayas y Santa Elena, de las cuales encontramos solo 3 que se encuentran disponibles y abiertas al público, luego de llamar a consultar por sus servicios.

Los centros de turismo comunitario resultan también interesantes a tomar en cuenta por su ubicación geográfica y oferta de actividades recreativas. Estos establecimientos no ofertan servicio de alojamiento y tienen un precio de entrada por persona de 2 y 10 dólares, con acceso a paisajes naturales. En el Anexo 6: Análisis de la competencia indirecta – Centros de Turismo Comunitario, se encuentra el listado y las características de los establecimientos analizados.

## **4.2. Análisis de la demanda**

### **4.2.1. Metodología de análisis de la demanda**

El análisis de la demanda consta de dos partes:

La primera parte es una investigación cuantitativa de tipo probabilístico, usando la técnica de encuesta con preguntas cerradas a habitantes y visitantes de la Provincia de Santa Elena.

Para poder encontrar el grado de representatividad se utilizó como técnica de muestreo el aleatorio simple, utilizando una herramienta de cálculo estadístico online. Con un nivel de confianza del 95%, margen de error de 5% y población infinita, el tamaño de la muestra resultó en un total de 385 encuestas a realizar.

#### Calculadora de muestra

Nivel de  
Confianza :  95%  99%

Margen de Error:

Población:

Limpiar

Calcular Muestra

Tamaño de  
Muestra:

El formulario de encuesta fue publicado por redes sociales con promoción de difusión durante una semana, desde el 25 de enero hasta el 1 de febrero de 2022, en total se obtuvo un total de 501 encuestas válidas, las cuales cumplieron con el objetivo de verificar el interés de la muestra en visitar un Campamento Turístico en el Sector de Bajada de Chanduy, determinar un perfil de compra de potenciales consumidor y consultar a esos potenciales consumidores los servicios que esperan encontrar en dicho establecimiento.

La segunda parte del análisis de la demanda es de tipo cualitativo, utilizando la técnica de Grupo Focal. Se realizó un grupo focal con 7 participantes que cumplieron con el perfil determinado en la primera parte del estudio, con el objetivo de mostrar a este grupo el diseño del establecimiento y los servicios que se ofertarían, verificar su potencialidad de compra y consultar por el precio que estarían dispuestos a pagar por el servicio.

#### 4.2.2. Presentación de resultados de encuesta

Se logró captar 501 respuestas a la encuesta en los días planificados, desde el 25 de enero hasta el 1 de febrero de 2022. Se presentará a continuación los resultados de la encuesta:

#### 4.2.2.1. Perfil de encuestados

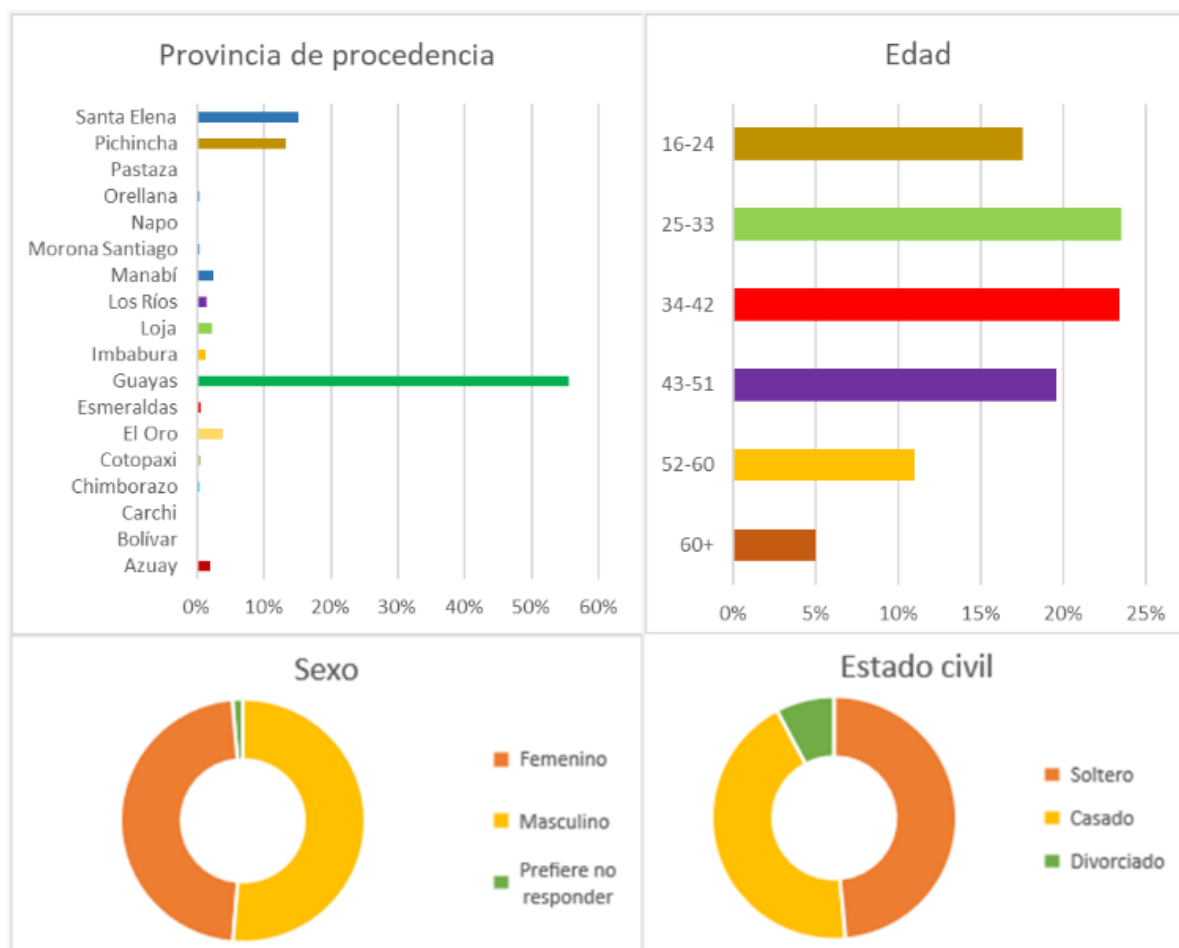


Figura 2: Datos etnográficos de personas encuestadas  
Elaboración propia

**Procedencia:** De los encuestados interesados en visitar el establecimiento, se encontró que en su mayoría son de la provincia del Guayas, seguidos por las provincias de Santa Elena y Pichincha respectivamente. Por su cercanía con la ubicación del establecimiento, el resultado obtenido es positivo.

**Edad:** Los encuestados se dividieron en varios grupos según su rango de edad, siendo los grupos de mayor número quienes cuentan con entre 25 y 33 años (24%) y quienes cuentan con entre 34 y 42 años (23%); sin embargo, hay dos segmentos con buen número de participación en encuesta, se trata de personas de entre 16 y 24 años (18%) y personas entre 43 y 51 años (20%). Por último, tenemos un 11% de personas entre 52 y 60 años que respondieron la encuesta y un 5% de mayores de 60 años.

**Sexo:** Los encuestados fueron en su 47% de sexo femenino y en un 51% de sexo masculino, 1% de los interesados prefirió no responder a esta pregunta.

Estado civil: Los encuestados fueron en su mayoría solteros (49%), seguidos por personas casadas (44%) y una minoría de divorciados con un (8%)

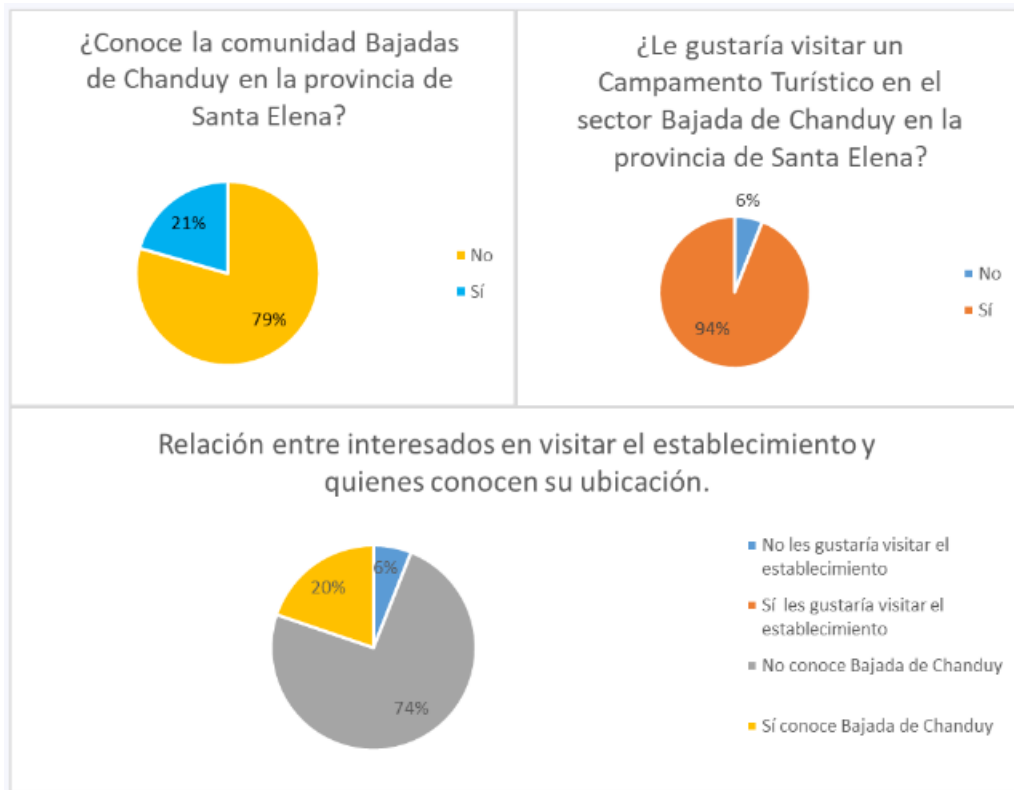


Figura 3: Intencionalidad de visita de personas encuestadas  
Elaboración propia

De los 501 encuestados, el 79% contestaron no conocer el sector Bajada de Chanduy, donde se encontraría el establecimiento en la Provincia de Santa Elena, por lo que sugeriría una fuerte actividad de promoción en caso de implementar el proyecto.

Un 94% contestó tener interés en visitar un Campamento Turístico en el sector de Bajada de Chanduy, lo cual es positivo para el proyecto y demuestra que existe una demanda potencial para el producto.

Al realizar la relación entre quienes contestaron tener interés en visitar el establecimiento y quienes conocen su ubicación, se mostró que el 74% de las personas que contestaron tener interés en visitar el establecimiento, no conoce la locación, por lo que haremos una doble verificación sobre si el interés persiste, una vez se conozca la ubicación exacta, a través del grupo focal.

#### 4.2.2.2. Análisis por segmento de edad

##### 4.2.2.2.1. De 16 a 24 años

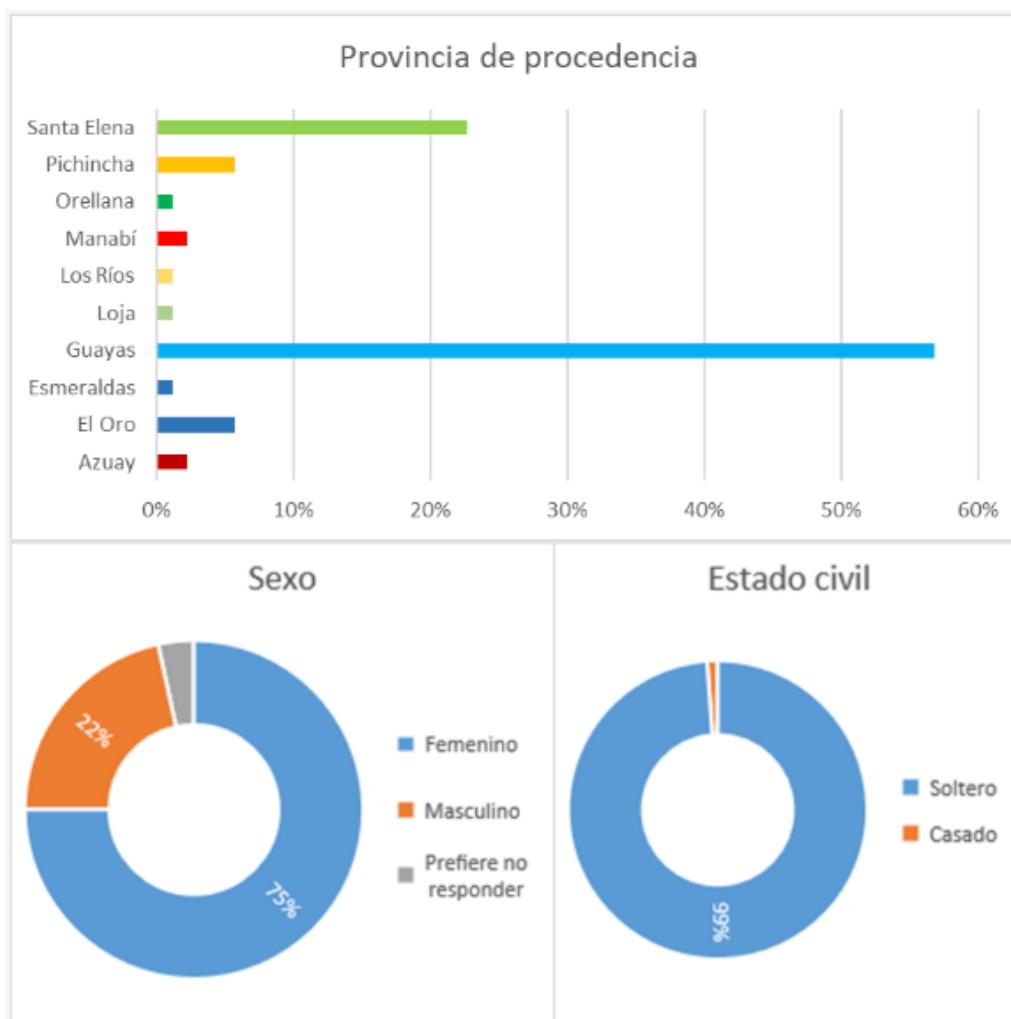


Figura 4: Datos etnográficos de personas encuestadas en segmento de edad 16-24  
Elaboración propia

De los encuestados en el rango de edad de 16 a 24 años, un total de 88 personas, en su mayoría fueron personas cuya residencia se encuentra fijada en la provincia del Guayas, seguido de la provincia de Santa Elena. En este segmento hubo una participación del 75% de sexo femenino en la encuesta y 99% de ellos de estado civil soltero.

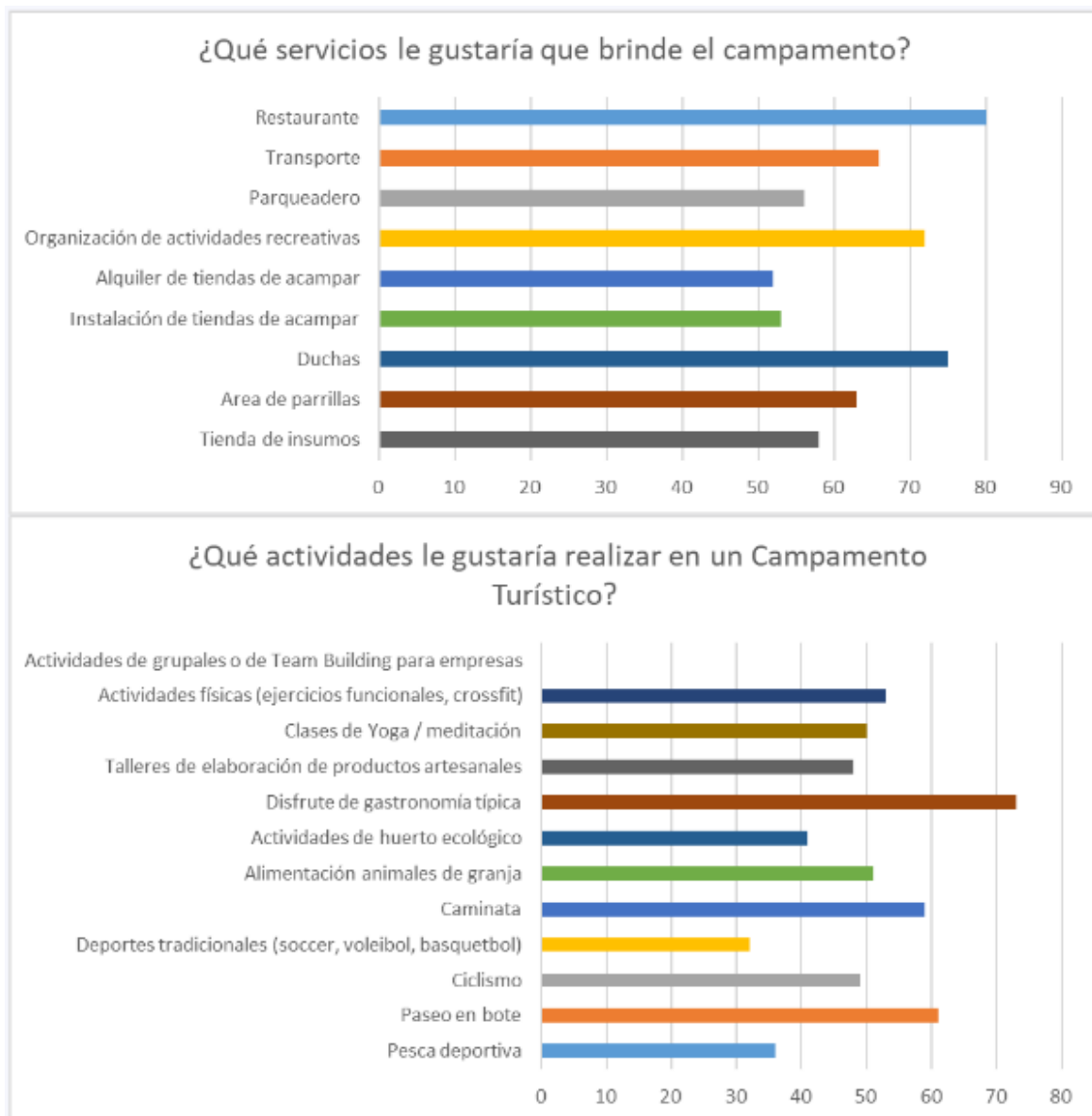


Figura 5: Servicios y actividades de preferencia – segmento de edad 16-24  
Elaboración propia

Entre los servicios más requeridos por este grupo, como complemento al servicio de campamento, se encuentran: restaurante, duchas, organización de actividades recreativas, transporte y área de parrillas, en ese orden, entre otras.

En cuanto a las actividades más demandadas para realizar en el establecimiento, este grupo menciona el disfrute de gastronomía típica, paseos en bote, caminata, actividades físicas como ejercicios funcionales y crossfit, alimentación de animales de granja, ciclismo, entre otros.

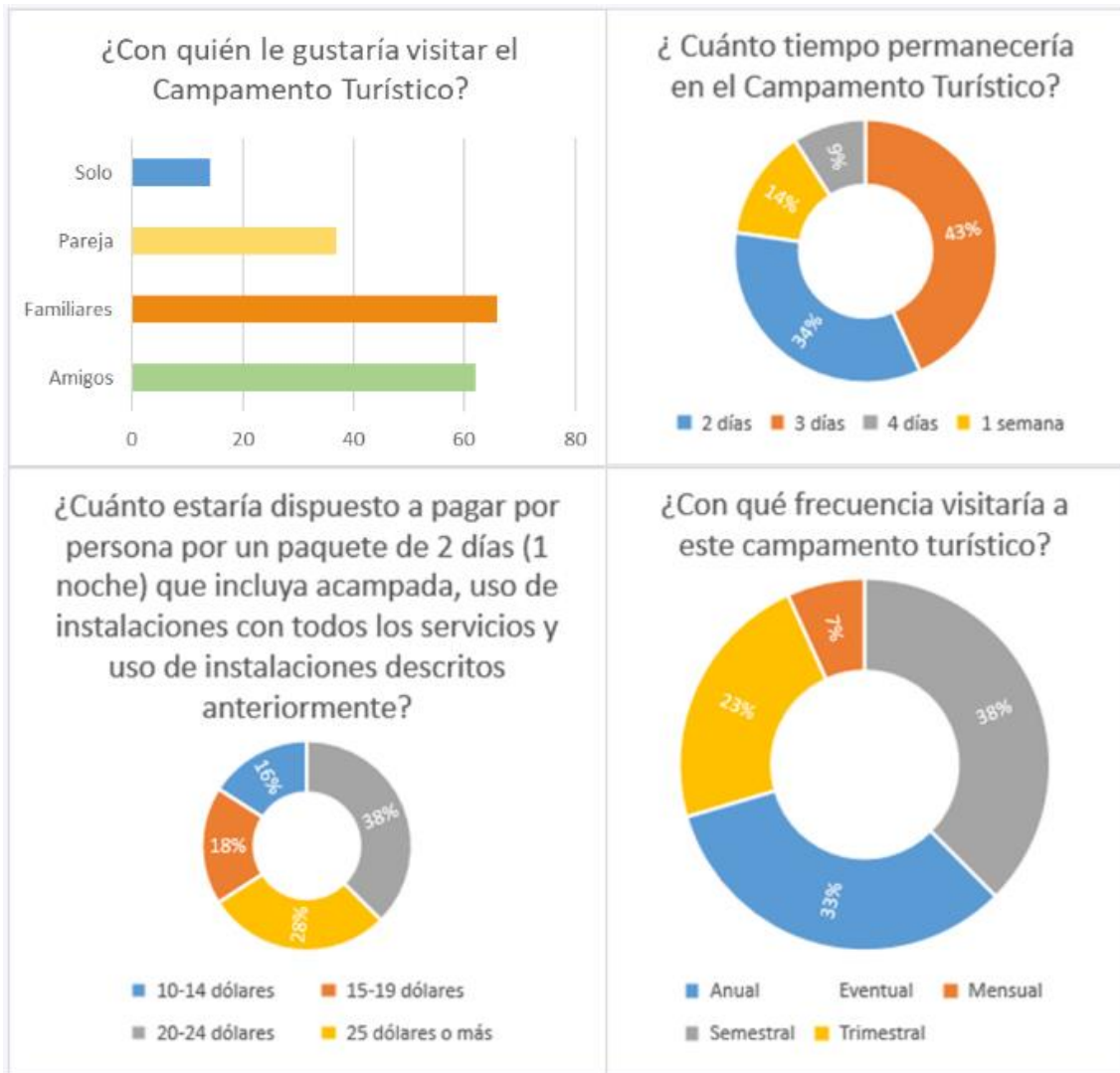


Figura 6: Intención, duración, precio y frecuencia de compra – segmento de edad 16-24  
Elaboración propia

En cuanto a su intención de visitar un establecimiento de campamento turístico, este grupo ha mencionado que su visita la realizaría con familiares y amigos, y en menor número acompañados de una pareja o solos. Un 43% de los encuestados de este grupo mencionó que permanecería en el Campamento Turístico 3 días, seguido de un 34% que seleccionó la opción de hospedarse por 2 días. Así mismo, un 38% de los encuestados visitaría el campamento de manera semestral, seguido de un 33% que tendría la intención de hacer una visita anual.

En cuanto a precios, un 38% de los encuestados de este grupo estaría dispuesto a pagar entre 20 y 24 dólares por persona por una noche de alojamiento que incluya acampada, uso de instalaciones del establecimiento y acceso a servicios como restaurante, duchas, área de parrillas, actividades recreativas, entre otras seleccionadas.

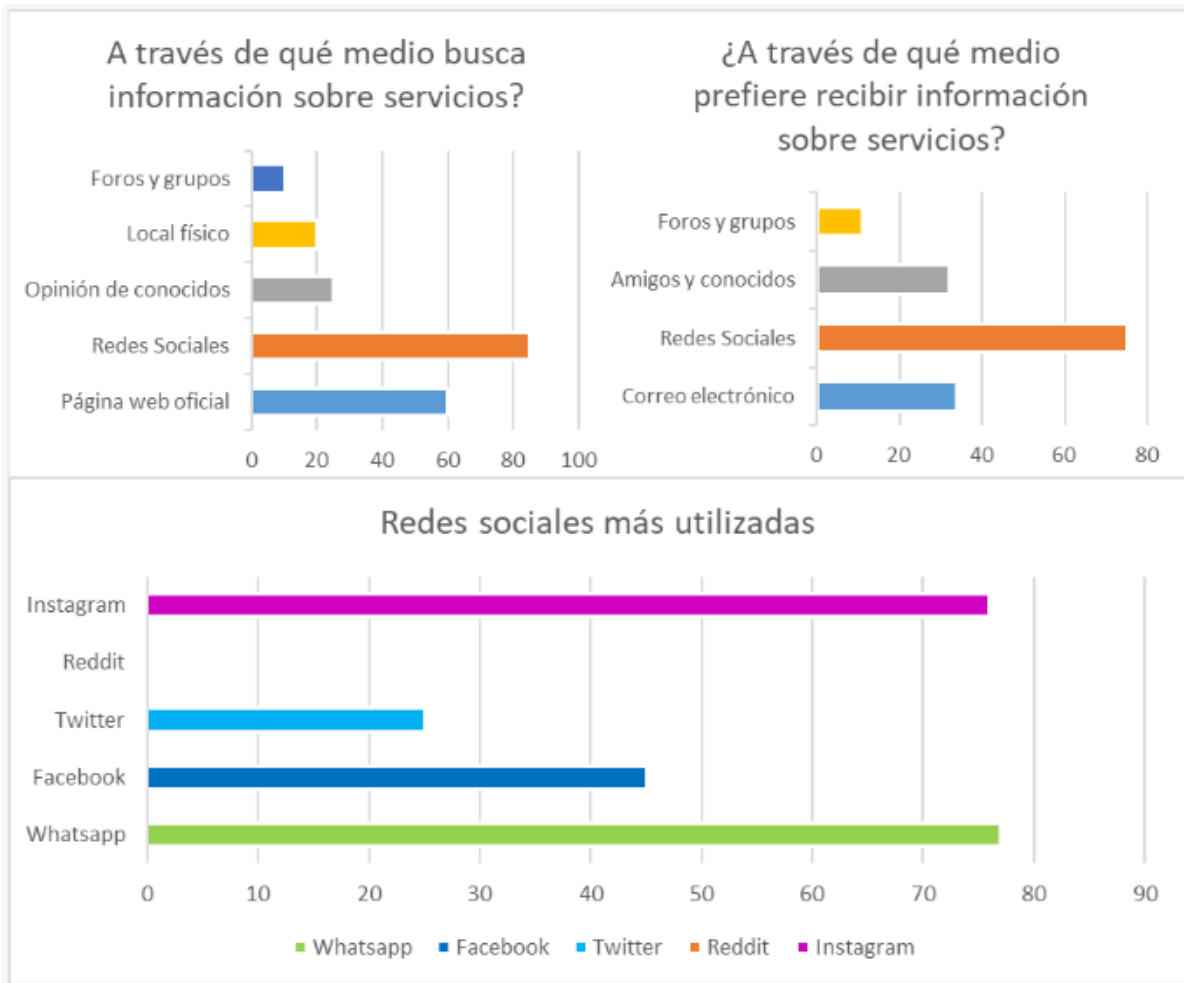


Figura 7: Medios de contacto – segmento de edad 16-24  
Elaboración propia

Los encuestados de entre 16 a 24 años indicaron que buscan información de servicios en redes sociales y páginas web oficiales respectivamente y prefieren recibir información de la oferta de servicios a través de redes sociales, siendo las redes sociales más utilizadas WhatsApp e Instagram, seguidas por Facebook.



#### 4.2.2.2.2. De 25 a 33 años

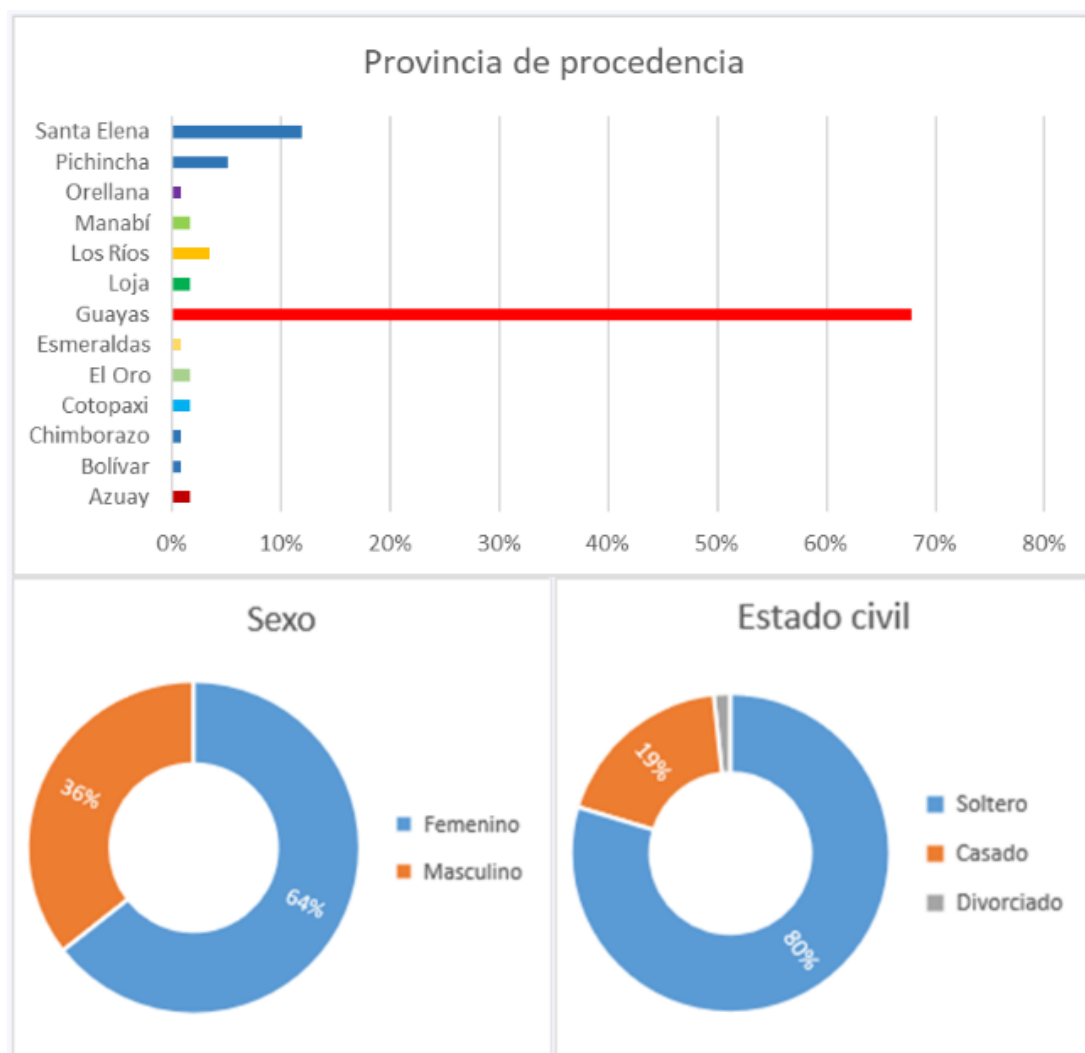


Figura 8: Datos etnográficos de personas encuestadas – segmento de edad 25-33  
Elaboración propia

De los encuestados en el rango de edad de 25 a 33 años, un total de 118 personas, en su mayoría fueron personas cuya residencia se encuentra fijada en la provincia del Guayas, seguido de la provincia de Santa Elena. En este segmento hubo una participación del 64% de sexo femenino en la encuesta y 80% de ellos de estado civil soltero.

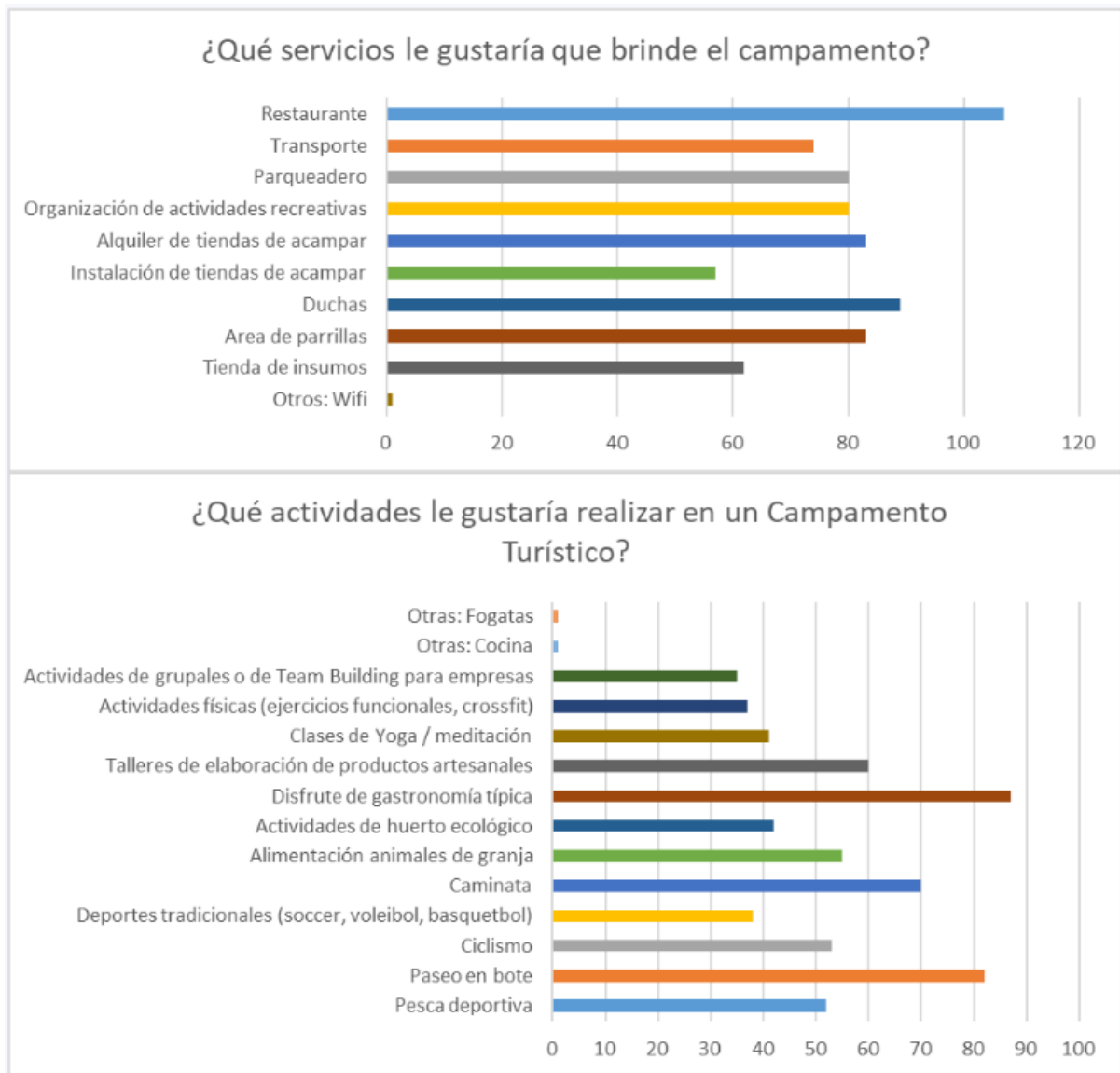


Figura 9: Servicios y actividades de preferencia – segmento de edad 25-33  
Elaboración propia

Entre los servicios más requeridos por este grupo, como complemento al servicio de campamento, se encuentran: restaurante, duchas, área de parrillas, alquiler de tiendas de acampar, parqueadero y organización de actividades recreativas, en ese orden, entre otras.

En cuanto a las actividades más demandadas para realizar en el establecimiento, este grupo menciona el disfrute de gastronomía típica, paseos en bote, caminata, talleres de productos artesanales, alimentación de animales de granja, ciclismo, entre otros.

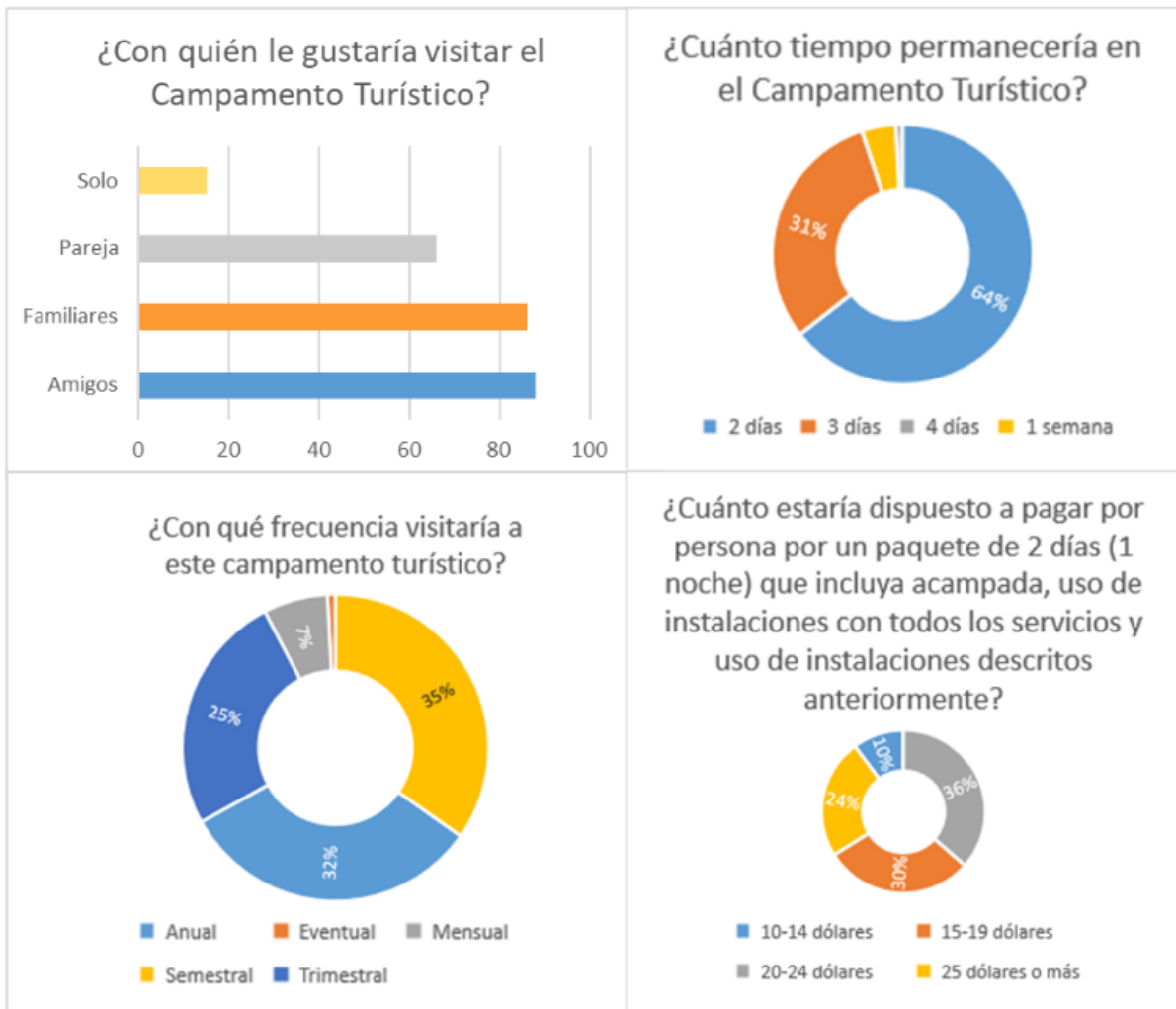


Figura 10: Intención, duración, precio y frecuencia de compra – segmento de edad 25-33  
Elaboración propia

En cuanto a su intención de visitar un establecimiento de campamento turístico, este grupo ha mencionado que su visita la realizaría con amigos y familiares, y en menor número acompañados de una pareja o solos. Un 64% de los encuestados de este grupo mencionó que permanecería en el Campamento Turístico 2 días, seguido de un 31% que seleccionó la opción de hospedarse por 3 días. Así mismo, un 35% de los encuestados visitaría el campamento de manera semestral, seguido de un 32% que tendría la intención de hacer una visita anual.

En cuanto a precios, un 36% de los encuestados de este grupo estaría dispuesto a pagar entre 20 y 24 dólares por persona por una noche de alojamiento que incluya acampada, uso de instalaciones del establecimiento y acceso a servicios como restaurante, duchas, área de parrillas, actividades recreativas, entre otras seleccionadas. Un 30% estaría dispuesto a pagar entre 15 y 19 dólares y un 24% pagaría 25 dólares o más.

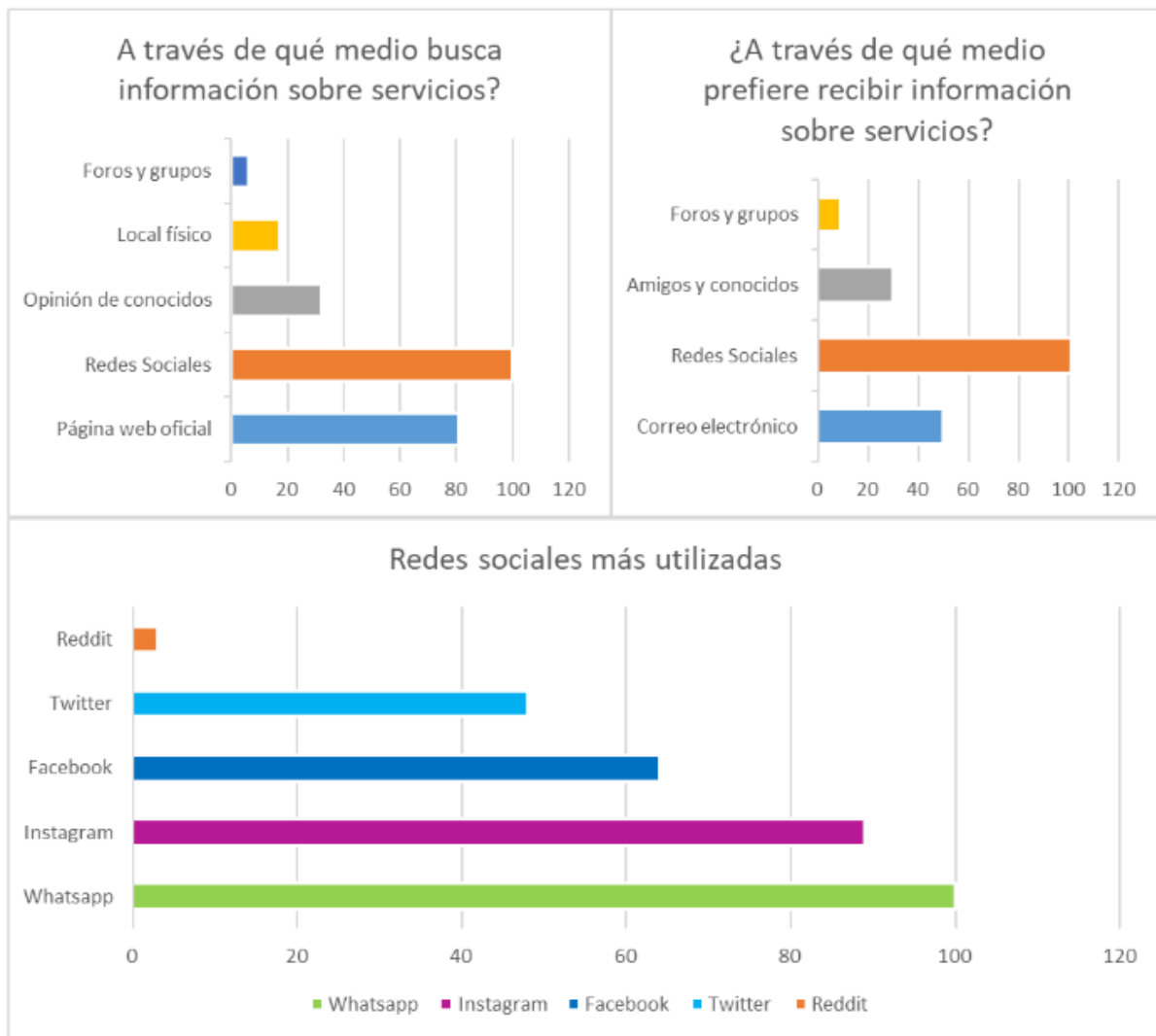


Figura 11: Medios de contacto – segmento de edad 25-33  
Elaboración propia

Los encuestados de entre 25 a 33 años indicaron que buscan información de servicios en redes sociales y páginas web oficiales respectivamente y prefieren recibir información de la oferta de servicios a través de redes sociales, siendo las redes sociales más utilizadas WhatsApp e Instagram, seguidas por Facebook.

#### 4.2.2.2.3. De 34 a 42 años

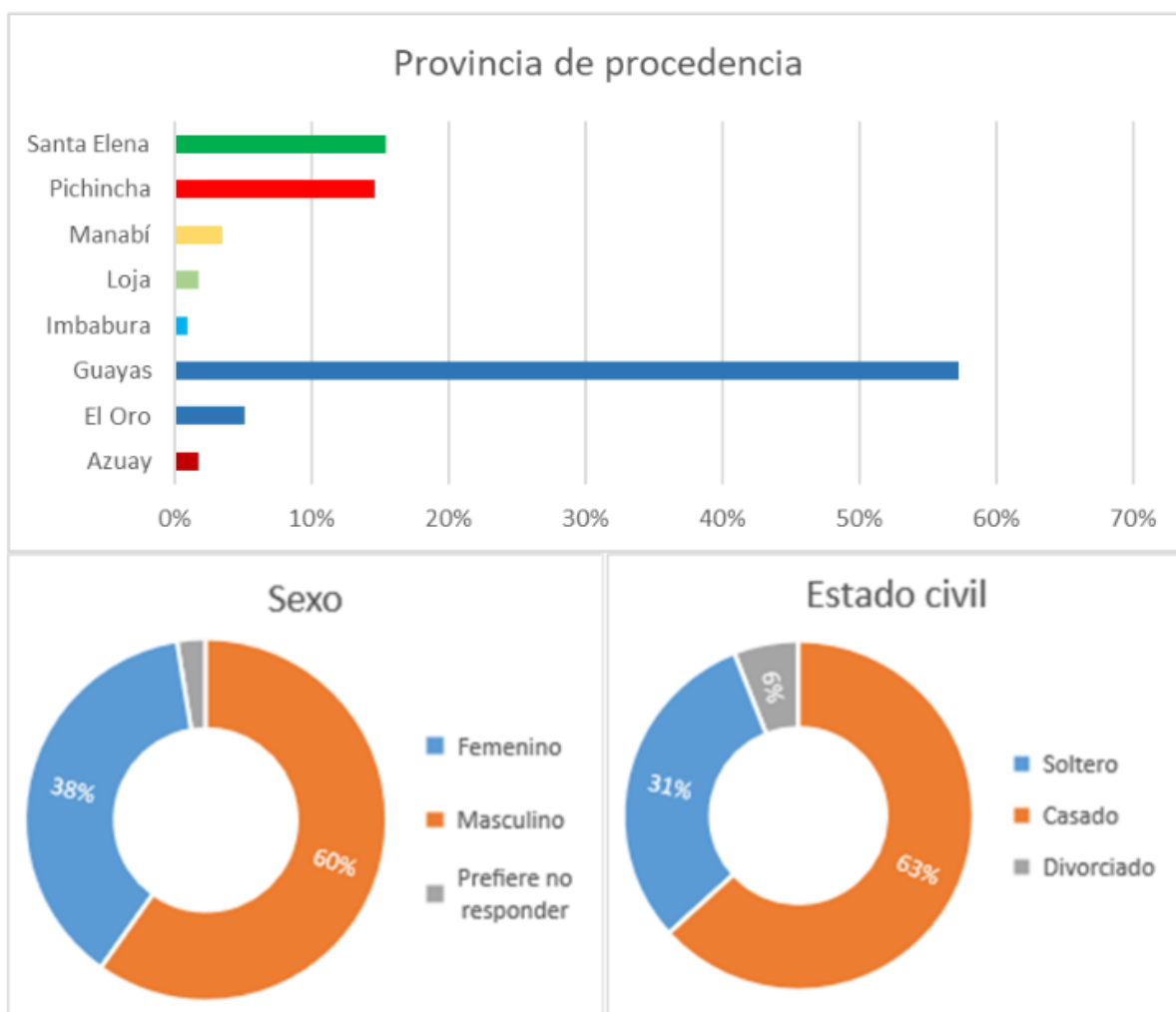


Figura 12: Datos etnográficos de personas encuestadas – segmento de edad 34-42  
Elaboración propia

De los encuestados en el rango de edad de 34 a 42 años, un total de 117 personas, en su mayoría fueron personas cuya residencia se encuentra fijada en la provincia del Guayas, seguido de la provincia de Santa Elena y Pichincha. En este segmento hubo una participación del 36% de sexo femenino y 60% masculino en la encuesta; en cuanto al estado civil, 63% de ellos son casados y un 32% de estado civil soltero.

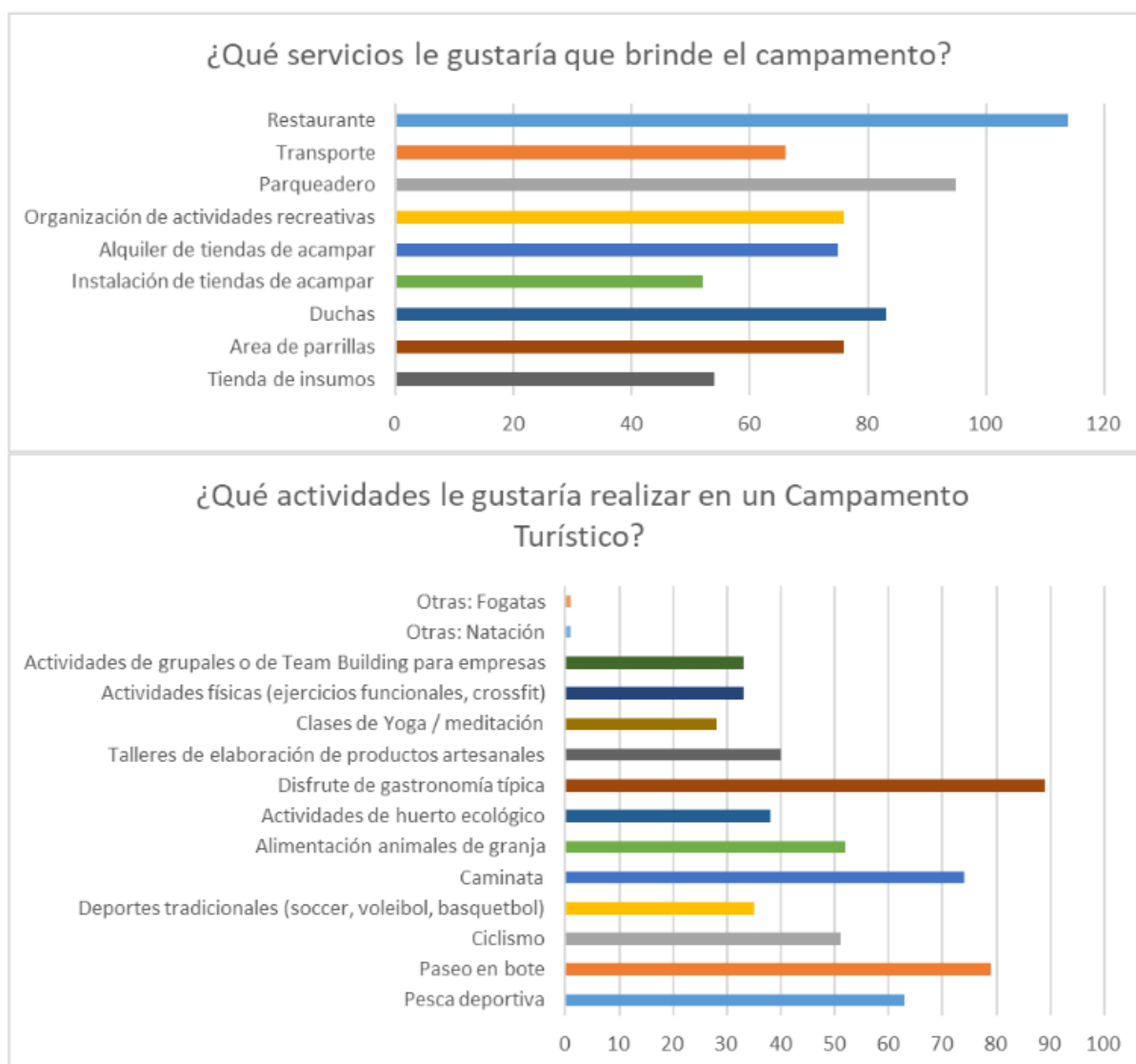


Figura 13: Servicios y actividades de preferencia – segmento de edad 34-42  
Elaboración propia

Entre los servicios más requeridos por este grupo, como complemento al servicio de campamento, se encuentran: restaurante, parqueadero, duchas, área de parrillas, alquiler de tiendas de acampar, parqueadero y organización de actividades recreativas, en ese orden, entre otras.

En cuanto a las actividades más demandadas para realizar en el establecimiento, este grupo menciona el disfrute de gastronomía típica, paseos en bote, caminata, pesca deportiva, alimentación de animales de granja, ciclismo, entre otros.

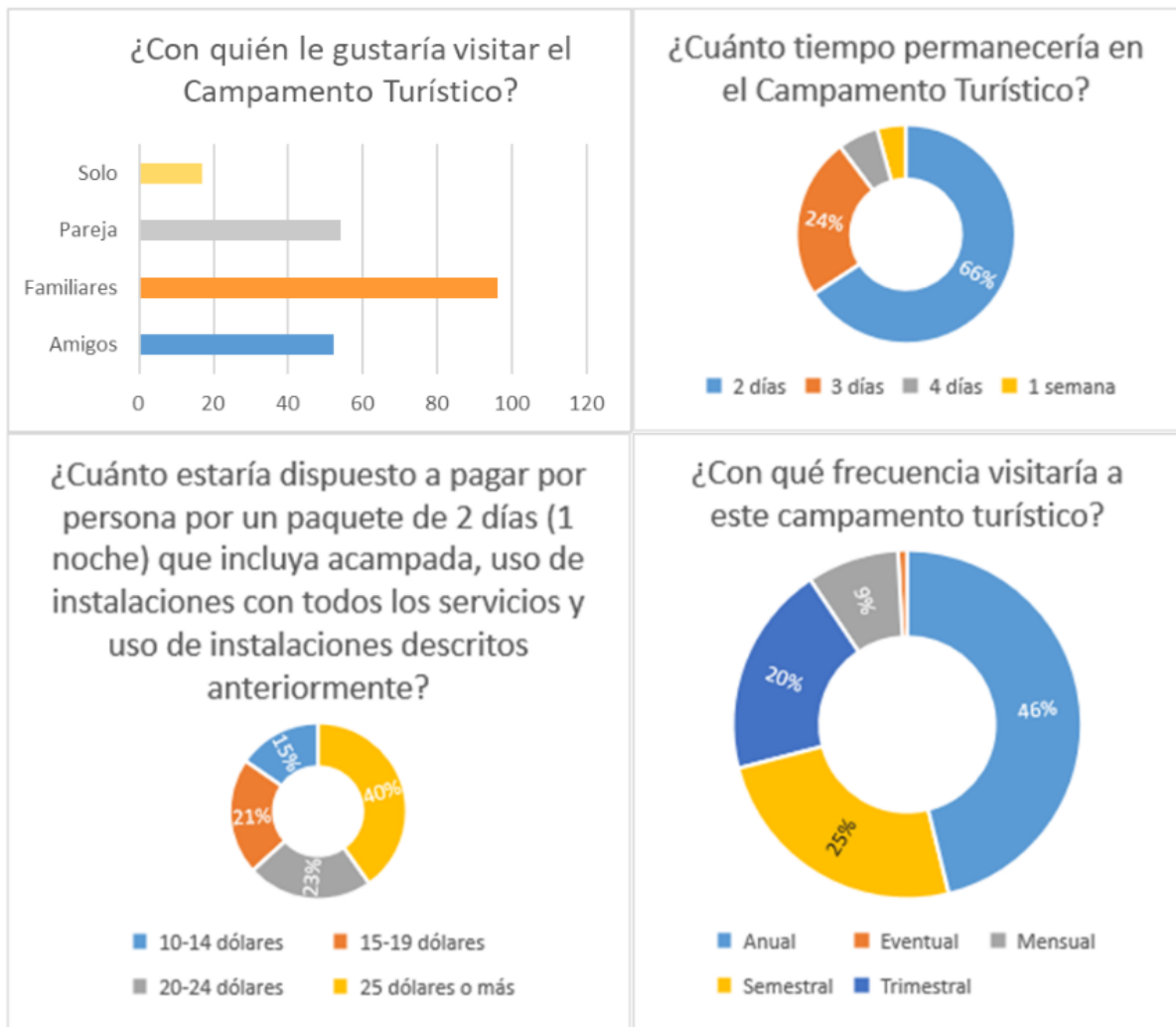


Figura 14: Intención, duración, precio y frecuencia de compra – segmento de edad 34-42  
Elaboración propia

En cuanto a su intención de visitar un establecimiento de campamento turístico, este grupo ha mencionado que su visita la realizaría con familiares, y en menor número acompañados de amigos, pareja o solos. Un 66% de los encuestados de este grupo mencionó que permanecería en el Campamento Turístico 2 días, seguido de un 24% que seleccionó la opción de hospedarse por 3 días. Así mismo, un 46% de los encuestados visitaría el campamento de manera anual, seguido de un 25% que tendría la intención de hacer una visita semestral.

En cuanto a precios, un 40% de los encuestados de este grupo estaría dispuesto a pagar 25 dólares o más por persona por una noche de alojamiento que incluya acampada, uso de instalaciones del establecimiento y acceso a servicios como restaurante, duchas, área de parrillas, actividades recreativas, entre otras seleccionadas. Un 23% estaría dispuesto a pagar entre 20 y 24 dólares.

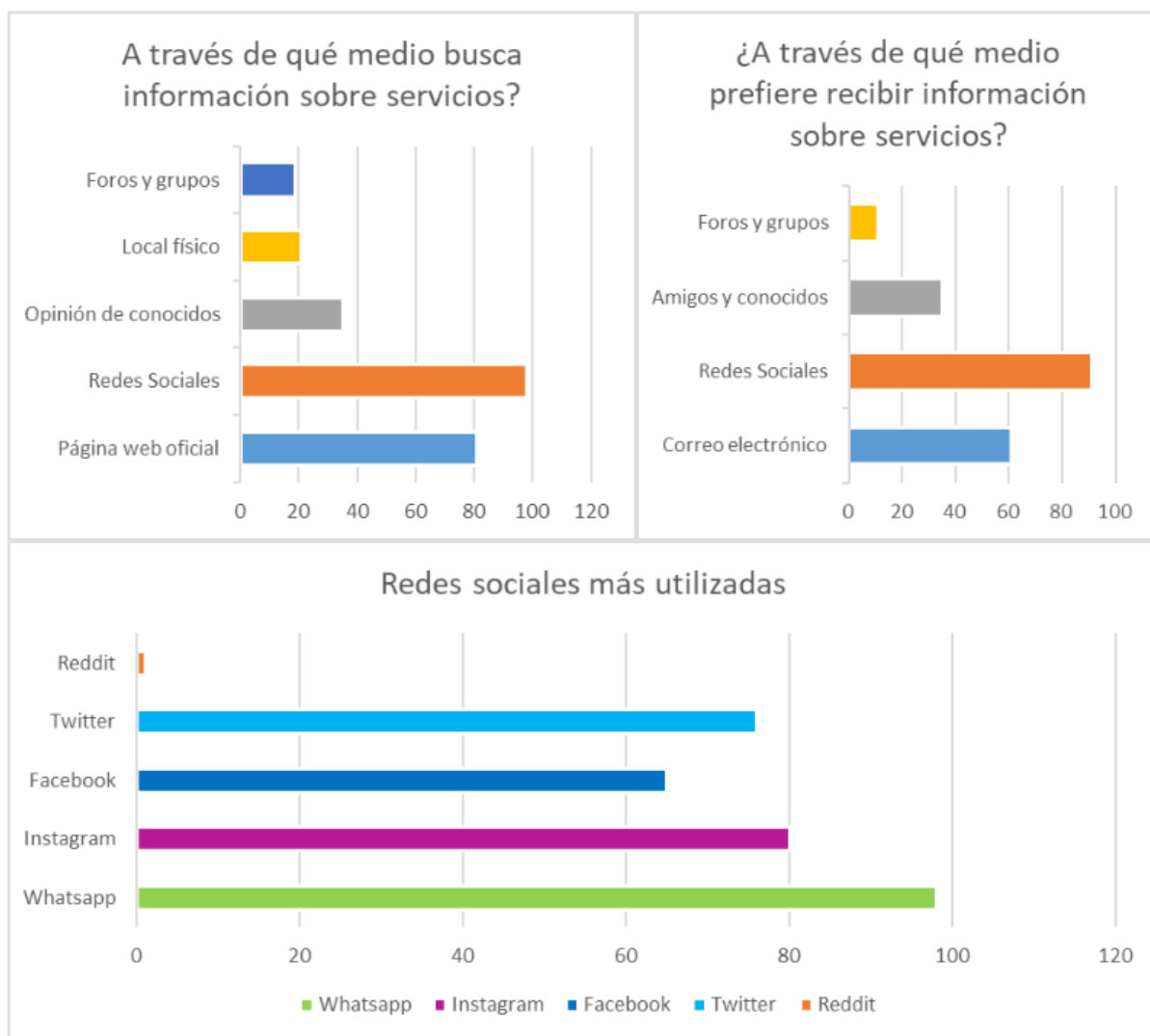


Figura 15: Medios de contacto – segmento de edad 34-42  
Elaboración propia

Los encuestados de entre 34 a 42 años indicaron que buscan información de servicios en redes sociales y páginas web oficiales respectivamente y prefieren recibir información de la oferta de servicios a través de redes sociales y correo electrónico, siendo las redes sociales más utilizadas WhatsApp e Instagram y Twitter.



#### 4.2.2.2.4. De 43 a 51 años

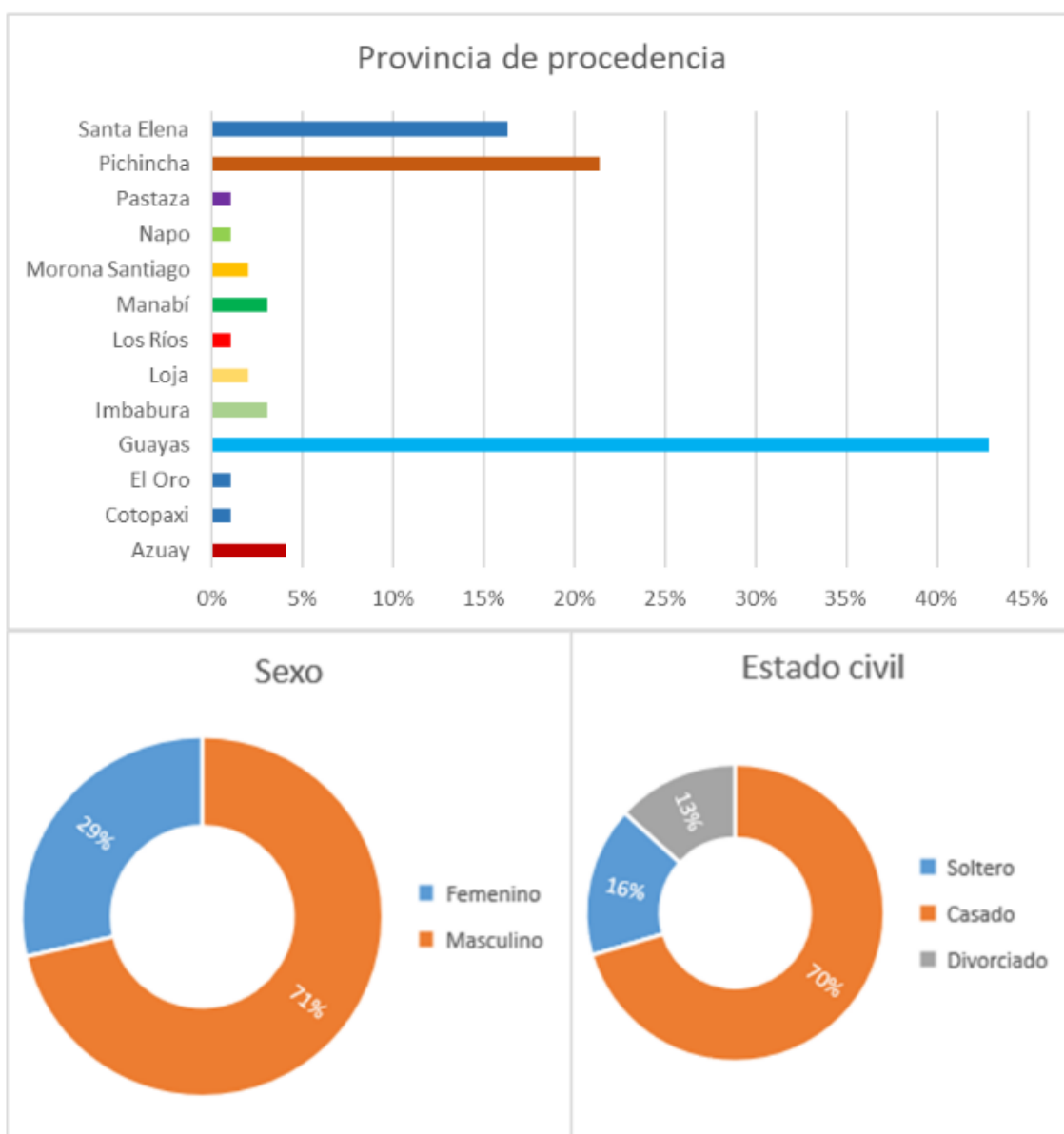


Figura 16: Datos etnográficos de personas encuestadas – segmento de edad 43-51  
Elaboración propia

De los encuestados en el rango de edad de 43 a 51 años, un total de 98 personas, en su mayoría fueron personas cuya residencia se encuentra fijada en la provincia del Guayas, seguido de las provincias de Pichincha y Santa Elena. En este segmento hubo una participación del 29% de sexo femenino y 71% masculino en la encuesta; en cuanto al estado civil, 70% de ellos son casados, un 16% de estado civil soltero.

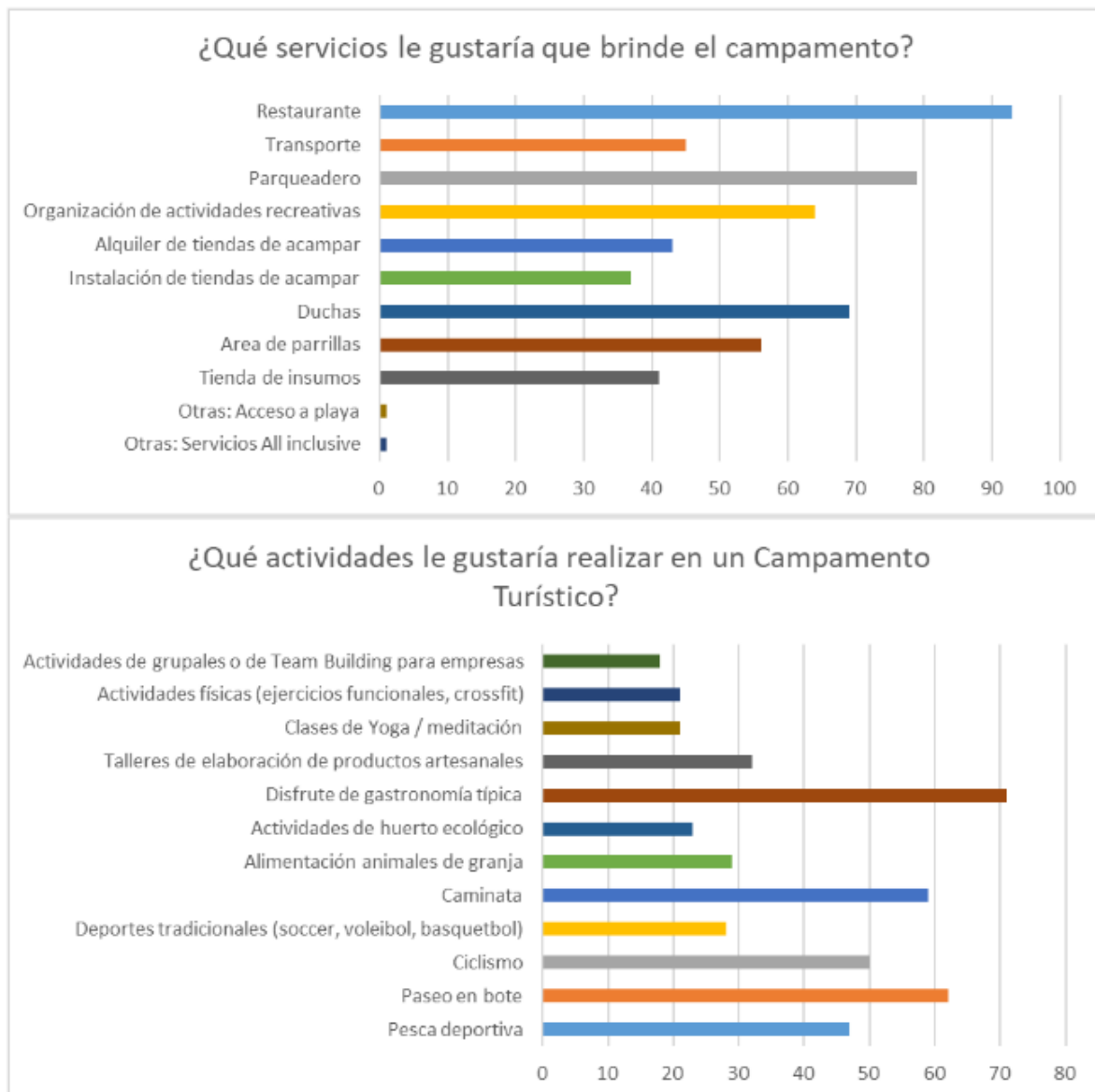


Figura 17: Servicios y actividades de preferencia – segmento de edad 43-51  
Elaboración propia

Entre los servicios más requeridos por este grupo, como complemento al servicio de campamento, se encuentran: restaurante, parqueadero, duchas, organización de actividades recreativas y área de parrillas en ese orden, entre otras.

En cuanto a las actividades más demandadas para realizar en el establecimiento, este grupo menciona el disfrute de gastronomía típica, paseos en bote, caminata, ciclismo, pesca deportiva, entre otros.

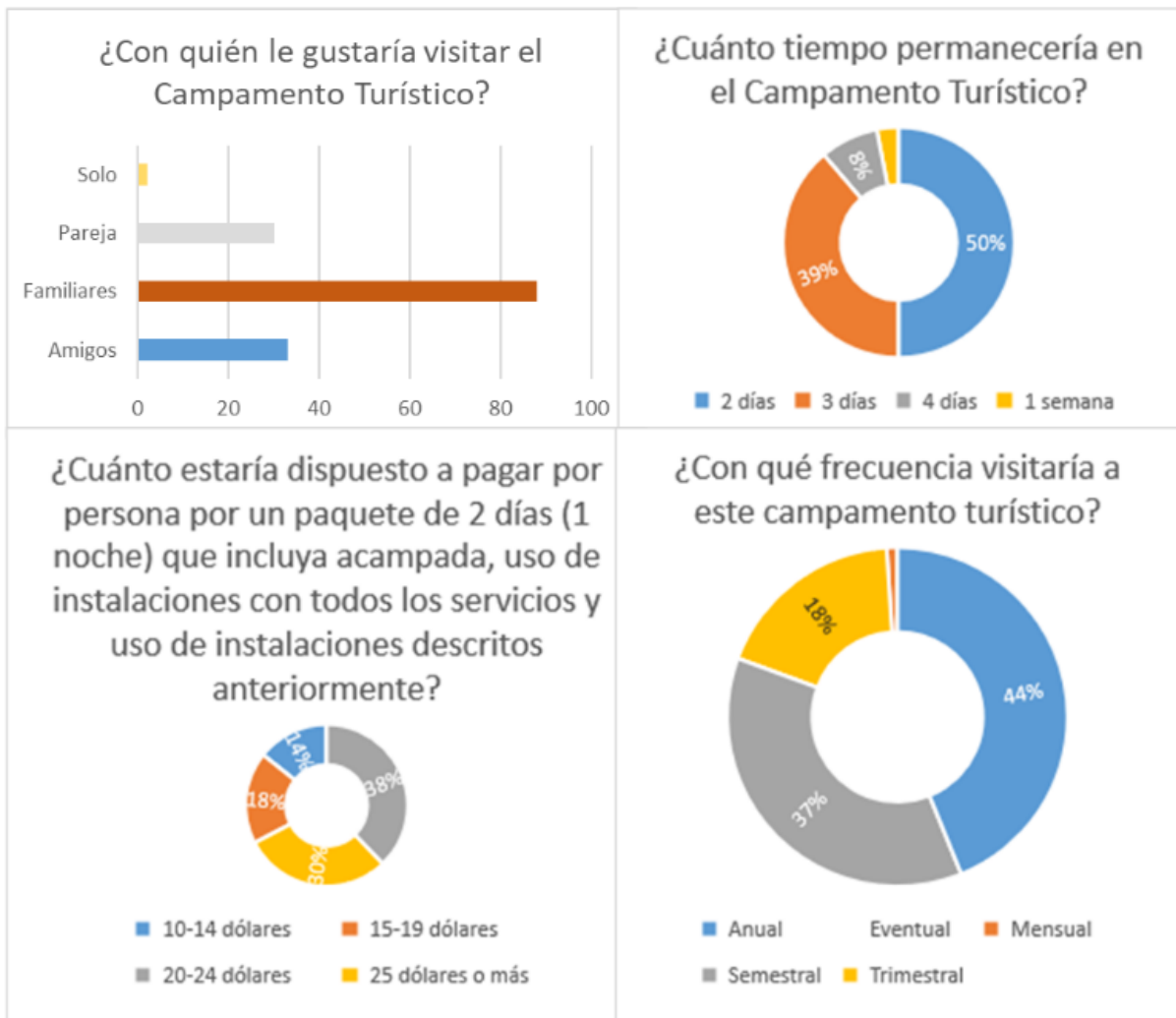


Figura 18: Intención, duración, precio y frecuencia de compra – segmento de edad 43-51  
Elaboración propia

En cuanto a su intención de visitar un establecimiento de campamento turístico, este grupo ha mencionado que su visita la realizaría con familiares, y en menor número acompañados de amigos, pareja o solos. Un 50% de los encuestados de este grupo mencionó que permanecería en el Campamento Turístico 2 días, seguido de un 39% que seleccionó la opción de hospedarse por 3 días. Así mismo, un 44% de los encuestados visitaría el campamento de manera anual, seguido de un 37% que tendría la intención de hacer una visita semestral.

En cuanto a precios, un 38% de los encuestados de este grupo estaría dispuesto a pagar entre 20 y 24 dólares por persona por una noche de alojamiento que incluya acampada, uso de instalaciones del establecimiento y acceso a servicios como restaurante, duchas, área de parrillas, actividades recreativas, entre otras seleccionadas. Un 30% estaría dispuesto a pagar 25 dólares o más.

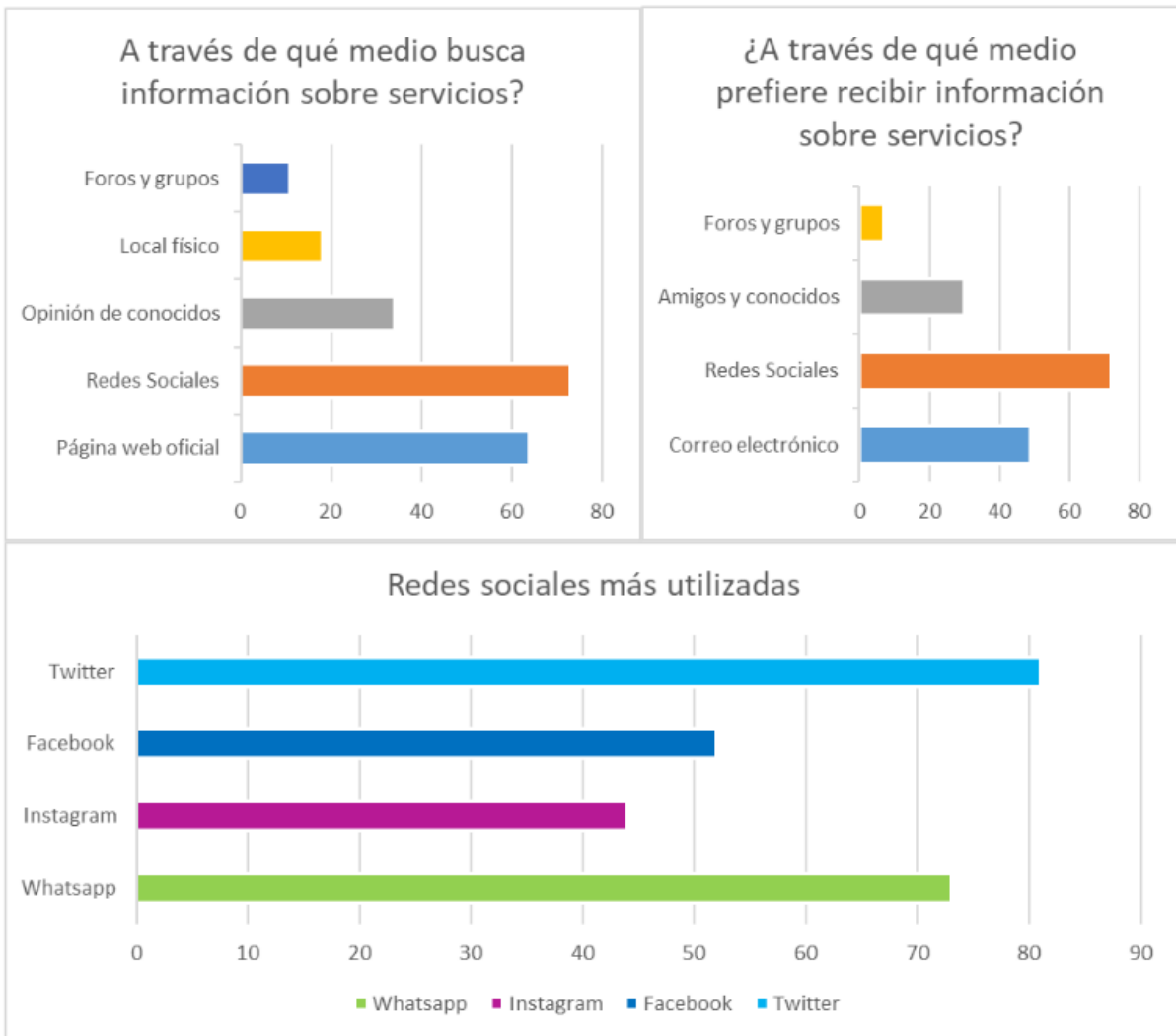


Figura 19: Medios de contacto – segmento de edad 43-51  
Elaboración propia

Los encuestados de entre 43 a 51 años indicaron que buscan información de servicios en redes sociales y páginas web oficiales respectivamente y prefieren recibir información de la oferta de servicios a través de redes sociales y correo electrónico, siendo las redes sociales más utilizadas WhatsApp, Twitter y Facebook.

#### 4.2.2.2.5. De 52 a 60 años

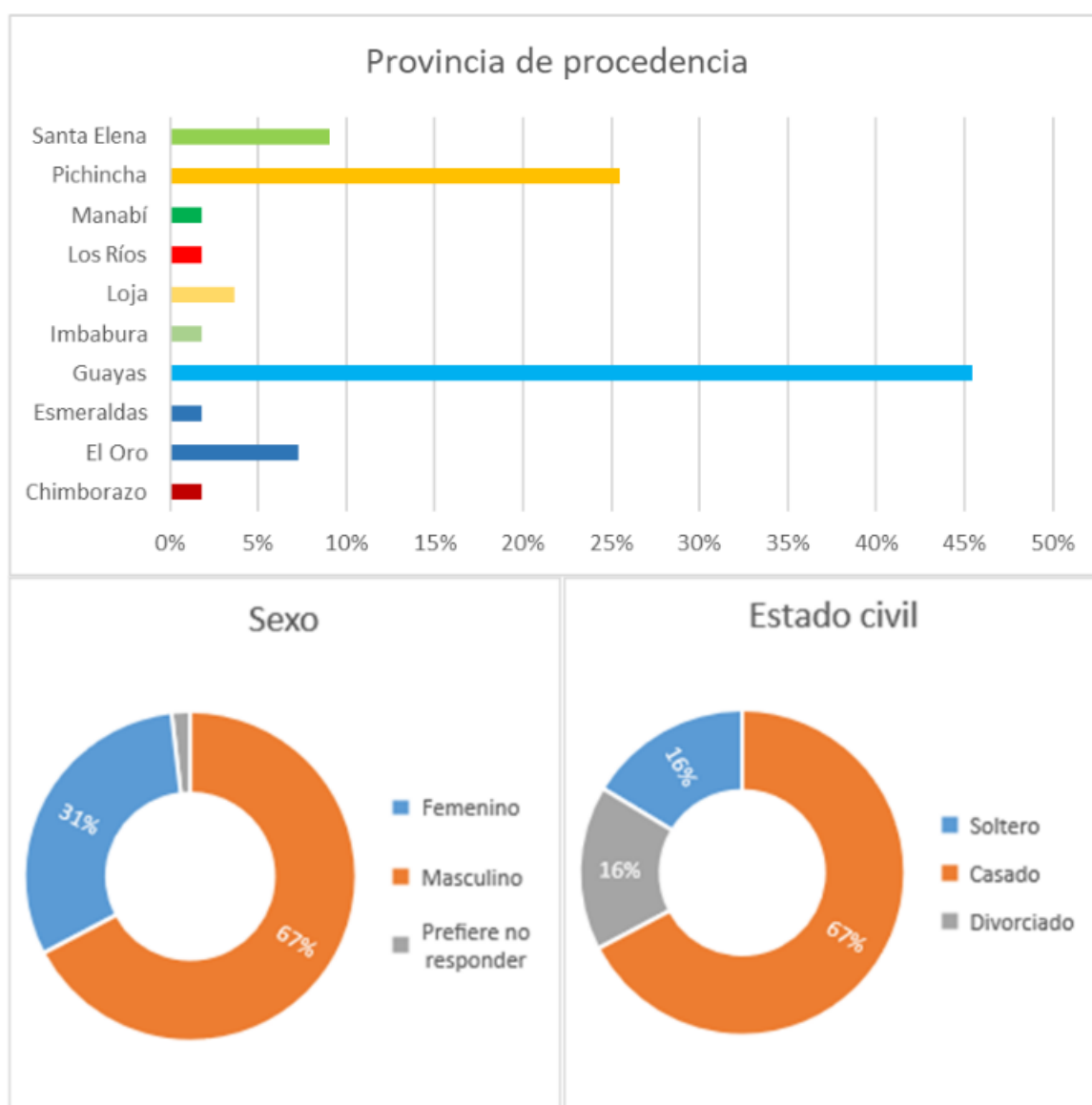


Figura 20: Datos etnográficos de personas encuestadas – segmento de edad 52-60  
Elaboración propia

De los encuestados en el rango de edad de 52 a 60 años, un total de 55 personas, en su mayoría fueron personas cuya residencia se encuentra fijada en la provincia del Guayas, seguido de las provincias de Pichincha y Santa Elena. En este segmento hubo una participación del 67% de sexo masculino y 31% femenino en la encuesta; en cuanto al estado civil, 67% de ellos son casados, un 16% de estado civil soltero.

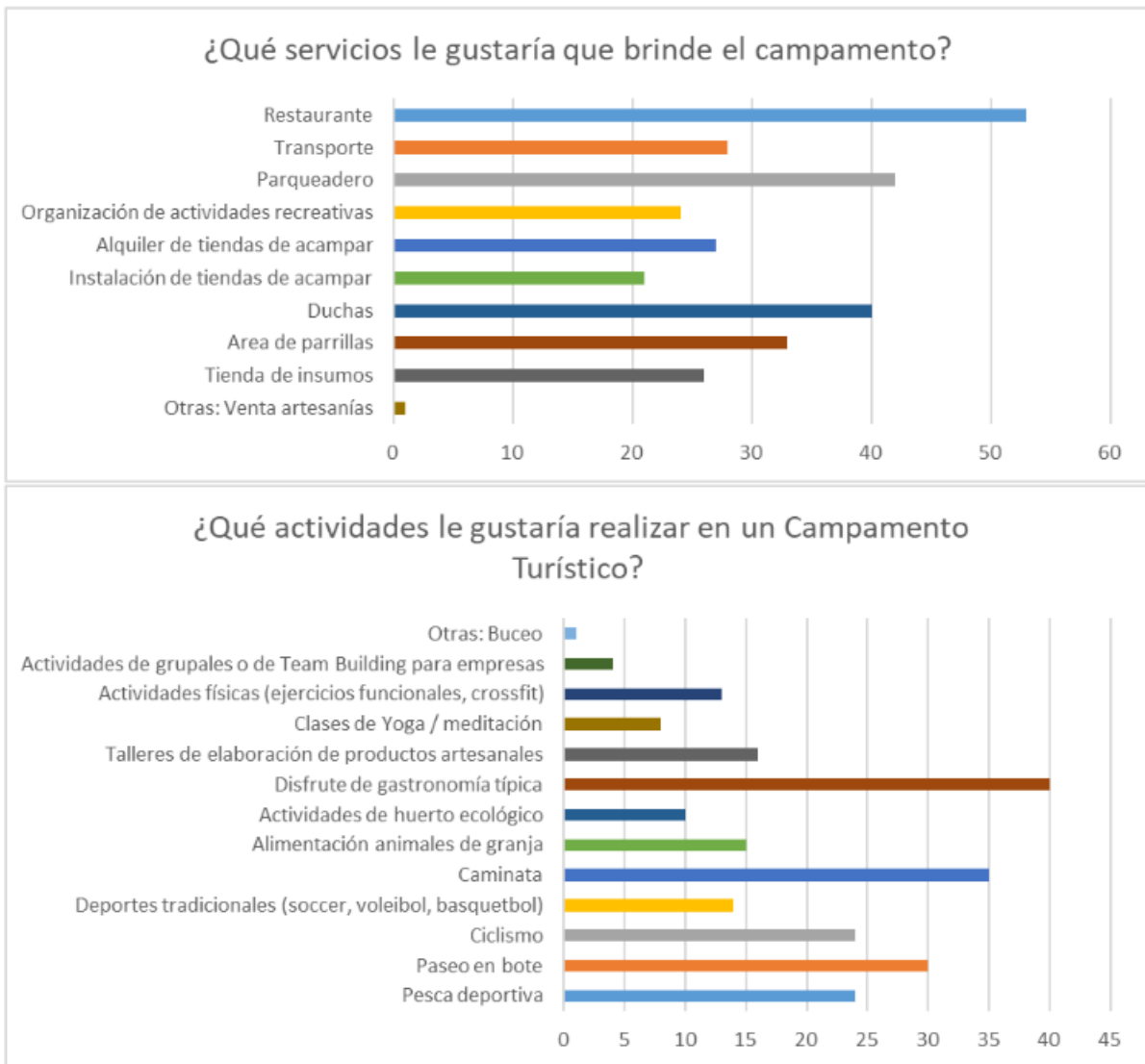


Figura 21: Servicios y actividades de preferencia – segmento de edad 52-60  
Elaboración propia

Entre los servicios más requeridos por este grupo, como complemento al servicio de campamento, se encuentran: restaurante, parqueadero, duchas, área de parrillas, alquiler de tiendas de acampar, tienda de insumos, en ese orden, entre otras.

En cuanto a las actividades más demandadas para realizar en el establecimiento, este grupo menciona el disfrute de gastronomía típica, caminata, paseos en bote, ciclismo, pesca deportiva, entre otros.

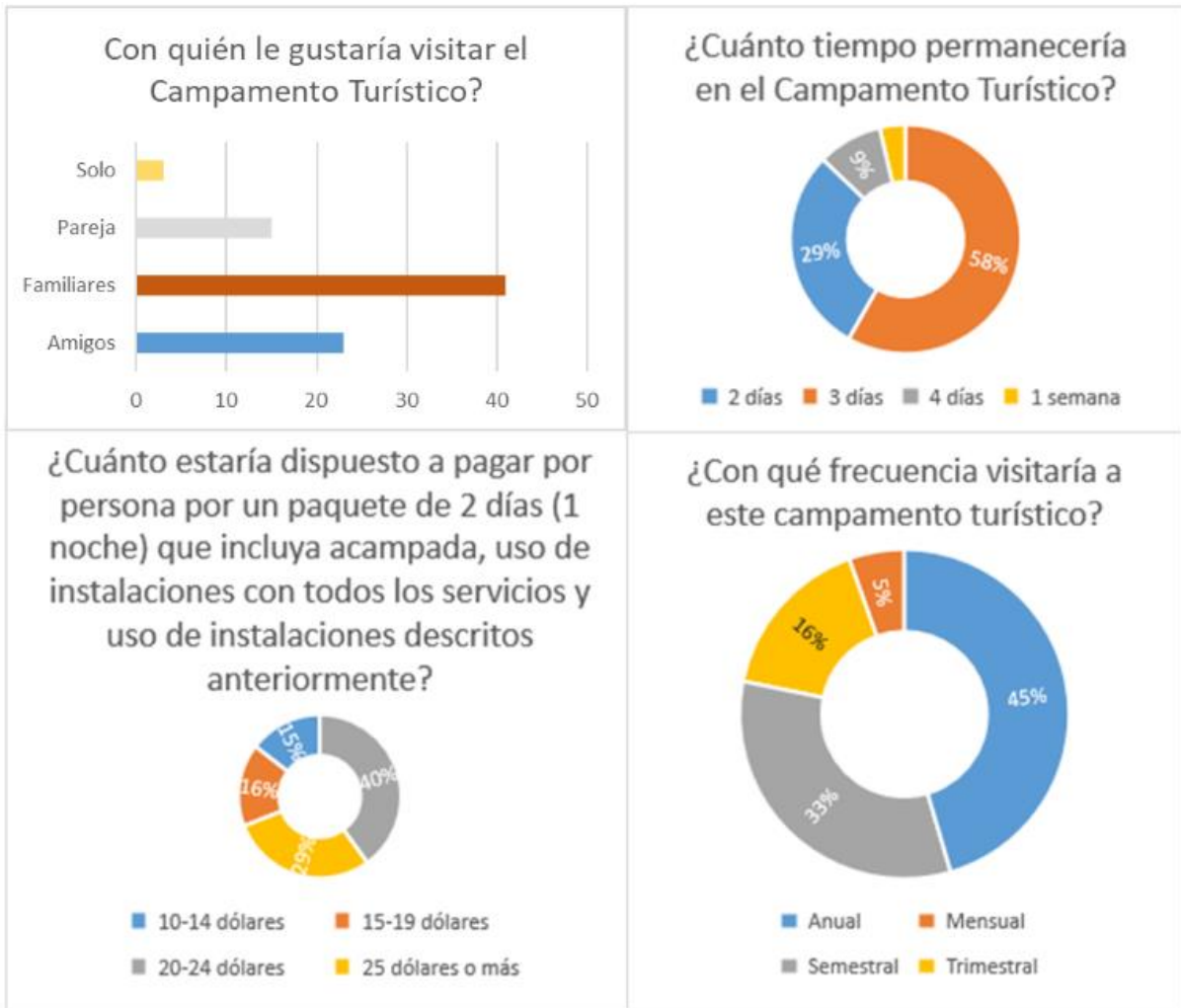


Figura 22: Intención, duración, precio y frecuencia de compra – segmento de edad 52-60  
Elaboración propia

En cuanto a su intención de visitar un establecimiento de campamento turístico, este grupo ha mencionado que su visita la realizaría con familiares, y en menor número acompañados de amigos, pareja o solos. Un 58% de los encuestados de este grupo mencionó que permanecería en el Campamento Turístico 3 días, seguido de un 29% que seleccionó la opción de hospedarse por 2 días. Así mismo, un 45% de los encuestados visitaría el campamento de manera anual, seguido de un 33% que tendría la intención de hacer una visita semestral.

En cuanto a precios, un 40% de los encuestados de este grupo estaría dispuesto a pagar entre 20 y 24 dólares por persona por una noche de alojamiento que incluya acampada, uso de instalaciones del establecimiento y acceso a servicios como restaurante, duchas, área de parrillas, actividades recreativas, entre otras seleccionadas. Un 29% estaría dispuesto a pagar 25 dólares o más.

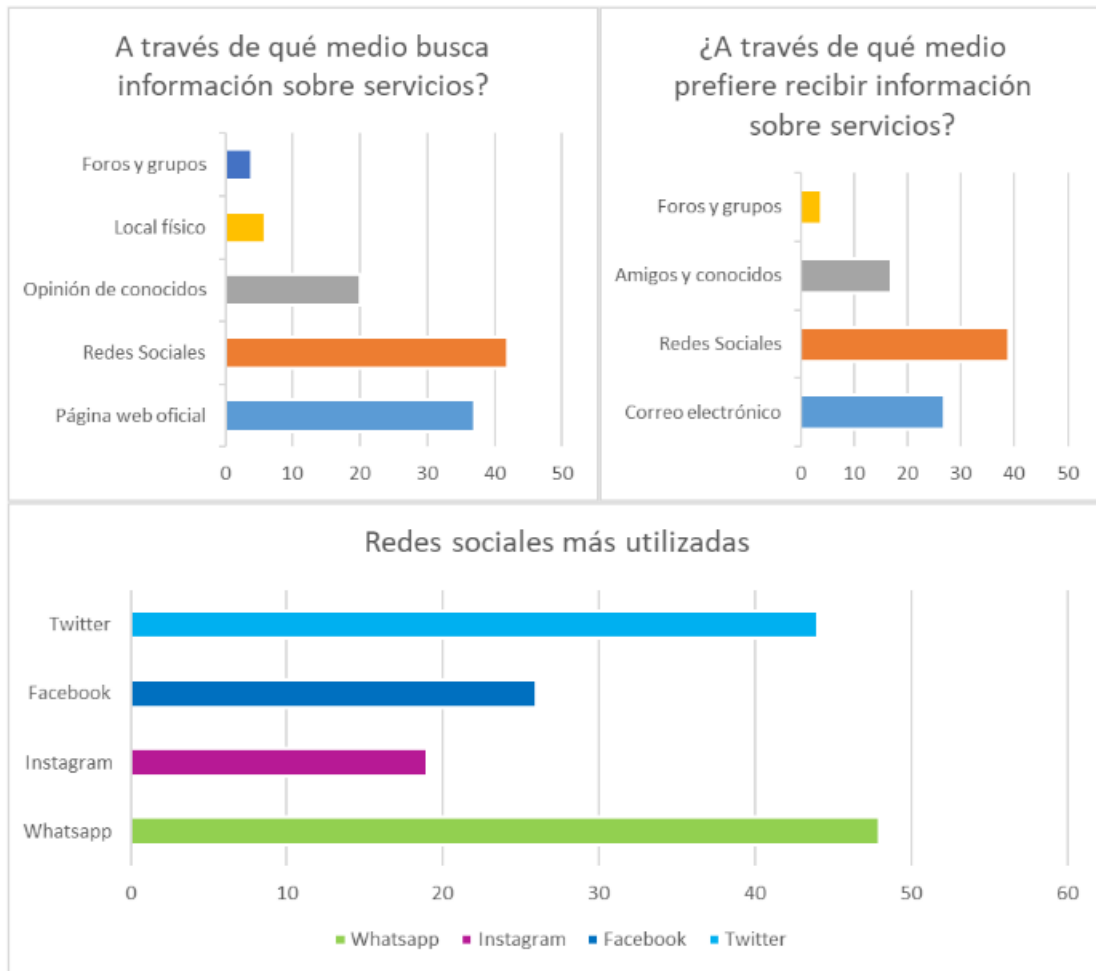


Figura 23: Medios de contacto – segmento de edad 52-60  
Elaboración propia

Los encuestados de entre 52 a 60 años indicaron que buscan información de servicios en redes sociales y páginas web oficiales respectivamente y prefieren recibir información de la oferta de servicios a través de redes sociales y correo electrónico, siendo las redes sociales más utilizadas WhatsApp, Twitter y Facebook.



#### 4.2.2.2.6. De 61 años en adelante

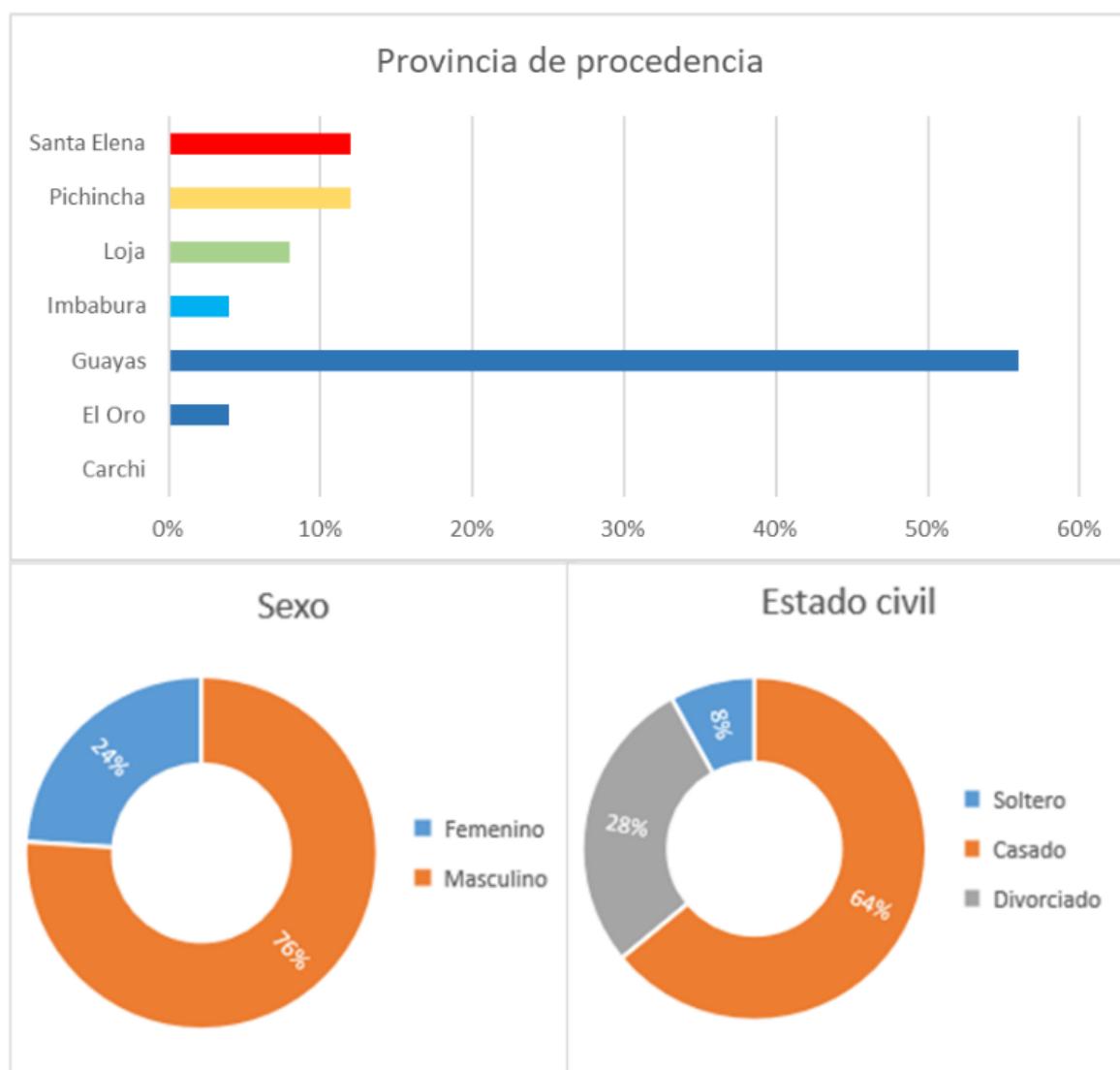


Figura 24: Datos etnográficos de personas encuestadas – segmento de edad 61 en adelante  
Elaboración propia

De los encuestados en el rango de edad de 61 años en adelante, un total de 25 personas, en su mayoría fueron personas cuya residencia se encuentra fijada en la provincia del Guayas, seguido de las provincias de Pichincha y Santa Elena. En este segmento hubo una participación del 76% de sexo masculino y 24% femenino en la encuesta; en cuanto al estado civil, 64% de ellos son casados, un 28% de estado civil divorciado.

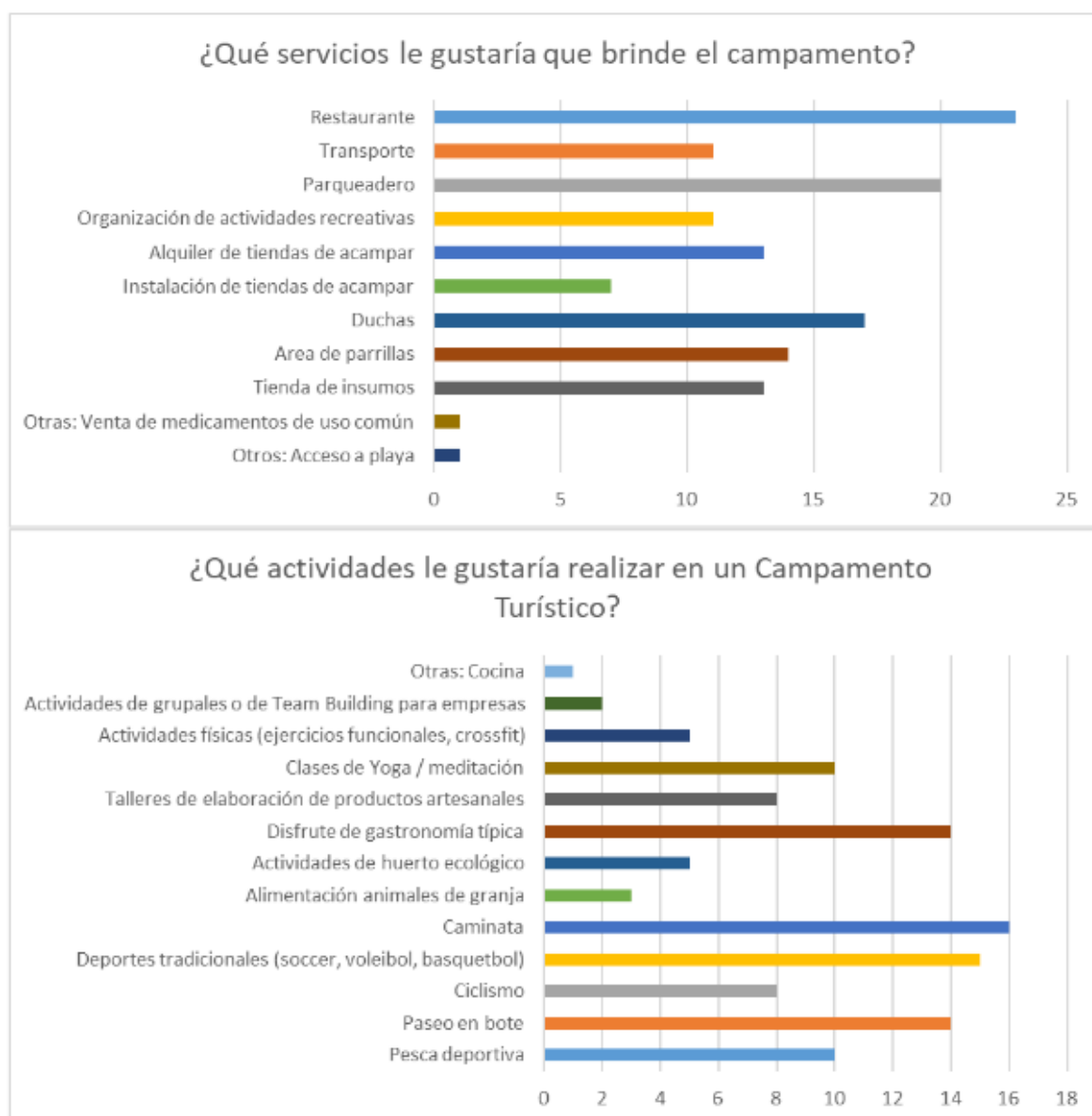


Figura 25: Servicios y actividades de preferencia – segmento de edad 61 en adelante.  
Elaboración propia

Entre los servicios más requeridos por este grupo, como complemento al servicio de campamento, se encuentran: restaurante, parqueadero, duchas, área de parrillas, tienda de insumos, alquiler de tiendas de acampar, en ese orden, entre otras.

En cuanto a las actividades más demandadas para realizar en el establecimiento, este grupo menciona el disfrute de caminata, deportes tradicionales, gastronomía típica, paseos en bote, entre otros.

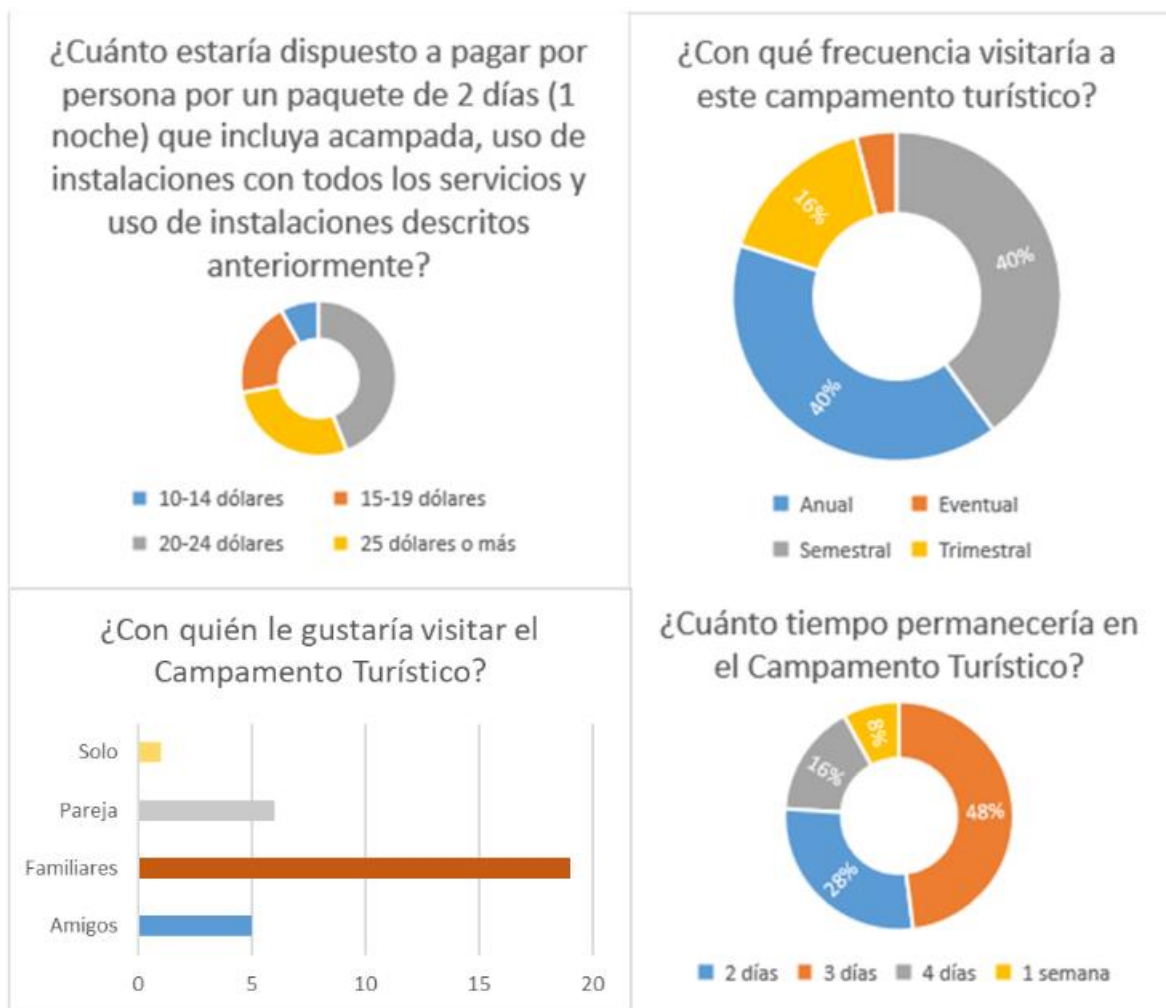


Figura 26: Intención, duración, precio y frecuencia de compra - segmento de edad 61 en adelante.

Elaboración propia

En cuanto a su intención de visitar un establecimiento de campamento turístico, este grupo ha mencionado que su visita la realizaría con familiares, y en menor número acompañados de pareja, amigos o solos. Un 48% de los encuestados de este grupo mencionó que permanecería en el Campamento Turístico 3 días, seguido de un 28% que seleccionó la opción de hospedarse por 2 días. Así mismo, un 40% de los encuestados visitaría el campamento de manera anual, y otro 40% mencionó que tendría la intención de hacer una visita semestral.

En cuanto a precios, un 44% de los encuestados de este grupo estaría dispuesto a pagar entre 20 y 24 dólares por persona por una noche de alojamiento que incluya acampada, uso de instalaciones del establecimiento y acceso a servicios como restaurante, duchas, área de parrillas, actividades recreativas, entre otras seleccionadas. Un 28% estaría dispuesto a pagar 25 dólares o más.

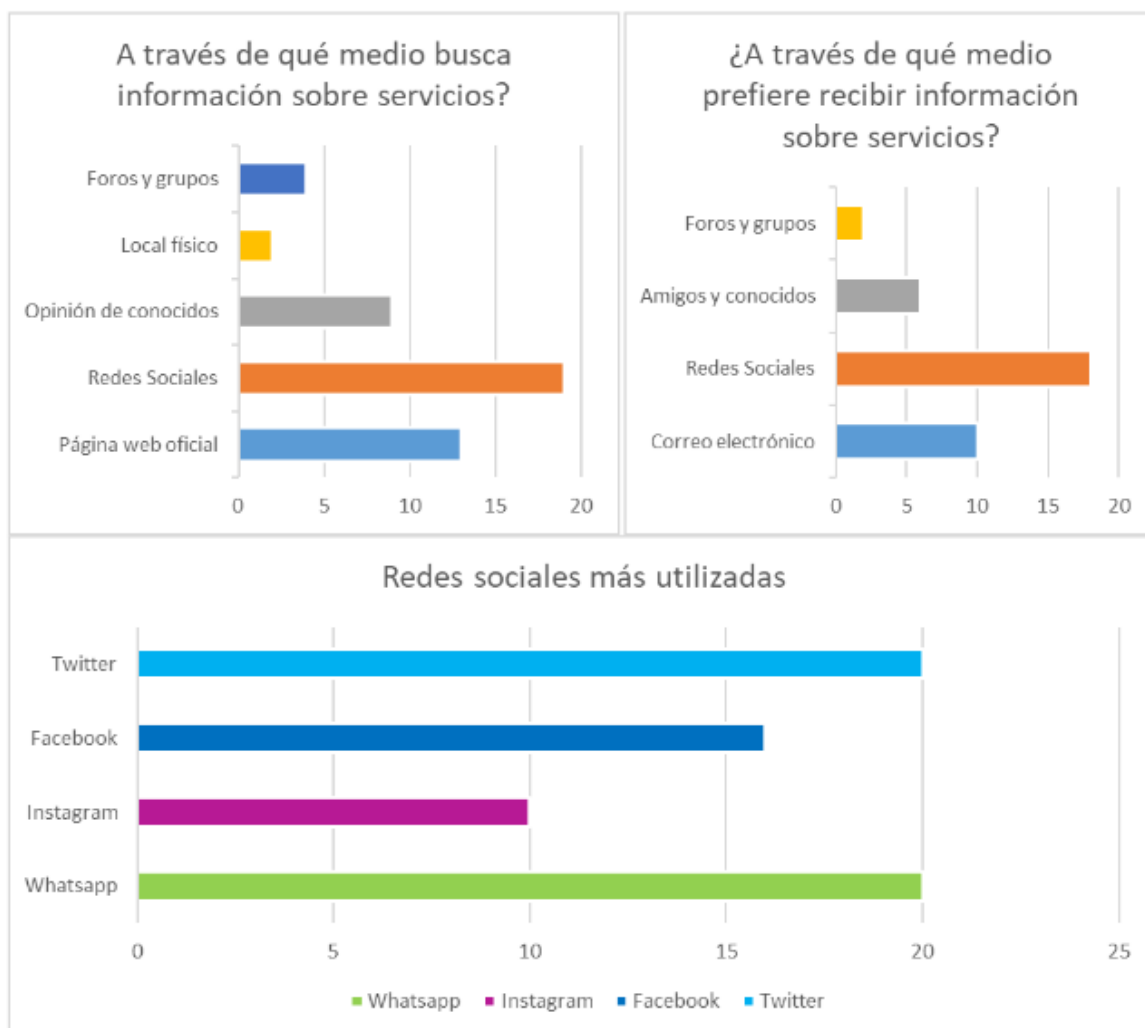


Figura 27: Medios de contacto – segmento de edad 61 en adelante.  
Elaboración propia

Los encuestados de 61 años en adelante indicaron que buscan información de servicios en redes sociales y páginas web oficiales respectivamente y prefieren recibir información de la oferta de servicios a través de redes sociales, siendo las redes sociales más utilizadas WhatsApp, Twitter y Facebook.

#### 4.2.3. Resultados de Grupo Focal

Una vez analizados los datos resultados de la encuesta, se decidió enfocar el estudio de mercado al segmento de personas entre 34 y 42 años, al ser un grupo con predisposición de pago más alta y que en su mayoría preferiría visitar el establecimiento con familiares, atendiendo también a la visión de los dueños del establecimiento en cuanto a los asistentes y el tipo de actividades a desarrollarse en el predio.

Para una segunda fase del proyecto, se recomienda incluir al segmento de edad entre 43 y 51 años que comparte similares características con el segmento elegido, el resto de los segmentos resultan interesantes por la disponibilidad de compra, sin embargo, se recomienda realizar un nuevo sondeo para verificar disponibilidad de pago una vez que el proyecto se encuentre implementado.

La realización de un grupo focal tuvo por finalidad recabar información a través del encuentro de un grupo de personas que compartan características similares entre sí.

La selección de participantes se realizó bajo la técnica de bola de nieve, tomando en consideración su edad entre los 34 y los 42 años, su residencia en la provincia del Guayas, así como su experiencia o intención de hacer uso de servicios de campamento turístico.

El grupo focal se realizó con 7 personas, el día 18 de agosto de 2022, vía Zoom. Se presentó a los participantes la localización del predio con mapas y fotografías de la zona. Además, se presentaron las actividades y servicios planificados para conocer el orden de prioridad para los participantes, al igual que el plano y la distribución de las actividades.

El objetivo del grupo focal fue confirmar los resultados de la encuesta en cuanto:

- Diseño del producto
- Actividades y servicios demandados
- Canales de comunicación
- Intención de compra, acompañantes, frecuencia y duración de estadía
- Precio de compra

Los fragmentos y la descripción de las respuestas del grupo focal se pueden revisar en el Anexo 7.

Los resultados más importantes del Grupo Focal son los siguientes:

- **Diseño del producto**

De manera unánime los participantes mencionaron que desean la oferta de café en el restaurante. Además, coincidieron en su mayoría en que la oferta del menú debería de ser platos típicos de la costa durante el desayuno y el almuerzo.

Existieron opiniones divididas en cuanto a armar o encontrar armada la carpa. Los participantes mencionaron preferencia por carpa armada pero también la importancia de vivir la experiencia

de armarla ellos mismos. Así mismo, se mostró preocupación en cuanto a la higiene de estas en caso de que se ofrezca el servicio de carpa armada.

En cuanto a la cama, camilla tipo militar y sleeping bag suenan como buenas opciones. Uno de los participantes además mencionó experiencia positiva en otro establecimiento donde ofrecen colchones en área de camping, tipo glamping.

#### - **Actividades y servicios demandados**

Entre las actividades y servicios que más llamaron la atención de los participantes se encuentran:

- Uso de parrillas
- Ciclismo
- Camping
- Restaurante
- Actividades para niños
- Huerto ecológico
- Fogatas
- Actividades deportivas y al aire libre
- Pesca
- Granja

Así mismo, los participantes propusieron algunas sugerencias en cuanto a actividades:

- Talleres de participación
- Actividades de relajación como yoga
- Actividades vivenciales
- Involucramiento con las comunidades cercanas.
- Participantes estarían interesados en hacer también uso de las instalaciones durante el día sin acampar.

#### - **Canales de comunicación**

Los participantes mencionaron tres tipos de contacto:

- WhatsApp
- Página web oficial
- Buscadores como booking.com

Se mencionó además por motivos de seguridad mantener el acceso al servicio únicamente bajo reserva.

#### - **Intención de compra, acompañantes, frecuencia y duración de estadía**

Los participantes mencionaron su interés de asistir al establecimiento en pareja y en familia y acudir al mismo por lo menos una vez al año.

Se incluyó también como sugerencia organización de actividades de trabajo en equipo como opción para reservas grupales.

- **Precio de compra**

En general, los participantes están dispuestos a pagar por persona entre 20 y 30 dólares por acampar usando las carpas del establecimiento, y entre 10 y 15 dólares por el uso del espacio de camping y pases de día, incluyendo las actividades ofertadas por el establecimiento.

Sugirieron hacer precios de grupo familiar o descuentos en el caso de niños.

# CAPÍTULO V

## 5. ESTUDIO TÉCNICO

### 5.1. Localización del campamento turístico

La comuna Bajada de Chanduy se encuentra localizada al este de la parroquia Chanduy del cantón Santa Elena.

Límite al norte con la parroquia Simón Bolívar del cantón Santa Elena. Al este con el cantón Guayaquil. Al sur con el cantón General Villamil Playas.

Tiene una extensión de 199,6 km<sup>2</sup>.



Figura 28: Ubicación de Comuna Bajada de Chanduy

Fuente: Prefectura de Santa Elena.

### 5.2. Ubicación geográfica

El proyecto de campamento turístico se encuentra entre la cordillera Chongón - Colonche y la cordillera costera Chongón – Playas. En el límite este de la parroquia Chanduy.



La comuna Bajada de Chanduy tiene relieves estructurales y colinados terciarios, formados como resultado de los procesos erosivos de los relieves primarios de la Formación Cayo. Presenta pendientes fuertes de 25, 40 a 70 %, desniveles relativos de 15, 25, 100, 200 m. y una longitud de la vertiente de 15 a 50 m.

Litológicamente están constituidos por arenisca fina, blanda, arcillas limosas y arena calcárea parda rojiza de la Formación Progreso, estos relieves presentan una cima redondeada y aguda con vertientes convexas. (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial - Cantón Santa Elena 2014 - 2019)

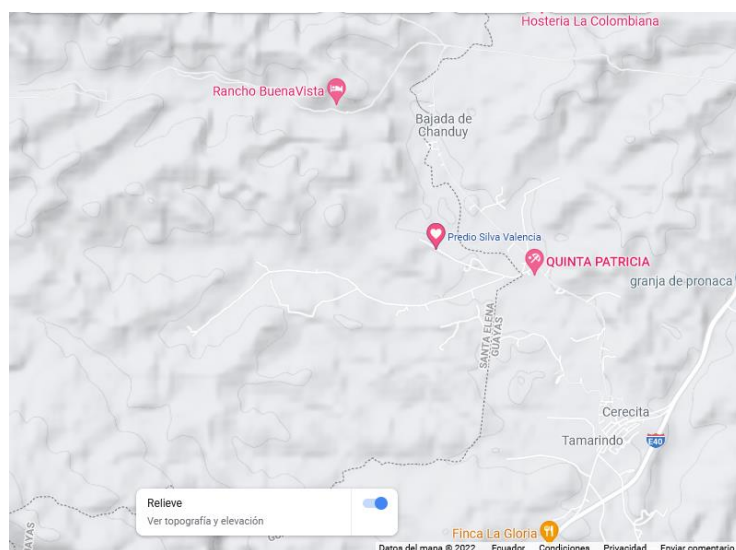


Figura 29: Mapa de relieve del campamento turístico.  
Fuente: Google maps

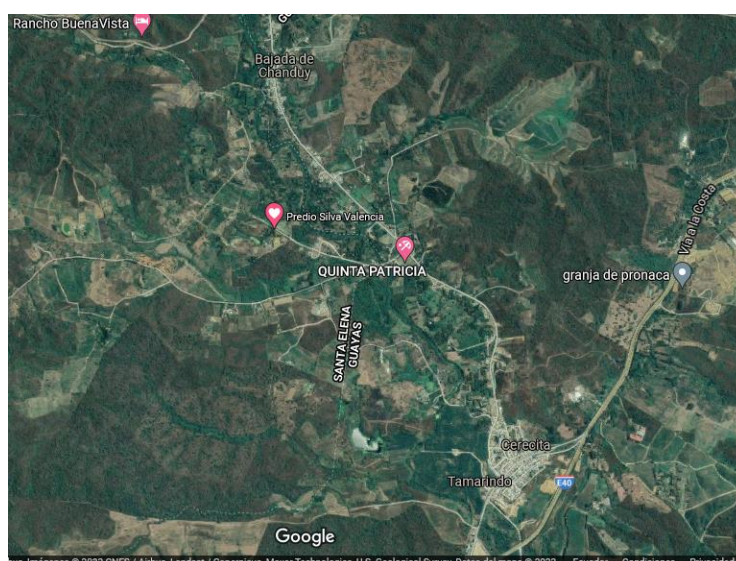


Figura 30: Mapa satelital del campamento turístico.  
Fuente: Google maps

El predio se encuentra ubicado a 45 kilómetros de Guayaquil, tomando la vía a la costa hacia Cerecita (42 km) y luego hasta el recinto San Jerónimo (3 km).

### **5.3. Características climáticas**

Según el INAMHI, el clima de la península se clasifica desde árido, seco y subhúmedo. La comuna Bajada de Chanduy tiene 2 de estos tipos de clima:

- D d A': Seco, nulo o pequeño exceso hídrico y cálido.
- C2 s2 A': Subhúmedo, gran déficit hídrico en época seca y cálida.

En la parroquia Chanduy la temperatura media mensual varía desde 21 °C hasta 26,6 °C, dando un promedio anual de temperatura de 23,7 °C. En agosto se determina la presencia de valores mínimos de temperatura y los valores máximos se presentan en los meses de febrero y abril.

La precipitación media anual es de 400 a 600 mm. El déficit hídrico de la comuna es de 800 a 850 mm. (GAD Parroquial Chanduy, 2020).

### **5.4. Características ecológicas**

La parroquia Chanduy presenta un sólo tipo de ecosistema que lo conforma el bosque seco Occidental. De acuerdo con el tipo de relieve (Estructurales y colinados terciarios), la comuna tiene bosques y vegetación secos de tipo decidido sobre la zona costera baja.

La diversidad florística del bosque seco pluviestacional del Ecuador es muy interesante, aproximadamente el 80 % de sus componentes son endémicas regionales, que se comparte con el Perú, por estar ubicados en el corazón del Centro de Endemismo Tumbesino; una de las regiones más importantes para la conservación en el mundo. La importancia biológica de estos ecosistemas está dada por la existencia de fauna única, esta región es considerada como un EBA (Endemic Bird Area). Los bosques secos tumbesinos están restringidos a un área geográfica pequeña, 50 000 km<sup>2</sup>, entre Ecuador y Perú (Dinerstein et al. 1995).

Son el hábitat de 500 especies de aves, 84 especies con una distribución muy restringida, de las cuales 15 están amenazadas; también viven 142 especies de mamíferos, 14 endémicos (Best y Kresler 2005, Willams 2005, Paladines 2003).

Las especies vegetales características de los bosques secos pluvioestacionales son: *Ceiba trichistandra*, *Cavanillesia platanifolia*, *Eriotheca ruizi*, *Tabebuia chrysantha*, *Cordia lutea*, *Terminalia valverdae*, *Machaerium millei*, *Cochlospermum vitifolium*, *Bursera graveolens*, *Coccoloba ruiziana*, *Caesalpinia glabrata*, *Piscidia carthagenensis*, *Pithecellobium excelsum* y especies de cactáceas como *Armatocereus cartwrightianus*, *Opuntia ficus indica* y *Enpostoa lanata* (Aguirre et al. 2001, Aguirre et al. 2006, Aguirre y Kvist 2006).

### **5.4.1. Ubicación del campamento turístico**

La zona de estudio se encuentra localizada en las cercanías de la zona de crecimiento turístico de la provincia del Guayas. Al ser un proyecto de características únicas en el sector, se complementa con otros proyectos turísticos establecidos y en desarrollo en las cercanías de Cerecita como Finca La Gloria, la granja de animales en Chicharrón, Hacienda el Castillo con visitas a campos de producción de cacao. Además de los complejos turísticos que se encuentran a lo largo de la vía a la costa, desde el peaje hacia Cerecita.

La infraestructura vial es de buenas condiciones desde Guayaquil hasta el recinto Cerecita en Guayas, luego se dispone de una carretera de 2do orden hasta el recinto San Jerónimo, donde se ubica el predio. Cerecita, ubicado a 3 kilómetros del sitio del campamento, tiene servicios básicos disponibles como agua potable y tratamiento de aguas residuales.

La población de la comuna Bajada de Chanduy se dedica principalmente a las actividades agrícolas como la siembra de cereales, hortalizas y frutales; además de actividades relacionadas con la ganadería como la crianza de cerdos, aves y vacuno.

## **5.5. Ingeniería del proyecto**

### **5.5.1. Descripción de los servicios del campamento**

La zona del campamento incluye las siguientes áreas:

#### **5.5.1.1. Área de parqueadero**

Para uso de autos pequeños hasta camionetas de tamaño grande. Se estima una capacidad de 30 vehículos. Además, se ha considerado un espacio para el estacionamiento de 2 buses de tamaño grande.

#### **5.5.1.2. Área de restaurante**

Habrà un área destinada a un restaurante con variedad de platos típicos a la carta.

En la zona del campamento se instalarán espacios para que las personas puedan hacer asados en parrilla.

#### **5.5.1.3. Área de tienda de víveres**

Se contará con una tienda de abarrotes con artículos diversos requeridos por los visitantes, desde snacks, alimentos, bebidas e incluso productos de limpieza y aseo.

#### **5.5.1.4. Área de diversión**

Se construirán diferentes espacios para la distracción de los visitantes, de tal manera que puedan interactuar con la naturaleza local.

Algunos de estos espacios:

- Lagunas
- Paseo en canoa
- Pesca deportiva
- Ciclismo
- Senderos
- Caminatas
- Fogatas nocturnas

#### 5.5.1.5. Área de enfermería y botiquín

El establecimiento tendrá un espacio de atención médica que contará con un stock de implementos y medicinas básicas para la atención prioritaria de emergencias.

#### 5.5.1.6. Alquiler

El lugar brindará implementos para poder disfrutar del campamento de la mejor manera posible. Estos estarán disponibles para los visitantes en forma de alquiler.

Entre estos:

- Carpas
- Sleeping bag
- Implementos de camping
- Implementos deportivos

#### 5.5.2. Descripción del área de diversión del campamento

- Lagunas

El predio cuenta con 4 lagunas. En una de ellas se prevé tener canoas para realizar paseos individuales o en grupos de 4 personas.

En estas lagunas también podrán realizar pesca deportiva en un muelle al borde de la misma.

En las más pequeñas localizadas en la parte central, se tiene previsto el uso para bañistas.

- Senderos

El predio contará con un sendero que permita disfrutar de la naturaleza del lugar, pasear entre los cultivos establecidos de frutales.

Los paseos podrán realizarlos a pie y/o en bicicleta.

- Fogatas nocturnas

Se destinarán espacios en el área de camping para que los visitantes puedan realizar fogatas nocturnas con todas las seguridades respectivas.

También se facilitarán implementos para las fogatas.

### 5.5.3. Plano del campamento



Figura 31: Diagrama de campamento Turístico  
Fuente: Elaboración Propia

#### 5.5.4. Modelo de gestión del proyecto

<b>Socios claves</b>	<b>Actividades claves</b>	<b>Propuesta de valor</b>	<b>Relación con el cliente</b>	<b>Segmento de clientes</b>
<p>GADs parroquial y cantonal.</p> <p>Comunidades aledañas.</p> <p>Empresas de turismo.</p> <p>Entes públicos de turismo.</p> <p>Empresas de transporte.</p>	<p>Estudio de mercado.</p> <p>Diseño de paquetes y promociones.</p> <p>Acondicionamiento de infraestructura del predio.</p> <p>Gestionar permisos y licencias para la operación.</p> <p>Contratación de personal.</p> <p>Diseño de la imagen del negocio.</p> <p>Difusión y promoción del lugar y su oferta turística.</p>	<p>Turismo de camping</p> <p>Rodeado de naturaleza.</p> <p>Comodidades y alternativas de distracción disponibles.</p> <p>Seguridad al estar dentro de un predio privado.</p> <p>Cercano a Guayaquil.</p>	<p>Personalizada a través del canal Whatsapp business.</p> <p>Promoción en portales y blogs de turismo.</p> <p>Encuesta de satisfacción para clientes.</p>	<p>Personas con gustos de actividades al aire libre, que desean salir de la rutina de la ciudad, que pueden viajar a lugares cercanos y que quisieran contar con un espacio que tenga la infraestructura, equipos y opciones para camping.</p>
<b>Canales</b>	<b>Recursos claves</b>	<b>Estructura de costos</b>	<b>Fuentes de Ingreso</b>	
<p>Uso de redes sociales (Facebook, Instagram y Twitter) para publicidad del sitio.</p> <p>Uso de Whatsapp Business para gestión de la información con los clientes.</p>	<p>Personal capacitado.</p> <p>Infraestructura de actividades complementarias.</p> <p>Equipos de campings modernos, funcionales y completos.</p>	<p>Gastos de operación (sueldo de personal, servicios básicos).</p> <p>Gastos de publicidad.</p> <p>Gastos variables (alimentos, bebidas, insumos, equipos).</p> <p>Gastos de transporte y mantenimiento.</p>	<p>Venta de servicio de hospedaje tiendas de campaña.</p> <p>Venta de pase de día para uso de infraestructura.</p> <p>Venta de servicios complementarios (restaurante)</p>	

## 5.6. Organización administrativa

### 5.6.1. Organigrama funcional

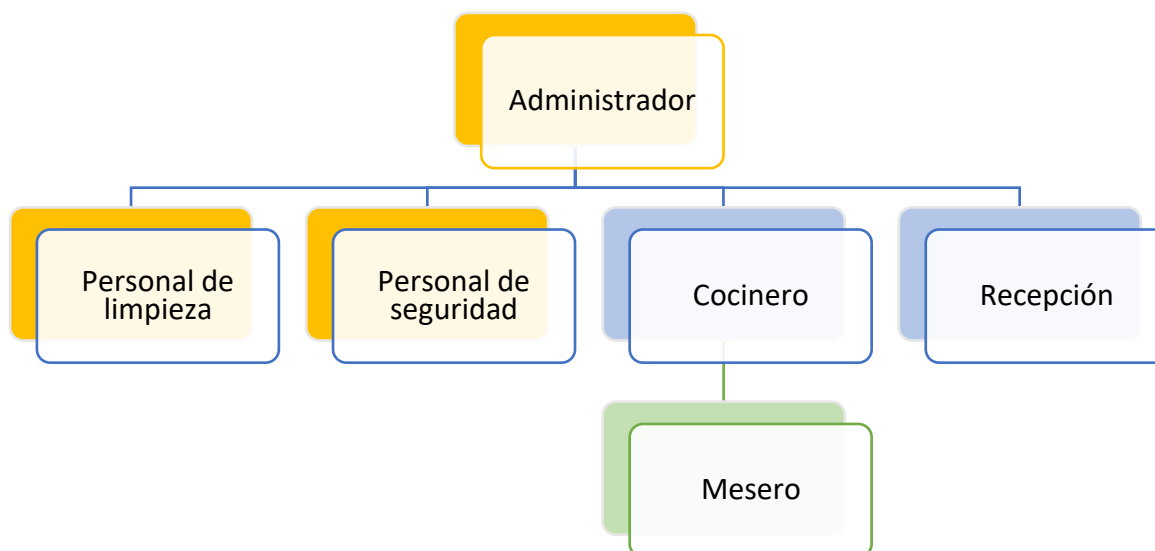


Figura 32: Organigrama funcional

Fuente: Elaboración Propia

### 5.6.2. Nómina de empleados

Tabla 3

*Nómina de empleados del Campamento.*

Cargo	Cantidad
Administrador/ Recepcionista	1
Cocinero	1
Ayudante de cocina	1
Personal polivalente	2
Personal de seguridad	3

### 5.6.3. Responsabilidades de cada cargo

#### 5.6.3.1. Administrador/Recepcionista

- Responsable de la limpieza, mantenimiento y seguridad en el predio donde se desarrollan las actividades turísticas.
- Mantener la satisfacción de los clientes atendiendo oportunamente sus necesidades.
- Supervisar las labores de limpieza posterior al uso de las áreas turísticas.

- Coordinar con personal de mantenimiento el buen funcionamiento los equipos e infraestructura del campamento, incluyendo área de camping, área de lagunas, área del restaurante y áreas de senderos.
- Coordinar con el equipo de seguridad para el monitoreo permanente de todo el perímetro del predio, mediante la implementación de rondas y horarios del personal.
- Coordinar los ingresos (*check in*) y salidas (*check out*) de los huéspedes.
- Informar al huésped sobre condiciones de seguridad, precios, tarifas y horarios.
- Entregar información sobre el establecimiento y sus servicios.
- Brindar información sobre transporte y servicio de emergencia médica.
- Procedimientos de seguridad relacionados con el control de acceso a las áreas del predio.
- Medios de acceso a información de servicio de atractivos turísticos, lugares para comprar, sus condiciones de seguridad, costos, horarios y reservas.
- Manejo de diferentes medios de pagos.
- Dominio de la estructura tarifaria.
- Mantener stock de productos de tienda general.

#### 5.6.3.2.Cocinero

- Planificar stock de alimentos para preparación de menú
- Definir menú del día
- Buen uso de equipos de cocina
- Preparar plato de acuerdo a pedidos de clientes
- Mantener limpia el área de cocina durante y posterior al horario de trabajo.
- Mantener y aplicar normas de higiene y seguridad en la cocina.

#### 5.6.3.3.Ayudante de cocina

- Mantener la limpieza en su área de trabajo.
- Realizar montaje de mueblería, mantelería, vajilla, cristalería, cubertería, y menaje menor.
- Tener el control del inventario de cubiertos, vajilla y utensilios.
- Atender de la mejor manera los pedidos de los clientes.
- Presentar la carta a clientes.
- Anotar correctamente los pedidos de los clientes.
- Incentivar el consumo del restaurante proporcionando opciones a los clientes.
- Servir los platos según las políticas de servicio establecidas.
- Entregar y retirar pedidos en la cocina y monitorear su progreso.
- Generar la cuenta del cliente.
- Recibir y entregar pagos.



- Cuidar de la higiene personal, uniforme y accesorios que influyen en la apariencia.

#### 5.6.3.4. Personal Polivalente

- Mantener la limpieza general del predio.
- Recoger desechos de las áreas, retirar la basura de los tachos destinados a ese fin, cambiar fundas de los tachos.
- Limpiar las tiendas de acampar luego de la salida de los huéspedes.
- Mantener las baterías sanitarias limpias y desinfectadas.
- Coordinar con el personal de mantenimiento el estado de los equipos e infraestructura de las áreas en general.
- Mantener stock adecuado de productos de limpieza en bodega.
- Cuidado del inventario de los productos en bodega.
- Buen funcionamiento de equipos de alquiler (carpas, bicicletas, canoas, instrumentos de pesca)
- Mantener control y cuidado de áreas verdes.
- Mantener el nivel de agua en lagunas mediante bombeo.
- Mantener en buen estado los senderos.
- Asegurar el funcionamiento de las redes eléctricas y de agua.
- Colaborar en múltiples funciones necesarias para el buen funcionamiento del establecimiento, según indique administrador.

#### 5.6.3.5. Personal de seguridad

- Velar por la seguridad física del precio y sus huéspedes.
- Coordinar con recepción el ingreso de turistas a las instalaciones
- Hacer registro de información de los turistas en las instalaciones.
- Hacer revisión general de ingreso y salida de turistas.
- Coordinar con turistas los sitios de parqueo de vehículos
- Tener conocimiento básico de los servicios ofrecidos y posterior direccionamiento a recepción para detalles de información.
- Hacer rondas frecuentes en el perímetro de las instalaciones.
- Alertar oportunamente al administrador sobre eventos sucedidos, áreas que se encuentran en mal estado de limpieza o equipos e instalaciones que presenten desperfectos.

## **5.7. Estructura legal**

Dentro de la estructura legal tenemos los siguientes requisitos que hay que cumplir:

### **5.7.1. Requisitos para obtener permiso de funcionamiento del Ministerio de Salud Pública**

- Formulario de solicitud llenado y suscrito por el propietario
- Copia del registro único de contribuyentes RUC
- Copia de cédula de ciudadanía del propietario o representante legal del establecimiento
- Documentos que acrediten la personería jurídica de ser el caso
- Copia del título del profesional de salud responsable técnico del establecimiento, debidamente registrado en el Ministerio de Salud Pública, para el caso de establecimientos de conformidad con el reglamento.
- Plano topográfico
- Croquis de ubicación del establecimiento
- Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos
- Copia del o los certificados ocupacionales de salud del personal que labora en el establecimiento, conferido por el Ministerio de Salud Pública.

### **5.7.2. Requisitos para obtener el certificado de registro de turismo por primera vez para alojamiento turístico en el Ministerio de Turismo (en línea)**

- Copia del RUC
- Permiso de uso de suelo o equivalente
- Tarifas rack o mostrador
- Nombramiento del representante legal
- Escritura de constitución

### **5.7.3. Requisitos para obtención de RUC en el Servicio de Rentas Internas**

- Original y copia de la cedula de identidad
- Original y copia del último pago de planilla de agua del domicilio
- Original y copia del último pago de planilla de agua del negocio

### **5.7.4. Requisitos para obtener la licencia única anual de funcionamiento**

- Copia certificada de la escritura de constitución, aumento de capital o reforma de estatutos, para el caso de personas jurídicas.
- Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito en la oficina del Registro Mercantil, para el caso de personas jurídicas.
- Copia del RUC
- Copia de cedula de identidad

- Copia del contrato de compra – venta del establecimiento, en caso de cambio de propietario con la autorización de utilizar la razón social.
- Certificado del SERVICIO NACIONAL DE DERECHOS INTELECTUALES (SENADI)
- Copia de papeleta de votación
- Copia del título de propiedad (escrituras de propiedad) o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.
- Lista de precios de los servicios ofertados (original y copia)
- Licencia de uso de suelo otorgada por el municipio.

#### 5.7.5. Requisitos para obtener la patente municipal en Santa Elena

- Copia del registro único de contribuyentes RUC
- Copia de cedula de identidad del representante legal
- Copia de papeleta de votación del representante legal
- Formulario de declaración para obtener la patente

#### 5.7.6. Requisitos para la afiliación en la Cámara de Turismo

- Permiso anual de funcionamiento otorgado por el Ministerio de Gobierno y Policía
- Permiso de funcionamiento emitido por el Cuerpo de Bomberos
- Permiso de funcionamiento emitido por el Ministerio de Salud Pública
- Pago de patentes municipales
- Copia del RUC
- Certificado de registro del Ministerio de Turismo
- Pago de aportaciones de empleados al IESS
- Copia de las escrituras de la compañía
- Copia de nombramiento del representante legal
- Copia de cedula de identidad

## CAPITULO VI

### 6. ESTUDIO FINANCIERO

#### 6.1. Inversión Inicial

La inversión en la adecuación del espacio es indispensable para la implementación del proyecto, así como implementos, equipos y gastos pre-operacionales que garantizarán la puesta en marcha del campamento turístico. En este sentido, se ha considerado una inversión total de US\$95,263.95, cuya distribución se puede observar en la Tabla 4. Los detalles inversión inicial en todos los rubros se pueden encontrar en los Anexo 8 y 9.

Tabla 4  
*Inversión Inicial*

<b>CONCEPTO</b>	<b>TOTAL</b>
Infraestructura	\$ 77,907.95
Implementos para camping	\$ 3,980.00
Equipamiento restaurante	\$ 2,661.00
Implementos deportivos	\$ 7,145.00
Equipos computación	\$ 1,600.00
Equipos oficina	\$ 600.00
Muebles de oficina	\$ 620.00
Gastos pre operacionales	\$ 750.00
	<b>\$ 95,263.95</b>

Todas estas inversiones se realizarán a partir del año 0, es decir antes de que el establecimiento inicie sus operaciones, para los siguientes años se prevé realizar inversiones en el año 3, 5, 7 y 9 para la reposición de implementos de camping y deportivos, y en el año 5 se realizarán inversiones para la compra de nuevos equipos e implementos dentro de la empresa.

#### 6.2. Proyección de Ingresos

Los ingresos del proyecto se reflejan en las entradas de efectivo generadas en la empresa por concepto de alojamiento en tiendas de acampar, el alquiler del espacio para que los clientes acampen con sus propios equipos y la venta de pases de día para uso de las instalaciones recreativas y restaurante.

De acuerdo con los resultados del estudio de mercado, la demanda objetivo son personas residentes de la provincia del Guayas, principalmente la ciudad de Guayaquil, con edad entre los 35 y los 42 años.

La población de la ciudad de Guayaquil, proyectada para el 2023 por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo INEC, es de 2.8 millones de habitantes, siendo un 24.9% los habitantes en el rango de edad 35-44 años. Con esta información, contrastada con la población económica activa de la ciudad (1.2 millones) y con empleo adecuado (42%), da un total de 125,197 habitantes como demanda potencial del establecimiento.

Estudio de mercado predijo que un 94% de esta demanda potencial estaría realmente interesada en visitar el establecimiento, lo cual nos deja con una demanda potencial real de 118,362 personas a quienes estarán dirigidos todos los esfuerzos de promoción.

El establecimiento contaría con una capacidad de 118 personas por semana para hospedaje haciendo uso de los equipos de camping propios del establecimiento, traducido a 5,616 personas al año. Se considera además que una capacidad anual de 1,600 personas para alquiler de espacio para acampar y 9,600 personas adicionales para hacer uso de las instalaciones durante el día.

Los ingresos por ventas en la proyección se han realizado bajo un escenario conservador cuidando de no sobrepasar un tope de 30% de ocupación al año 10.

Tabla 11  
Ventas proyectadas

VENTAS PROYECTADAS													
Año	No. Visitantes Hospedaje	% ocupación	No. Visitantes Pase día	% ocupación	Precio Hospedaje	Precio alquiler de espacio	Precio promedio Alimentación	Precio pase de día	Ingresos por Hospedaje	Ingresos por alquiler de espacio (30% sobre el # de visitantes)	Ingresos por Alimentación	Ingresos por Pase de día	Total
1	1,008	18%	959	10%	\$ 25.00	\$ 10.00	\$ 10.80	\$ 15.00	\$25,201	\$3,024	\$21,255	\$14,390	\$ 63,871
2	1,129	20%	1,094	11%	\$ 25.75	\$ 10.30	\$ 11.34	\$ 15.30	\$29,072	\$3,489	\$25,214	\$16,732	\$ 74,507
3	1,242	22%	1,236	13%	\$ 26.52	\$ 10.61	\$ 11.91	\$ 15.61	\$32,939	\$3,953	\$29,513	\$19,286	\$ 85,690
4	1,341	24%	1,384	14%	\$ 27.32	\$ 10.93	\$ 12.51	\$ 15.92	\$36,641	\$4,397	\$34,086	\$22,032	\$ 97,156
5	1,449	26%	1,550	16%	\$ 28.14	\$ 11.26	\$ 13.13	\$ 16.24	\$40,760	\$4,891	\$39,380	\$25,169	\$ 110,201
6	1,564	28%	1,736	18%	\$ 28.98	\$ 11.59	\$ 13.79	\$ 16.56	\$45,341	\$5,441	\$45,512	\$28,754	\$ 125,048
7	1,690	30%	1,945	20%	\$ 29.85	\$ 11.94	\$ 14.48	\$ 16.89	\$50,438	\$6,053	\$52,616	\$32,848	\$ 141,954
8	1,560	28%	2,178	23%	\$ 30.75	\$ 12.30	\$ 15.20	\$ 17.23	\$47,965	\$5,756	\$56,824	\$37,526	\$ 148,070

<b>9</b>	1,560	28%	2,439	25%	\$ 31.67	\$ 12.67	\$ 15.96	\$ 17.57	\$49,404	\$5,928	\$63,836	\$42,869	\$ 162,038
<b>10</b>	1,560	28%	2,732	28%	\$ 32.62	\$ 13.05	\$ 16.76	\$ 17.93	\$50,886	\$6,106	\$71,934	\$48,974	\$ 177,900

### 6.3. Proyección de gastos

En cuanto a los gastos, a partir del año 1 se ha considerado los sueldos y beneficios sociales de la mano de obra directa, gastos de operación del servicio de alojamiento y reposición de equipos a partir del año 3.

En el caso del funcionamiento del restaurante, se calcula un 30% sobre los ingresos como costos de alimentación.

Tabla 12

*Proyección de gastos – Detalle de Sueldos*

<b>Detalle de personal</b>	<b>Sueldo básico</b>	<b>Dé-cimo ter-cero</b>	<b>Décimo cuarto</b>	<b>Aporte personal</b>	<b>TOTAL SUELDOS Y SALARIOS ANUALES</b>	<b>IESS aporte patronal</b>	<b>TOTAL INC. SEGURIDAD SOCIAL ANUAL</b>
Recepción/Administración	\$500	\$500	\$500	\$47	\$6,433	\$56	\$669
Cocinero	\$213	\$213	\$213	\$20	\$2,735	\$24	\$284
Ayudante de cocina	\$213	\$213	\$213	\$20	\$2,740	\$24	\$285
Personal polivalente 1	\$213	\$213	\$213	\$20	\$2,740	\$24	\$285
Personal polivalente 2	\$213	\$213	\$213	\$20	\$2,735	\$24	\$284
Personal seguridad 1	\$425	\$425	\$425	\$40	\$5,468	\$47	\$569
Personal seguridad 2	\$425	\$425	\$213	\$40	\$5,256	\$47	\$569
Personal seguridad 3	\$213	\$213	\$213	\$20	\$2,740	\$24	\$285
<b>TOTALES ANUALES</b>					<b>\$30,848</b>		<b>\$3,230</b>

Tabla 13

*Costos variables y fijos*

<b>COSTOS VARIABLES</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>	<b>Año 6</b>	<b>Año 7</b>	<b>Año 8</b>	<b>Año 9</b>	<b>Año 10</b>
<b>Costos de alimentación</b>	\$ 6,377	\$ 7,564	\$ 8,854	\$ 10,226	\$ 11,814	\$ 13,654	\$ 15,785	\$ 17,047	\$ 19,150	\$ 21,580
<b>Organización de Talleres grupales</b>	\$ 1,200	\$ 1,248	\$ 1,298	\$ 1,350	\$ 1,404	\$ 1,460	\$ 1,518	\$ 1,579	\$ 1,642	\$ 1,708
<b>Reposición Implementos deportivos</b>			\$ 2,208		\$ 2,274		\$ 2,342		\$ 2,413	
<b>Reposición Implementos camping</b>			\$ 1,230		\$ 1,267		\$ 1,305		\$ 1,344	
<b>Reposición equipamiento restaurante</b>					\$ 2,101					\$ 2,311
<b>Reposición equipos de computación</b>					\$ 1,680					
<b>Reposición equipos de oficina</b>					\$ 630					
<b>TOTAL COSTOS VARIABLES</b>	\$ 7,577	\$ 8,812	\$ 13,590	\$ 11,576	\$ 21,170	\$ 15,114	\$ 20,950	\$ 18,626	\$ 24,549	\$ 25,599
<b>GASTOS FIJOS</b>										
<b>Sueldos y salarios</b>	\$ 30,848	\$ 32,081	\$ 33,365	\$ 34,699	\$ 36,087	\$ 37,531	\$ 39,032	\$ 40,593	\$ 42,217	\$ 43,906
<b>Seguridad social</b>	\$ 3,230	\$ 3,359	\$ 3,493	\$ 3,633	\$ 3,779	\$ 3,930	\$ 4,087	\$ 4,250	\$ 4,420	\$ 4,597
<b>Energía eléctrica</b>	\$ 960	\$ 998	\$ 1,038	\$ 1,080	\$ 1,123	\$ 1,168	\$ 1,215	\$ 1,263	\$ 1,314	\$ 1,366
<b>Impuestos prediales</b>	\$ 42	\$ 44	\$ 46	\$ 48	\$ 50	\$ 52	\$ 54	\$ 56	\$ 58	\$ 60
<b>Mantenimientos generales</b>	\$ 840	\$ 874	\$ 909	\$ 945	\$ 983	\$ 1,022	\$ 1,063	\$ 1,105	\$ 1,150	\$ 1,196
<b>TOTAL GASTOS FIJOS</b>	\$ 35,920	\$ 37,357	\$ 38,851	\$ 40,405	\$ 42,021	\$ 43,702	\$ 45,450	\$ 47,268	\$ 49,159	\$ 51,125
<b>TOTAL DE GASTOS Y COSTOS</b>	\$ 43,497	\$ 46,169	\$ 52,440	\$ 51,981	\$ 63,191	\$ 58,816	\$ 66,401	\$ 65,894	\$ 73,708	\$ 76,724

En cuanto a la depreciación de activos, se ha considerado la depreciación de la infraestructura, equipos de restaurante, computación, oficina y mobiliario, de acuerdo con los periodos de depreciación correspondientes a cada rubro.

Tabla 14

*Depreciación*

<b>DEPRECIACIÓN POR PERÍODO</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>	<b>Año 6</b>	<b>Año 7</b>	<b>Año 8</b>	<b>Año 9</b>	<b>Año 10</b>
<b>Infraestructura de Campamento</b>	\$3,701	\$3,701	\$3,701	\$3,701	\$3,701	\$3,701	\$3,701	\$3,701	\$3,701	\$3,701
<b>Equipamiento restaurante</b>	\$253	\$253	\$253	\$253	\$253	\$253	\$253	\$253	\$253	\$253
<b>Equipos de computación</b>	\$507	\$507	\$507							
<b>Equipos de oficina</b>	\$57	\$57	\$57	\$57	\$57	\$57	\$57	\$57	\$57	\$57
<b>Muebles de oficina</b>	\$59	\$59	\$59	\$59	\$59	\$59	\$59	\$59	\$59	\$59
<b>Total depreciación por período</b>	\$4,576	\$4,576	\$4,576	\$4,069	\$4,069	\$4,069	\$4,069	\$4,069	\$4,069	\$4,069

#### 6.4. Flujo de caja

Para la realización del flujo de caja, se ha considerado los ingresos, costos variables, gastos fijos e impuestos; así como los rubros correspondientes a amortización de préstamo por \$100,000 a 10 años plazo, con un interés del **11.26%**.

Se han evaluado 3 bancos: Pichincha, Guayaquil y Produbanco. Los 3 manejan la misma tasa efectiva del 11.26% para créditos productivo PYMES. El préstamo se simuló a 10 años plazo con pagos anuales de \$17.165,69; por lo que el total del préstamo a cancelar es \$171.656,91



Tabla 14  
Amortización

<b>Valor del préstamo</b>	<b>100,000.00</b>		<b>Resumen:</b>	
<b>TNA (30/360)</b>	11.26%		Valor préstamo	\$ 100,000.00
<b>Años</b>	10		Suma de Cuotas	\$ 171,656.91
<b>Frecuencia de Pago</b>	Anual		Suma de Interés	\$ 71,656.91
<b>Interés equivalente</b>	11.260%			
<b>N° de pagos por año</b>	1			
<b>N° Total de Cuotas</b>	10			
<b>Número de Cuota</b>	<b>CUOTA A PAGAR</b>	<b>INTERÉS</b>	<b>CAPITAL AMORTIZADO</b>	<b>CAPITAL VIVO</b>
<b>0</b>				\$ 100,000.00
<b>1</b>	\$ 17,165.69	\$ 11,260.00	\$ 5,905.69	\$ 94,094.31
<b>2</b>	\$ 17,165.69	\$ 10,595.02	\$ 6,570.67	\$ 87,523.64
<b>3</b>	\$ 17,165.69	\$ 9,855.16	\$ 7,310.53	\$ 80,213.11
<b>4</b>	\$ 17,165.69	\$ 9,032.00	\$ 8,133.70	\$ 72,079.41
<b>5</b>	\$ 17,165.69	\$ 8,116.14	\$ 9,049.55	\$ 63,029.86
<b>6</b>	\$ 17,165.69	\$ 7,097.16	\$ 10,068.53	\$ 52,961.33
<b>7</b>	\$ 17,165.69	\$ 5,963.45	\$ 11,202.25	\$ 41,759.09
<b>8</b>	\$ 17,165.69	\$ 4,702.07	\$ 12,463.62	\$ 29,295.47
<b>9</b>	\$ 17,165.69	\$ 3,298.67	\$ 13,867.02	\$ 15,428.45
<b>10</b>	\$ 17,165.69	\$ 1,737.24	\$ 15,428.45	\$ 0.00

Tabla 15  
*Estado de Pérdidas y Ganancias*

CONCEPTOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
<b>Ingresos operacionales</b>	\$ 63,874	\$ 74,512	\$ 85,695	\$ 97,161	\$ 110,207	\$ 125,055	\$ 141,962	\$ 148,070	\$ 162,038	\$ 177,900
<b>Intereses préstamo</b>	\$ 11,260	\$ 10,595	\$ 9,855	\$ 9,032	\$ 8,116	\$ 7,097	\$ 5,963	\$ 4,702	\$ 3,299	\$ 1,737
<b>Costos variables</b>	\$ 7,577	\$ 8,812	\$ 13,590	\$ 11,576	\$ 21,170	\$ 15,114	\$ 20,950	\$ 18,626	\$ 24,549	\$ 25,599
<b>Gastos fijos</b>	\$ 35,920	\$ 37,357	\$ 38,851	\$ 40,405	\$ 42,021	\$ 43,702	\$ 45,450	\$ 47,268	\$ 49,159	\$ 51,125
<b>Depreciación</b>	\$ 4,576	\$ 4,576	\$ 4,576	\$ 4,069	\$ 4,069	\$ 4,069	\$ 4,069	\$ 4,069	\$ 4,069	\$ 4,069
<b>Beneficio antes de impuestos</b>	\$ 4,542	\$ 13,172	\$ 18,823	\$ 32,079	\$ 34,830	\$ 55,072	\$ 65,529	\$ 73,404	\$ 80,962	\$ 95,369
<b>Impuestos (IR 25%)</b>	\$ 1,135	\$ 3,293	\$ 4,706	\$ 8,020	\$ 8,708	\$ 13,768	\$ 16,382	\$ 18,351	\$ 20,240	\$ 23,842
<b>Beneficio después de impuestos</b>	\$ 3,406	\$ 9,879	\$ 14,118	\$ 24,060	\$ 26,123	\$ 41,304	\$ 49,146	\$ 55,053	\$ 60,721	\$ 71,527



<b>Total gastos no desembolsables</b>	\$ -	\$ 15.836	\$ 15.171	\$ 14.431	\$ 13.181	\$ 12.185	\$ 11.166	\$ 10.033	\$ 8.771	\$ 7.368	\$ 5.807
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	\$ 4.736	\$ 4.542	\$ 13.172	\$ 18.823	\$ 31.999	\$ 34.830	\$ 55.072	\$ 65.529	\$ 73.404	\$ 80.962	\$ 95.369
<b>(-) Impuestos</b>		\$ 1.135	\$ 3.293	\$ 4.706	\$ 8.020	\$ 8.708	\$ 13.768	\$ 16.382	\$ 18.351	\$ 20.240	\$ 23.842
<b>Utilidad después de impuestos</b>	\$ 4.736	\$ 3.406	\$ 9.879	\$ 14.118	\$ 23.980	\$ 26.123	\$ 41.304	\$ 49.146	\$ 55.053	\$ 60.721	\$ 71.527
<b>(+) Depreciación</b>		\$ 4.576	\$ 4.576	\$ 4.576	\$ 4.069	\$ 4.069	\$ 4.069	\$ 4.069	\$ 4.069	\$ 4.069	\$ 4.069
<b>(-) Amortización crédito</b>		\$ 5.906	\$ 6.571	\$ 7.311	\$ 8.134	\$ 9.050	\$ 10.069	\$ 11.202	\$ 12.464	\$ 13.867	\$ 15.428
<b>FLUJO</b>	\$ 4.736,05	\$2.076,61	\$7.884,01	\$11.383,04	\$19.915,23	\$21.142,40	\$35.305,02	\$42.013,54	\$46.658,96	\$50.923,63	\$60.167,91

Tabla 17  
*Flujo de Caja*

CONCEPTOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Utilidad final	\$ 3,406	\$ 9,879	\$ 14,118	\$ 24,060	\$ 26,123	\$ 41,304	\$ 49,146	\$ 55,053	\$ 60,721	\$ 71,527
Depreciación	\$ 4,576	\$ 4,576	\$ 4,576	\$ 4,069	\$ 4,069	\$ 4,069	\$ 4,069	\$ 4,069	\$ 4,069	\$ 4,069
Reposición de activos fijos (-)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 80	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Amortización del crédito (-)	\$ 5,906	\$ 6,571	\$ 7,311	\$ 8,134	\$ 9,050	\$ 10,069	\$ 11,202	\$ 12,464	\$ 13,867	\$ 15,428
Flujo de Caja	\$ 2,077	\$ 7,884	\$ 11,383	\$ 19,915	\$ 21,142	\$ 35,305	\$ 42,014	\$ 46,659	\$ 50,924	\$ 60,168



## 6.6. Análisis de sensibilidad

Con el objetivo de determinar cuál es o son las variables más sensibles del proyecto, se ha realizado un análisis de sensibilidad unidireccional considerando las siguientes variables:

- Ingresos Operacionales
- Gastos fijos

### Ingresos Operacionales. -

Utilizando el Estado de Pérdidas y Ganancias, se disminuyeron los Ingresos Operacionales en un 5% en los dos primeros años para comprobar la viabilidad del proyecto en caso de que las ventas no se cumplan según lo proyectado al lanzamiento. La disminución del 5% en los ingresos operacionales supone una sensibilidad del -76%, lo que indica una alta sensibilidad, sin embargo, aun con este cambio, el VAN del proyecto sería \$1274 y con una TIR de 16.31%, lo que supone un proyecto rentable.

### Gastos Fijos. -

Utilizando el Estado de Pérdidas y Ganancias, se aumentaron los gastos fijos en un 3% cada año para comprobar la viabilidad del proyecto. En este caso con un aumento del 3% anual en gastos fijos, se obtuvo una sensibilidad del VAN del -85%, por lo que el proyecto, aunque aún sería rentable con un VAN de \$791 y una TIR de 16.23%, es muy sensible al cambio en esta variable.

## **CONCLUSIONES**

- El turismo rural en tiempos actuales se presenta, según la bibliografía revisada, en auge y con un fuerte potencial de crecimiento luego de la pandemia de COVID-19; considerándose el campamento turístico como una de las opciones de negocio de este tipo, incentivando las actividades al aire libre y la recreación en espacios naturales.
- A través de este estudio de prefactibilidad se ha determinado que el tipo de negocio tendría una excelente acogida de un 94% entre la demanda potencial, considerando como la misma a residentes de la provincia del Guayas, especialmente de la ciudad de Guayaquil con edad entre 35 y 42 años.
- El diseño del producto se ha realizado tomando en consideración las expectativas de la demanda potencial, usando como herramientas de recolección de datos la encuesta y un grupo focal.
- Los estudios realizados en este proyecto, de mercado, técnico y financiero, consideran esta alternativa de negocio como rentable, teniendo un Valor Actual Neto de \$10,886 y una Tasa Interna de Retorno de 18.05%, ambos positivos para considerar la inversión e implementar el negocio.

## **RECOMENDACIONES**

- Es importante que los inversionistas estén conscientes que el turismo es muy sensible a cambios externos. Los datos provistos en este estudio son referenciales para la gestión, es decir, que el número proyectado de ventas y precios establecidos son necesarios para alcanzar la sostenibilidad financiera, números por debajo de esto podrían representar un riesgo para los inversionistas.
- Se recomienda al Ministerio de Turismo del Ecuador mantener actualizados los datos de indicadores turísticos, tan necesarios para la realización de proyectos de este tipo, en su portal web. Así como una actualización del catastro de establecimientos turísticos del país, pues al tomar contacto con muchos de los establecimientos enlistados en el catastro proporcionado, se pudo verificar que varios de estos están fuera de funcionamiento.
- Se recomienda a la Familia Silva Valencia, tomar la información levantada en este proyecto y los indicadores financieros calculados para la presentación del proyecto ante la entidad financiera de su elección con el fin de obtener el préstamo bancario para la inversión.
- Se recomienda a la Familia Silva Valencia, además, realizar los trámites respectivos ante el Municipio de Santa Elena con el fin de corregir y regularizar el plano del predio que reposa en esta institución, pues luego de las mediciones para la ejecución del estudio técnico, se determinó que el plano oficial y la forma y medidas reales del terreno no coinciden.



## REFERENCIAS

- Aguirre Z., E. Cueva, B. Merino, W. Quizhpe y A. Valverde. (2001). Evaluación ecológica rápida de la vegetación en los bosques secos de La Ceiba y Cordillera Arañitas, provincia de Loja, Ecuador. Pp. 15-35. En M.A. Vásquez, M. Larrea, L. Suárez & P. Ojeda (eds.). Biodiversidad en los Bosques Secos del Sur-Occidente de la Provincia de Loja. EcoCiencia, Ministerio del Ambiente, Herbario LOJA y Proyecto Bosque Seco, Quito. Ecuador.
- Aguirre Z., M. Gutiérrez y B. Merino. (2006). Principales familias de árboles arbustos y hierbas del sur del Ecuador. Herbario LOJA No. 12. Loja, Ecuador. 80 p.
- Aguirre Z. y P. Kvist. (2006). Especies leñosas y formaciones vegetales en los bosques estacionalmente secos de Ecuador y Perú. *Arnaldoa*. 13(2): 324 – 350. ISSN: 1815-8242.
- Banco Mundial. (2022, septiembre 28). *Ecuador: panorama general*. Retrieved from <https://www.bancomundial.org/es/country/ecuador/overview#1>
- BCE. (2022, Enero 3). *Banco Central del Ecuador*. Retrieved from Banco Central del Ecuador: <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1462-ecuador-registra-un-crecimiento-interanual-de-5-6-en-el-tercer-trimestre-de-2021>
- BCE. (2022, Febrero). *Tasas de Interés*. Retrieved from Banco Central del Ecuador: <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/Indice.htm>
- Best, B.J.; Kessler, M. (1995) Biodiversity and Conservation in Tumbesian Ecuador and Peru; BirdLife Internacional: Cambridge, UK
- Centro de Investigación, Divulgación e Innovación Turística de Ostelea. (2020, 11 20). *Hosteltur*. Retrieved from Hosteltur: [https://www.hosteltur.com/comunidad/nota/024338\\_retos-y-oportunidades-del-turismo-rural-en-ecuador.html](https://www.hosteltur.com/comunidad/nota/024338_retos-y-oportunidades-del-turismo-rural-en-ecuador.html)
- Dinerstein E., D.M. Olson, D.J. Gram, A.L. Webster, S.A. Primn, M.P.O. Brookbinder y G. Ledec. (1995). Una evaluación del estado de conservación de las ecoregiones de América Latina y Caribe. Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento/Banco Mundial. Washington DC.
- Dubs de Moya, R. (2002). El Proyecto Factible: una modalidad de investigación. *Sapiens. Revista Universitaria de Investigación*, vol. 3, núm. 2, 0.
- GAD Parroquial Chanduy. (2020, noviembre 11). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Chanduy 2020-2024*. Retrieved from Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Chanduy 2020-2024:

[http://gadchanduy.gob.ec/media/pdot\\_archivos/ACTUALIZACION\\_PDOT\\_CHANDUY\\_2020\\_2021.pdf](http://gadchanduy.gob.ec/media/pdot_archivos/ACTUALIZACION_PDOT_CHANDUY_2020_2021.pdf)

- INEC. (2022, febrero 25). *Ecuador en cifras*. Retrieved from Ecuador en cifras: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2021/Anual-2021/Bolet%C3%ADn%20t%C3%A9cnico%20anual%20enero-diciembre%202021.pdf>
- INEC. (2022, Enero). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Retrieved from Ecuador en cifras: [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2021/Diciembre-2021/202112\\_Boletin\\_empleo.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2021/Diciembre-2021/202112_Boletin_empleo.pdf)
- INEC. (2022, Enero). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Retrieved from Ecuador en Cifras: [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/POBREZA/2021/Diciembre-2021/202112\\_Boletin\\_pobreza.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/POBREZA/2021/Diciembre-2021/202112_Boletin_pobreza.pdf)
- Josip Mikulić, D. P. (2017). Campsite choice and the camping tourism experience: Investigating decisive campsite attributes using relevance-determinance analysis. *Tourism Management*, 226-233.
- Lee, C.-F. (2020). Understanding the Factors Determining the Attractiveness of Camping Tourism: A Hierarchical Approach. *Tourism Planning & Development*, 556-572.
- Ministerio de Economía y Finanzas. (2022). *Programación Fiscal 2022-2026*. Quito: Ministerio de Economía y Finanzas.
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2015, Marzo). *Reglamento de Alojamiento Turístico*. Retrieved from Ministerio de Turismo del Ecuador: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>
- MINTUR. (2022, Febrero 8). *Cancillería del Ecuador*. Retrieved from Cancillería del Ecuador: <https://www.cancilleria.gob.ec/egipto/wp-content/uploads/sites/66/2022/02/Plan-Mintur-2022-8FEB-2022.pdf>
- Olsen, N. (2021, diciembre 30). *Hosteltur*. Retrieved from Hosteltur: [https://www.hosteltur.com/lat/148926\\_ideas-2022-como-planea-ecuador-convertirse-en-una-potencia-turistica.html](https://www.hosteltur.com/lat/148926_ideas-2022-como-planea-ecuador-convertirse-en-una-potencia-turistica.html)
- OMT. (2022, Enero 18). *Organización Mundial del Turismo*. Retrieved from <https://www.unwto.org/es/taxonomy/term/347>
- Ostelea. (2020, 11 19). Retrieved from Ostelea Tourism Management School: <https://www.ostelea.com/actualidad/noticias/marketing-y-comunicacion/retos-y-oportunidades-del-turismo-rural-en-ecuador-turismo-comunitario-pueblos-magicos-y-agroturismo#:~:text=Ante%20la%20crisis%20sanitaria%20del,naturales%20y%20al%20aire%20libre.>

Szmulewicz Espinosa, P. (1998). Perspectivas del turismo rural. *Aportes y transferencias*, 11-28.

TeleSur TV. (2022, Febrero 6). *Telesur TV*. Retrieved from Telesur TV: <https://www.telesurtv.net/news/ecuador-desaprueban-labor-presidencial-estudio-encuestadora-20211223-0011.html>

World Bank Group. (2022). *Global Economic Perspectives*. Washington, DC.: World Bank Group.

# **ANEXOS**

## Anexo 1

### Opciones presentadas a Familia Silva para realización de proyecto.

Opciones	Descripción	Físico	Económico	Legales	Mercado
<b>Parque de atracciones</b>	<p>Un parque de atracciones o parque de diversiones es un grupo de atracciones de entretenimiento, para montarse y otros acontecimientos en un sitio para el disfrute de un gran número de personas. Los parques de atracciones tienen una ubicación fija, al contrario que las ferias y los carnavales ambulantes, y están más elaborados que los simples parques de ciudad o parques infantiles, por lo general ofrecen atracciones destinadas a atender específicamente a ciertos grupos de edad, así como algunos que están dirigidos a todas las edades. Los parques temáticos, un tipo específico de parques de atracciones, normalmente están mucho más intrincadamente dedicados a cierto tema o grupo de temas que los parques de atracciones normales.</p> <p>Actividades / atractivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Piscinas naturales</li> <li>● Pesca deportiva</li> <li>● Juegos</li> <li>● Actividades lúdicas</li> <li>● Eventos</li> </ul>	<p>La mejor época para viajar a Bajada de Chanduy en Ecuador es de mayo hasta diciembre, donde hay un clima cálido o clima caluroso y moderada precipitación. La temperatura máxima promedio en Bajada de Chanduy es 33°C en octubre y de 31°C en enero.</p>	<p>De acuerdo con la CDC (Centers for Disease Control and Prevention en Estados Unidos), el actual contexto COVID19 obliga a establecer protocolos para que la reapertura de las instalaciones no aumente el riesgo de contagio comunitario, así como a establecer las medidas de protección necesarias para las personas trabajadoras en este sector.</p>	<p>Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite la idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes. (Ley de Turismo, 2002) El Registro de Turismo consisten en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda. (Ley de Turismo, 2002)</p>	<p>Parques de atracciones en Guayaquil y alrededores:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Play Land Park</li> <li>● Balneario y centro recreacional Puerto Hondo</li> <li>● Rey Park</li> <li>● Centro Cultural Garza Roja</li> </ul> <p>Dirigido a grupos familiares.</p>

Opciones	Descripción	Físico	Económico	Legales	Mercado
<b>Granja de Agroturismo</b>	<p>Visitar y convivir en una Granja de Agroturismo, así como la realización de las faenas del campo (las labores tradicionales del campo) pueden resultar experiencias altamente enriquecedoras.</p> <p>Estos establecimientos de agroturismo enseñan a ocupar el tiempo de ocio, relacionarse y familiarizarse con los animales, conocer el cultivo de la tierra, la transformación de alimentos y la elaboración de productos.</p> <p>Algunas de las múltiples actividades de Agroturismo en granjas son:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Actividades en granja-escuela.</li> <li>● Transformación de alimentos, huerto, establos.</li> <li>● En huerto: Plantar semillas y, en temporada, recolectar la cosecha.</li> <li>● Ordeño de vacas, alimentación y cuidado de animales.</li> <li>● Centros de Turismo Rural</li> </ul>	<p>La mejor época para viajar a Bajada de Chanduy en Ecuador es de mayo hasta diciembre, donde hay un clima cálido o clima caluroso y moderada precipitación. La temperatura máxima promedio en Bajada de Chanduy es 33°C en octubre y de 31°C en enero.</p>	<p>La pandemia de COVID-19 ha hecho que muchos turistas se interesen por buscar nuevas experiencias en la naturaleza y las zonas rurales, al aire libre, lejos de los lugares congestionados. Este cambio, unido a una demanda que ya estaba creciendo antes de experiencias más auténticas que ofrecieran una mayor interacción con las comunidades locales, su cultura y sus productos, así como la demanda de un enfoque más ecológico en todas las etapas de la experiencia turística abre inmensas oportunidades de revitalización económica, social y ambiental en las zonas rurales a través del turismo</p>	<p>Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite la idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes. (Ley de Turismo, 2002)</p> <p>El Registro de Turismo consisten en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría</p>	<p>En Ecuador existen haciendas, fincas y ranchos que son un modelo de actividades agroturísticas sostenibles, que combinan lo natural, con la gastronomía y la cultura. El Gobierno Provincial del Guayas creó seis rutas turísticas para fortalecer la actividad del turismo rural desarrollado en haciendas, fincas, granjas para que sean conocidos y valorados.</p> <p>La Finca se encontraría cerca de la denominada Ruta del Pescador, donde se encuentran (1) Hacienda El Castillo – Guayaquil km 8 vía a la Costa (2) Finca La Gloria – Guayaquil, km 51, vía a la costa. (3) Rancho Rio Chico – Guayaquil, Km 51 vía a Playas.</p> <p>Dirigido a grupos familiares, grupos escolares.</p>

Opciones	Descripción	Físico	Económico	Legales	Mercado
	<p>con actividades de apicultura, recogida de plantas medicinales, setas, elaboración de licores, mermeladas, preparados medicinales, cosméticos etc...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Talleres y actividades culturales.</li> </ul>		specified..	que le corresponda. (Ley de Turismo, 2002)	
<b>Campamento Turístico</b>	<p>Son aquellos establecimientos turísticos que, ocupando un espacio de terreno debidamente delimitado, acondicionado y dotado de las instalaciones y servicios precisos, se destinan a facilitar a las personas usuarias de los servicios turísticos un lugar adecuado para hacer vida al aire libre, durante un periodo de tiempo limitado, utilizando albergues móviles, tiendas de campaña u otros elementos análogos fácilmente transportables o desmontables. Sin perjuicio de lo anterior, podrán construirse elementos fijos destinados a alojamiento, tipo bungalow, siempre que la superficie que ocupen no supere el límite establecido reglamentariamente y sean explotados por la misma persona titular que la del campamento. Asimismo, podrán construirse elementos fijos, de planta baja únicamente, que tengan por</p>	<p>La mejor época para viajar a Bajada de Chanduy en Ecuador es de mayo hasta diciembre, donde hay un clima cálido o clima caluroso y moderada precipitación. La temperatura máxima promedio en Bajada de Chanduy es 33°C en octubre y de 31°C en enero.</p>	<p>La pandemia de COVID-19 ha hecho que muchos turistas se interesen por buscar nuevas experiencias en la naturaleza y las zonas rurales, al aire libre, lejos de los lugares congestionados. Este cambio, unido a una demanda que ya estaba creciendo antes de experiencias más auténticas que ofrecieran una mayor interacción con las comunidades locales, su cultura y sus productos, así como la demanda de un enfoque más ecológico en todas las etapas de la</p>	<p>Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite la idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.</p> <p>(Ley de Turismo, 2002)</p> <p>El Registro de Turismo consisten en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el</p>	<p>Se registra oferta de zonas de acampada cerca de Guayaquil en los siguientes lugares:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Bosque Protector Cerro Blanco</li> <li>- Cerro del Muerto en Puerto El Morro</li> <li>- Finca Hostería Bella Aurora en Olón</li> <li>- Hostería Ecológica El Faro en Salinas</li> </ul> <p>Es importante más allá de la oferta de zona de camping, establecer otras actividades al aire libre para los usuarios.</p> <p>Dirigido a grupos juveniles, opción de ofertar paquetes de</p>

Opciones	Descripción	Físico	Económico	Legales	Mercado
	<p>objeto satisfacer necesidades colectivas de las personas que acampen, tales como recepción, supermercado, restaurante o bar, bloques de servicios higiénicos y oficinas, gerencia y los dedicados exclusivamente al personal de servicio.</p>		<p>experiencia turística abre inmensas oportunidades de revitalización económica, social y ambiental en las zonas rurales a través del turismo</p> <p>Invalid source specified..</p>	<p>Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda. (Ley de Turismo, 2002).</p> <p>Regido bajo <u>Reglamento General de Actividades Turísticas</u>, artículos del 35 al 49.</p>	<p>'Team Building' para empresas.</p>



## Anexo 2

### Análisis de la competencia directa – Campamentos Turísticos

Nombre Comercial	Provincia	Precio por persona	Alquiler de espacio para camping	Servicio de alojamiento en carpas	Servicio de alojamiento en cabañas	Desayuno	Parqueadero	Piscina	Actividades recreativas	Área deportiva	Área social	Vista/ Acceso a Paisaje natural
CAMPAMENTO TURÍSTICO CAMPO DURO ECOLOGE	GALÁPAGOS	\$ 30,00		x								
STARLIGHT	COTOPAXI	\$ 5,00	x			x	x					
RANCHO SAN ANDRES	CHIMBORAZO	\$ 30,00			x		x		x			x
PETREL	GALÁPAGOS	-										
CAMPING BEACH	SANTA ELENA	Cerrado										
CABALONGA ECO ADVENTURE	MANABÍ	\$ 14,00		x		x			x			x
BAJO GRANDE CAMPING	MANABÍ	\$ 15,00	x			x	x		x			x
LA POSADA DEL CHILENO	MANABÍ	Cerrado										
CAMPING CANOA	MANABÍ	-										
CAMPING IGUANA	MANABÍ	-										
TUNKAHUAN	CHIMBORAZO	\$ 45,00			x		x					
MACAS GLAMPING	MORONA SANTIAGO	\$ 60,00		x		x	x	x				
JUNGLE ROOTS	NAPO	\$ 14,00	x			x	x			x		
MOLINUCO	PICHINCHA	-										
CAMPAMENTO TURISTICO LA GRAN CASCADA DEL PITA	PICHINCHA	-										
CAMPAMENTO VACACIONAL OLYMPUS VERDE PARAISO	CHIMBORAZO	\$ 25,00		x			x	x		x		
QUINTA EL ILALO	PICHINCHA	\$ 17,00			x					x		
CAMPAMENTO VACACIONAL RINCON VERDE	SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS.	-										
RANCHO PIEDRAS GRANDES	PICHINCHA	-										
EL BAREQUE PULULAHUA	PICHINCHA	\$ 15,00	x				x					
DANTE HOUSE	CARCHI	\$ 5,00	x				x	x	x			
PHUYU DE YAKU PULULAHUA	PICHINCHA	\$ 8,00			x		x	x	x			
NIEBLI CAMPING PARK	PICHINCHA	-										
RUMIBOSQUE	PICHINCHA	-										
LA FORTUNA DE	PICHINCHA	\$ 10,00	x				x					



### Anexo 3

#### Análisis de la competencia indirecta – Hosterías

Nombre Comercial	Provincia	Precio por persona	Alojamiento	Parqueadero	Piscina	Actividades recreativas	Área deportiva	Área social	Vista/Acceso a Paisaje natural
JD PARAÍSO NATURAL	GUAYAS	\$ 2,50		x	x		x		
CENTRO RECREACIONAL HOSTERIA OASIS	GUAYAS	\$ 18,00	x	x	x				
GUAYAS Y QUIL	GUAYAS	\$ 20,00	x	x	x				
MAREA ALTA DE PLAYAS	GUAYAS	\$ 25,00	x		x	x		x	
PALMETTO	GUAYAS	\$ 30,00	x		x		x	x	
HOSTERIA LOS PICOS	GUAYAS	\$ 34,00	x		x	x		x	x
BOCCANA	GUAYAS	\$ 35,00	x	x	x				
HOSTERIA BELLAVISTA	GUAYAS	\$ 55,00	x	x	x			x	
SINFONIA DEL MAR	GUAYAS	\$ 55,00	x	x				x	x
HOSTERIA D'FRANCO	GUAYAS	\$157,00	x	x		x	x	x	x
PLAYA PARAISO	GUAYAS	\$220,00	x	x	x			x	
EL PARAISO	SANTA ELENA	\$ 10,00	x		x		x	x	
HOSTERIA ALTA MAR	SANTA ELENA	\$ 15,00	x	x	x				
HOSTERIA MIKAZA	SANTA ELENA	\$ 15,00	x	x	x				
MONTAÑITA CABAÑAS	SANTA ELENA	\$ 17,00	x	x	x				
ARANDU	SANTA ELENA	\$ 20,00	x	x	x				
LA CASA DEL SOMBRERO	SANTA ELENA	\$ 20,00	x						
HOSTERIA SAGOATOA	SANTA ELENA	\$ 20,00	x	x					x
PUERTO DEL SOL	SANTA ELENA	\$ 22,00	x					x	x

<b>HOSTERIA SHANTI MI KA</b>	SANTA ELENA	\$ 25,00	x	x	x	x			
<b>HAPPY HILL</b>	SANTA ELENA	\$ 25,00	x	x	x				x
<b>MILINA BEACH</b>	SANTA ELENA	\$ 25,00	x	x	x				
<b>POSADA PELICANO</b>	SANTA ELENA	\$ 34,00	x	x	x				
<b>BALSA SURF CAMP</b>	SANTA ELENA	\$ 35,00	x			x		x	x
<b>MUYUYO LODGE</b>	SANTA ELENA	\$ 35,00	x	x				x	x
<b>HOSTERIA FARALLON DILLON</b>	SANTA ELENA	\$ 48,00	x	x	x	x	x		
<b>CUMBRES DE AYANGUE</b>	SANTA ELENA	\$ 61,00	x	x					
<b>HOSTERIA LA GONDOLA</b>	SANTA ELENA	\$ 66,00	x	x					x
<b>CERRO LOBO GUEST HOUSE</b>	SANTA ELENA	\$135,00	x		x			x	

**Anexo 4**  
**Análisis de la competencia indirecta – Hostales**

Nombre Comercial	Provincia	Precio por persona	Alojamiento	Parqueadero	Piscina	Actividades recreativas	Área deportiva	Área social	Vista/Acceso a Paisaje natural
<b>HOSTAL RICOMAR</b>	GUAYAS	\$ 10,00	x	x					
<b>MURCIA</b>	GUAYAS	\$ 10,00	x						
<b>HOTEL SOLOY</b>	GUAYAS	\$ 10,00	x						
<b>TURISTA 2</b>	GUAYAS	\$ 10,00	x						
<b>CAROMO</b>	GUAYAS	\$ 10,00	x						
<b>HOSTAL EL PLACER</b>	GUAYAS	\$ 12,00	x	x					
<b>HOSTAL SAN FRANCISCO DE ASIS</b>	GUAYAS	\$ 12,00	x	x					
<b>HOSTAL PALMITAS</b>	GUAYAS	\$ 15,00	x	x					
<b>PACIFICO HOSTELLING INT.</b>	GUAYAS	\$ 15,00	x	x					
<b>BRISAS MARINAS</b>	GUAYAS	\$ 15,00	x	x	x				
<b>NOVIA DEL PACIFICO</b>	GUAYAS	\$ 15,00	x	x	x				
<b>PROMENADE</b>	GUAYAS	\$ 15,00	x						
<b>BRUSSELLAS</b>	GUAYAS	\$ 15,00	x	x					
<b>HOSTAL SAVOY 2</b>	GUAYAS	\$ 15,00	x	x					
<b>LAS ACACIAS.</b>	GUAYAS	\$ 15,00	x						
<b>KSA D PIA</b>	GUAYAS	\$ 15,00	x	x	x	x		x	
<b>HSK</b>	GUAYAS	\$ 16,00	x	x	x				

<b>Nombre Comercial</b>	<b>Provincia</b>	<b>Precio por persona</b>	<b>Alojamiento</b>	<b>Parqueadero</b>	<b>Piscina</b>	<b>Actividades recreativas</b>	<b>Área deportiva</b>	<b>Área social</b>	<b>Vista/Acceso a Paisaje natural</b>
<b>HOTEL LA POSADA DE ANDRES</b>	GUAYAS	\$ 17,00	x						
<b>ATLANTIC SUITE</b>	GUAYAS	\$ 18,00	x	x					
<b>POLO INN</b>	GUAYAS	\$ 20,00	x		x				
<b>ASTORIA BOULEVARD</b>	GUAYAS	\$ 20,00	x						
<b>SUNNY DAY</b>	GUAYAS	\$ 20,00	x	x					
<b>HOSTAL MEXICO 2</b>	GUAYAS	\$ 20,00	x	x					
<b>BICENTENARIO CENTRO</b>	GUAYAS	\$ 20,00	x						
<b>HOTEL MADRID</b>	GUAYAS	\$ 23,00	x	x					
<b>HOSTERIA MERCY MAR</b>	GUAYAS	\$ 23,00	x	x	x			x	
<b>NORTH STAR</b>	GUAYAS	\$ 23,00	x	x					
<b>REY DAVID</b>	GUAYAS	\$ 25,00	x	x					
<b>VARADERO INT.</b>	GUAYAS	\$ 25,00	x	x					
<b>QUIL</b>	GUAYAS	\$ 28,00	x	x					
<b>VISTA AL MAR Y ARENA</b>	GUAYAS	\$ 30,00	x	x					
<b>HOSTAL MACAW</b>	GUAYAS	\$ 30,00	x	x					
<b>LIVINGSTON</b>	GUAYAS	\$ 30,00	x	x					
<b>HOSTAL QUISQUIS</b>	GUAYAS	\$ 30,00	x						
<b>ANDY</b>	GUAYAS	\$ 32,00	x	x	x			x	x
<b>HOSTAL MONTESA</b>	GUAYAS	\$ 34,00	x					x	
<b>SASS</b>	GUAYAS	\$ 35,00	x	x	x			x	

<b>Nombre Comercial</b>	<b>Provincia</b>	<b>Precio por persona</b>	<b>Alojamiento</b>	<b>Parqueadero</b>	<b>Piscina</b>	<b>Actividades recreativas</b>	<b>Área deportiva</b>	<b>Área social</b>	<b>Vista/Acceso a Paisaje natural</b>
<b>HOTEL SAN FRANCISCO</b>	GUAYAS	\$ 35,00	x	x			x		
<b>HOTEL EL DIAMANTE</b>	GUAYAS	\$ 35,00	x						
<b>POROROCA INN</b>	GUAYAS	\$ 35,00	x	x	x			x	
<b>PERLA REAL INN</b>	GUAYAS	\$ 37,00	x	x	x		x		
<b>ORO AZUL</b>	GUAYAS	\$ 37,00	x		x			x	
<b>ILIONI BOUTIQUE</b>	GUAYAS	\$ 39,00	x	x					
<b>CASA BOUTIQUE LA FONTANA</b>	GUAYAS	\$ 42,00	x	x					
<b>EL JARDIN DE PLAYAS</b>	GUAYAS	\$ 50,00	x		x			x	
<b>CEDROS INN</b>	GUAYAS	\$ 50,00	x	x	x			x	
<b>PARADISE BEACH</b>	GUAYAS	\$ 60,00	x	x		x	x		
<b>HOSTAL PACHO'S HOUSE</b>	SANTA ELENA	\$ 8,00	x						
<b>HURVINEK</b>	SANTA ELENA	\$ 10,00	x	x					
<b>MAMA CUCHA</b>	SANTA ELENA	\$ 10,00	x						
<b>HOUSE BEACH TIA GLORIA</b>	SANTA ELENA	\$ 10,00	x	x					
<b>GASPAR - DESPENSA PAOLA</b>	SANTA ELENA	\$ 10,00	x						
<b>LOS FAROLES</b>	SANTA ELENA	\$ 10,00	x						
<b>OLAS DEL MAR</b>	SANTA ELENA	\$ 10,00	x						
<b>PUERTO PALMAR</b>	SANTA ELENA	\$ 10,00	x						
<b>POSADA PARIS</b>	SANTA ELENA	\$ 10,00	x						
<b>ITALIANA</b>	SANTA ELENA	\$ 10,00	x	x					

Nombre Comercial	Provincia	Precio por persona	Alojamiento	Parqueadero	Piscina	Actividades recreativas	Área deportiva	Área social	Vista/Acceso a Paisaje natural
<b>HABITACIONES DIEGOMAR</b>	SANTA ELENA	\$ 10,00	x						
<b>EUSKAL BEACH</b>	SANTA ELENA	\$ 10,00	x						
<b>EL DESCANSO</b>	SANTA ELENA	\$ 10,00	x	x	x				
<b>TIKITRIP HOSTAL</b>	SANTA ELENA	\$ 10,00	x					x	
<b>BAMBINO</b>	SANTA ELENA	\$ 10,00	x						
<b>VICKY</b>	SANTA ELENA	\$ 12,00	x		x				
<b>HOSTAL FRANKMAR</b>	SANTA ELENA	\$ 12,00	x						
<b>HOSTAL LAS TERRAZAS</b>	SANTA ELENA	\$ 12,00	x						
<b>ALEBRIJES</b>	SANTA ELENA	\$ 12,00	x						
<b>ESPERANTO</b>	SANTA ELENA	\$ 13,00	x						
<b>POP HOUSE MONTAÑITA</b>	SANTA ELENA	\$ 13,00	x		x				
<b>MONTECARLO</b>	SANTA ELENA	\$ 15,00	x		x				
<b>VINI MAR</b>	SANTA ELENA	\$ 15,00	x	x					
<b>Casa Eli SINAGOGA</b>	SANTA ELENA	\$ 15,00	x		x	x		x	
<b>EDDY'S HOSTAL</b>	SANTA ELENA	\$ 15,00	x	x	x				
<b>EDDY'S</b>	SANTA ELENA	\$ 15,00	x	x	x				
<b>LA CARACOLA</b>	SANTA ELENA	\$ 15,00	x					x	
<b>EL DORADO INN</b>	SANTA ELENA	\$ 15,00	x	x	x				
<b>LA PUNTA</b>	SANTA ELENA	\$ 15,00	x	x					
<b>SUMPA</b>	SANTA ELENA	\$ 15,00	x	x	x			x	



Nombre Comercial	Provincia	Precio por persona	Alojamiento	Parqueadero	Piscina	Actividades recreativas	Área deportiva	Área social	Vista/Acceso a Paisaje natural
<b>DIAMOND OF THE SEA</b>	SANTA ELENA	\$ 15,00	x	x	x				
<b>BACHITA</b>	SANTA ELENA	\$ 15,00	x	x					
<b>HOSTAL LAURITA</b>	SANTA ELENA	\$ 15,00	x	x	x				
<b>HOSTAL LAURITA BEACH</b>	SANTA ELENA	\$ 15,00	x	x	x				
<b>HOSTAL THE ROSES</b>	SANTA ELENA	\$ 15,00	x	x	x			x	
<b>TIERRA Y MAR</b>	SANTA ELENA	\$ 15,00	x	x					
<b>CAMPAMENTO FAMILIAR BRISAS DEL PARAISO</b>	SANTA ELENA	\$ 15,00	x	x	x				
<b>HOSTAL SOL Y MAR</b>	SANTA ELENA	\$ 15,00	x	x		x		x	
<b>ECOLOGICO TU VENTURA</b>	SANTA ELENA	\$ 15,00	x	x					x
<b>ISRAMAR</b>	SANTA ELENA	\$ 15,00	x						
<b>CHESCOS</b>	SANTA ELENA	\$ 16,00	x						
<b>MILTON INN</b>	SANTA ELENA	\$ 17,00	x	x	x				
<b>FOGATA</b>	SANTA ELENA	\$ 18,00	x		x				
<b>GRAND LIBERTAD</b>	SANTA ELENA	\$ 18,00	x						
<b>DON PRIMI</b>	SANTA ELENA	\$ 19,00	x					x	
<b>EL KUY SURFISTA</b>	SANTA ELENA	\$ 20,00	x		x				
<b>MARVENTO I</b>	SANTA ELENA	\$ 20,00	x	x					
<b>LA COSTA</b>	SANTA ELENA	\$ 20,00	x	x					
<b>HOSTAL COSTA LINDA</b>	SANTA ELENA	\$ 20,00	x	x					
<b>MY BEACH HOUSE</b>	SANTA ELENA	\$ 20,00	x	x	x				

<b>Nombre Comercial</b>	<b>Provincia</b>	<b>Precio por persona</b>	<b>Alojamiento</b>	<b>Parqueadero</b>	<b>Piscina</b>	<b>Actividades recreativas</b>	<b>Área deportiva</b>	<b>Área social</b>	<b>Vista/ Acceso a Paisaje natural</b>
<b>TERRA-NOVA</b>	SANTA ELENA	\$ 20,00	x	x	x				
<b>FRIENDS</b>	SANTA ELENA	\$ 20,00	x		x				
<b>CASA DEL SOL</b>	SANTA ELENA	\$ 20,00	x	x	x			x	
<b>CISNE II</b>	SANTA ELENA	\$ 22,00	x	x					
<b>KAMALA</b>	SANTA ELENA	\$ 22,00	x						
<b>RINCON D' OLON</b>	SANTA ELENA	\$ 23,00	x						
<b>PALM BEACH</b>	SANTA ELENA	\$ 25,00	x	x					
<b>LA POSADA PARIS</b>	SANTA ELENA	\$ 25,00	x	x	x				
<b>HOSTAL DAVID</b>	SANTA ELENA	\$ 25,00	x	x					
<b>MAEO BEACH</b>	SANTA ELENA	\$ 25,00	x						
<b>HOSTAL CASA DEL SOL</b>	SANTA ELENA	\$ 25,00	x	x					
<b>SUSI'S BOON</b>	SANTA ELENA	\$ 25,00	x	x				x	
<b>SELINA MONTAÑITA</b>	SANTA ELENA	\$ 25,00	x		x			x	
<b>TERRAMAR</b>	SANTA ELENA	\$ 25,00	x	x	x			x	
<b>SOL Y LUNA.</b>	SANTA ELENA	\$ 25,00	x						
<b>HAZIEL</b>	SANTA ELENA	\$ 26,00	x	x					
<b>MARVENTO IV</b>	SANTA ELENA	\$ 30,00	x	x	x				
<b>CASA TAISHA</b>	SANTA ELENA	\$ 30,00	x						
<b>BIG RALPH'S Y RESTAURANT</b>	SANTA ELENA	\$ 32,00	x					x	
<b>LA MARIPOSA</b>	SANTA ELENA	\$ 32,00	x	x	x			x	

<b>Nombre Comercial</b>	<b>Provincia</b>	<b>Precio por persona</b>	<b>Alojamiento</b>	<b>Parqueadero</b>	<b>Piscina</b>	<b>Actividades recreativas</b>	<b>Área deportiva</b>	<b>Área social</b>	<b>Vista/ Acceso a Paisaje natural</b>
<b>TU VENTURA</b>	SANTA ELENA	\$ 32,00	x						
<b>VISTA SOL</b>	SANTA ELENA	\$ 33,00	x	x					
<b>HOSTAL SEA HORSE</b>	SANTA ELENA	\$ 34,00	x	x	x				
<b>RUTA DEL SOL</b>	SANTA ELENA	\$ 35,00	x		x				
<b>HOSTAL "TABUBA MALECON"</b>	SANTA ELENA	\$ 35,00	x						
<b>DREAMS BEACH COLONIAL</b>	SANTA ELENA	\$ 35,00	x						
<b>HOSTAL QUIMBITA</b>	SANTA ELENA	\$ 35,00	x	x					x
<b>LA COSTANERA</b>	SANTA ELENA	\$ 37,00	x	x	x				x
<b>RONABI BEACH</b>	SANTA ELENA	\$ 37,00	x						
<b>CHARO'S HOSTAL</b>	SANTA ELENA	\$ 38,00	x		x				
<b>KARUKERA</b>	SANTA ELENA	\$ 38,00	x						
<b>THE SEA GARDEN HOUSE</b>	SANTA ELENA	\$ 39,00	x					x	
<b>VILLA MARINA</b>	SANTA ELENA	\$ 40,00	x	x	x				
<b>HOSTAL PAKALORO</b>	SANTA ELENA	\$ 46,00	x		x				
<b>PUERTA SOL INN</b>	SANTA ELENA	\$ 48,00	x						
<b>PLAYA DORADA</b>	SANTA ELENA	\$ 50,00	x						
<b>ANGELES BEACH</b>	SANTA ELENA	\$ 50,00	x						
<b>THE HEIGHTS</b>	SANTA ELENA	\$101,00	x		x			x	x

**Anexo 5****Análisis de la competencia indirecta – Centros de recreación turística**

<b>Nombre Comercial</b>	<b>Provincia</b>	<b>Precio por persona</b>	<b>Alojamiento</b>	<b>Parquedero</b>	<b>Piscina</b>	<b>Actividades recreativas</b>	<b>Área deportiva</b>	<b>Área social</b>	<b>Vista/ Acceso a Paisaje natural</b>
<b>COMPLEJO TURISTICO PEQUEÑO PARAISO</b>	GUAYAS	\$ 4,00			x				
<b>LAGUNA PARK</b>	GUAYAS	\$ 10,00					x		x
<b>VISALTUR</b>	GUAYAS	\$ 3,00			x	x		x	
<b>GARZA ROJA</b>	GUAYAS	\$ 3,00		x	x			x	
<b>FINCA LA GLORIA</b>	GUAYAS	\$ 15,00	x	x	x	x	x	x	
<b>REY PARK</b>	GUAYAS	\$ 6,00		x	x	x		x	
<b>FINCA TURISTICA ROSA CELIA</b>	GUAYAS	\$ 10,00	x	x	x	x	x	x	

**Anexo 6****Análisis de la competencia indirecta – Centros de Turismo Comunitario**

<b>Nombre Comercial</b>	<b>Provincia</b>	<b>Precio por persona</b>	<b>Alojamiento</b>	<b>Parqueadero</b>	<b>Piscina</b>	<b>Actividades recreativas</b>	<b>Área deportiva</b>	<b>Área social</b>	<b>Vista/ Acceso a Paisaje natural</b>
<b>COMPLEJO TURISTICO PEQUEÑO PARAISO</b>	GUAYAS	\$ 4,00			x				
<b>LAGUNA PARK</b>	GUAYAS	\$ 10,00					x		x
<b>VISALTUR</b>	GUAYAS	\$ 3,00			x	x		x	
<b>GARZA ROJA</b>	GUAYAS	\$ 3,00		x	x			x	
<b>FINCA LA GLORIA</b>	GUAYAS	\$ 15,00	x	x	x	x	x	x	
<b>REY PARK</b>	GUAYAS	\$ 6,00		x	x	x		x	
<b>FINCA TURISTICA ROSA CELIA</b>	GUAYAS	\$ 10,00	x	x	x	x	x	x	

## Anexo 7

### Resultados de Grupo Focal

Categoría	Fragmentos	Descripción de la categoría desde los aportes de los entrevistados
<p><b>Diseño del producto</b></p> <p>-Carpas: Se consultó a los participantes si preferirían que las carpas del lugar estén armadas o armarlas por sí mismos. Se consultó además el tipo de cama que preferirían en la carpa.</p>	<p>Yo soy muy cómodo, y a veces uno llega cansado del viaje, y tener que armar tu carpa y todo lo demás, preferible llegar y que ya esté todo listo.</p> <p>En mi caso, yo preferiría que esté armada, y la opción del sleeping bag. Yo nunca he hecho camping, pero he visto en películas y series, siempre está el sleeping bag.</p> <p>Y a mí en lo particular, de lo que estuve viendo últimamente, creo que la carpa que tenemos, este domo de tela quizás debería ser transparente, yo creo, incluso hasta para poder apreciar las estrellas, el tema de la naturaleza, porque la idea de la carpa es por el tema ecológico.</p> <p>Bueno, me gustaría a mí armar por tener la experiencia de hacerlo. Y aparte, por ejemplo, por otros motivos también, porque no sé si el lugar que me está armando las carpas, las armas diariamente o las deja a la intemperie.</p> <p>Yo también soy de la idea de que la carpa esté armada, y soy de la idea también del tema de la camilla, de la cama como camilla. Me parece más fabuloso, sobre todo en el tema del clima.</p> <p>En todo caso, me sentiría un poquito más protegida (con un sleeping bag) de algún bicho o de algo que esté por ahí. Y como tengo niños, me imagino que ellos también en la noche han de tener miedo, entonces han de querer estar ahí protegidos.</p>	<p>Opiniones divididas en cuanto a armar o encontrar armada la carpa. Los participantes mencionaron preferencia por carpa armada pero también la importancia de vivir la experiencia de armarla ellos mismos. Así mismo, se mostró preocupación en cuanto a la higiene de estas en caso de que se ofrezca el servicio de carpa armada.</p> <p>En cuanto a la cama, camilla tipo militar y <i>sleeping bag</i> suenan como buenas opciones. Uno de los participantes además mencionó experiencia positiva en otro establecimiento donde ofrecen colchones en área de camping, tipo <i>glamping</i>.</p>

Categoría	Fragmentos	Descripción de la categoría desde los aportes de los entrevistados
<p><b>Diseño del producto</b></p> <p>-Restaurante: Se consultó a los participantes sus preferencias de consumo en el restaurante del establecimiento.</p>	<p>Yo preferiría un menú... Algo de mar, algo de tierra, y que sea un menú preestablecido, pero que siempre haya una opción nueva, cosa que así no tienes que variar el menú todos los días, y simplemente varías un plato, uno que otro plato todos los días.</p>	<p>De manera unánime los participantes mencionaron que desean la oferta de café en el restaurante. Además, coincidieron en su mayoría en que la oferta del menú debería de ser platos típicos de la costa durante el desayuno y el almuerzo.</p>
	<p>En mi caso, preferiría cosas como... No sé si es así como... ¿Esa es una humita? Como humita, maduro, así, que no requieran mucho cubierto. Que sean simples, y café. Café tiene que haber.</p>	
	<p>Yo estoy de acuerdo con un menú establecido, y lo que podría variar, quizás es en algo referencial para los niños. Por lo general, los niños aquí están acostumbrados a tomar sopa. Entonces, que es algo ligerito para ellos.</p>	
	<p>Que haya la opción de tener por ahí cerca una parrilla para que uno mismo pueda hacerse sus alimentos, sería <i>supercheverísimo</i>.</p>	
	<p>Por el lugar, yo preferiría comida tradicional de costa, incluido los piqueos.</p>	
	<p>Netamente el menú establecido, costa, cosas sencillas, hasta puedes meter ceviche, humitas y maduros.</p>	
	<p>Bueno, yo preferiría un menú así como tienen prácticamente los restaurantes, como abierto, tipo <i>buffet</i>. Obviamente, el tipo de <i>buffet</i> sería acompañado con el campo, me imagino que han de ser cosas leves, piqueos, algo así no tan pesado. A lo mejor, no una sopa tan llena de proteínas, sino por ahí un consomé o algo así.</p>	
<p>Yo concuerdo con Claudia, que sea algo más rústico, no como restaurante... Tal vez como una cabañita, con platos así tipo costa,</p>		

Categoría	Fragmentos	Descripción de la categoría desde los aportes de los entrevistados
	<p>digamos que autóctonos, como que vivir la experiencia. Y más que todo, quizás que no sea un restaurante abierto, sino tal vez que des desayunos y cenas nada más, así como bien limitado</p> <p>Yo creo que debería ser algo más rústico, localista, sobre todo del lugar (...) En la mañana, yo creo, el tema de las picaditas, las empanaditas, los patacones, y quizás al mediodía algo más contundente, quizás ya ahí una proteína, arroz, típico. Pero creo que la comida debería ir variando en el transcurso del día. Más que la comida, la opción de tener la comida, porque también el tema de la ocupación también te va a limitar.</p> <p>Yo creo que el café no puede faltar, porque aquí, por gusto o por moda, todos toman café.</p>	
<p><b>Actividades y servicios demandados</b></p> <p>Se presentó a los participantes el listado de actividades y servicios preferidos resultantes en la encuesta. Se les consultó qué actividades realizarían y si estarían interesados en algún servicio adicional no mencionado.</p>	<p>Yo le aumentaría hacer alguna actividad con la comunidad. No sé, por ejemplo, yo estuve en Vasija de Barro, que queda en Milagro, y me mostraron el cacao, cómo moler cacao, cómo hacer cacao, cómo hacer mermelada, estuve haciendo actividades. Entonces es como que me queda la experiencia: "Viví esto", alguna actividad chévere con la comunidad. Lógicamente, lo vamos a hacer mal, pero nos queda la experiencia.</p> <p>También es buena la opción de la parrilla, a mí me encantaría.</p> <p>No sé si de pronto habrá senderos para bicicletas.</p> <p>No sé, para la noche, tal vez, se me ocurre que el personal nos cuente alguna historia, alguna leyenda, y que hagan algo como para que lo vivencemos. Por ejemplo, una vez me fui a un lugar y decían que a la noche, a la madrugada, a las cinco, aparece eso, y a las cinco comenzaron a hacer bulla... A mí me gusta más la experiencia...</p> <p>Yo estoy de acuerdo con lo de los talleres. Me parecería superchévere, por ejemplo, cocinar algo al aire libre, que te enseñan desde cero, hasta cómo prender el fuego y tal.</p>	<p>Entre las actividades y servicios que más llamaron la atención de los participantes se encuentran:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Uso de parrillas</li> <li>- Ciclismo</li> <li>- Camping</li> <li>- Restaurante</li> <li>- Actividades para niños</li> <li>- Huerto ecológico</li> <li>- Fogatas</li> <li>- Actividades deportivas y al aire libre</li> <li>- Pesca</li> <li>- Granja</li> </ul> <p>Sugerencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Talleres de participación</li> <li>- Actividades de relajación como yoga</li> </ul>



Categoría	Fragmentos	Descripción de la categoría desde los aportes de los entrevistados
	<p>Y creo que también si hubiera la opción de hacer yoga o meditar, que claro que la persona no podría estar siempre, pero a lo mejor que con anticipación pides a un instructor o algo así, y con los <i>mats</i> y todo, estaría muy bonito.</p> <p>Y a lo mejor, por ahí hacer como una casita del árbol bonita para los niños cuando vayan.</p> <p>Yo creería que deberían ir actividades enfocadas, si es familiar, entre padres e hijos, actividades así.</p> <p>Yo preferiría el alojamiento, las actividades en familia, también la parrilla, básicamente eso. Lo que sí me gustaría es lo que dijo uno los compañeros. Por ejemplo, no sé si por ahí hay un sembrío, hablo por hablar, no sé si de cacao o de café, de lo que sea, que sí se explote eso, como el paso a paso.</p> <p>Yo, definitivamente, preferiría el tema de la carpa, hacer la dormida en la carpa, con actividades como bicicleta y cuestiones que te conecten con la naturaleza, porque la idea de irme a ese camping, desde mi concepción, es desconectarme un poco de la ciudad. No sé, lo que decían, yoga quizás, biodanza, cuestiones así y, obviamente, conocer algo de lo que ellos hacen. Si este contacto con la comunidad se da, pues se puede. Puede ser chocolate, no sé, jugo, lo que sea, con tal de salir de la rutina.</p> <p>Yo estoy más o menos en la misma sintonía que Jorge Luis, creo que se llama, Jorge, de la vivencia, a contar algo de historias urbanas o de alguna leyenda</p> <p>Alojamiento, parrilla y fogata en la noche, así tipo contar las anécdotas. Eso es lo que me gustaría, y comer mucho.</p> <p>Coincido que debería ser como para desconectarse. A mí, en lo personal, prefiero armar la carpa, dormir más en el piso, hacer actividades al aire libre. A lo mejor tener algún muro de escalar, algo así como diferente,</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Actividades vivenciales</li> <li>- Involucramiento con las comunidades cercanas.</li> <li>- Participantes estarían interesados en hacer también uso de las instalaciones durante el día sin acampar.</li> </ul>

Categoría	Fragmentos	Descripción de la categoría desde los aportes de los entrevistados
	<p>como para llevar a los niños y que vivan una experiencia distinta, un poco estar en contacto con la naturaleza, desconectarse un poco de la tecnología.</p> <p>Me parece superchévere eso de los animales, como granjita, que mencionaste. Cogería la opción, ya como te mencioné, del camping ya armado, obviamente, si en el caso estamos cansados, ya esté todo ahí armado. Y haríamos las actividades también de pesca, algo vi que también se podía bañar, creo que en el río. Eso sería superchévere.</p> <p>¿Qué servicios realizaría? El camping, la fogata y todas las actividades al aire libre.</p> <p>A mí me gustaría la experiencia completa.</p> <p>A mí me gustaría, exactamente, cómo <i>camping</i>.</p> <p>Me gustaría la experiencia completa de <i>camping</i> pero también suena interesante el pase de día para ir al lugar con más frecuencia.</p>	
<p><b>Reservas</b></p> <p>Se consultó a los participantes cuál es su método de contacto preferido para realizar reservas.</p>	<p>A mí me gusta ir directamente a la website del sitio y hacer la reserva ahí.</p> <p>Yo prefiero WhatsApp porque es más personalizado, como que: «Oye me interesó esto», «Ya, es tanto, dame tus datos y ya está».</p> <p>Yo también prefiero WhatsApp porque, justamente, a veces en la página de repente uno paga o a veces yo me quedo con la duda si se fue, no se fue, qué va a pasar, entonces prefiero que alguien me diga: «Ya, todo listo». Y si tengo alguna duda a último momento, que en ese momento la responda. Yo también prefiero así.</p> <p>Yo prefiero también por WhatsApp. Es más personalizado, mucho más rápido. Por lo general, siempre están contestando más que en un website.</p>	<p>Los participantes mencionaron tres tipos de contacto:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Whatsapp</li> <li>- Página web oficial</li> <li>- Buscadores como booking.com</li> </ul> <p>Se mencionó además por motivos de seguridad mantener el acceso al servicio únicamente bajo reserva.</p>

Categoría	Fragmentos	Descripción de la categoría desde los aportes de los entrevistados
	<p>Yo prefiero <i>booking.com</i> o algún tipo de esas herramientas, porque en el fondo puedes ver la calificación de las experiencias de las personas. Y aparte puedes verla, si es que tiene disponible.</p> <p>Siguiendo el tema de seguridad, sería bueno, en mi perspectiva, que no se acepten <i>walk-ins</i>, sino netamente solamente personas con reserva. Las personas con pase del día pueden tener su pase del día, pero previo a reserva, así tú sabes quién va a llegar, ya tienen nombres, tienes datos, tienes todo. Sigue siendo seguro.</p>	
<p><b>Intención de compra</b></p> <p>Se consultó a los participantes si estarían dispuestos a consumir el producto, quiénes serían sus acompañantes y la frecuencia de consumo.</p>	<p>Para mí, al menos en mi caso, es una experiencia de una vez al año, por lo menos hacerlo, en ese sitio específico, porque de pronto me voy a hacer también a la sierra. Pero sí, para mí sí es de por lo menos ir una vez al año.</p> <p>Voy con mi novia y mi familia.</p> <p>Y mucha gente hace uso de esto aquí, sino que a la gente a veces no le gusta porque está muy lejos o no está cerca de Guayaquil. En este caso, para mí es una muy buena opción. Por tiempo, por distancia.</p> <p>Iría con mis hijos, con mi familia, mi esposa, pero también iría con los estudiantes, también iría con los compañeros de la universidad, por ejemplo, del trabajo, los que puedan, familias en general.</p> <p>Yo sí iría. Realmente, ¿con quién? Más que nada, familia, me parece un espacio súper chévere para niños, para jóvenes y también, como mencionaba, lo de los estudiantes también se pasó por mi cabeza, por ejemplo, que sería chévere algún tema de taller, como de trabajo en equipo, algo así como armar, ya el simple hecho de que armes en equipo la carpa, que hagas ciertas cosas o que cocines, lo haría.</p> <p>Iría con mi familia, tengo dos niños.</p> <p>A ver, ¿quiénes serían tus acompañantes? Para mí, lo primordial, mi</p>	<p>Los participantes mencionaron su interés de asistir al establecimiento en pareja y en familia y acudir al mismo por lo menos una vez al año.</p> <p>Se incluyó también como sugerencia organización de actividades de trabajo en equipo como opción para reservas grupales.</p>

Categoría	Fragmentos	Descripción de la categoría desde los aportes de los entrevistados
	<p>enamorada. Y de ahí, sí invitaría a mis alumnos de la universidad.</p> <p>¿Con qué frecuencia iría? Yo creo que un par de veces al año, una o dos veces al año, máximo.</p>	
<p><b>Precio</b></p> <p>Se consultó a los participantes cuántos estarían dispuestos a pagar por el servicio. Incluyendo las opciones que mencionaron anteriormente: acampada con o sin carpa y pase de día.</p>	<p>Yo sí creería que de 25 a 35 estaría bien por persona.</p> <p>Sin carpa: Alquilas el espacio como en otros lados, de 10 a 15 \$ cuesta rentar el espacio.</p> <p>Pase de día: Ahí creo que pagaría lo mismo, de 10 a 15.</p> <p>Niños de 6 a 12 pagan el 50 %.</p> <p>Y los menores ya no pagan. Algo así, más que nada pensando 10, 15 \$, okey, no es malo. Pero ya pensando en una familia y tal ya aumenta</p> <p>30 \$, 25. 30 \$ sí pagaría ya incluyendo eso (carpa).</p> <p>Pagaría por persona de 25 a 30 \$. Con precios especiales para niños.</p> <p>Pase de día \$10</p> <p>Yo estaría interesada en un precio promocional, obviamente por familia, unos 50 \$, hablando de cuatro personas. Y adicional, el tema del pase por el día sí estaría de acuerdo con el precio de 10 \$.</p> <p>Si es sólo por el día, 15 por persona, como me da acceso a todo, pues puedo hacer lo que quiera ahí. Por la noche, si no me incluye el desayuno, entonces 30 sin desayuno.</p> <p>En el caso que yo tenga que tomar todos los servicios, prácticamente, sí pagaría entre 30, 35 dependiendo qué tan chévere también es el lugar, si es súper bacán y hay buena perspectiva, estaría dispuesto a pagar un poco más. Pero si no lo conozco y de entrada me dicen: «Ven, vamos a probar</p>	<p>En general, los participantes están dispuestos a pagar por persona entre 20 y 30 dólares por acampar usando las carpas del establecimiento, y entre 10 y 15 dólares por el uso del espacio de camping incluyendo las actividades ofertadas por el establecimiento.</p> <p>En el caso del pase de día, estarían dispuestos a pagar entre 10 y 15 dólares por persona.</p> <p>Sugirieron hacer precios de grupo familiar o descuentos en el caso de niños.</p>

<b>Categoría</b>	<b>Fragmentos</b>	<b>Descripción de la categoría desde los aportes de los entrevistados</b>
	qué pasa», 30, 35, 40, no sé, por ahí. Y sin carpas, sí estaría pagando unos 25, 30 \$, creo que sería el precio más razonable.	
	Pase de día: Yo creo que unos 20 \$ estaría, 15, 20 \$, más de eso no.	
	O puedes hacer paquete familiar, las cuatro personas tanto, ¡pum!	

**Anexo 8**  
**Inversión en Infraestructura**

ITEM	DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD	P. UNITARIO	P. TOTAL
<b>1. TRABAJOS GENERALES</b>					
1.1.	TRAZADO Y REPLANTEO AREAS A TRABAJAR	m2	4,380.00	\$ 0.55	\$ 2,409.00
1.2.	CASETA DE GUARDIANA	u	2.00	\$ 793.10	\$ 1,586.20
1.3.	DESBROCE Y LIMPIEZA AREAS GENERALES	m2	1,550.00	\$ 0.60	\$ 930.00
1.4.	RELLENO COMPACTADO CON MATERIAL DE MEJORAMIENTO (CAMINO PRINCIPAL INTERIOR)	m3	159.00	\$ 23.15	\$ 3,680.85
1.5.	PORTONES METALICOS DE ENTRADA	u	2.00	\$ 1,298.00	\$ 2,596.00
1.6.	DERROCAMIENTO DE COLUMNAS EXISTENTES EN AREA DE ACAMPAMIENTO	m3	10.80	\$ 13.65	\$ 147.42
1.7.	DESALOJO DE ESCOMBROS	m3	14.04	\$ 12.20	\$ 171.29
1.8.	PINTURA DE ESTRUCTURAS EXISTENTES (CASA Y GRADAS)	m2	106.00	\$ 5.40	\$ 572.40
<b>2. PISCINAS NATURALES</b>					
2.1.	DESBROCE Y LIMPIEZA	m2	4,345.00	\$ 0.60	\$ 2,607.00
2.2.	ADECUACION Y RECONFORMACION DE PISCINAS	m3	761.40	\$ 7.85	\$ 5,976.99
2.3.	GEOMALLA BIAXIAL BX 1100	m2	1,692.00	\$ 2.85	\$ 4,822.20
2.4.	SISTEMA DE BOMBAS Y FILTROS	u	2.00	\$ 3,850.00	\$ 7,700.00
<b>3. SISTEMA HIDROSANITARIO GENERAL</b>					
3.1.	TANQUE RESERVORIO	u	1.00	\$ 3,860.00	\$ 3,860.00
3.2.	DISTRIBUCION DE AGUA EN TUBERIA 1/2 "	ml	435.00	\$ 2.98	\$ 1,296.30
3.3.	PUNTOS DE AAPP 1/2"	u	12.00	\$ 13.14	\$ 157.68
3.4.	PUNTOS DE DESAGUE PVC 50 MM	u	8.00	\$ 9.41	\$ 75.28
3.5.	PUNTOS DE DESAGUE PVC 110 MM	u	4.00	\$ 5.22	\$ 20.88

<b>4. BAÑOS HOMBRES Y MUJERES</b>					
4.1.	CONSTRUCCION DE UN AREA DE BAÑO PARA HOMBRE Y MUJERES	Unidad	1.00	\$ 2,751.00	\$ 2,751.00
4.2.	ADECUACION DE UN AREA DE BAÑO PARA HOMBRE Y MUJERES	Unidad	1.00	\$ 463.25	\$ 463.25
4.3.	SUMINISTRO E INSTALACION DE INODORO BLANCO. INCLUYE ACCESORIOS	Unidad	4.00	\$ 134.95	\$ 539.80
4.4.	INSTALACION DE LAVAMANOS	Unidad	4.00	\$ 98.70	\$ 394.80
4.5.	TUBERIA PVC ROSCABLE 1/2" (p/presión)	ml	14.00	\$ 2.95	\$ 41.30
4.6.	CERAMICA DE PISO EN BAÑOS	m2	20.00	\$ 23.88	\$ 477.60
4.7.	CERAMICA DE PAREDES EN BAÑOS	m2	24.00	\$ 21.24	\$ 509.76
<b>5. AREA DE PARRILLAS</b>					
5.1.	DESBROCE Y LIMPIEZA	m2	1,136.00	\$ 0.60	\$ 681.60
5.2.	CONTRAPISO 210kg/cm2 E=8cm	m2	240.00	\$ 12.80	\$ 3,072.00
5.3.	MESON DE CEMENTO Y PARRILLA DE HIERRO	u	12.00	\$ 97.00	\$ 1,164.00
<b>6. AREA DE ACAMPADO</b>					
6.1.	DESBROCE Y LIMPIEZA	m2	556.00	\$ 0.60	\$ 333.60
6.2.	PLATAFORMA DE MADERA DE 3,0 x 3,0 mts PARA ARMADO DE CARPAS	u	18.00	\$ 88.20	\$ 1,587.60
6.3.	MESON DE CEMENTO Y PARRILLA DE HIERRO	u	12.00	\$ 97.00	\$ 1,164.00
					\$ -
<b>7. RESTAURANTE TIPO PERGOLA</b>					
7.1.	CONSTRUCCION DE UNA ESTRUCTURA TIPO PERGOLA	Unidad	1.00	\$ 13,720.00	\$ 13,720.00
7.2.	INSTALACION DE LAVADERO	Unidad	1.00	\$ 98.70	\$ 98.70
7.3.	TUBERIA PVC ROSCABLE 1/2" (p/presión)	ml	3.80	\$ 2.95	\$ 11.21
7.4.	CERAMICA DE PISO	m2	49.00	\$ 23.88	\$ 1,170.12
<b>8. SEÑALIZACION</b>					
8.1.	LETRAS CORPOREAS EN PLANCHA GALVANIZADA D 1.4 MM, ESTRUCTURA INTERNA DE ACERO GALVANIZADO, PINTURA AUTOMOTRIZ Y ACABADO DE PROTECCION UV, INCLUYE ILUMINACION LED PARTE POSTERIOR	GBL	1.00	\$ 1,865.00	\$ 1,865.00
8.2.	LETREROS INFORMATIVOS INTERNOS (0.4X0.2 M)	U	30.00	\$ 17.00	\$ 510.00

<b>9. OBRAS EXTERIORES</b>					
<b>9.1.</b>	HORMIGON SIMPLE 210 KG/CM2 PARA ACERA	M3	1.80	\$ 219.91	\$ 395.84
				SUBTOTAL:	<b>\$ 69,560.67</b>
				IVA 12 %	\$ 8,347.28
				TOTAL:	<b>\$ 77,907.95</b>

Elaborado por: Staylort S.A. – Soluciones de Construcción



**Anexo 9****Inversión otros rubros**

<b>Concepto</b>	<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor total</b>	<b>Valor total por concepto</b>
Implementos para camping	Carpa	18	\$150.00	\$2,700.00	<b>\$ 3,980.00</b>
	Sleeping Bag	18	\$25.00	\$450.00	
	Colchoneta	18	\$20.00	\$360.00	
	Almohada	18	\$3.00	\$54.00	
	Linterna	18	\$12.00	\$216.00	
	Parasoles	5	\$10.00	\$50.00	
	Hamacas	10	\$15.00	\$150.00	
Equipamiento restaurante	Cocina	1	\$300.00	\$300.00	<b>\$ 2,661.00</b>
	Refrigerador	1	\$360.00	\$360.00	
	Licuadaora	1	\$85.00	\$85.00	
	Microondas	1	\$150.00	\$150.00	
	Olla arrocera	1	\$50.00	\$50.00	
	Olla de presión	1	\$65.00	\$65.00	
	Juego de ollas	1	\$100.00	\$100.00	
	Sartén x 3	1	\$35.00	\$35.00	
	Juego de cubiertos	5	\$47.00	\$235.00	
	Juego de vasos	5	\$23.00	\$115.00	
	Juego de vajilla	10	\$40.00	\$400.00	
	Jarra 2,5 litros	2	\$3.00	\$6.00	
	Mesas	8	\$35.00	\$280.00	
	Sillas	32	\$15.00	\$480.00	
Implementos deportivos	Balones de fútbol	5	\$18.00	\$90.00	<b>\$ 7,145.00</b>
	Balones de volleyball	5	\$25.00	\$125.00	
	Caña de pescar	10	\$60.00	\$600.00	
	Red de volleyball	2	\$15.00	\$30.00	
	Bicicleta adulto	6	\$180.00	\$1,080.00	
	Bicicleta niño	4	\$150.00	\$600.00	
	Chaleco salvavidas grande	10	\$30.00	\$300.00	
	Chaleco salvavidas pequeño	6	\$20.00	\$120.00	
	Botes	6	\$700.00	\$4,200.00	
Equipos computación	Laptop	2	\$700.00	\$1,400.00	<b>\$ 1,600.00</b>
	Impresora tinta continua	1	\$200.00	\$200.00	
Equipos de oficina	Celular	2	\$300.00	\$600.00	<b>\$ 600.00</b>
Muebles de oficina	Escritorio	2	\$150.00	\$300.00	<b>\$ 620.00</b>
	Archivador	2	\$60.00	\$120.00	

	Silla	2	\$100.00	\$200.00	
<b>Gastos Pre-operacionales</b>	Gastos de constitución	1	\$300.00	\$300.00	<b>\$ 750.00</b>
	Tasa Ministerio Turismo	1	\$200.00	\$200.00	
	Tasa Cámara de Turismo	1	\$250.00	\$250.00	