

**EVALUACIÓN DE LA FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN
CAMPAMENTO AGROTURÍSTICO INFANTIL EN EL CANTÓN
PALLATANGA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO**

CAROLINA ELIZABETH PLAZA MEJIA

TESIS

Presentada como requisito parcial para obtener el título de Ingeniero en Ecoturismo

**Escuela Superior Politécnica de Chimborazo
Facultad de Recursos Naturales
Escuela de Ingeniería en Ecoturismo**

RIOBAMBA – ECUADOR

2009

EL TRIBUNALE DE TESIS CERTIFICA QUE: El trabajo de investigación titulado “EVALUACIÓN DE LA FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CAMPAMENTO AGROTURÍSTICO INFANTIL EN EL CANTÓN PALLATANGA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO”. De responsabilidad de la Señorita Carolina Elizabeth Plaza Mejía, ha sido prolijamente revisado, quedando autorizada su presentación.

TRIBUNAL DE TESIS.

Ing. Eduardo Muñoz
DIRECTOR

Ing. Patricia Tierra
MIEMBRO

Ing. Carlos Cajas
MIEMBRO

ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE RECURSOS NATURALES

ESCUELA DE INGENIERIA EN ECOTURISMO

Riobamba, Enero del 2009

AGRADECIMIENTO

A mi Dios que me ha dado todo lo que necesito para ser feliz, una hija que es toda mi vida, un compañero que me ama, mi madre que me hizo lo que ahora soy y una familia grande y de buen corazón.

Agradezco al que ahora es mi compañero de vida, Erik Silva, quien estuvo conmigo desde que empecé mis estudios en Riobamba, con él nada fue difícil, con él encontré mi paz.

DEDICATORIA

A mis abuelitos Romelia Martínez y Vicente Mejía, quienes con su inmenso cariño han infundido en mí el amor a la familia y el apego a “Allazamba de las Rosas”, Ellos, a base de amor, han formado personas de bien, ejemplos para mí y ahora para mi hija.

A mi madre que con sacrificio nos sacó a delante, mi niñez feliz se la debo a ella.

TABLA DE CONTENIDOS

CAPITULO	Página.
LISTA DE CUADROS	i
LISTA DE GRÁFICOS	ii.
LISTA DE FIGURAS	iv.
LISTA DE ANEXOS	v.
I. TÍTULO	1
II. INTRODUCCIÓN	1
III. REVISIÓN DE LITERATURA	4
IV. MATERIALES Y MÉTODOS	22
A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR	22
B. MATERIALES Y EQUIPOS	23
C. METODOLOGÍA	23
V. RESULTADOS	26
A. ESTUDIO DE MERCADO	26
B. ESTUDIO TÉCNICO	69
C. ESTUDIO AMBIENTAL	94
D. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL	101
E. ESTUDIO FINANCIERO	104
F. EVALUACIÓN ECONÓMICA	119
VI. CONCLUSIONES	122
VII. RECOMENDACIONES	124
VIII. RESUMEN	126

IX.	SUMMARY	127
X.	BIBLIOGRAFÍA	128
XI.	ANEXOS	130

LISTA DE CUADROS

No.	Descripción	Página.
1.	Porcentaje de viajes turísticos.	27
2.	Promedio de estudiantes por viaje turístico	28
3.	Conocimiento de la ubicación de Pallatanga	29
4.	Predisposición para realizar la visita al campamento	30
5.	Preferencias en actividades (Paseos a caballo)	31
6.	Preferencias en actividades (Observación e interacción con animales de granja)	32
7.	Preferencias en actividades (Técnicas de ordeño)	33
8.	Preferencias en actividades (Caminatas)	34
9.	Preferencias en actividades (Siembra y cosecha de alimentos orgánicos)	35
10.	Preferencias en actividades (Campamentación)	36
11.	Preferencias en infraestructura (Piscina)	37
12.	Preferencias en infraestructura (Canchas deportivas)	38
13.	Preferencias en infraestructura (Viveros)	39
14.	Preferencias en infraestructura (Restaurante)	40
15.	Preferencias en infraestructura (Transporte)	41
16.	Preferencias en enseñanzas (Técnicas de manejo de ganado)	42
17.	Preferencia en enseñanzas (Técnicas de manejo de alimentos orgánicos)	43

18. Preferencia de enseñanzas (Educación ambiental)	44
19. Preferencias en enseñanzas (Cultura y costumbres de la zona)	45
20. Permanencia	46
21. Preferencia en el costo por noche	47
22. Preferencia en temporadas.	48
23. Predisposición de los padres para la visita	49
24. Demanda histórica	51
25. Demanda futura	52
26. Oferta Sustitutiva	52
27. Servicios turísticos complementarios.	53
28. Oferta histórica	54
29. Oferta Futura	54
30. Demanda insatisfecha	55
31. Capacidad del campamento “Allasamba”	69
32. Opciones de menú.	72
33. Especies arbóreas aconsejables para las técnicas silvopastoriles	76
34. Especies medicinales.	77
35. Matriz causa-efecto-solución	96
36. Matriz causa-efecto-solución	99
37. Recurso humano	102
38. Costos de los espacios turísticos.	105
39. Costos área de camping.	105
40. Costos área de restaurante.	105
41. Costos área de granja	106

42. Costos equipos y muebles de oficina	107
43. Costos de constitución	107
44. Costos recurso humano	108
45. Costos de insumos Paquete diversión	108
46. Costos de insumos Paquete aventura	109
47. Costos de insumos totales.	109
48. Costos de insumos juegos varios.	109
49. Gastos del personal administrativo	110
50. Gastos útiles de oficina	110
51. Costos servicios básicos	110
52. Costos de útiles de limpieza	111
53. Gastos de promoción y publicidad	111
54. Costos por paquetes turísticos.	112
55. Ingresos por ventas	112
56. Capital de trabajo	113
57. Plan de inversión.	113
58. Depreciación y mantenimiento de inversiones fijas.	114
59. Amortización de activos diferidos.	115
60. Resumen de costos y gastos.	115
61. Estado de resultados	116
62. Balance general	117
63. Flujo de caja.	118
64. Punto de equilibrio	121

LISTA DE GRÁFICOS

No.	Descripción	Página.
1.	Porcentaje de viajes turísticos.	27
2.	Promedio de estudiantes por viaje turístico	28
3.	Conocimiento de la ubicación de Pallatanga	29
4.	Predisposición para realizar la visita al campamento	30
5.	Preferencias en actividades (Paseos a caballo)	31
6.	Preferencias en actividades (Observación e interacción con animales de granja)	32
7.	Preferencias en actividades (Técnicas de ordeño)	33
8.	Preferencias en actividades (Caminatas)	34
9.	Preferencias en actividades (Siembra y cosecha de alimentos orgánicos)	35
10.	Preferencias en actividades (Campamentación)	36
11.	Preferencias en infraestructura (Piscina)	37
12.	Preferencias en infraestructura (Canchas deportivas)	38
13.	Preferencias en infraestructura (Viveros)	39
14.	Preferencias en infraestructura (Restaurante)	40
15.	Preferencias en infraestructura (Transporte)	41
16.	Preferencias en enseñanzas (Técnicas de manejo de ganado)	42
17.	Preferencia en enseñanzas (Técnicas de manejo de alimentos orgánicos)	43
18.	Preferencia de enseñanzas (Educación ambiental)	44

19.	Preferencias en enseñanzas (Cultura y costumbres de la zona)	45
20.	Permanencia	46
21.	Preferencia en el costo por noche	47
22.	Preferencia en temporadas.	49
23.	Predisposición de los padres para la visita	50

LISTA DE FIGURAS

No.	Descripción	Página.
1.	Logotipo “Campamento Agroturístico Allazamba”	66
2.	Canales de Distribución	68
3.	Macro localización del Proyecto	70
4.	Micro localización del Proyecto	70
5.	Plano Restaurante	94
6.	Organigrama estructural	101

LISTA DE ANEXOS

No. Descripción

2

1. Escuelas Particulares encuestadas
2. Modelo de encuesta
3. Cuadro FODA
4. Análisis de agua de vertiente.
5. Diseño de logotipo

I. EVALUACIÓN DE LA FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CAMPAMENTO AGROTURÍSTICO INFANTIL EN EL CANTÓN PALLATANGA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO

II. INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas el fenómeno turístico ha tomado protagonismo en el mundo, hasta convertirse en una actividad globalmente aceptada y en expansión. Actualmente conforma un sector industrial que ha generado grandes beneficios económicos en el ámbito mundial.

El crecimiento del turismo y su dinamismo económico ha beneficiado a los países de América Latina, siendo los patrones para que esta industria sea valorada y en la actualidad aceptada como actividad productiva y económicamente rentable.

La actividad turística a través del tiempo, y gracias a las diversas necesidades de los viajeros, ha dado paso a la creación de alternativas de turismo, siendo los países en vías de desarrollo los más favorecidos para desarrollar estas actividades. Así el Ecuador se ha consolidado como un destino escogido para realizar ecoturismo y turismo de aventura.

En nuestro país el turismo alternativo y, específicamente, el ecoturismo son un modelo a seguir por ser una actividad esencialmente ecológica, logrando así sustentabilidad, creación de fuentes de trabajo; y, por ende, mejora en el nivel de vida de las personas y el medio.

Fomentar el desarrollo del turismo alternativo es crear una conciencia ecológica, principalmente, en el turismo interno, al lograr un reencuentro con nuestras raíces y su forma de vida. En este ámbito, el turismo rural es una opción que plantea nuevas iniciativas con mayores posibilidades de crecimiento para las comunidades y desarrollo en el futuro.

Desarrollar un proyecto para la creación de un campamento agro turístico en el cantón Pallatanga, provincia del Chimborazo, se muestra como una acción promisoriosa, pero para su implementación se debe demostrar que la inversión va a ser favorable, tomando en cuenta que se busca no solo una rentabilidad económica sino también proporcionar un servicio de calidad al turismo interno.

El cantón Pallatanga es idóneo para la creación de un campamento agro turístico, gracias a que posee un clima propicio para la agronomía; además de su cercanía a las ciudades de Guayaquil y Riobamba, lo que ha redundado en un crecimiento del turismo interno y, por ende, en la implementación de hosterías ecoturísticas en la zona.

El estudio de factibilidad proporciona el lineamiento básico, para comprender y conocer de manera técnica el entorno del proyecto, logrando con esto divisar el futuro rentable o no de la inversión, diseñando los pasos más idóneos para que la implementación del proyecto sea un éxito.

A. JUSTIFICACIÓN

La creación de un campamento agro-turístico en el cantón Pallatanga nos brindará la oportunidad de crear un atractivo producto en la zona, favoreciendo al cantón y dándolo a conocer como un destino turístico atractivo.

Es necesario educar a los niños proporcionándoles información básica acerca de las prácticas agropecuarias del país, como también del manejo de la diversidad de especies comestibles sin la utilización de químicos, y la educación ambiental con alternativas de manejo de residuos y tecnologías opcionales para minimizar el impacto de las actividades contaminantes. Con la implementación de un campamento agro turístico lograremos concienciar a las futuras generaciones sobre el conocimiento, respeto y manejo del entorno.

B. OBJETIVOS

1. Objetivo general

Evaluar la factibilidad para la implementación de un campamento agro turístico infantil en el cantón Pallatanga, provincia del Chimborazo.

2. Objetivos específicos

- a. Definir la viabilidad comercial del proyecto, con el fin de conocer las características del mercado potencial, conformado por niños y niñas de las escuelas de Riobamba y Guayaquil.
- b. Realizar el estudio técnico, en el cual se diseñó producto turístico, con características acorde con las necesidades de la demanda a captar.
- c. Realizar el estudio ambiental, con el propósito de estructurar medidas de mitigación a los posibles impactos producidos al medio, por causa de la implementación del proyecto agro-turístico infantil.
- d. Realizar el estudio administrativo – legal, para determinar cuáles son los requisitos obligatorios según la ley, que permitirá la operación del proyecto.
- e. Determinar la factibilidad económica – financiera, con el fin de precisar la viabilidad del proyecto y definir su manejo para lograr rentabilidad.

C. HIPÓTESIS

1. Hipótesis nula

Sin la evaluación de la factibilidad para la implementación de un campamento agro turístico en el cantón Pallatanga, no se conoce de manera veraz y eficiente las características convenidas del futuro proyecto, corriendo el riesgo de no satisfacer a la demanda y proporcionando inseguridad al momento de invertir.

2. Hipótesis alternante

Con la evaluación de la factibilidad para la implementación de un campamento agro turístico se logra conocer la viabilidad y rentabilidad económica del proyecto, y se conseguirá ofertar un producto turístico de calidad, orientado a satisfacer las necesidades de la futura demanda, creando confianza en los inversionistas.

III. REVISIÓN DE LITERATURA

A. TURISMO Y ECOTURISMO

Turismo es el movimiento migratorio temporal por tierra, mar o aire, que desplaza a los turistas de un punto geográfico a otro. La corriente turística puede desarrollarse dentro o fuera de un mismo país, generando el concepto de *turismo interior*, *turismo exterior* y *turismo receptivo*. (WIKIPEDIA, 2005)

También es la actividad de viajar por placer. En un viaje turístico, lo importante es el desplazamiento mismo y el destino. Un turista puede estar interesado en la belleza natural de un lugar, en su gente, en su gastronomía o en las obras culturales en el lugar. (WIKIPEDIA, 2005)

En los años 60 apareció por primera vez, en inglés, el término "**Ecoturismo**". El surgimiento de esta noción tenía relación con el incipiente movimiento ecológico en los países del Norte. Al inicio, se hizo énfasis en la compatibilidad de viajar y evitar daños ecológicos; todavía no se habló de ciertas regiones como destino de esta forma de viajar.

CEVALLOS, L. (1987) Menciona que: El ecoturismo es "aquella modalidad turística ambientalmente responsable consistente en viajar o visitar áreas naturales sin disturbar; con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales (paisaje, flora y fauna silvestres) de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural (del presente y pasado) que pueda encontrarse allí a través de un proceso que promueva la conservación, la cultura, tenga bajo impacto ambiental y propicie un involucramiento activo y socio-económicamente benéfico de las poblaciones locales".

B. AGROTURISMO (Turismo en haciendas)

El Ministerio de Turismo, (2000), señala en una de sus editoriales: Entre las tendencias turísticas mundiales, que plantean nuevas opciones de oferta y servicios, el Turismo Rural posee las mayores posibilidades de crecimiento y desarrollo en el futuro, porque es un

actividad que se basa en el aprovechamiento y disfrute de nuevos productos que están íntimamente ligados con el medio rural.

En el Ecuador existe interés por fomentar el desarrollo de alternativas turísticas que recojan procesos culturales relevantes del mundo rural, para articular y ampliar la oferta de turismo alternativo con productos turísticos promisorios, incentivando la cooperación y trabajo conjunto entre los representantes del sector privado, organizaciones comunitarias y del sector público. Actualmente se trabaja en modalidades de Agroturismo; Ecoturismo; Turismo cultural, de aventura, deportivo, técnico y científico, Turismo educativo, de eventos, de salud, gastronómico, étnico, esotérico, arqueológico, religioso, trenes turísticos, sol y playa. Siendo los principales prestadores de servicios las comunidades y las haciendas que se incorporan como una nueva tendencia de oferta de productos turísticos.

1. Concepto

SALAZAR (1992) En su artículo publicado en el periódico “La República” Costa Rica señala: “La modalidad de turismo conocida como agroturismo, o turismo rural, es el placer de estar en el campo y observar las diferentes prácticas agrícolas utilizadas en una finca, aspectos agroindustriales, artesanales, gastronómicos, tradiciones populares, la diversidad genética de animales y plantas, su origen, domesticación y evolución, así como de ver y compartir la forma de vida de los lugareños”.

En Turrialba, sede del "Seminario Internacional de Ganadería Sostenible en Centroamérica", los turistas muestran -desde hace unos cinco años- un marcado interés en conocer y ver en el campo prácticas agropecuarias sencillas. Particularmente les interesa que éstas involucren aspectos de conservación de los recursos agua y suelo, la diversidad entre y dentro de las especies, sistemas agrícolas con aplicación mínima de agroquímicos, y la combinación de tecnologías limpias en los procesos de manejo, industrialización, comercialización y manejo de desechos de productos de origen animal. (SALAZAR, S. 1992)

C. CANTÓN PALLATANGA

Pallatanga fue el pueblo aborigen más importante que habitó el Valle de los Camayos o de los encomenderos, al sur occidente de la actual provincia del Chimborazo. Gracias a su posición estratégica recibió alguna influencia de las culturas que florecieron en sus inmediaciones, como la Panzalea, Puruhá, Cañari, Alucies, Yaguachi y Chimbo (TUFÍÑO, C. 2001).

1. Aspecto social

Según el V Censo de Población y IV de Vivienda, Pallatanga tienen 9 482 habitantes, con una tasa de crecimiento poblacional del 0,28% y una tasa neta de migración del 3,46%.

Los servicios públicos se circunscriben al Municipio, Jefatura Política, Comisaría Nacional, entre otros. Además, existe un Subcentro de Salud regentado por el Ministerio de Salud Pública.

En la cabecera cantonal existen dos escuelas, dos jardines, un colegio técnico agropecuario, un centro artesanal y un centro educativo a distancia.

La mayor parte de la población es católica. En los últimos años han proliferado los Testigos de Jehová, evangélicos y adventistas (TUFÍÑO, C. 2001).

2. Aspecto económico

La población económicamente activa es de 3 437 personas. Los trabajadores agrícolas que están vinculados con esta actividad superan el 70.2 %, la mayor parte de la población está dedicada a la agricultura y se produce una gran variedad de productos, tanto de Sierra como de Costa (TUFÍÑO, C. 2001).

Otro rubro importante de su economía es la ganadería tanto bovina como porcina, lanar y caballar. En el ámbito familiar se crían cuyes, conejos y aves de corral. En el cantón existen siete planteles avícolas y cuatro centros de producción porcina.

La agroindustria está poco desarrollada. Posee seis fábricas de panelas, dos destilerías de aguardiente y seis fábricas de quesos (TUFÍÑO, C. 2001).

D. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

(OCAMPO, E. 2003) El estudio de viabilidad económica facilita a las empresas la toma de decisiones relativa a la realización de proyectos de inversión en corto, mediano y largo plazo, dado que argumenta la utilización de recursos productivos y los rendimientos esperados de un intento de inversión, con lo cual permite a los responsables del proyecto emitir juicios de valor para tomar mejores decisiones.

Para que un estudio de viabilidad económica de un proyecto esté completo, requiere estudios complementarios de: mercado, técnico, organización, financiero y ecológico. Los tres primeros básicamente proporcionan información económica de beneficio costo; y, el cuarto analiza los flujos de efectivo y evalúa el proyecto.

(HERNÁNDEZ, E. 1997) Los objetivos de dicho estudio son:

- Analizar y presentar todas las variables que condicionan la realización de una futura inversión, destacando aquellas que exhiban mayores niveles de complejidad y estableciendo con toda claridad si el resultado analítico garantiza la factibilidad de su ejecución y operación.
- Demostrar la rentabilidad económica para el capital invertido y para los recursos económicos nacionales comprometidos en el proyecto, a través de su correcta comparación con otras alternativas intra o extra sectoriales.

1. Estudio de mercado

(OCAMPO, E. 2003) “Las tendencias modernas para administrar una empresa indican que debemos analizar las características de los consumidores y orientar nuestros esfuerzos a satisfacer plenamente las necesidades de los clientes, lo que hace que uno de los factores centrales al estudiar proyectos sea la determinación del mercado.

KOTLER, P. (1996), señala: “ Un sistema de información de mercadotecnia es una estructura permanente e interactiva compuesta por personas, equipo y procedimientos, cuya finalidad es recabar, clasificar, analizar, evaluar y distribuir información pertinente y

precisa que servirá a quienes toman decisiones de mercadotecnia para mejorar la planeación, ejecución y control”.

MORENO, M. (1998) Indica: “El estudio de mercado consta básicamente de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización”.

CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL (2002) indica: “Luego de establecer el alcance de la información que se requiere, es necesario definir la fuente donde se puede encontrar. Existen dos fuentes principales:

Primarias: directamente los clientes potenciales a través de instrumentos diseñados para el efecto como encuestas, entrevistas, focus groups, reuniones o foros y telemercadeo.

En muchas ocasiones se suele diferenciar a las fuentes primarias entre externas e internas, las externas hacen relación a lo mencionado anteriormente y las internas a la información que se recaba del propio negocio. Esta última muy útil para conocer en profundidad tendencias, costos, fortalezas y debilidades de la empresa y se utiliza cuando se analizan proyectos de negocios en marcha. Uno de los instrumentos comúnmente utilizados en este aspecto es la lluvia de ideas que muchas veces puede aportar soluciones a los problemas planteados.

La encuesta consiste en la indagación a potenciales clientes en forma aleatoria, con preguntas predeterminadas, sobre los requerimientos y atributos que deberían tener los productos/servicios para satisfacer sus necesidades y localización geográfica de la demanda potencial.

La entrevista concierne a la investigación personal y está dirigida a líderes de opinión, personas representativas de los posibles clientes.

Los focus group son reuniones de diálogo entre potenciales clientes anónimos o líderes de opinión, dirigidas por un moderador, para discutir en forma “abierta” sobre sus requerimientos como clientes y atributos de los productos/servicios.

Los foros son reuniones entre “especialistas” dirigidas hacia el público, con la participación de un moderador, con el fin de discutir temas específicos.

Secundarias: a través de publicaciones relativas al tema, estadísticas, libros, revistas, abstractos y la herramienta más poderosa, internet.

Al igual que en las fuentes primarias, pueden considerarse dos tipos de información secundaria.

Las exógenas como son las estadísticas gubernamentales, investigaciones privadas y públicas, textos especializados, entre otros, y las endógenas, que se genera de la propia operación de la compañía, que se refleja en la contabilidad. “Esta información puede no solo ser útil, sino la única disponible para el estudio”.

a. Objetivos del estudio de mercado

(ARBOLEDA, 1998) En el caso de un proyecto, la finalidad del estudio del mercado es probar que existe un número suficiente de individuos, empresas u otras entidades económicas que, dadas ciertas condiciones, presentan una demanda que justifica la puesta en marcha de un determinado programa de producción - de bienes o servicios - en un cierto período. El estudio debe incluir, asimismo, las formas específicas que se utilizarán para llegar hasta esos demandantes.

b. Análisis de la demanda

Enmarcados en los estudios de mercado para el tipo de empresas comerciales, que conforman habitualmente el equipamiento turístico de un país, habría que señalar las variables básicas por analizar en el área de la demanda (efectiva).

Estas variables en la mayoría de los casos, son las siguientes:

- Afluencia esperada de demandantes
- Afluencia de viajeros.
- Afluencia de residentes locales

- Permanencia
- Estacionalidad en la afluencia de viajeros (HERNÁNDEZ, E. 1997).

1) Estudio de mercado y demanda

(LANDÁZURI, C. 1998) La demanda se clasifica en:

- Demanda insatisfecha.
Cuando la demanda total no está debidamente satisfecha, es decir en la que lo producido u ofrecido no alcanza a cubrir los requerimientos del mercado.
- Demanda satisfecha.
En la cual lo ofrecido al mercado es lo que éste requiere. –Satisfecha saturada- la que ya no puede soportar una mayor cantidad del bien o servicio en el mercado, pues se está usando plenamente.
- Satisfecha saturada.
Es la que se encuentra aparentemente saturada.

2) Perfil general del consumidor a captar

Una de las áreas más interesantes, esclarecedoras y definitivas en un estudio de mercado es aquella que está referida al perfil general del consumidor. Para fijarlo se recurre normalmente al proceso de segmentación que consiste básicamente en agrupar por subconjuntos al gran conglomerado de consumidores que conforman la demanda futura, potencial u objetivo.

Para dicho agrupamiento se utilizan cinco tipos de variables, que son: socio-económicas, geográficas, motivacionales, de hábitos, gastos, preferencias y de personalidad (HERNÁNDEZ, E. 1997).

3) Tamaño de la muestra

(ARBOLEDA, G. 1998) La búsqueda de la información se hace por medio de dos fuentes: primaria y secundaria, en orden inverso, es decir que primero buscamos la información bibliográfica, y según las necesidades que se presenten vamos a identificar el tipo de información de campo que vamos a buscar y obtener.

Para obtener información primaria nos vamos a centrar en los tipos de variables que se manejará (análisis de la demanda-oferta), después identificar el universo y de esta manera se elegirá la muestra.

La muestra se define mediante la siguiente formula:

$$n = \frac{N.(p.q)}{(N-1)\left(\frac{e}{k}\right)^2 + (p.q)}$$

Donde:

N = universo

n = tamaño de muestra

p = probabilidad de éxito = 0.5

q = probabilidad de fracaso = 0.5

p.q = probabilidad de ocurrencia, fenómeno = 0.25

e = margen de error +- 10%

k = constante de corrección = 2

Dependiendo de la clase de información que se va a obtener se dará la distribución de la muestra. Para que la muestra sea significativa debe guardar las características del universo (ARBOLEDA, G.1998).

CORPORACION FINANCIERA NACIONAL (2002) determina: “Para productos de consumo final o intermedio, la investigación de campo, a través de encuestas, requiere el

diseño previo de muestras que permitan obtener información confiable sin la necesidad de encuestar a la totalidad del mercado.

La obtención de una **muestra** consiste en definir la porción elegible de individuos de un “universo”, a la que se aplica la encuesta directa para obtener la información deseada; la cual debe ser representativa y similar a aquella que, teóricamente, se obtendría si se abarcara a la totalidad del universo. La asimilación de los resultados de la muestra al universo se conoce como “extrapolación”.

La muestra suele clasificarse como **probabilística** cuando todos los elementos de la población tienen iguales probabilidades de ser seleccionadas; y, **no probabilísticas** cuando se estratifica o segmenta al universo y la selección de los elementos a encuestar queda a criterio del investigador. En las investigaciones de mercado, el primer paso consiste en segmentar el universo, lo que permitirá determinar los “universos parciales” sobre cada uno de los cuales se diseñará una muestra; al existir una estratificación preliminar, se utiliza con gran frecuencia la muestra no probabilística.

c. Análisis de la oferta

(ARBOLEDA, G. 1998) El estudio de la oferta se refiere al comportamiento de la misma y a la definición de las cantidades que ofrecen o pueden proporcionar a quienes dentro de sus actividades proveen de bienes y servicios similares al del proyecto.

1) Análisis competitivo

La empresa analiza las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades frente a sus principales competidores. Esto es, realizar un completo diagnóstico con respecto a la competencia (COBRA, M. 1998).

d. Plan de Marketing

Vender un servicio de viaje o turismo incluye cierta magia porque el vendedor vende un sueño, incluso una fantasía. Para vender bien, el vendedor debe crear un clima adecuado y estar presto a esclarecer todas las dudas, pues una sola se puede transformar en una objeción de compra y en un rechazo (COBRA, M. 1998).

Como instrumento de planeación, el plan debe realizar un análisis completo de la situación actual de la empresa en el mercado, tratando de evaluar de manera objetiva: el mercado y sus principales tendencias, los productos y servicios de la empresa, la competencia, plan detallado de estrategias de distribución y venta, plan detallado de comunicación y los costos y resultados esperados desde el punto de vista económico – financiero (COBRA, M. 1998).

1) Estrategias de promoción

CALOMARDE, J. (2000) Señala: La tendencias en promoción serán inicialmente de fuerte incidencia sobre la educación de los consumidores y miembros del canal de distribución. Tras la educación, deberá incrementarse la información a los que intervienen en relación de intercambio.

2. Estudio técnico

(OCAMPO, E. 2003) El objetivo fundamental de integrar la parte técnica en un estudio de viabilidad es diseñar la labor de producción lo mejor posible para que, utilizando los recursos disponibles, se obtenga el producto o servicio demandado a costos mínimos con la calidad que satisfaga a los clientes y competitividad en el mercado.

MORENO, M (1998) dice: “El estudio técnico puede subdividirse en cuatro partes que son: determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis administrativo legal”.

(HERNÁNDEZ, E. 1997) Con la información proporcionada por el estudio de mercado y las variables preestablecidas que existiesen en torno al proyecto se procede a desarrollar el

planteamiento técnico del mismo, cuyo objetivo central es definir las características de la futura empresa y de los productos que pondrá en el mercado.

Para ello, sus áreas de análisis se concentrarán en seis campos que son:

a. Localización

En toda inversión turística de equipamiento la localización es fundamental y en ciertos casos como el hotelero se convierte en un factor determinante para el éxito comercial, cualquiera que sea la mezcla segmentaria de mercado que se elija (HERNÁNDEZ, E. 1997).

CORPORACION FINANCIERA NACIONAL (2002) indica: “La localización puede determinarse en función regional o zonal; es decir de carácter amplio, macro que incluye espacios vastos (generales).

Posteriormente se requiere definir la localización específica, de acuerdo al tipo de proyecto, que incluya la ubicación geográfica: provincia, cantón, parroquia, sector.

De otro lado, la localización deberá considerar los costos detallados de los terrenos, relacionar su utilización as los procesos de ingeniería, las facilidades y costos del transporte.

Otro criterio importante será el de relacionar al proyecto con el destino de su producción, el tiempo de vida de los productos (mercado); como también con las facilidades de contratación de mano de obra y provisión de materias primas, insumos, materiales.

Así también, la localización dependerá de las facilidades de infraestructura básica vial, de comunicaciones, sanitaria, energética, agua de riego, como las seguridades necesarias, para cubrir riesgos laborales y de terceros”.

b. Programa arquitectónico

De hecho, mediante el programa arquitectónico, se precisa el producto, o productos, que serán puestos en el mercado, su calidad y particularidades físicas. Es a través de este programa que se establecen las edificaciones e instalaciones necesarias para cumplir con los requerimientos del mercado y en particular para situar en una posición adecuada al proyecto

en relación con su competencia. El "plan maestro" con el cual se indican distribuciones espaciales de las distintas obras detectadas en el programa arquitectónico podrá incluirse en este apartado o desarrollarse por separado (HERNÁNDEZ, E. 1997).

c. Dimensionamientos

Especificada la micro localización y con ella los terrenos o edificaciones (en el caso particular de restaurantes independientes) por disponer, es factible considerar el manejo de dimensiones por departamentos operacionales o "líneas de producción" y por áreas de apoyo y facilitación. Para ello será fundamental apoyarse en el estudio de mercado, que nos deberá informar sobre pautas de comportamiento, gustos y preferencias del futuro consumidor, así como de las soluciones arquitectónicas adoptadas por la competencia (HERNÁNDEZ, E. 1997).

d. Diseño

El diseño representa en la problemática comercial de un establecimiento turístico un elemento básico para apoyar su éxito en el mercado, ya que aun entre los segmentos motivados por viajes de negocios y convenciones, una empresa turística se encuentra siempre ligada a la idea de placer, descanso y recreación.

Por lo tanto, la capacidad para hacer alegre, motivante y placentero un espacio, no obstante que se use solo para alojarse durante unas horas, es determinante y requiere de un cuidado especial al emprenderse.

A nivel de un estudio de preinversión es viable enfrentar el diseño a dos niveles de profundidad. El primero, que podría denominarse "bosquejo de intenciones", recurre a planteos preliminares sobre trazos verticales, horizontales, fachadas y esquemas básicos de apariencia y distribución. El segundo, ampliamente conocido como "anteproyecto arquitectónico" (HERNÁNDEZ, E. 1997).

e. Calendarización de inversiones en activos fijos

Una de las informaciones estratégicas en el estudio técnico para la elaboración del estudio financiero y la evaluación de inversiones es, precisamente, el cálculo de las erogaciones que requerirán las obras físicas del proyecto, complementadas con las correspondientes a la

adquisición de terrenos, según el período que corresponda, en relación a un programa preliminar de construcciones (HERNÁNDEZ, E. 1997).

3. Estudio financiero

(OCAMPO, E. 2003) Un estudio financiero es una síntesis cuantitativa que demuestra con un margen razonable de seguridad, la realización del proyecto con los recursos programados y la capacidad de pago de la empresa.

MORENO, M (1998) señala: “Su objetivo es ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporciona las etapas anteriores y elaborar los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica.

(HERNÁNDEZ, E. 1997) El análisis financiero actúa dentro de un estudio de preinversión como un sintetizador, concentrando de manera cuantitativa las principales conclusiones logradas durante el análisis de mercado y el técnico arquitectónico. Del primero recoge, principalmente, los datos relativos a la cantidad de demanda que cabría satisfacer mediante la inversión durante un cierto período, así como los precios y tarifas adecuados, en función de las posibilidades que demuestre la competencia y los futuros consumidores.

En cuanto al estudio técnico, las variables de mayor trascendencia para la elaboración del estudio financiero se refieren tanto al monto de inversión en terrenos y construcciones como al calendario de obras y a las condicionantes de localización y dimensionamiento. Estas últimas influyen en los otros rubros de inversión (como equipos, mobiliario, gastos preoperatorios, etc.) y en el establecimiento de los costos y gastos pre-operativos.

Los apartados básicos para la elaboración de un estudio financiero son seis:

a. Presupuesto de inversión

Le denominaremos Inversión al monto de recursos que en forma de capital requiere la empresa en proyecto para materializarse y poder iniciar operaciones, así como aquellas erogaciones que se requerirán durante su funcionamiento para reponer activos fijos obsoletos o para permitir ampliaciones en la planta productiva original. A estas últimas se les conoce también con el término de reinversiones.

La mayoría de, los proyectos turísticos permiten agrupar su presupuesto en once apartados específicos que son: 1. terreno; 2. adecuaciones infraestructurales; 3. edificaciones; 4. equipo; 5. mobiliario y decoración; 6. instalaciones especiales; 7. blancos y lencería; 8. gastos preoperatorios; 9. capital de trabajo; 10. gastos financieros de pre-operación. y 11. imprevistos (HERNÁNDEZ, E. 1997).

b. Calendario de inversiones

El calendario de inversiones junto con el programa de obras no solo representa un instrumento técnico fundamental para el proceso de evaluación y el cálculo de rentabilidad, si no que además es prácticamente indispensable para la negociación y obtención de créditos (HERNÁNDEZ, E. 1997).

c. Estructura de capital

Se demonio estructura del capital a la forma como se distribuye la inversión total de un proyecto entre sus posibles orígenes financieros, clasificándose inicialmente en dos grandes rubros, aportación propia o de riesgo y participación de crédito (HERNANDEZ, E. 1997).

d. Pronóstico de ingresos

Una vez que el proyecto llega a la etapa de estudio financiero, ya se tendrá definidos los tipos de bienes y servicios que podrá en el mercado la futura empresa, así como los márgenes por considerar en materia de recios y tarifas, al igual que los volúmenes previstos de la demanda por captar, sea en la forma de porcentaje de ocupación o en cualquier otra medida (HERNÁNDEZ, E. 1997).

e. Análisis sobre la posición financiera esperada

Con los elementos financieros descritos hasta el momento estaríamos en condiciones de analizar a lo largo del tiempo, la posición financiera que deberá alcanzar la empresa, así como sus rendimientos operacionales, su capacidad de endeudamiento y sus expectativas de recuperación (HERNÁNDEZ, E. 1997).

f. Sistema de punto de equilibrio

Se conoce como punto de equilibrio al nivel de actividad y ventas en el cual los ingresos de una empresa se igualan a sus costos y gastos totales. Será por lo tanto aquél donde no se registren ni pérdidas ni ganancias (HERNÁNDEZ, E.1997)

4. Estudio ambiental

(BLANCO, L. 2000) Tradicionalmente las evaluaciones ambientales han comenzado con la identificación y evaluación de efectos económicos asociados al acuerdo en cuestión (escala, producto, tecnología, estructural y regulación), y luego intentan traducir estos en efectos ambientales,

Este tipo de análisis está bastante centrado en las consecuencias de las medidas arancelarias sobre producción y el intercambio de bienes.

a. Las dimensiones del análisis

Es necesario establecer un horizonte temporal para la evaluación. Por lo general, los acuerdos comerciales definen un período de tiempo en el cual se consolidarán las medidas liberalizadoras del comercio (disminución de aranceles, medidas no arancelarias, regímenes de inversión, etc.) La evaluación ambiental, por lo tanto, deberá realizarse teniendo en cuenta el horizonte temporal en el que se espera se manifieste los efectos de las medidas liberadoras (BLANCO, L. 2000).

El acuerdo comercial por otra parte, difícilmente tendrá efectos ambientales relevantes a escala nacional. Por lo demás, realizar el análisis en esta escala constituiría un esfuerzo titánico que probablemente no resultaría costo-efectivo. Es necesario establecer un horizonte espacial de evaluación. Este horizonte vendrá dado, por ejemplo por un análisis preliminar que identifique temas comercio-medio ambiente relevantes (como el régimen de inversiones, la propiedad intelectual, el comercio de productos transgénicos, etc.) o sectores productivos ambientales sensibles. Los temas seleccionados darán indicios del horizonte espacial apropiado para el análisis, pudiendo ser éste local o nacional (BLANCO, L. 2000).

b. Análisis de sensibilidad

Al realizar evaluaciones ambientales es necesario definir y utilizar una serie de hipótesis y/o escenarios. Para validar los resultados de la evaluación es fundamental explorar cómo influyen estas hipótesis y escenarios en los mismos, lo que puede realizarse mediante un análisis de sensibilidad (BLANCO, L. 2000).

5. Estudio administrativo legal

a. Estudio Administrativo

(BLANCO, L. 2000) Señala: Para que un proyecto turístico funcione adecuadamente debe contar con una base administrativa bien estructurada, la cual debe cumplir con los siguientes objetivos:

Conocer quien o quienes administraran el proyecto, definir la estructura organizativa del proyecto, definir funciones y responsabilidades, establecer leyes, reglamentos y normas que amparan, definir los gastos de constitución de la empresa.

La parte administrativa deberá contar a su vez con áreas funcionales, que se complementen entre sí para un adecuado funcionamiento de la empresa. Las áreas sugeridas son:

1) Área Comercial

Deberá posicionar el producto en el mercado, creando un plan de marketing y publicidad, además de establecer políticas de precios y se obligará a innovar permanentemente el producto que se está ofertando (BLANCO, L. 2000).

2) Área de Producción

De esta área saldrá un producto de calidad, en donde se llevará a cabo la innovación del producto, de acuerdo a los criterios establecidos previamente en el área comercial (BLANCO, L. 2000).

3) Área Administrativa

Ésta será la base de las demás áreas, ya que aquí se contará con toda la información necesaria que permita el trabajo de las otras áreas. A partir de esta área se organizarán y planificarán los procesos, controlando y evaluando los procesos que se realicen (BLANCO, L. 2000).

4) Área Financiera

Será la encargada de generar los recursos necesarios para el adecuado funcionamiento económico de la empresa (BLANCO, L. 2000).

b. Estudio legal

El proyecto turístico para su operación y funcionamiento debe sujetarse, entre otras, a los siguientes impuestos y controles estatales.

- Impuestos municipales
- Impuestos al Servicio de Rentas Internas, RUC.
- Impuestos por la licencia anual de funcionamiento, otorgada por el Ministerio de Turismo.
- Permiso de operación del Ministerio del Ambiente, en caso de ejecutar el proyecto en Áreas Naturales Protegidas, etc.
- En este punto se describe la cantidad que se debe pagar en impuestos y controles estatales (BLANCO, L. 2000).

6. Evaluación Económica

(OCAMPO, E. 2003) Señala: La información generada por los estudios de mercado, técnico y financiero se analiza con el propósito de definir el monto de las inversiones de capital necesaria para implementar el proyecto; asimismo, el resultado de dicho análisis se incorpora a las proyecciones del flujo de efectivo.

a. Valor presente neto

(OCAMPO, E. 2003) El método de valor presente neto consiste en elegir la mejor entre un grupo de opciones mutuamente excluyentes, convirtiendo en flujo de efectivo en unidades comparables equivalentes.

b. Tasa de rendimiento interna TIR

(VELASTEGUÍ, Formulación y Evaluación de proyectos turísticos, 2002) La tasa interna de rentabilidad, viene determinada por aquel factor de descuento que iguala el VAN a cero. Aunque es una de las medidas más utilizadas como indicador de rentabilidad de las inversiones, adolece de varios defectos. El más significativo, el hecho de que es una medida interna que supone que los flujos de caja positivos se reinvierten al tipo de la propia tasa, y que los flujos negativos se financian al mismo costo de la tasa.

c. Relación beneficio / costo

(ARBOLEDA, G. 1998) La relación beneficio costo de un proyecto a una tasa de interés i , es el cociente que resulta de dividir la sumatoria del valor presente de los ingresos netos, a una tasa de interés i entre la sumatoria del valor presente de los egresos netos a una tasa de interés i .

d. Período de recuperación del capital

(OCAMPO, E. 2002) Una definición general para este concepto es que el período de recuperación del capital o período de reembolso es el tiempo requerido para que las ganancias u otros beneficios económicos, sobre una inversión, iguales el valor de los costos de inversión.

IV. MATERIALES Y MÉTODOS

A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR

1. Localización

El presente trabajo se realizó en el cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo.

2. Ubicación Geográfica

Latitud: -1.9833

Longitud: -78,9500

Altitud: 1.525 msnm.

3. Características climáticas

En las estribaciones de la cordillera Occidental existe un clima mesotérmico húmedo, cuya temperatura media oscila entre los 10.5 y 15 grados centígrados, con la máxima absoluta de entre 20 y 29 grados centígrados y la mínima absoluta de 0 grados centígrados.

En los pequeños valles del sector sur occidental el clima es semi húmedo con temperaturas promedio de 20.3 grados centígrados en invierno; y, 10.7 en verano. La máxima absoluta es de 30.7 y la mínima absoluta de 8.6 grados centígrados.

La precipitación anual fluctúa de 500 a 5000 mm. Tiene dos estaciones bien definidas: invierno, con abundantes lluvias, de enero a abril; y, verano, con días soleados y calurosos, de mayo a diciembre (DINAREN, 2002)

4. Clasificación Ecológica

- bosque húmedo Montano (b.h.M)
- bosque húmedo Pre-Montano (b.h.P.M)

- bosque Seco Pre-Montano (b.s.P.M)
- bosque seco Montano bajo (b.s.M.B) (DINAREN, 2002)

B. MATERIALES Y EQUIPOS

1. Materiales

Libreta de campo, Resmas de papel, CDs, Hojas de papel para impresiones.

2. Equipos

Grabadora de mano, Cámara de fotos, GPS, Computadora, Scanner, Copiadora, Impresora.

C. METODOLOGÍA

1. Para el cumplimiento del primer objetivo se definió la vialidad comercial, para lo cual se realizó:
 - a. Estudio de la demanda, se aplicó un formato de encuesta (anexo 2) a los representantes de las instituciones escolares particulares de la ciudad de Guayaquil. La muestra se calculó utilizando la siguiente fórmula.

$$n = \frac{N \cdot (p \cdot q)}{(N - 1) \left(\frac{e}{k} \right)^2 + (p \cdot q)}$$

Donde:

N = 1452 Escuelas en la ciudad de Guayaquil

n = tamaño de muestra

p = probabilidad de éxito = 0.5

q = probabilidad de fracaso = 0.5

p.q = probabilidad de ocurrencia, fenómeno = 0.25

e = 0.08

k = constante de corrección = 2

$$n = \frac{1452 \cdot (0.25)}{(2451 - 1) \left(\frac{0.08}{2} \right)^2 + (0.25)}$$

$$n = \frac{363}{(2451) \left(\frac{0.08}{2} \right)^2 + (0.25)}$$

$$n = \frac{363}{1.15}$$

$$n = 141$$

141: encuestas ciudad de Guayaquil

- b. Estudio de la competencia
- c. Proyección de la demanda y oferta futura
- d. Determinación del precio del producto turístico
- e. Canales de distribución
- f. Principales estrategias de promoción y publicidad
- g. Definiremos los cargos y funciones del área comercial
- h. Determinación de inversiones y gastos del área comercial.

2. Para la realización del estudio técnico, se analizó los resultados arrojados por el estudio de mercado. Con esto determinamos:

- a. Capacidad de la planta
- b. Localización de la planta
- c. Proceso de producción
- d. Requerimientos para el proceso productivo
- e. Diseño técnico de la planta

3. Para el cumplimiento del tercer objetivo se utilizó una matriz sugerida por (Muños, 2004), la cual permite determinar cuáles son los impactos ambientales relacionados con

la creación del campamento agro turístico, cuáles son los pasos a seguir y los costos para minimizar este impacto.

4. Para la realización del estudio administrativo - legal se definió:
 - a. Tipo de empresa
 - b. Estructura organizacional de la empresa
 - c. Requisitos básicos legales para su implementación y funcionamiento
5. Para determinar la viabilidad financiera del proyecto se analizó los resultados obtenidos del estudio de mercado y del estudio técnico, para realizar:
 - a. Análisis financiero en el que consta:
 - Balance general
 - Estado de resultados
 - Flujo de caja.
 - b. Evaluación financiera utilizando métodos como:
 - Tasa interna de retorno TIR
 - Valor actual neto VAN
 - Período de recuperación del capital
 - Análisis beneficio costo

V. RESULTADOS

A. ESTUDIO DE MERCADO

1. Tabulación de encuestas

La segmentación del mercado se estableció bajo los siguientes parámetros: Primero, el grupo al que va dirigido el proyecto es a instituciones educativas particulares, debido a que este segmento posee mayor capacidad económica para destinarla a recreación; segundo, la demanda a captar son las escuelas, ya que estas instituciones no poseen lugares turísticos educativos que visitar; y, tercero, la ciudad de Guayaquil se encuentra a dos horas de Pallatanga, siendo accesible llegar al destino turístico.

La ciudad de Guayaquil posee como un universo de escuelas particulares 1 452 establecimientos, para lo cual se realizó un estudio de mercado mediante un método cuantitativo, para determinar las tendencias de mercado, mediante un muestreo probabilístico.

La muestra de estudio fue tomada de forma aleatoria del cuadro de escuelas particulares de Guayaquil, proporcionada por el Ministerio de Educación, determinando una muestra de 114 escuelas, (anexo1) y utilizando un modelo de encuesta, (anexo 2) dirigida a los directores de las escuelas, ya que son ellos los que toman decisiones al momento de realizar viajes con sus estudiantes.

a. **Tabulación de encuestas para colegios de la ciudad de Guayaquil**

1) **Porcentaje de viajes turísticos.**

Cuadro 1. Porcentaje de viajes turísticos.

¿Su institución realiza viajes turísticos?

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Válidos Sí	104	73.8 %
No	37	26.2 %
Total	141	100.0%

Elaborado por: Carolina Plaza M.

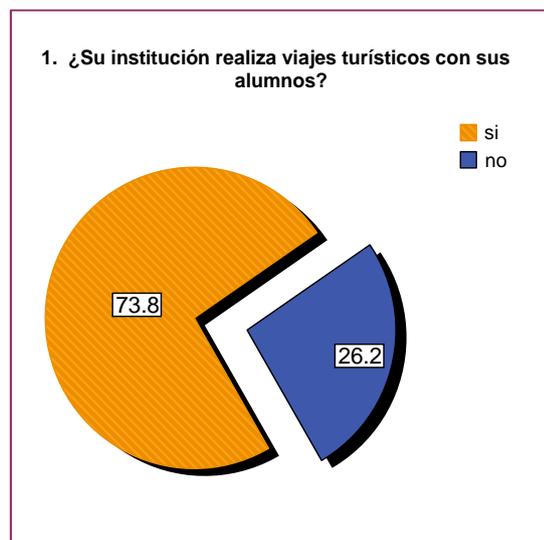


Gráfico 1. Porcentaje de viajes turísticos.

Elaborado por: Carolina Plaza M.

Del 100% de las escuelas particulares de Guayaquil el 73.8% han realizado viajes turísticos o educativos con sus estudiantes, y solo el 26.2% no han realizado viajes de cualquier tipo.

Según estos porcentajes la mayoría de las escuelas tienen programado mínimo una salida en su año lectivo, siendo una ventaja para el campamento si se organiza una buena promoción al inicio de clases en la Costa.

2) Promedio de estudiantes por viaje turísticos

Cuadro 2. Promedio de estudiantes por viaje turístico

¿Cuál es el promedio de estudiantes por viaje turístico?

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Válidos no viaja	37	26.2 %
de 10 a 20	16	11.3 %
de 20 a 30	18	12.8 %
de 30 a 40	25	17.7 %
más de 40	45	31.9 %
Total	141	100.0%

Elaborado por: Carolina Plaza M.

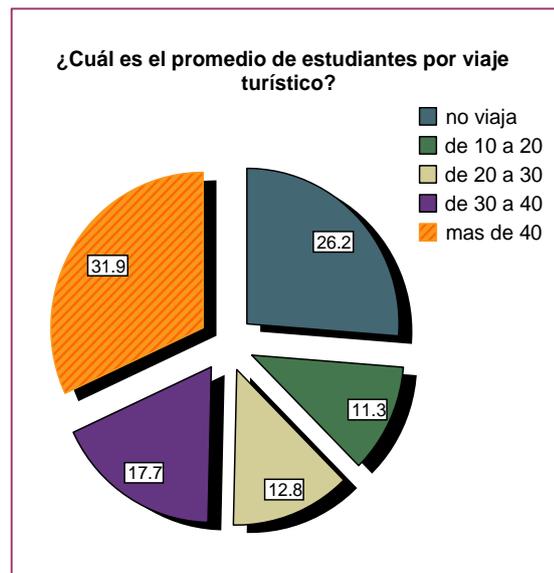


Gráfico 2. Promedio de estudiantes por viaje turístico

Elaborado por: Carolina Plaza M.

El 31.9% de las escuelas encuestadas viajan con más de 40 estudiante por salida turística o educativa; el 18% viajan con entre 30 a 40 estudiantes; el 14% viaja con 10 a 20 estudiantes y solo un 12% viaja con 20 a 30 estudiantes por salida. El 26.2% que queda corresponde a entidades educativas que no realizan viajes turísticos. La capacidad del proyecto tendría que facilitar la visita a escuelas que viajan hasta con 40 niños para abarcar

el 41.8% de las entidades educativas primarias. Quedaría fuera el 31.9% que corresponde a 40 estudiantes o más, ya que no existe dicha capacidad para el proyecto.

3) Conocimiento de la ubicación de Pallatanga

Cuadro3. Conocimiento de la ubicación de Pallatanga

¿Conoce dónde queda ubicado el cantón Pallatanga?

VARIABLES	Frecuencia	Porcentaje
Válidos sí	109	77.3%
no	32	22.7%
Total	141	100.0%

Elaborado por: Carolina Plaza M.

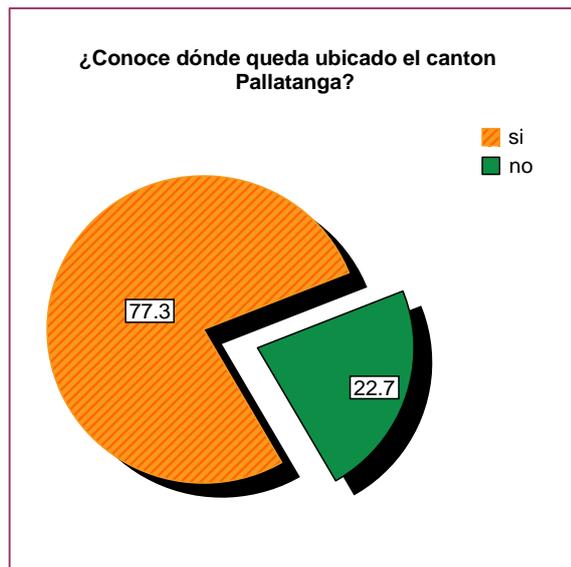


Gráfico 3. Conocimiento de la ubicación de Pallatanga.

Elaborado por: Carolina Plaza M.

La mayoría de los encuestados, 77.3%, conoce donde queda ubicado el cantón Pallatanga; mientras que el 22.7% no sabe su ubicación.

Es una ventaja que la mayoría de los encuestados conozcan el lugar donde se va a instalar el campamento; la ubicación de éste es el correcto.

4) Predisposición para realizar la visita al campamento

Cuadro 4. Predisposición para realizar la visita al campamento

¿Le gustaría visitar un campamento agro turístico infantil en el cantón Pallatanga?

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Válidos Sí	118	83.7%
No	23	16.3%
Total	141	100.0%

Elaborado por: Carolina Plaza M.

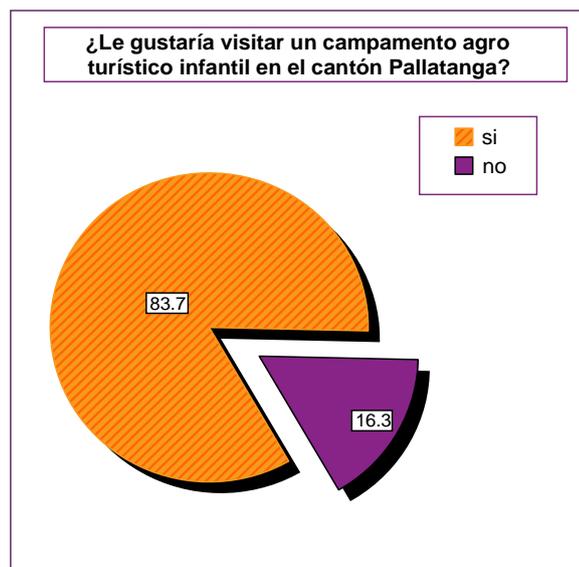


Gráfico 4. Ánimo para visitar el campamento.

Elaborado por: Carolina Plaza M.

El 83.7% de las escuelas encuestadas, correspondiente a la mayoría, les gustaría visitar un campamento agro turístico infantil en Pallatanga; mientras que solo el 16% de los encuestados no estarían interesados.

La predisposición de los encuestados para visitar el campamento es excelente, porque es una gran mayoría la que quieren visitar un campamento agro turístico infantil en Pallatanga. Esto se traduce en una ventaja que se tendría que aprovechar, creando actividades atractivas para el disfrute de los visitantes.

5) Preferencia en actividades

Cuadro 5. Preferencias en actividades (Paseos a caballo)

¿Le gustaría realizar paseos a caballo en su visita al campamento?

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	nada importante	12	10.2
	poco importante	10	8.5
	indiferente	14	11.9
	casi importante	26	22.0
	importante	29	24.6
	muy importante	27	22.9
	Total	118	100.0

Elaborado por: Carolina Plaza M.

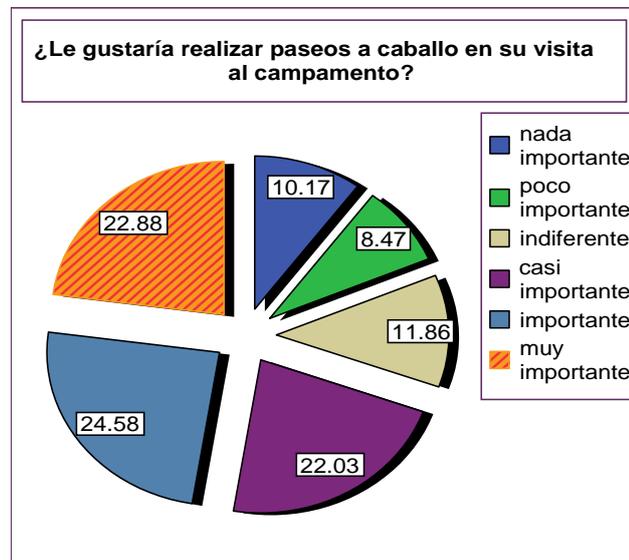


Gráfico 5. Preferencias en actividades (Paseos a caballo)

Elaborado por: Carolina Plaza M.

De los encuestados, el 22% piensa que es muy importante que se pueda realizar paseos a caballo en el campamento; el 24.6% piensa que es importante dicha actividad; mientras que el 10.2% del total encuestado no le parece importante realizar este ejercicio.

Una de las actividades que se debería implementar en el campamento es los paseos a caballo, por cuanto existe una gran acogida por parte de los encuestados.

Cuadro 6. Preferencias en actividades (Observación e interacción con animales de granja)

¿Le gustaría observar e interactuar con animales de granja en su visita al campamento?

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	nada importante	1	.8
	indiferente	10	8.5
	casi importante	14	11.9
	importante	22	18.6
	muy importante	71	60.2
Total		118	100.0

Elaborado por: Carolina Plaza M.

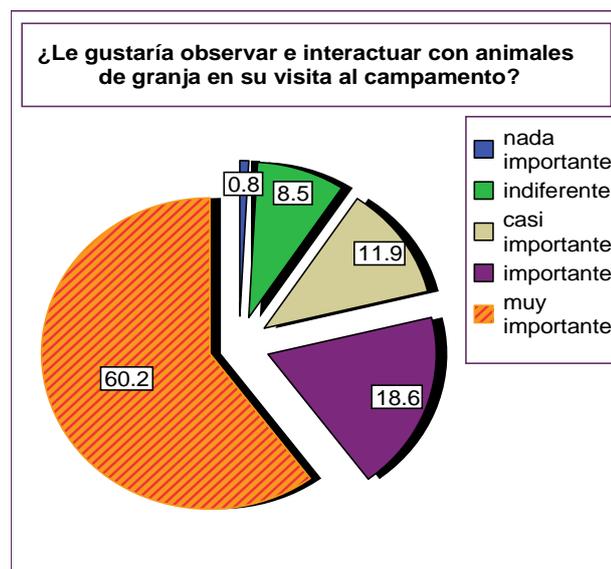


Gráfico 6. Preferencia en actividades (Observación e interacción con animales de granja)

Elaborado por: Carolina Plaza M.

Al 60.2% de las escuelas encuestadas le parece muy importante que dentro de las actividades a realizarse en el campamento conste el contacto con animales de granja; el 18.6 % piensa que esta actividad es importante; y, solo un 0.8% de los encuestados no está interesado en interactuar con animales de granja dentro del campamento.

El contacto con animales de granja es una actividad que disfrutan todos los niños, a más de que la mitad de los encuestados, concuerdan con esto. Por esta razón, esta interacción, sin duda, formará parte de las actividades a realizarse en el campamento.

Cuadro 7. Preferencias en actividades (Técnicas de ordeño)

¿Le gustaría poner en práctica técnicas de ordeño de ganado vacuno en su visita.

	Frecuencia	Porcentaje
Válidos nada importante	3	2.5
poco importante	7	5.9
indiferente	14	11.9
casi importante	19	16.1
importante	34	28.8
muy importante	41	34.7
Total	118	100.0

Elaborado por: Carolina Plaza M.



Gráfico 7. Preferencias en actividades (Técnicas de ordeño)

Elaborado por: Carolina Plaza M.

El 34.7% de los encuestados piensan que es muy importante que los niños aprendan técnicas de ordeño de ganado en el campamento; el 20,8% cree que es importante esta

actividad; mientras que un bajo porcentaje de 2.5% no realizarían esta actividad por considerarla nada importante.

Otra de las actividades para implementar en el proyecto es la enseñanza y puesta en práctica de técnicas de ordeño. La mayoría de las encuestas arrojan entre importante y muy importante aprender esta actividad.

Cuadro 8. Preferencias en actividades (Caminatas)

¿Le gustaría realizar caminatas en su visita al campamento?

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	nada importante	3	2.5
	indiferente	6	5.1
	casi importante	14	11.9
	importante	32	27.1
	muy importante	63	53.4
Total		118	100.0

Elaborado por: Carolina Plaza M.



Gráfico 8. Preferencia en actividades (Caminatas)

Elaborado por: Carolina Plaza M.

De los estudiantes de las escuelas encuestadas, el 53.4 % señala que es muy importante realizar caminatas en su visita al campamento; el 27.1% califican como importante esta

actividad; al 5.1% le es indiferente; mientras que al 2,5% no realizarían caminatas en su visita.

Las caminatas siempre son atractivas dentro de un proyecto turístico, confirmándolo con los resultados de la encuesta donde la mayoría está de acuerdo en realizar estas actividades que, sin duda, formarán parte del proyecto agro turístico.

Cuadro 9. Preferencias en actividades (Siembra y cosecha de alimentos orgánicos)

¿Le gustaría realizar siembra y cosecha de alimentos orgánicos en su visita?

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	poco importante	1	.8
	indiferente	5	4.2
	Casi importante	1	.8
	importante	18	15.3
	muy importante	93	78.8
Total		118	100.0

Elaborado por: Carolina Plaza M.

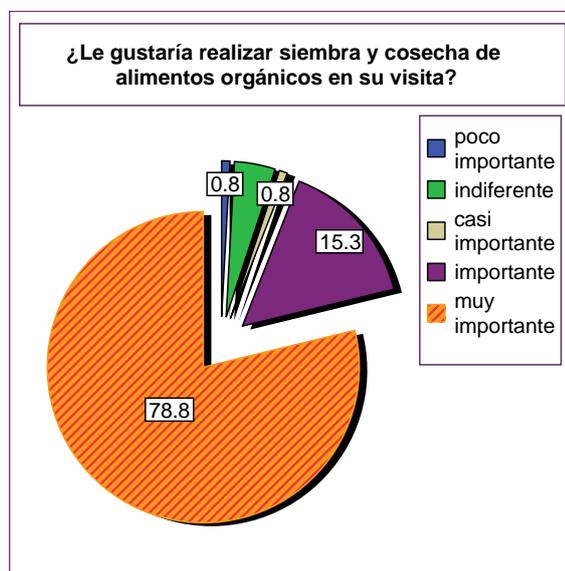


Gráfico 9. Preferencias en actividades (Siembra y cosecha de alimentos orgánicos)

Elaborado por: Carolina Plaza M.

La mayoría de los encuestados (78%) coincidió con que la siembra y cosecha de alimentos orgánicos dentro del campamento es muy importante de realizar; el 15.3% piensa que es importante; y solo un 0.8% no está interesado en realizar esta actividad.

Al hablar de agro turismo tenemos referirnos al manejo de alimentos orgánicos, solo con el contacto con estas técnicas se obtendrá el conocimiento adecuado para una mejor alimentación. Es por esto, que la mayoría de los encuestados están de acuerdo con que es importante realizar siembra y cosecha de estos alimentos con sus estudiantes.

Cuadro 10. Preferencias en actividades (Campamentación)

¿Le gustaría realizar campamentación en su visita?

	Frecuencia	Porcentaje
Válidos nada importante	4	3.4
poco importante	1	.8
indiferente	4	3.4
casi importante	11	9.3
importante	26	22.0
muy importante	72	61.0
Total	118	100.0

Elaborado por: Carolina Plaza M.



Gráfico 10. Preferencia en actividades (Campamentación)

Elaborado por: Carolina Plaza M.

El 61% correspondiente a la mayoría de los encuestados concuerda con que es muy importante realizar campamentación en su visita; el 9.3% piensa que es importante y solo al 3.4% no le parece significativa dicha actividad.

Ya que el proyecto consta de la implementación de un campamento, sin lugar a dudas, es una de las principales actividades a tomar en cuenta para la elaboración del proyecto.

5) Preferencias en infraestructura

Cuadro 11. Preferencias en infraestructura (Piscina)

¿Le gustaría que exista piscina en el campamento?

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	nada importante	31	26.3
	poco importante	5	4.2
	indiferente	12	10.2
	casi importante	11	9.3
	importante	9	7.6
	muy importante	50	42.4
Total		118	100.0

Elaborado por: Carolina Plaza M.



Gráfico 11. Preferencias en infraestructura (Piscina)

Elaborado por: Carolina Plaza M.

Al 42.4% de las personas encuestadas le parece muy importante que exista piscina en el campamento; y a un porcentaje no muy bajo del 26.3% no les interesa la idea.

En razón de que casi la mitad de encuestados establece que no es necesario tener piscina en el campamento no se tomará en cuenta este tipo de infraestructura recreativa, principalmente por la inseguridad que ésta representa para niños y niñas de escuelas.

Cuadro 12. Preferencias en infraestructura (Canchas deportivas)

¿Le gustaría que existan canchas deportivas en el campamento?

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	indiferente	3	2.5
	casi importante	4	3.4
	importante	17	14.4
	muy importante	94	79.7
	Total	118	100.0

Elaborado por: Carolina Plaza M.

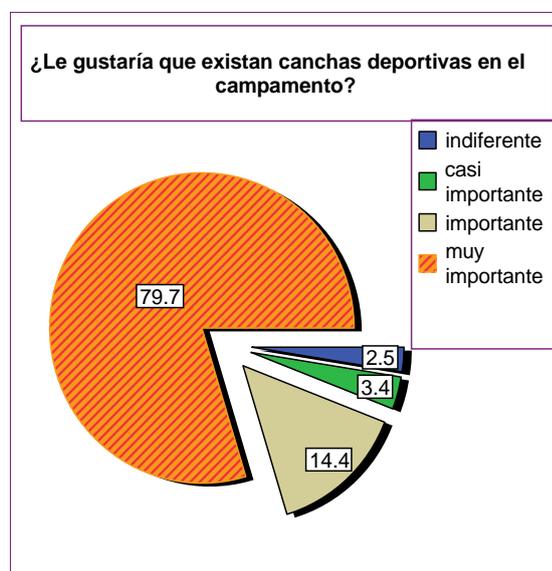


Gráfico 12. Preferencia en infraestructura (Canchas deportivas)

Elaborado por: Carolina Plaza M.

De los encuestados (79.7%) concuerda que es muy importante que existan canchas deportivas dentro del campamento; el 14.4% especifica que es importante y solo al 2.5% le es indiferente la existencia de canchas.

Se desprende que una firme mayoría, definitivamente, quiere que haya canchas deportivas, por lo que se tomará en cuenta dentro del proyecto..

Cuadro 13. Preferencias en infraestructura (Viveros)

¿Le gustaría que existan viveros en el campamento?

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	indiferente	3	2.5
	casi importante	5	4.2
	importante	27	22.9
	muy importante	83	70.3
	Total	118	100.0

Elaborado por: Carolina Plaza M.

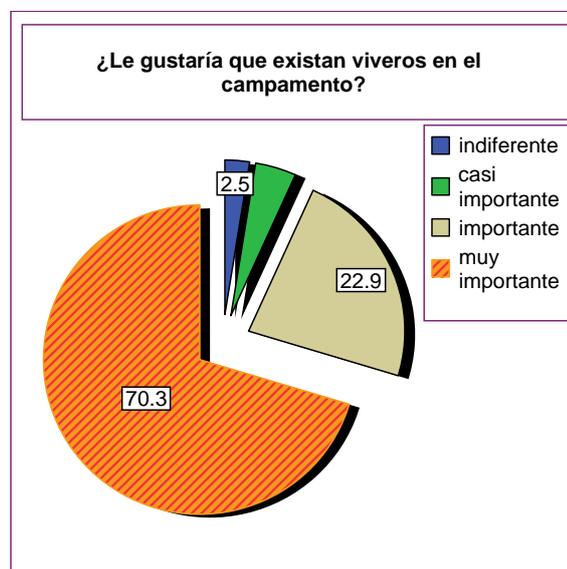


Gráfico 13. Preferencias en infraestructura (viveros)

Elaborado por: Carolina Plaza M.

La mayoría, (70.3%) de los encuestados, coincide que es muy importante que existan viveros en el campamento; el 22.9% cree que es importante y solo al 2.5% le es indiferente.

Por ser un campamento agro turístico, los viveros serán una de las principales áreas a considerar para el proyecto. Además, porque a la mayoría de los encuestados coincide con su importancia.

Cuadro 14. Preferencias en infraestructura (Restaurante)

¿Le gustaría que exista restaurante en el campamento?

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	nada importante	2	1.7
	Poco importante	1	.8
	indiferente	5	4.2
	casi importante	2	1.7
	importante	22	18.6
	muy importante	86	72.9
	Total	118	100.0

Elaborado por: Carolina Plaza M.

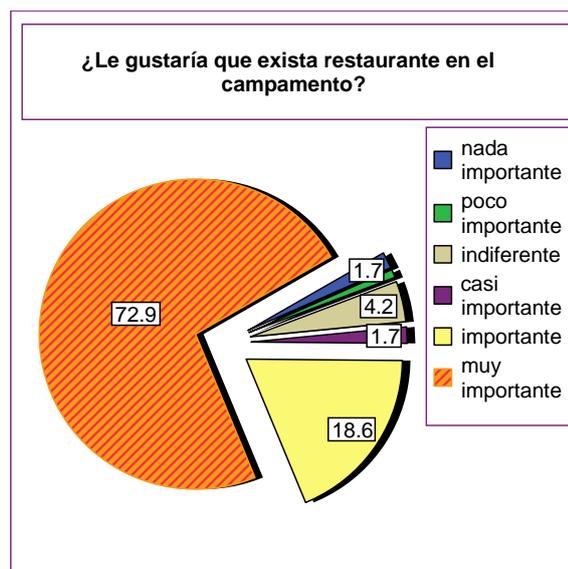


Gráfico 14. Preferencia en infraestructura (Restaurante)

Elaborado por: Carolina Plaza M.

El servicio de restaurante es indispensable en un negocio turístico, y se evidencia cuando es el 72.9% de los encuestados quienes piensan que es muy importante que exista restaurante en el campamento; el 18.6% concuerda que es importante; y solo el 1.7% piensan que no es importante.

Se tomará en cuenta brindar servicio de restaurante dentro del campamento agro turístico, ya que es indiscutible por los resultados de la tabulación de encuestas la importancia de su existencia.

Cuadro 15. Preferencias en infraestructura (Transporte)

¿Le gustaría que exista servicio de transporte para el campamento?

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	poco importante	1	.8
	Indiferente	1	.8
	casi importante	1	.8
	Importante	15	12.7
	muy importante	100	84.7
	Total	118	100.0

Elaborado por: Carolina Plaza M

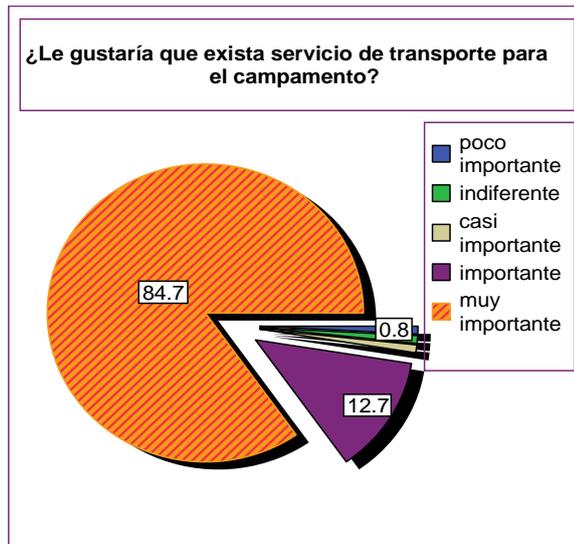


Gráfico 15. Preferencia en infraestructura (Transporte)

Elaborado por: Carolina Plaza M.

Casi a la totalidad de las instituciones encuestadas le parece entre muy importante e importante, 84.7% y 12.7%, respectivamente, la existencia de servicio de transporte para el campamento, pues no cuenta con buses privados.

Se debe estudiar la posibilidad de contratar un bus de una empresa de transportes para las diferentes visitas e incluir en los paquetes este servicio, y sus valores.

6) Preferencia en enseñanzas

Cuadro 16. Preferencias en enseñanzas (Técnicas de manejo de ganado)

¿Le gustaría que en el campamento sus estudiantes aprendieran técnicas básicas de manejo de ganado?

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	nada importante	13	11.0
	poco importante	8	6.8
	indiferente	17	14.4
	casi importante	26	22.0
	importante	24	20.3
	muy importante	30	25.4
	Total	118	100.0

Elaborado por: Carolina Plaza M.

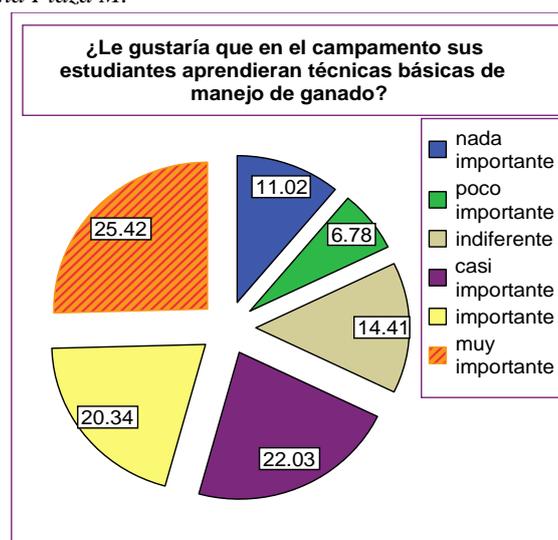


Gráfico 16. Preferencia en enseñanzas (Técnicas de manejo de ganado)

Elaborado por: Carolina Plaza M.

Solo el 25.42% de las escuelas encuestadas está de acuerdo con que es muy importante la enseñanza de técnicas básicas de manejo de ganado en su visita al campamento; el 20.34% concuerda que es importante esta instrucción; y una gran mayoría coincide entre la poca importancia, la casi importante y la no importancia de esta enseñanza en la visita al campamento. La mitad de las personas no está de acuerdo con aprender las técnicas de manejo de ganado en el campamento, por consiguiente, no constará en el proyecto.

Cuadro 17. Preferencia en enseñanzas (Técnicas de manejo de alimentos orgánicos)

¿Le gustaría que en el campamento sus estudiantes aprendieran técnicas básicas de manejo de alimentos orgánicos?

	Frecuencia	Porcentaje
Válidos		
nada importante	2	1.7
poco importante	2	1.7
Indiferente	4	3.4
casi importante	8	6.8
Importante	28	23.7
muy importante	74	62.7
Total	118	100.0

Elaborado por: Carolina Plaza M.

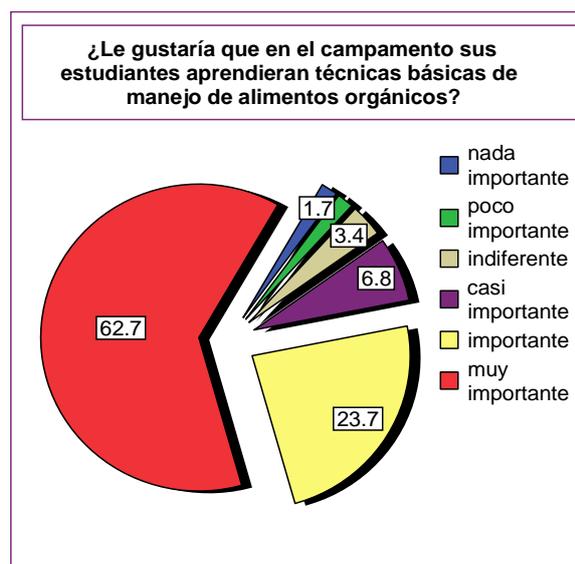


Gráfico 17. Preferencias de enseñanzas (técnicas de manejo de alimentos orgánicos).

Elaborado por: Carolina Plaza M.

El 62.7% de los encuestados, que corresponde a la mayoría, está de acuerdo con que es muy importante que sus estudiantes aprendan técnicas básicas de manejo de alimentos orgánicos en su visita al campamento; el 23.7% considera que es importante esta enseñanza; y, solo el 1.7% piensa que no es importante esta instrucción.

Es significativo implementar guiones destinados a la enseñanza de manera muy básica y práctica, de cómo alimentarse mejor con alimentos orgánicos y cómo los pueden cosechar fácilmente los niños y niñas en sus casas.

Cuadro 18. Preferencia de enseñanzas (Educación ambiental)

¿Le gustaría que en el campamento se les imparta a sus estudiantes educación ambiental?

	Frecuencia	Porcentaje
Válidos casi importante	1	.8
importante	15	12.7
muy importante	102	86.4
Total	118	100.0

Elaborado por: Carolina Plaza M.

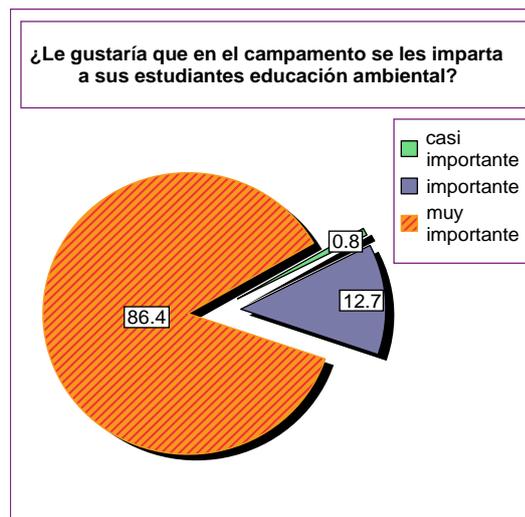


Gráfico 18. Preferencias en enseñanzas (Educación ambiental)

Elaborado por: Carolina Plaza M.

La mayoría, el 86.4% de los encuestados piensa que es muy importante que sus estudiantes en su visita al campamento, se eduque sobre el cuidado del ambiente, el 12.7% piensa que es importante esta educación.

Por ser un campamento para niños y niñas es indispensable que se imparta educación ambiental, el proyecto contará con guiones específicos para este fin.

Cuadro 19. Preferencias en enseñanzas (Cultura y costumbres de la zona)

¿Le gustaría que en el campamento sus estudiantes aprendieran sobre la cultura y costumbres de los habitantes de la zona?

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Indiferente	1	.8
	casi importante	2	1.7
	Importante	31	26.3
	muy importante	84	71.2
	Total	118	100.0

Elaborado por: Carolina Plaza M.

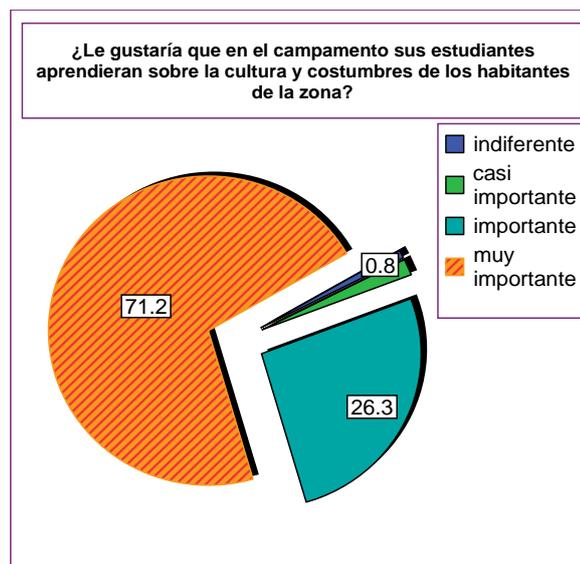


Gráfico 19. Preferencias en enseñanzas (Cultura y costumbres de la zona)

Elaborado por: Carolina Plaza M.

El 71.2% que es la mayoría de los encuestados, decide que es muy importante que los estudiantes aprendan sobre la cultura y costumbres de los pobladores de los alrededores del campamento, específicamente del cantón Pallatanga; el 26.3% coincide que es importante esta enseñanza.

Está claro que es importante que los visitantes aprendan sobre la cultura de los habitantes del cantón Pallatanga. El campamento ofrecerá paquetes en los que se incluya visitas al pueblo y guiones que expliquen la vida diaria y costumbres de los pallatanguños.

7) Permanecía.

Cuadro 20. Permanencia

¿Cuánto tiempo permanecería en el campamento?

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Un día	41	34.7
	dos días	52	44.1
	dos o más días	25	21.2
	Total	118	100.0

Elaborado por: Carolina Plaza M.



Gráfico 20. Permanencia

Elaborado por: Carolina Plaza M.

Correspondiente al 44.1% de los establecimientos primarios encuestados permanecería dos días en el campamento agro turístico; el 34.7% permanecería solo un día; y, solo e 21.2% estaría dos o mas días en el campamento.

Por los resultados dados en la tabulación de esta pregunta se organizará paquetes de un día y dos, campamento para abarcar una mayor demanda de escuelas.

8) Preferencia en el costo por noche

Cuadro 21. Preferencia en el costo por noche

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una noche en el campamento?

	Frecuencia	Porcentaje
Válidos de 15 a 20	104	88.1
de 20 a 25	14	11.9
Total	118	100.0

Elaborado por: Carolina Plaza M.

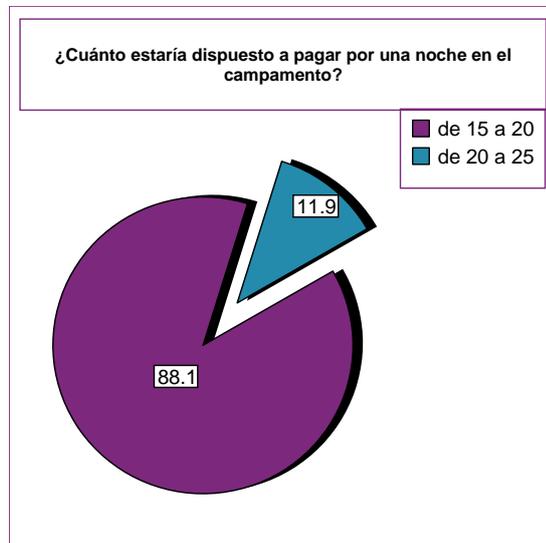


Gráfico 21. Preferencia en el costo por noche

Elaborado por: Carolina Plaza M.

Una gran mayoría, el 88.1% de los encuestados, coincide en pagar de 15 a 20 dólares por día en el campamento; el 11.9% pagaría de 20 a 25 dólares por día.

Se estudiará la posibilidad de que los paquetes por día no cuesten más de 20 dólares por persona, ya que si se quiere llamar la atención de las escuelas y que visiten el campamento, debemos tener en cuenta los datos extraídos del estudio de mercado.

9) Preferencia en temporadas

Cuadro 22. Preferencia en temporadas.

¿En qué mes del año le gustaría visitar el campamento?

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Enero	45	38.1
	Febrero	4	3.4
	Abril	2	1.7
	Junio	10	8.5
	Julio	9	7.6
	Agosto	7	5.9
	Septiembre	3	2.5
	Octubre	31	26.3
	Noviembre	2	1.7
	Diciembre	5	4.2
	Total	118	100.0

Elaborado por: Carolina Plaza M

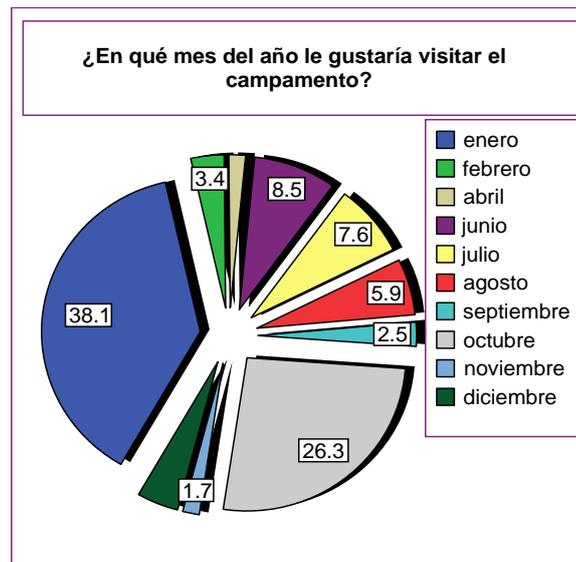


Gráfico 22. Preferencia en temporadas.

Elaborado por: Carolina Plaza M.

El 38.1% de las escuelas encuestadas escogería enero; el porcentaje que sigue, el de 26.3%, octubre; y, el 8.5%, prefiere visitar el campamento en junio.

Se debe tener en cuenta estos resultados, los cuales muestran las temporadas altas de visita, para realizar la promoción de nuestro establecimiento.

10) Predisposición de padres de familia

Cuadro 23. Predisposición de los padres para la visita

¿Cuál cree que será la predisposición de los padres de sus estudiantes, para realizar el viaje al campamento agro turístico?

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Muy buena predisposición	32	27.1
	necesidad de convencimiento	86	72.9
Total		118	100.0

Elaborado por: Carolina Plaza M.

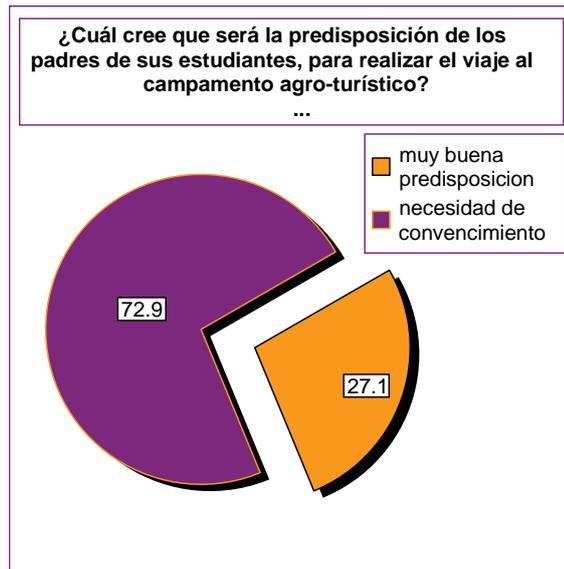


Gráfico 23. Predisposición de los padres para la visita

Elaborado por: Carolina Plaza M.

La mayoría de los encuestados, el 72.9%, especifica que es necesario convencer a los padres de sus estudiantes para realizar el viaje al campamento; el 27.1% dice que cree que existirá una buena predisposición de los padres de sus estudiantes para realizar la visita.

Con estos resultados se conoce que la promoción del campamento tiene que ir más allá de las escuelas y sus directivos y debe abarcar, también, a los padres de familia. Por medio de los estudiantes podemos hacer llegar información del campamento a los padres de familia, para que éstos se enteren de su existencia y la seguridad que brinda el campamento.

b. Perfil de la demanda

Después de realizar la tabulación de las encuestas se puede definir de una manera certera el perfil de nuestra demanda a captar, la cual será constituida por niños y niñas de quinto y sexto de Básica de establecimientos particulares primarios de la ciudad de Guayaquil.

El 41.8% de las escuelas viaja a lugares turísticos o educativos con un promedio de 10 a 40 estudiantes, y una gran mayoría, que se traduce al 83.7% de las escuelas, estaría interesada en visitar un campamento agro turístico infantil en el cantón Pallatanga.

En la preferencia en actividades, al 47.46% de las escuelas les gustaría realizar paseos a caballo, el 60.2% le interesaría que sus estudiantes tengan contacto con animales de granja,

el 63.7% le gustaría que en su visita al campamento se aprenda a ordeñar al ganado vacuno, el 53.4% de la demanda quisiera que se realice caminatas dentro del campamento, el 78.8% de las escuelas les parece llamativo que sus estudiantes siembren y cosechen alimentos orgánicos en su visita; y, al 61% le interesaría realizar campamentación en su estadía en el campamento agro turístico.

Con respecto a la infraestructura que preferiría la demanda a captar, se desprende que el 42.4% le gustaría que el campamento tenga piscina; al 79.7%, canchas deportivas; al 70.3%, le interesaría que existan viveros; al 72.9%, el servicio de restaurante les parece imprescindible; y, al 84.7% de las escuelas optarían que el campamento ofrezca servicio de transporte para sus estudiantes.

De las enseñanzas que el campamento puede ofrecer, las escogidas por parte de la demanda son: al 62.7% les interesa que se imparta conocimientos acerca del manejo de alimentos orgánicos a los niños y niñas; el 86.4% escoge también la educación ambiental como parte de la visita; y, al 71.2% le interesa que se enseñe los rasgos culturales de los habitantes de la zona.

c. Análisis de la demanda

1) Demanda histórica

La demanda histórica que se tomará en cuenta será los estudiantes de sexto y séptimo de básica de las escuelas particulares de la ciudad de Guayaquil matriculados en los últimos cinco años

Cuadro 24. Demanda histórica

AÑOS	NÚMERO DE ESTUDIANTES
2003-2004	85550
2004-2005	87858
2005-2006	89428
2006-2007	91234
2007-2008	93347

Fuente: Ministerio de Educación

Elaborado por: Carolina Plaza

2) Demanda futura

Para calcular la demanda futura se utilizó la fórmula del monto simple que es la siguiente:

$$P = Po(1 + i)^n$$

De donde:

P= Demanda Futura

Po= Demanda Histórica

i= Tasa de crecimiento estudiantil de la ciudad de Guayaquil, siendo 2.2%

n= Número de años.

Cuadro 25. Demanda futura

DEMANDA FUTURA		
AÑOS	D. HISTÓRICA	D. FUTURA
2009-2010	85550	87432.1
2010-2011	87858	89790.8
2011-2012	89428	91395.4
2012 -2013	91234	93241.1
2013 -2014	93347	95400.6

Elaborado por: Carolina Plaza

d. Análisis de la oferta

1) Oferta sustitutiva

Cuadro 26. Oferta Sustitutiva

Nombre	Tipo de establecimiento	Categoría	Precios	Relación de cercanía.
Parque Histórico Guayaquil	Centro de interpretación ambiental	Primera	\$3.00 por visita	Baja
Ecovita	Centro de camping	Segunda	\$12.20 Por día	Alta

Fuente: Parque histórico Guayaquil y Ecovita.

Elaborado por: Carolina Plaza

2) Identificación y caracterización de los Servicios turísticos complementarios.

En el cantón Pallatanga existen establecimientos turísticos que pueden ofrecer servicios complementarios los cuales son:

Cuadro 27. Servicios turísticos complementarios.

Nombre	Tipo de establecimiento	Categoría	Ubicación	Relación de cercanía.
Camping Sillagoto	Hospedaje, alimentación, servicios complementarios	Primera	Pallatanga	Alta.
El Valle	Hospedaje, alimentación, servicios complementarios	Primera	Pallatanga	Alta
El Pedregal	Hospedaje, alimentación, servicios complementarios	Primera	Pallatanga	Alta

Fuente: Maestría Carlos Cajas.

Elaborado por: Carolina Plaza

2) Oferta histórica

Para sacar la oferta histórica se obtuvo los datos de las visitas de los niños y niñas de sexto y séptimo de básica, al Parque Histórico Guayaquil los últimos cinco años, y del único año de funcionamiento de la Ecovita Camping Organic Center.

Cuadro 28. Oferta histórica

OFERTA HISTÓRICA			
Años	Parque histórico	Ecovita	Total Oferta histórica
2002-2003	65514	-	65514
2003-2004	67238	-	67238
2004-2005	68575	-	68575
2005-2006	69956	7415	77371
2006-2007	71593	7245	78838

Fuente: Parque Histórico Guayaquil y Ecovita

Elaborado por: Carolina Plaza

3) Oferta futura

Para determinar la oferta futura se proyectó con la fórmula del monto simple a cinco años obteniendo los siguientes resultados:

$$P = Po(1 + i)^n$$

De donde:

P= Demanda Futura

Po= Demanda Histórica

i= Tasa de crecimiento estudiantil de la ciudad de Guayaquil, siendo 2.2%

n= Número de años.

Cuadro 29. Oferta Futura

OFERTA FUTURA		
AÑOS	O. HISTÓRICA	O. FUTURA
2009-2010	65514	66955.3
2010-2011	67238	68717.2
2011-2012	68575	70083.6
2013-2014	77371	79073.1
2014-2015	78838	80572.4

Elaborado por: Carolina Plaza

4) Balance Oferta – Demanda

Para obtener la demanda insatisfecha se restó las proyecciones de los siguientes años de la Demanda Futura con la Oferta Futura y se extrajo los siguientes datos:

Cuadro 30. Demanda insatisfecha

DEMANDA VS OFERTA			
Años	D. FUTURA	O. FUTURA	DEMANDA INSATISFECHA
2009-2010	87432	66955	20477
2010-2011	89791	68717	21074
2011-2012	91395	70084	21311
2013-2014	93241	79073	14168
2014-2015	95401	80572	14829

Elaborado por: Carolina Plaza

5) Investigación y análisis de la competencia

a) Parque Histórico Guayaquil

La investigación de mercado realizada determinó que el destino turístico y educativo con mayor afluencia por parte de las escuelas particulares de la ciudad de Guayaquil es el Parque Histórico, convirtiéndose en competencia directa para el campamento Allazamba.

Análisis Situacional

El Parque Histórico Guayaquil se encuentra ubicado en la vía Guayaquil-Sanborondón, ciudadela Entre Ríos, con una extensión total de ocho hectáreas rodeadas de bosque de manglar y platanillos especies nativas de la región.

El Parque Histórico es un lugar creado para revivir las tradiciones ancestrales y actuales de la ciudad de Guayaquil, siendo su objetivo principal el rescate de la cultura natural, histórica y social de los guayaquileños. Lo que logra gracias a la creación de tres zonas: de vida silvestre, de tradiciones y urbano arquitectónica, siendo un esfuerzo del Banco Central del Ecuador.

La demanda que visita el Parque Histórico es, en su mayoría, entidades educativas primarias, secundarias y superiores de Guayaquil, ya que el Parque ofrece educación ambiental, cultural y arquitectónica en cada una de sus áreas, ofreciendo así un servicio único en su clase dentro del país.

Zonas del Parque Histórico

Zona de vida silvestre

Dentro de esta zona el visitante puede conocer más de 50 especies representativas de la Costa ecuatoriana entre aves, mamíferos y peses, constituyéndose como un zoológico de inmersión, ya que las 4 hectáreas de terreno destinadas para esta zona poseen vegetación típica, como es el manglar, bosque de llanura inundable y bosque seco tropical, recreando de manera casi exacta el hábitat natural de estas especies.

El recorrido de esta zona se realiza dentro de un sendero elevado, diseñado para que la afluencia de personas no incomode a los animales, pero que al mismo tiempo los visitantes tengan contacto real con el ecosistema. En total se recorren 23 paradas temáticas que permiten contemplar en forma individualizada cada especie, las paradas temáticas principales son: Loras de manglar, aves acuáticas, venados, mapaches, observatorio de aves, águila arpía, saíno, papagayos, acuario, tapir, caimán, tigrillo, isla de los monos, cocodrilo, perico ligero, animales nocturnos, visita la río y el mirador conformado por una estructura de 11 metros para la observación de parte del parque y del águila arpía.

La infraestructura de esta área está realizada con materiales de la zona y el diseño reúne las características necesarias para que haya una total armonía con el medio. La sencillez y comodidad de las mismas permiten el total disfrute de la corta caminata.

Zona urbano-arquitectónica

Esta zona tiene como objetivo principal la representación física del Guayaquil de principios del siglo XX, luego del incendio de 1896. Posee museos, restaurantes, cafeterías, agencias bancarias, talleres de trabajos manuales tradicionales y salas de exposiciones.

Las tres edificaciones que se encuentran en esta zona: la casa Julián Coronel, el Banco Territorial, Casa Lavayen – Paredes (conocida como la Casa Verde) y el Hospicio Corazón de Jesús; han sido rescatadas como patrimonio cultural, y sirven de marco para la reconstrucción de la vida urbana del Guayaquil de antaño.

Zona de exposición de tradiciones

En esta zona es posible encontrarse con las costumbres y tradiciones de los pobladores del Guayaquil de fines del siglo XIX y principios del XX, es la representación física de una hacienda cacaotera rural, rodeada con plantaciones de hortalizas, plantas medicinales, frutales y una variedad de especies de animales menores (una hacienda autosustentable).

La vivencia de esta zona se la hace más a fondo con la representación en vivo de una serie de personajes que, con sus coplas cantadas, hacen que los turistas disfruten y experimenten la cultura en su más amplia expresión.

Servicios

El Parque Histórico Guayaquil cuenta con todos los servicios para que sus visitantes disfruten de la mejor manera el recorrido.

Al momento de comprar el boleto el visitante cuenta con los siguientes servicios:

- Recorrido guiado por personal capacitado y con la opción del idioma inglés
- Sillas de ruedas para personas discapacitadas o si lo requieren personas de la tercera edad
- Acceso a las tres zonas del parque: de vida silvestre, de tradiciones y urbano arquitectónica
- Personal capacitado en primeros auxilios, si se requiere
- Acceso a programas organizados como títeres, danzas, teatro, etc (varía según la temporada)

Aparte de estos servicios, el Parque cuenta con los siguientes servicios, con costos adicionales.

- Teléfonos públicos

- Tienda de recuerdos, donde usted puede adquirir botones, camisetas, jarros, gorras y demás
- Transporte desde el centro de la ciudad, los domingos y feriados
- Guardianía
- Cajero automático para todos los sistemas del país
- Información turística: Otros lugares de interés, mapas, folletería, traslados dentro de la ciudad, entre otros
- Restaurante: el restaurante se encuentra en la planta baja de la casa que perteneció al doctor Julián Coronel Oyarvide, cuyo servicio lo brinda el Hilton Colón, y en la planta alta se encuentra un salón de uso múltiple.
- Parqueo para vehículos y buses con guardianía privada.

Los precios están determinados, dependiendo el día de la semana, y son:

Domingos y feriados

Adultos: \$4.59

Niños: \$3.00

Tercera edad y discapacitados: \$2.00

Plan familiar: papá, mamá y 2 niños: \$12.00

Estacionamiento: \$0.75

Martes a sábado

Adultos: \$3.00

Niños y estudiantes de colegios particulares: \$1.50

Tercera edad y discapacitados y estudiantes de colegios fiscales y fiscomisionales: \$1.00

Plan familiar: papá, mamá y 2 niños: \$7.00

Estacionamiento: \$0.75

b) Ecovita Organic Camping Center

Ecovita, al poseer servicios muy similares a los que va a ofrecer el campamento Allazamba y por su ubicación, se la considera competencia en el sector

Análisis situacional.

Ecovita es una hostería y camping ubicado en el cantón Pallatanga. La hostería en un principio era una hacienda familiar cuyos propietarios accedieron al proyecto de crear un lugar ecoturístico, agroturístico y de educación ambiental.

Misión de Ecovita: “Nuestra misión no es solo de ofrecer un buen servicio de alojamiento y alimentación, sino de formar una sola familia entre empleados, visitantes y amigos.

Además de conservar la naturaleza para llegar a un equilibrio biológico entre el hombre y el medio ambiente”.

La demanda a la que va diseñada la hostería y cada uno de los paquetes turísticos, son: público en general, sin realizar ningún tipo de segmentación. Ecovita involucra a todos los sectores y visitantes turísticos, dando facilidades para la llegada a la hostería.

Cada una de las actividades que se realizan en la hostería está encaminada a la relajación y recreación de sus visitantes, el total disfrute por la naturaleza y la oportunidad de involucrarse con las actividades agrícolas que se realizan en el lugar.

La infraestructura es básica y está en constante cambio y adecuación, posee 20 carpas con capacidad para 4 personas cada una, y dos cabañas con habitaciones dobles, restaurante con capacidad para 30 personas, dos canchas deportivas volley y fútbol, mesa de billar y ping pong, baños con agua caliente y una represa artificial construida en los afluentes del río Coco y piscinas de truchas.

Todas las áreas están en constante mantenimiento por parte del personal de Ecovita.

La visita a la hostería solamente es por medio de reservación, por lo que ninguna persona podrá hospedarse en el lugar o realizar ninguna actividad dentro de ella, sin una reservación anterior.

Servicios

Los servicios que ofrece Ecovita son variados. Entre otros, los siguientes:

- Alojamiento en cómodas carpas dotadas con colchones, sleepings, almohadas y cobijas, o también la opción de habitaciones amobladas

- “Club Salava” Restaurante que ofrece alimentos naturales
- Guía por nativos
- Hamacarios
- Carritos de madera con la vigilancia constante del personal
- Mountain bikes para realizar paseos por las cercanías
- Pesca deportiva en las piscinas de truchas, donde cada persona podrá capturar su propio alimento, servido en una posterior comida
- Excursiones en los alrededores de la hostería. Estas excursiones se las realiza fuera de los predios de Ecovita, siendo lugares públicos a los que se puede acceder cualquier tipo de visitante.

Pallatanga cuenta con destinos naturales aprovechados por Ecovita para organizar paquetes. Dentro de estos destinos tenemos cascadas como: Chazasal, Santa Teresa, Tigrera, San Carlos y Corazón. Los miradores también son visitados por los grupos de Ecovita, estos son: Balazul o el mismo puente “Salsipuedes”, construido en una quebrada y que une la Costa con la Sierra. Además, en cada excursión los turistas pueden observar a su paso la flora y fauna representativa del lugar.

- Visita a la ciudad de Riobamba

Si se requiere un paseo más largo, la hostería cuenta con el servicio de guianza a la ciudad de Riobamba, ubicada a dos horas de Pallatanga. En este viaje se puede visitar la iglesia de Balbanera, la laguna de Colta, la ciudad de Riobamba y el nevado Chimborazo.

- Talleres y prácticas agroturísticas

La finca orgánica de Ecovita produce hortalizas donde se puede aprender las prácticas agrícolas naturales y sus beneficios, cada taller cuenta con información relacionada a: preparación de terreno, siembra, transplante, abonado orgánico. Preparación de semilleros, control orgánico de plagas, y otros.

- Preparación de alimentos

Mediante recetas fáciles los visitantes podrán preparar su propia comida, ya sea cosechada en la granja orgánica o las truchas pescadas en las piscinas artificiales, contando con todos los ingredientes para su preparación.

Además de estos servicios posee:

- Parqueadero para vehículos
- Teléfono de alquiler
- Guardianía

Paquetes turísticos y precios por persona.

• **Ecovita Aventure & Relax**

3 días y 2 noches: Adultos US\$ 61 – Niños US\$ 48,80

• **Ecovita & Atillo Lake**

3 días y 2 noches: Adultos US\$ 107,92 – Niños US\$ 94,40

• **Ecovita Full Day**

1 día: Adultos US\$ 15,25 – Niños US\$ 12,20

• **Ecovita Half Day**

Medio día: Adultos US\$ 13,10 – Niños US\$ 10,05

• **Ecovita & Highlands**

3 días y 2 noches: US\$ 146,99 (*base a 12 personas*)

• **Ecovita Organic Class**

2 días y 1 noche: US\$ 85,00 (*base a 10 personas*)

• **Ecovita Reiki Class I**

2 días y 1 noche: US\$ 188,75 (*base a 10 personas*)

• **Ecovita Student I**

2 días y 1 noche: US\$ 33,05 (*escuelas y colegios, base a 20 personas*)

• **Ecovita & Reiki Terapy Weekend**

2 días y 1 noche: US\$ 123,22 (*base a 4 personas*)

• **Ecovita Weekend Lodge**

2 días y 1 noche: Adultos US\$ 39,65 - Niños US\$ 31,11

- **Ecovita Weekend**

2 días y 1 noche: Adultos US\$ 34,77 – Niños US\$ 28,67.

Detalle del paquete para estudiantes:

Ecovita Studen I

Escuelas y colegios costo \$33.05 (mínimo 20 personas)

- Una noche de alojamiento en cómodas carpas
- Un desayuno campesino
- Dos almuerzos tipo menú
- Una cena tipo menú
- Una caminata dirigida a la cascada.

Actividades:

- Observación de aves
- Corrida en carritos de madera
- Deportes en general
- Hamacario
- Fogatas.

c) Análisis de la competencia.

Con respecto a la competencia hacia el nuevo proyecto se concluye que existen un establecimiento, (Ecovita Organic Camping Center) que se constituye como competencia directa, ya que en parte ofrece los servicios turísticos relacionados con el agro turismo que se estudia y tienen en cuenta para el campamento Allasamba.

Las ventajas competitivas que tiene el proyecto con respecto a la competencia, se traduce en el contacto directo que tendrán los visitantes del Campamento con animales de granja y especies vegetales, con esto se logra no solo cumplir con la misión de la empresa que es la educación ambiental, si no también diseñar paquetes turísticos, implementar infraestructura adecuada y desarrollar un guión técnico a fin de llamar la atención de la demanda a captar,

cumpliendo con las expectativas de los establecimientos educativos primarios de la ciudad de Guayaquil.

Marketing estratégico del Proyecto.

1) Visión

Posesionar el Campamento agro turístico Allasamba en las principales escuelas del país como un destino educativo necesario para complementar la educación de los niños y niñas, de esta manera infundir en la mentalidad de las futuras generaciones respeto hacia la naturaleza y sus componentes, logrando mejorar la calidad del ambiente natural en nuestro país; y, por consiguiente, en el mundo.

2) Misión

Ofrecer a niños y niñas y adultos un ambiente recreativo y natural, integrando la educación ambiental basada en la experiencia directa con animales de granja, y el constante contacto con la cultura agrícola del país, todo esto bajo estándares de seguridad que contribuyan con una experiencia inolvidable para nuestros visitantes.

3) Descripción de problemas/oportunidades

a) Análisis FODA

Con el fin de establecer la situación competitiva del campamento se realizó el análisis FODA, que se constituye en una herramienta eficaz para dicho efecto. De esta manera se tienen las siguientes variables a estudiar (anexo 3).

b) Análisis FOFADODA

Al determinar los factores claves para el desarrollo del proyecto, se tiene la facilidad de dar un diagnóstico para la aplicación de estrategias que nos permitan contrarrestar los aspectos negativos de la implementación del proyecto y sacar provecho de los positivos.

Esto se lo realizó, mediante un cruce de variables, ayudados por la matriz FODA (anexo 3)

En la actualidad, la finca Allazamba recibe turismo familiar los días festivos, y existe la oportunidad de recibir turismo nacional e internacional. Es indispensable utilizar esta

experiencia en el proyecto, lo cual brinda una guía para la implementación de actividades de recreación.

El actual auge de hosterías y lugares turísticos en el cantón Pallatanga, es una ventaja al momento de promocionar el servicio, debido que el turismo va a tener más aceptación al encontrarse en un lugar reconocido. La prensa escrita, así también páginas Web turísticas del Ecuador, han señalado a Pallatanga como un destino turístico llamativo por poseer lugares naturales de fácil acceso. Al recopilar la información que posee el Municipio del cantón, relacionado al inventario de atractivos naturales de la región, se podrá diseñar paquetes turísticos que involucren estos destinos y realizar estrategias publicitarias acorde con nuestro proyecto y la demanda a captar.

Actualmente el mundo vive las consecuencias de las actividades contaminantes producidas por el hombre, y reconociendo al calentamiento global como problemática internacional, se hace imprescindible el diseño de un plan de educación ambiental que se fusione con el servicio turístico, que ofrecerá el campamento. Una de las herramientas principales para la creación de paradas temáticas y el diseño de los guiones técnicos es el contraste del paisaje actual de Pallatanga, que al ser excepcional, está en peligro por la tala y quema de los bosques y la baja periódica de la vertiente natural que se encuentra dentro de los predios de la finca Allazamba.

Según el análisis de mercado, al tener amplia aceptación por parte de la demanda a captar y conocer que la mayoría de las escuelas visitan lugares educativos o turísticos con un mínimo de 40 estudiantes, se hace necesario que la implementación de la infraestructura específicamente del área de camping sea acorde con las necesidades de las escuelas y que se pueda manejar a un mínimo de 40 personas.

Aprovechando las facilidades del terreno se realizará un plan de reforestación con especies nativas. Con los resultados obtenidos a corto tiempo en el área reforestada, se programará una reunión con las autoridades del Municipio de Pallatanga, a fin de realizar un análisis del sector y, a su vez, dar pautas para futuros planes de reforestación a nivel cantonal.

Al considerar la posibilidad que el agua de vertiente apta para el consumo humano (Anexo 4), existente no abastezca para el funcionamiento del campamento, se ve la necesidad de

realizar los trámites respectivos con las autoridades pertinentes para que se instale, si es posible, el servicio de agua potable en la finca, minimizando con esto el riesgo de no contar con dicho bien.

Se cuenta con un terreno en el área urbana del cantón, que si es necesario será hipotecado para obtener financiamiento extra, con el fin de comprar un bus apto para el transporte turístico, por cuanto la seguridad debe ser imprescindible, para la aceptación del campamento y su posible éxito.

Por ser una finca de origen familiar y los dueños un total de ocho personas, es necesaria la intervención de un abogado que asesore a la familia en la parte legal, para que se tomen medidas con respecto a la repartición de las utilidades que dará el Proyecto.

Es necesaria la implementación de una oficina-recepción en el cantón, por cuanto no existe el servicio de telefonía en la finca, lo cual dificulta la comunicación con los clientes y proveedores.

El financiamiento del proyecto debería ser por cuenta de los accionistas de la finca, los dueños, para evitar préstamos bancarios.

Al poseer terrenos propios cerca de la finca se pueden utilizar para relacionarlos con el servicio ya que poseen atractivos naturales que pueden ser visitados y agregados en el diseño de paquetes para el campamento.

4) Publicidad

a) Nombre del proyecto

El proyecto se ejecutará en el cantón Pallatanga en el sector denominado Allazamba en donde la actividad económica predominante es la agricultura y ganadería. Al implementar el componente turístico a esta actividad se obtienen un destino atractivo para visitar. Por esta razón, el nombre del proyecto será: “Campamento Agroturístico Allazamba”, fusionando así las dos actividades.

b) Diseño del logotipo

El logotipo fue diseñado con la imagen de la mascota del campamento El burrito “Luís Miguel”, en el logo se quiso fusionar la armonía de la naturaleza con un toque de arte que lo observamos en los rasgos originales de las flores.

El logotipo se realizó en tres combinaciones de colores diferentes (anexo 5) con el objetivo de escoger la mejor de las opciones. Cada color esta diseñado con un fin específico:

Verde: Es un color que predominantemente representa naturaleza, medio ambiente, vida y tranquilidad.

Verde oliva: A parte de representar naturaleza, tienen un sentido de paz y armonía.

Café: Es un color elegante y señorial, ideal para una hacienda.

Naranja: Perfecto para niños ya que representa alegría, entusiasmo, fascinación y creatividad.

Amarillo: Este color representa inteligencia y energía.

El logotipo escogido es la combinación verde oliva y amarillo por ser el mas atractivo.

Figura 1: Logotipo “Campamento Agroturístico Allazamba”



Elaborado por: Diego Mejía Diseñador Gráfico.

c) Slogan

El slogan escogido que acompañara el logo es “Tenemos los animales para ti”, el cual hace referencia directa a los animales de granja quienes son el principal atractivo del proyecto.

d) Promoción

Para la promoción del campamento se tomó en cuenta las siguientes opciones.

1) Cartas de presentación e invitación

La finalidad de las cartas de presentación es dar a conocer el servicio de manera directa. Se enviará un formato de carta al Director de cada entidad educativa particular primaria de la ciudad de Guayaquil. Gracias a la base de datos proporcionada por el Ministerio de Educación, se cuenta con las direcciones exactas de cada escuela, el nombre del director y el respectivo teléfono.

2) Afiches

Los afiches estarán diseñados para llamar la atención de los niños y niñas, tendrán información sobre actividades recreativas, resaltando el contacto con animales de granja ya que esta actividad es la más disfrutada por los niños y niñas.

Los afiches se colocarán en los bares y lugares permitidos para este fin dentro de las escuelas, después de obtener el permiso respectivo de los directores del plantel.

3) Trípticos

La información que se especificará en los trípticos proporciona una idea general sobre el campamento y el servicio que se ofrece, se entregará directamente a los niños y niñas cuando se realicen las visitas personales dentro de los planteles educativos, con el objeto de que los padres de familia se enteren de la existencia del campamento y las actividades.

4) Visitas personales

Las visitas personales se realizarán de la siguiente manera:

Con el permiso del director de la escuela por anticipado, una persona capacitada enviada por el Campamento Allasamba se entrevistará directamente con los niños de las escuelas y

sus profesores con el fin de informar sobre el campamento de una manera clara pero principalmente llamativa para el niño para esto se utilizará vestimenta, y accesorios adecuados para este fin.

5) Mailing

El mailing se relaciona con una lista de direcciones de correo electrónico de las escuelas encuestadas o de sus directores que ira creciendo a medida que se necesite promocionar a más establecimientos, contando con esta base de datos se envía por el servicio de Internet, cartas de invitación al campamento con sus respectivos trípticos de información virtuales que ayudarán a que el proceso de promoción sea rápido, eficaz y directo.

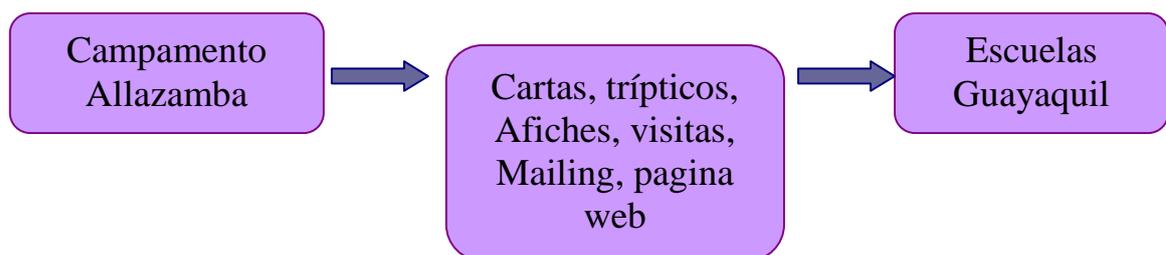
6) Pagina web

Será diseñada con el fin de dar a conocer el campamento al mercado en general.

d) Canales de distribución

El canal de distribución escogido será el directo. Se ofertará del productor al consumidor a través de cartas de presentación, trípticos, afiches, visitas personales, mailing y la creación de una página Web.

Figura 2. Canales de Distribución.



Elaborado por: Carolina Plaza M.

B. ESTUDIO TÉCNICO

1. Tamaño del proyecto

a. Capacidad de la planta.

El tamaño de la planta y su capacidad se determinó tomando en cuenta la infraestructura existente en el área destinada al proyecto con el objetivo de minimizar costos, luego de los resultados que arrojó el estudio de mercado el proyecto tiene un tamaño óptimo.

Cuadro 31. Capacidad del campamento “Allasamba”

CAPACIDAD TOTAL DEL CAMPAMENTO “ALLASAMBA”		
Paquetes	Mensual	Anual
Paquete Diversión	80 paquetes	960 paquetes
Paquete Aventura	120 paquetes	1440 paquetes
Total paquetes	200	2400 paquetes

Elaborado por: Carolina Plaza M.

2. Localización

a. Macro y micro localización

El área donde se implementará el campamento es una finca familiar, ubicada en la provincia de Chimborazo, en el cantón Pallatanga, barrio San Vicente, lugar con excepcionales características climáticas, paisajísticas y atractivos naturales, como cascadas y montañas aptas, para la visita de grupos turísticos.

El cantón Pallatanga limita al norte con Colta, al sur con Alausí, al este con Guamote y al oeste con el cantón Chillanes.

Para llegar a la propiedad, desde el centro del cantón se toma una carretera de tercer orden y se pasa por dos barrios: San Vicente y El Avispero, luego se pasa por una serie de propiedades de propiedad privada.

Figura 3. Macro localización del Proyecto.

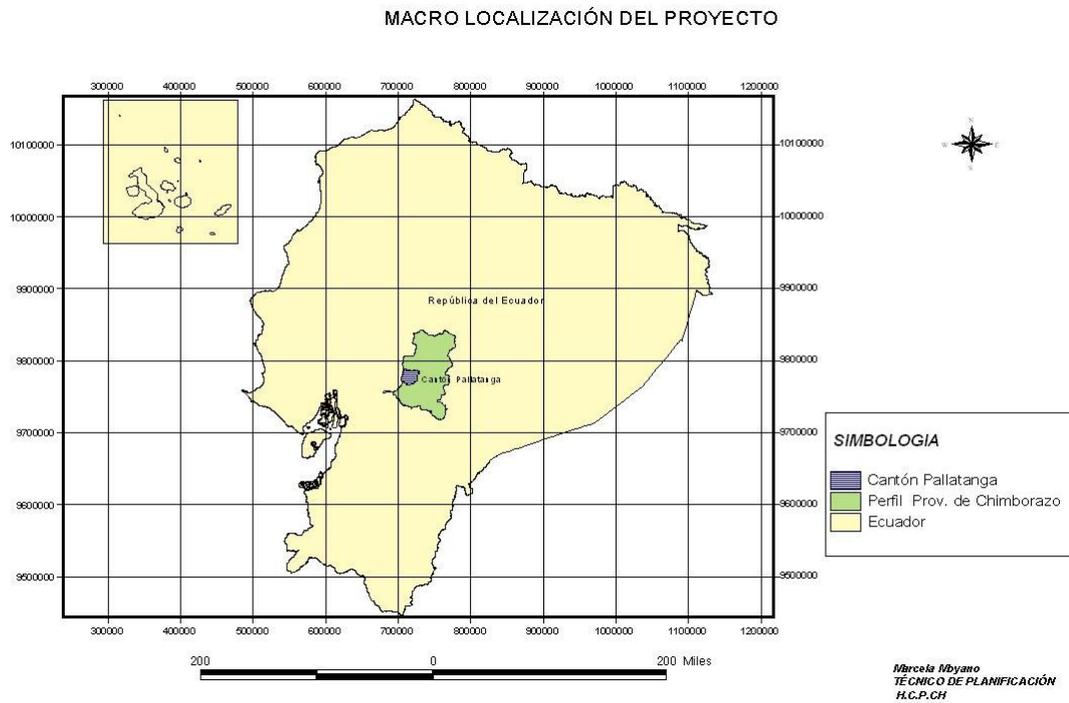
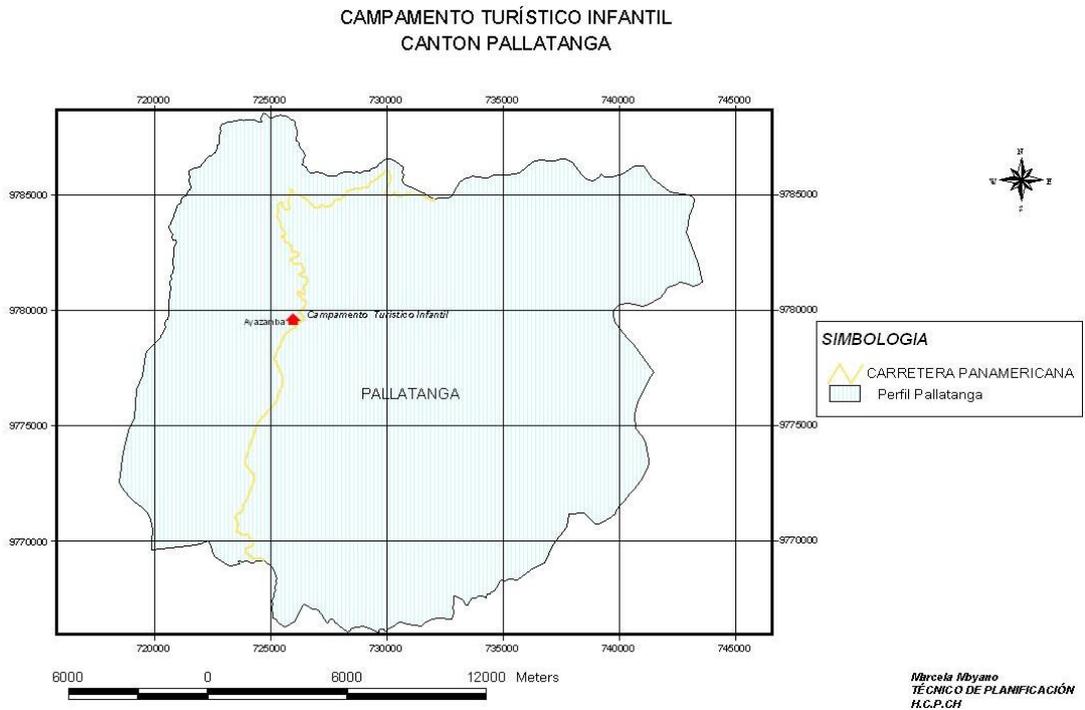


Figura 4. Micro localización del Proyecto.



b. Dinamismo económico del área

Gracias a los factores culturales que hacen que la economía de nuestro país esté basada en la agricultura y la ganadería, y que el futuro del Ecuador esté en manos del turismo, nos hace pensar que es idóneo la implementación de un campamento agroturístico que agrupe estos dos conceptos y que, al sumarle educación ambiental como valor agregado, formando un servicio atractivo para nuestra demanda a captar, conformada por niños y niñas de quinto, sexto y séptimo de básica de las principales escuelas particulares de la ciudad de Guayaquil, ya que este segmento significativo de la población no posee un destino turístico que involucre la enseñanza de campo como complemento de la educación dada en las aulas de clase, formando una herramienta básica de la educación moderna en el Ecuador y que, al mismo tiempo, satisfaga la necesidad de distracción que poseen los niños.

3. Descripción del proyecto

a. Área de Camping

Esta área ofrecerá servicio de hospedaje, con todos los servicios básicos necesarios y constará de 10 carpas para cuatro personas cada una. Cada carpa estará debidamente equipada con colchones pequeños, sleepings, cobijas livianas, 4 almohadas y una linterna de mano.

Junto a cada carpa se colocará una caja para zapatos con 4 cajones, logrando con esto limpieza y facilidad de movimiento dentro de las carpas.

Actividades a realizar:

- La actividad básica de esta área es la pernoctación. Cada niño o niña tendrá la oportunidad de dormir cómodamente en un ambiente agradable y fuera de lo común.

Enseñanzas en el área:

- Se enseñará cómo armar correctamente una carpa y cómo escoger el terreno apto para colocarla, esto logrará que cada niño/niña aprenda lo que es el trabajo en equipo, desarrollando las destrezas físicas y mentales de cada uno.

Estrategias de educación

- La instrucción de armado de carpas será dada por un guía capacitado, quien tendrá contacto directo con los niños/niñas, proporcionando seguridad y confianza al momento de trabajar e interactuar con él, logrando con esto que los niños/niñas disfruten la compañía del guía.
- Las carpas serán de fácil armado para que los niños/niñas no tengan problemas al momento de armarlas, con esto cada grupo terminará su labor sin inconveniente y llevará en su mente la idea de que lo logró.

b. Área de Comedor

El área de comedor ofrece alimentos y bebidas. Se implementará una cocina con equipos esenciales para abastecer a 40 personas de manera salubre, ordenada y eficiente.

El comedor tendrá nueve mesas redondas con capacidad de cinco niños/niñas cada una. Habrá personal de apoyo encargado de servir los alimentos que constara de:

Cuadro 32. Opciones de menú.

DESAYUNOS		
Opción 1	Opción 2	Opción 3
<ul style="list-style-type: none"> • Panqueques con miel de panela • Huevo a la copa • Batido caliente de leche con vainilla • Jugo de fruta de temporada 	<ul style="list-style-type: none"> • Sánduche de queso • Huevos revueltos • Batido caliente de chocolate • Jugo de fruta de temporada 	<ul style="list-style-type: none"> • Tostadas francesas • Batido frío de plátano • Fruta picada
ALMUERZOS		

Opción 1	Opción 2
<ul style="list-style-type: none"> • Locro de verduras • Lasaña de carne • Ensalada de lechuga y tomate • Jugo de fruta de temporada • Carlota de naranja 	<ul style="list-style-type: none"> • Crema de coliflor • Pollo al jugo • Porción de arroz • Papa cocinada y maduro asado • Jugo de fruta de temporada • Frutillas con chocolate
CENAS	
Opción 1	Opción 2
<ul style="list-style-type: none"> • Hamburguesa de res • Puré de papas • Porción de arroz • Ensalada de brócoli • Fruta picada 	<ul style="list-style-type: none"> • Peras de papa con atún • Porción de arroz • Ensalada de zanahoria • Fruta picada

Elaborado por: Carolina Plaza.

El presente menú y sus opciones están elaborados tomando en cuenta el estudio de mercado realizado. Éste reveló que el 41.1% de las escuelas encuestadas se quedarían dos días y una noche en el campamento Allasamba, de esta manera sabemos cuál es el número de comidas a preparar.

Actividades a realizar

- La actividad específica para esta zona es la de alimentación de los visitantes, bajo estándares de limpieza y control de alimentos que permitan ofrecer comidas apetitosas y saludables.

Enseñanzas en el área

- Los niños conocerán la proveniencia de algunos de los alimentos que comerán en sus menús, logrando con esto enmarcar al campamento en el concepto de sostenibilidad al momento de utilizar los productos que se cosechan en el alimento diario.

Estrategias de educación

- Algunos de los alimentos que se utilizarán en el menú serán cosechados por los propios niños/niñas, como por ejemplo: la leche y los huevos servidos en los desayunos, el brócoli y zanahoria para ensaladas, entre otros. Así, cada uno sentirá satisfacción al momento de comerlos, incentivando a consumir todo lo que nos ofrece la naturaleza.
- A los padres se les hará llegar una copia de cada menú, con información nutricional de cada plato. El objetivo es ganar seguridad de los padres de familia hacia los alimentos que van a consumir sus hijos.

c. Área de granja

En esta área se concentrará todo lo que son animales de granja con sus respectivos corrales y jaulas, además se adecuarán áreas verdes para que los niños tengan un lugar donde manejar a los animales libremente.

El área contará con las siguientes zonas:

- Zona de pastoreo, en ella encontraremos vacas, caballos y burros
- Zona de jaulas, en esta zona se encontrara conejos y cuyes
- Zona de gallinero, aquí habrá gallinas y patos
- Zona de potreros, donde se les alimentara a los animales mayores como vacas, caballos y burros.

Actividades a realizar:

- Alimentar a especies mayores y menores

Esto se realizará bajo la supervisión del guía

- Contacto con animales de granja.

El contacto directo se realizará solo con animales menores como son conejos, cuyes y gallinas

- Caminatas guiadas

Las caminatas se realizarán por todas las zonas.

Enseñanzas en el área.

- En esta área se dará información básica acerca del manejo de especies mayores y menores (cuidados y alimentación)
- Origen y beneficios de los alimentos que se consumen en nuestra dieta diaria.

Estrategias de educación

- La estrategia básica será el contacto directo con algunos animales de granja, con esto se llamará la atención de los niños y niñas, específicamente de la ciudad de Guayaquil, ya que son menores que muchas veces no han tenido una experiencia de esta índole.
- Se infundirá respeto por los seres vivos, dejando de esta manera un precedente para que en un futuro las escuelas traigan a nuevos alumnos.

d. Área verde

Esta área abarcará todo lo que tiene que ver con alimentos de origen vegetal, tales como verduras, árboles frutales, plantas medicinales y ornamentales, la distribución de esta área será de la siguiente manera:

Vivero orgánico

Cada variedad de legumbres y hortalizas requiere un especial cuidado en la etapa de plántulas, por ser susceptibles a ataques de plagas, malezas e insectos, por lo cual es necesario crear un espacio para su protección. Con esto no solo se obtiene una cosecha productiva para la alimentación de los visitantes, sino, a la vez, se utilizará este lugar para que los niños conozcan cómo es la transformación de los alimentos naturales, que ellos consumen diariamente.

Como complemento del vivero se construirá cajones para lombricultura, de esta manera se aprovechan los desechos orgánicos que saldrán como residuo de la alimentación diaria de los turistas, al mismo tiempo que se obtiene humus para todos los sembradíos.

Vivero forestal

El vivero forestal tendrá la función de cultivar árboles nativos del cantón, que servirán para la reforestación de todos los predios dentro del campamento Allazamba, a la vez que se cultivarán árboles frutales, pero en menor cantidad.

Cuadro 33. Especies arbóreas aconsejables para las técnicas silvopastoriles

ESPECIES ARBÓREAS ACONSEJABLES		
NOMBRE COMÚN	FAMILIA	NOMBRE CIENTÍFICO
AGUACATE	Lauraceae	<i>Persea americana</i>
ARRAYÁN	Myrtaceae	<i>Eugenia hali</i>
CAPULÍ	Rosaceae	<i>Prunus serotina</i>
SANGRE DE DRAGO	Euphorbiaceae	<i>Croton lechleri</i>
LAUREL	Boraginaceae	<i>Cordia allidora</i>
CHONTADURO	Areceaceae	<i>Bactris gasipaes</i>
GUAYABA	Myrtaceae	<i>Psidium guajava</i>
TILO	Bromeliaceae	<i>Brosimum alicastrum</i>
POROTÓN	fabaceae	<i>Erythina edulis</i>
CUCARDA	Malvaceae	<i>Hibiscus rosa-sinensis</i>

Elaborado por: Carolina Plaza

Huerto orgánico

La plántula al obtener la altura y tiempo deseado, dependiendo de la especie, podrá ser trasladada al sitio definitivo de siembra, después de pasar por el vivero orgánico, llamado sembradío. Este lugar se constituye como un área amplia y de fácil acceso para el caso de los vegetales comestibles

Invernadero ornamental

El invernadero consta de una estructura diseñada para que dentro de ella se cree un microclima, en el cual se pueda cultivar una serie de especies ornamentales de vistosos y llamativos colores, con la finalidad de que en un futuro se pueda ampliar y formar un mariposario.

Invernadero medicinal

Este invernadero tendrá especies curativas representativas de la Sierra y Costa ecuatorianas, con la finalidad de que los niños y niñas conozcan la cultura medicinal de nuestros antepasados y cómo se la usa en la actualidad para tratar dolencias menores, las especies tomadas en cuentas son:

Cuadro 34: Especies medicinales.

ESPECIES MEDICINALES		
NOMBRE COMÚN	FAMILIA	NOMBRE CIENTÍFICO
MANZANILLA COMÚN	Compuestas	<i>Matricaria chamomilla</i>
HIERBA LUISA	Verbenaceae	<i>Lippia tripillia</i>
MENTA	Lamiaceae	<i>Mentha piperita</i>
ABROJO	Zigofiláceas	<i>Tribulus terrestres</i>
ADORMIDERA	Paparáceas	<i>Papaver somniferum</i>
ALOE VERA	Liliáceas	<i>aloe barbadensis</i>
CEDRÓN	Verbenaceae	<i>Aloysia tripillia</i>
COLA DE CABALLO	Equisetaceae	<i>Equisetum arvense</i>
DIENTE DE LEÓN	Asteraceae	<i>Taraxacum officinale</i>
DULCAMARA	Solanáceas	<i>Solanum dulcamara</i>
LAVANDA	Labiadas	<i>Lavandula officinalis</i>
LLANTÉN	Plantagináceas	<i>Plantago major</i>
MEJORANA	Labiadas	<i>Origanum majorana</i>
MOSTAZA BLANCA	Sin determinar	<i>Sinapis alba</i>
ORÉGANO	Lamiaceae	<i>Origanum vulgare</i>
ORTIGA	Urticaceae	<i>Urtica dioica</i>
PASIFLORA	Pasifloráceas	<i>Pasiflora incarnata</i>
PEREJÍL	Umbelíferas	<i>Petroselinum sativum</i>
RUDA	Rutaceae	<i>Ruta graveolens</i>
TOMILLO	Labiataeae	<i>Thymus vulgaris</i>

Elaborado por: Carolina Plaza

Actividades a realizar

- Caminatas guiadas
- Plantación de semillas de vegetales comestibles. Los niños y niñas podrán hacer grupos y escoger los vegetales que quieran sembrar, con la ayuda de un guía que les indicará los pasos
- Cosecha de alimentos orgánicos, que se lo realizará en el huerto. Los niños y niñas tendrán la posibilidad de recolectar los alimentos que estén de temporada con la vigilancia de un guía
- Reforestación por parte de los niños y niñas. Actividad grupal.

Enseñanzas en el área

- Los niños conocerán la transformación orgánica de los diferentes vegetales que consumirán en el campamento y la importancia de la ingesta diaria de verduras y hortalizas en su dieta.
- Aprenderán el manejo que se debe dar a las de especies comestibles, sin la utilización de químicos, control de plagas y la debida preparación del terreno.
- Aprenderán cómo se realiza un cajón de humus básico, con el fin de que cada niño y niña lleve a su hogar una herramienta que puede servir para la reutilización de los desechos orgánicos dentro de su casa.
- Conocerán cuáles son las especies forestales que están en peligro en la región, las cuáles son sus principales causas y por qué es necesario que se conserven los bosques que aún quedan en el Ecuador.
- Se familiarizarán con especies medicinales, aprendiendo su utilización en el pasado y en la actualidad.

Estrategias educativas

- La educación ambiental que se impartirá en el campamento será una especie de eslabón con lo que se da normalmente en las aulas de clase, conformándose de esta manera una clase en campo, necesaria para una educación integral, de esta manera los y las profesoras de las escuelas coincidirán que el campamento Allazamba es una oportunidad para reafirmar los conocimientos de sus estudiantes.

- El manejo de especies vegetales, dará a los niños y niñas una nueva percepción de cómo alimentarse correctamente, dando a los padres de familia un elemento adicional para que sus hijos visiten el campamento.

e. Área de juegos

Esta área contará con estructura básica recreativa para niños; columpios, sube y baja, resbaladera y amplias áreas verdes para juegos grupales.

Cada uno de los juegos está diseñado para el entretenimiento y, principalmente, para la educación ambiental. Los juegos recreativos que figuraran en el campamento son:

En busca del tesoro

En busca del tesoro es un juego diseñado para que desde el momento que los niños llegan al cantón Pallatanga disfruten una gran aventura, descubriendo el campamento Allazamba en base a un mapa. Este mapa conducirá a las instalaciones del campamento después de seguir una serie de pistas.

El juego consiste en dar un mapa a color donde se incluye la vía de acceso al campamento; pero, de manera que solo por medio de pistas puedan continuar. Las pistas estarán visiblemente ubicadas en árboles o en lugares estratégicos del camino, y serán diseñadas de la siguiente manera:

Pista 1

En la carretera están, y si el campamento quieres encontrar, la calle de tierra tendrás que tomar. Fíjate en las señales que verás, si alzas la cabeza. ¡Sí! ¡Ahí están!

Pista 2

Esta casa es, sin dudar, el refugio y el hogar de personas, en verdad. Sigue por este camino y sin salirte de él, pronto encontrarás una pista más.

Pista 3

Tan rápido vas y cansado estás, relájate un poco hasta ver más. Ojos adelante, ojos hacia arriba y encontrarás la siguiente pista.

Pista 4

Respira profundo, que para esta subida necesitarás un poco más que energía. Toma aliento y con ganas sube esta colina.

Pista 5

Recto no. De verdad, si quieres llegar, la derecha será la mejor opción para lograr.

Pista 6

Sigue recto sin dudar, que ya casi llegas al lugar, lugar de diversión lugar para aprender sobre nuestra naturaleza y lo que te puede ofrecer.

Pista 7

Derecha, derecha, siempre la derecha, sigue el camino y sin chistar, ahí estará lo que vienes a buscar.

Llegada

Un amigo fiel en el burrito encontrarás, llámalo “Luis Miguel”, que nuestra mascota será.

Al momento de llegar al campamento se dará una bienvenida y una bebida, ya que al ser 20 minutos de caminata los niños y niñas llegarán cansados. Con esta actividad se aprovecha y se transforma una caminata aburrida en una misteriosa y divertida búsqueda.

Crea tu horizonte ideal (Franelógrafo)

El franelógrafo es un juego de piezas que sirve para que los niños y niñas distingan y escojan cómo quieren que sea un paisaje determinado, logrando con esto entretenimiento dentro de un tema ecológico.

Los materiales son muy básicos:

- Franela verde (1x0,70 metros)
- Dibujos de elementos de la naturaleza, pegados en cartón.
- Dibujos de animales de granja pegados de la misma forma.
- Dibujos de elementos contaminantes como fábricas y automóviles
- Velcro cortado en cuadros.

Cada uno de los dibujos se modifica, de manera que sean piezas como para un rompecabezas. En la parte posterior se coloca un material que se adhiera a la franela, de esta manera se podrán colocar las piezas para formar un paisaje libre de contaminación, totalmente natural.

Hora de dibujar

Esta actividad se trata de dar a los niños materiales para que puedan dibujar lo que más les gusta del campamento, e incentivar la creatividad de los niños y niñas.

Podemos cambiar

Este juego consiste en colocar dibujos a lo largo de una pared. Cada dibujo representa una actividad humana contaminante, como por ejemplo: botar basura en la calle. Se pedirá a los niños y niñas que forme grupos y se les repartirá a cada uno un lápiz y una hoja de papel, con el fin de que identifiquen cuál es la actividad que está dañando al ambiente y cuál debería ser la propuesta de ellos para minimizar dicha actividad.

Con este juego los niños pueden pensar y aprender lo que deben y no deben hacer para mejorar la calidad de la naturaleza y colocar su granito de arena para un futuro mejor.

¿Me puedes decir tu nombre?

Este juego es básico para la integración del grupo con el guía.

Consiste en colocar a los niños y niñas haciendo un círculo sobre la hierba, con el guía en el medio para que puedan interactuar con todos. Se pide a un niño o niña que diga un número y se cuenta por la derecha. La persona al que le toque el número dirá su nombre, su edad y otro número, para que al final todos se presenten ante el guía.

e. Circuitos turísticos

Para establecer cuáles son los circuitos turísticos de mayor interés para los turistas, se basó en la información obtenida en el estudio de mercado, ya que de esta manera se puede realizar un paquete acertado que guste a la demanda a captar, implementando actividades

que llamen la atención y que sean de total disfrute, sin perder con esto la misión de proporcionar educación ambiental.

Los paquetes quedarían armados de la siguiente manera:

Paquete diversión (Un día)

PRIMER DÍA

07H00	Salida de la ciudad de Guayaquil (Se recogerá a los niños y niñas de sus escuelas)
09H00	Llegada al cantón Pallatanga
09H15	Bienvenida por parte del guía principal del “Campamento Agroturístico Allazamba”
09H30	“En busca del tesoro” (actividad grupal dirigida con el objetivo de llegar al campamento siguiendo una serie de pistas)
10H30	Llegada al campamento
10H35	Box lunch
11H00	Caminata guiada por el “Área de la granja”. (Contacto con animales de granja, paseos a caballo)
13H00	Almuerzo nutritivo
14H00	Caminata guiada por el “Área verde” (educación ambiental)
16H00	Juego de despedida (educación ambiental)
16H30	Retorno a la ciudad de Guayaquil
18H00	Llegada a la ciudad de Guayaquil.

Paquete aventura (Dos días)

PRIMER DÍA

07H00	Salida de la ciudad de Guayaquil (Se recogerán a los niños y niñas de la escuela)
09H00	Llegada al cantón Pallatanga
09H15	Bienvenida por parte del guía principal del “Campamento Agroturístico Allazamba”
09H30	“En busca del tesoro” (actividad grupal dirigida con el objetivo de

	llegar al campamento, siguiendo una serie de pistas)
10H30	Llegada al campamento
10H35	Box lunch
11H00	Armado de carpas (actividad guiada)
12H00	Actividad libre (con vigilancia de un guía)
13H00	Almuerzo nutritivo
14H00	Caminata guiada por el “Área verde” (educación ambiental, siembra y cosecha de alimentos orgánicos)
16H00	Juego “Crea tu horizonte ideal”
16H30	Box lunch
17H00	Juegos de integración (actividad en grupo)
18H00	Cena
19H00	Descanso en cómodas carpas.

SEGUNDO DIA

07H30	Desayuno campestre
08H30	Caminata guiada por los alrededores de Pallatanga
09H45	Caminata guiada a la cascada Chasazal
10H20	Box lunch en la cascada
11H20	Regreso hacia el campamento
12H00	Descanso
12H30	Almuerzo
13H30	Caminata guiada por el “Área de granja” (contacto directo con animales de granja, paseos a caballo)
15H30	Taller de pintura (actividad en grupo)
16H00	Juego de despedida (educación ambiental)
16H30	Retorno a la ciudad de Guayaquil
18H00	Llegada a la ciudad de Guayaquil.

f. Guión interpretativo del campamento.

El presente guión técnico tiene como finalidad determinar las paradas temáticas que se realizaran dentro del campamento y establecer los temas que se tratarán, siguiendo un plan de educación ambiental, conformado por los guiones y los juegos ecológicos diseñados.

Cada niño y niña tendrá la oportunidad de conocer métodos prácticos para mejorar la calidad del ambiente. Con esto se establece un contacto con la naturaleza y se le induce el respeto y cuidado con la misma.

7) Circuito turístico.

Al desarrollar un circuito turístico con las respectivas paradas temáticas se ayuda a que la visita sea ordenada, complementándola con un guión de lenguaje fácil de entender para que la visita sea entretenida y no caiga en el aburrimiento.

Parada 1

Área de Granja

Duración: 2 horas.

Buenos días, niños y niñas. ¿Cómo la están pasando aquí en el campamento Allazamba?
(Esperar respuesta)

En este momento estamos en el área de granja, un lugar fascinante que les encantará, ya que tendrán la oportunidad de conocer muchos amigos. ¿Quieren conocerlos? (esperar respuesta). Entonces, ¿qué esperamos?

Antes de todo les voy a contar cosas muy interesantes de cada uno de los amigos que van a ver. Si tienen alguna pregunta solo levanten la mano y les escucharé, ¿les parece?

Bueno, primero les voy a presentar a nuestra amiga la vaca, ella se llama “Tolón tolón”, y es madre de dos hermosas crías que ahora ya son adultas.

¿Quién me puede decir qué aporta la vaca en nuestra alimentación diaria? (esperar respuesta)

Sí, nuestras amigas nos proporcionan carne y la leche, que tomamos todas las mañanas en nuestro desayuno, esta leche tiene proteínas y calcio que nos ayuda a crecer y protege nuestros huesos, haciéndolos más duros y resistentes a caídas y golpes.

¿Ahora qué obtenemos nosotros de la leche? (esperar respuesta)

Sí, el queso proviene de la leche, y no solo eso, sino también el yogurt, la mantequilla, la crema de leche y muchos derivados más.

Ahora ya sabemos qué nos proporciona nuestra nueva amiga la vaca y lo importante que es la leche para nuestro desarrollo. ¡Por eso, a tomar leche! (se realiza interacción con la vaca).

“Tolón tolón” es un mamífero herbívoro, esto quiere decir que se alimenta de forraje o como nosotros llamamos hierba, y se pasa la gran parte del día ingiriéndola.

Ahora les voy a presentar a las gallinas, en nuestra granja tenemos dos tipos de gallinas: de campo y ponedoras.

Las aves de corral, como también se les llama a las gallinas, han estado estrechamente ligadas con la vida del agricultor a lo largo de toda la historia. Su cría es sencilla y los productos que se obtienen de ellas son de alta calidad nutritiva e indispensables en la alimentación familiar.

En general las gallinas nos dan dos cosas específicas para nuestra alimentación, los huevos que son riquísimos en muchas preparaciones como los huevos revueltos, duros, tibios en tortilla etc. ¿A quién le gusta los huevos? (esperar respuesta). Sí, son deliciosos y no solo eso, los huevos nos proporcionan proteínas, grasas y vitamina, específicamente la vitamina A, que ayuda en el mantenimiento de nuestra piel, huesos y dientes. Además de huevos las gallinas aportan con su carne que es rica en proteínas y vitamina B, que ayuda a que nuestro metabolismo libere energía para realizar nuestras actividades diarias.

Las gallinas se alimentan en nuestra granja con granos y cereales, muchas veces les damos plátanos; y a las gallinas ponedoras, que son para la producción de huevos, les alimentamos con balanceado o harina de pescado que es una fuente de proteína (se muestra los corrales de gallinas de campo y ponedoras).

Bueno, ¿les gustó conocer a las gallinas? Ahora visitaremos a los conejos y los cuyes. Ellos son roedores y, como las gallinas y las vacas, proporcionan alimento.

Primero tenemos los cuyes, y como ya les dije son pequeños roedores que se alimentan de alfalfa y desechos de cocina, como cáscaras de papa o zanahoria.

Ahora levante la mano, ¿quién ha comido carne de cuy? Bueno, les cuento que la carne de cuy es rica en proteínas, contienen minerales y vitaminas. Eso quiere decir que es muy nutritiva y nos proporciona la proteína animal que nos tienen alejados de la anemia, una enfermedad que nos da cuando no nos alimentamos de manera correcta.

¿Sabían que los cuyes pueden parir de cuatro a cinco veces al año y en cada parto tener tres o cuatro crías, y pueden vivir hasta ocho años con una buena alimentación y cuidado?

Ahora pasemos con nuestros simpáticos amiguitos los conejos. Ellos son mamíferos roedores, aquí en nuestra granja se le da alfalfa y restos de cocina, como a los cuyes. El cuerpo del conejo está cubierto de un pelaje espeso y suave, orejas largas, y como ven no tienen cola. Existen muchas razas de conejos y aquí en la granja.

Pero, cuáles son los beneficios de los conejos para nosotros. ¿Quién me lo puede decir?

Los conejos, como los cuyes, nos proporcionan carne rica en proteínas, además que las pieles pueden ser vendidas, también el abono que obtenemos de su estiércol es uno de los mejores para mejorar la productividad de la tierra, y como ustedes ven son muy fáciles de mantener. Ahora, así como yo, si la mayoría no quiere comerlos, pueden ser una excelente mascota en su casa (se relaja la interacción con conejos).

Ya conocieron a mi amigo, el burrito es la mascota del campamento, y se llama “Luis Miguel”. Aquí tenemos a los hermosos caballos, ellos son mamíferos perisodáctilos, esto quiere decir que tienen un número impar de dedos y pertenecen a la familia de los equinos. Desde el pasado los caballos nos han servido como animales de carga para realizar el trabajo pesado, así también como transporte. En la actualidad, al caballo se lo ve de otra manera, y nos conquistó con su dulzura e imponencia. Ahora vemos caballos en los deportes, como las carreras de caballos, la equitación, entre otros.

Ellos son nuestros amigos los puercos o chanchitos, como quieran decirlos, son mamíferos y poseen patas cortas un cuerpo pesado y redondeado con una cola pequeña.

¿Quién ha comido carne de cerdo? Levanten la mano.

Sí, todos hemos comido carne de cerdo es, deliciosa y se puede preparar un sinnúmero de platos con ella. La carne de cerdo es muy consumida, debido a que los puerquitos crecen y maduran muy rápido, además que en cada parto pueden tener muchas crías.

Ellos son omnívoros, es por esto que consumen una gran variedad de alimentos desde desechos de cocina hasta balanceados y cereales. De su carne podemos aprovechar su cuero para hacer maletas, zapatos, guates y las cerdas que sobresalen de la piel sirven para hacer cepillos.

De los cerdos logramos consumir casi su totalidad, ya que podemos obtener gran variedad de deliciosos embutidos.

Con esto terminamos nuestro recorrido a la granja, ¿Les gustó la granja? (Esperar respuesta). Ahora ya saben de dónde vienen muchos de los alimentos que consumen diariamente, y conocieron a mis amigos los animales, que fueron domesticados a través del tiempo para el beneficio del ser humano.

Parada 2

Área verde

Duración 2 horas

Niños, ahora vamos a realizar un paseo por lo que llamamos nuestra “Área verde”, empezando por el huerto orgánico.

El consumo de vegetales frutas y legumbres es indispensable para llevar una vida sana, los vegetales nos dan energía y nutrientes para realizar nuestras actividades como correr, jugar, trabajar, pensar, estudiar, etc.

Ahora, cómo saber qué debemos comer y qué no. Estoy segura que sus mamás les dan alimentos que les ayudan a crecer; pero, ¿ustedes saben cuáles son? Bueno, presten mucha atención.

Los seres humanos necesitan diariamente consumir cereales, leguminosas o legumbres, tubérculos, frutas y verduras, carne, pescado, huevos; leche, grasas y azúcares.

Nuestro organismo necesita proteína, que puede ser de dos tipos proteína: animal, como de la carne de vaca, cerdo, etcétera; y, proteína vegetal, que la obtenemos de las alverjas, fréjol, maní, etc.

Necesitamos también hidratos de carbono que sirven para darnos energía, y los encontramos en el pan, cereales, pastas o fideos y el arroz. Estos deben consumirse en mayor cantidad en los desayunos y no debemos abusar de ellos.

Luego, necesitamos alimentos que nos proporcionan vitaminas y minerales, como son las frutas y vegetales, entre ellos tenemos los vegetales de hojas verdes, que son ricos en vitaminas, como la acelga, brócoli, la espinaca; y frutas, como la naranja, manzanas, piña etcétera.

Por otro lado, tenemos las grasas, que si las consumimos en cantidad pueden causarnos problemas en el corazón y sobrepeso.

También los lácteos, que nos proporcionan calcio para mantener nuestros huesos fuertes.

En nuestro huerto orgánico pueden observar que tenemos muchos vegetales, todos ellos producidos de manera orgánica.

¿Quién me dice qué significa producción orgánica? Producción orgánica quiere decir que estos alimentos están libres de químicos que los infesten y cambien su sabor. Ahora la mayoría de vegetales y frutas que consumimos están llenos de químicos, porque estos compuestos hacen que los alimentos se hagan más grandes y que tengan una mejor presentación; pero, todos esos pesticidas, que utilizan los agricultores, contaminan el ambiente, la tierra, el agua, y nos hacen daño en nuestro organismo.

Después de cada cultivo, nosotros mejoramos y nutrimos el suelo con humus de lombriz o compost. Este tipo de abono es lo mejor para el suelo y es muy fácil de elaborar. En este momento les voy a enseñar a realizar compost, para que luego lo hagan en sus propias casas. Primero necesitan un envase grande, que puede ser de plástico o un maceta como ésta, (maceta de 50cm de alto). En el fondo vamos a colocar hojas secas que pueden recolectar en un parque o de sus casas, después se coloca un poco de tierra, no mezclamos si no vamos formando capas: luego colocamos cáscaras de papa, que le pueden pedir a sus

mamá cuando hace papas fritas. Nuevamente un poco de tierra, luego un poco de desperdicios que salgan de la cocina, como cáscaras de fruta o restos de comida, a lo que llamamos restos orgánicos, luego tierra y, por último, tapamos con una capa de pasto o paja seca.

Esto es todo. ¿No les parece fácil de realizar? Esta mezcla debe ser humedecida de vez en cuando, y si tienen tiempo e interés pueden moverla también, esto sirve para que entre oxígeno y se descomponga más rápidamente. Después de dos meses, el compost está listo para añadir a las plantas favoritas de mamá.

Ahora vamos a conocer nuestro vivero forestal

¿Quién me dice la importancia que tienen los árboles? (Esperar respuesta).

Los árboles son imprescindibles para el ambiente, porque nos ayudan a purificar el aire en el proceso natural de fotosíntesis, además como habitáculo para muchos seres vivos, por ejemplo los pájaros que tienen sus casas en los árboles.

Los árboles nos proporcionan madera para hacer papel y construir casas y muebles; pero, lamentablemente, el uso exagerado de la madera ha ocasionado que se extermine con gran parte de los bosques existentes en el mundo, llevándonos a un serio problema ecológico, como la erosión de la tierra.

¿Quién me puede decir qué es la erosión? Bueno, la erosión es un proceso de cambio que desgasta la tierra y elimina los nutrientes naturales que en ella se encuentran, haciéndola improductiva ya que no posee la capacidad de filtrar el agua natural.

Cuando cortamos los árboles no solo terminamos con un hábitat donde viven muchos animalitos y plantas en armonía, sino que dejamos esa tierra vacía, y con el tiempo se erosionará, debido al contacto directo con el aire, la lluvia y el clima.

Es por eso que debemos ayudar a conservar los árboles, y me preguntarán: ¿cómo? Pues, es muy fácil: reciclando o utilizando menos el papel, todos sabemos que el papel se extrae de los árboles, entonces tenemos que cuidar ese regalo que nos dan y darle el mejor uso sin desperdiciarlo. Por ejemplo: no boten las hojas de su cuaderno, si aún tiene espacio, si tienen papel acumulado véndanselo a las personas que recolectan papel, porque ellos lo

reciclan, utilicen lo necesario de papel higiénico y cuando tengan gripe tengan cerca un pañuelo.

Otra manera de cuidar los bosques es sembrando un árbol. Cuando puedan, si tienen un terreno siembren un árbol o, aún mejor, propongan en sus escuelas que realicen una alianza con el Municipio y que les ceda un terreno para que ustedes lo puedan reforestar, con eso se sentirán súper bien, porque saben que están ayudando al ambiente en su lucha por su conservación.

Ahora vamos a conocer nuestro vivero medicinal

En un vivero medicinal ustedes tienen la oportunidad de ver varias plantitas que nuestros abuelitos utilizan para curar o aliviar algunas enfermedades.

¿Alguien conoce algún ejemplo de plantas medicinales? Muy bien, ahora les voy a enseñar algunas de las que tenemos aquí. Miren, esta es la manzanilla, que es un desinflamante natural; el orégano, la menta, para el dolor del estómago; la albahaca para aromatizar los alimentos; tenemos el toronjil, que es una planta medicinal con propiedades tranquilizantes; la hierba luisa, para preparar agua aromática; el llantén, matico y taraxaco como cicatrizantes.

Parada 3

Vertiente de agua natural

Duración: 15 minutos

Nuestra última parada será la vertiente de agua.

El agua brota de manera natural desde la tierra. Esta agua tiene un largo recorrido desde las montañas, y se ha purificado en su camino, y cuando sale por la vertiente está libre de microorganismos que causan daño. Es totalmente pura y una de las mejores aguas que se puede beber.

Todos sabemos que el agua es vital en nuestra vida, ya que nuestro cuerpo está compuesto de ella, y es necesario beberla a diario. Solo el 1% del agua que se encuentra en el mundo

es apta para nuestro consumo, es por esta razón que al agua hay que cuidarla para las presentes y futuras generaciones.

Ahora vamos a realizar un juego en el que ustedes me dirán cómo cuidar el agua, ¿Les gustaría jugar?

Todos siéntense frente a mí, y yo les voy a mostrar un dibujo con una actividad humana que ustedes reconocerán, después cada uno pensará en cómo disminuir el consumo de agua. Entonces, ¡vamos a jugar!

(Se realiza el juego)

Bueno, niños, espero que todos se hayan divertido y que hayan aprendido la importancia de la naturaleza y todos sus componentes. Cuando regresen a sus casas pongan en práctica lo que aprendieron y estarán contribuyendo a formar un mundo con un ambiente más sano para todos.

Parada 4

Historia de Pallatanga (Parque central)

Duración: 30 minutos

En este momento vamos a dar un paseo por el cantón Pallatanga, y vamos hablar un poco de su historia.

Primero, de dónde viene el nombre Pallatanga. Este se conforma de dos idiomas: el jíbaro, en pai, que significa magnífico; y, el Kichwa, en palla que significa princesa. Por esta razón una de los significados de Pallatanga es princesa magnífica.

Pero, si se trata de dar el significado, basándonos en una tradición, se puede contar una de las tradiciones más conocidas de los pobladores de Pallatanga. Por este lugar pasó la reina Palla, cuando existía el Reino de Quito, ella se dirigía hacia la tierra de los Huancavilcas, llevada por sus súbditos, a su retorno descansó en este lugar, entonces el nombre de Pallatanga que se deriva de la palabra palla que significa camino de la reina o descanso de la reina.

Pallatanga fue el pueblo aborígen más importante que habitó el Valle de los Camayos o de los Encomenderos, al sur occidente de la actual provincia del Chimborazo. Gracias a su

posición estratégica, recibió alguna influencia de las culturas que florecieron en sus inmediaciones como la Panzaleo y Puruhá.

El comercio que mantenían los Puruhaes con la región Litoral fue activo para la provisión de sal, algodón, pescado, piña, conchas para realizar adornos para las mujeres y otros productos de la Sierra, como la papa, maíz, quinua, capulí, tuna, cabuya para realizar sogas, esteras, mantas y otras manualidades más.

En la estación de verano estas transacciones comerciales eran muy intensas, pero en la época fría de invierno se restringían.

Para realizar el comercio utilizaban las llamas de casta o de buena raza, ya que este animal resistía el calor y podía hacer viajes largos por senderos difíciles.

Los Puruhaes tenían salida por los páramos del Puyal y Návac hasta Pallatanga, Bucal y Babahoyo, lugares que fueron centro de intercambio de productos.

Ya en la época de la colonia, Antonio Vázquez de Espinoza fue el primer español que descubrió Pallatanga y lo hizo diciendo: “Toda esta provincia es fría, como la de los Puruhaes de Riobamba, y así casi entre estas provincias. Al sur está la provincia de Pallatanga de temple caliente, donde hay un ingenio de azúcar y se hacen buenas conservas” esto alrededor de los años de 1612 a 1614.

Los españoles introdujeron algunos tipos de plantas alimenticias y semillas de cereales como el trigo, cebada y arroz; entre las legumbres tenemos arveja y lenteja, las verduras como lechuga, col, rábano, zanahoria, remolacha; también trajeron árboles frutales, como peral, manzano, naranjo, limonero entre otros.

Los animales también aumentaron los recursos, con la introducción de nuevas especies como el ganado vacuno, caballar, mular, asnal, el ovejuno, caprino y porcino. Además, introdujeron las aves de corral como las gallinas y el perro como animal de compañía.

La iglesia de San Miguel de Pallatanga empezó a registrar bautizos a partir de 1785, y entre las fiestas religiosas del cantón tenemos el Jueves Santo y las fiestas de San Miguel de Pallatanga, donde se realizan juegos deportivos, mingas, fiestas populares y el tradicional desfile de gran colorido y alegría.

Espero les haya gustado este paseo por Pallatanga, y quien tenga alguna pregunta levante la mano.

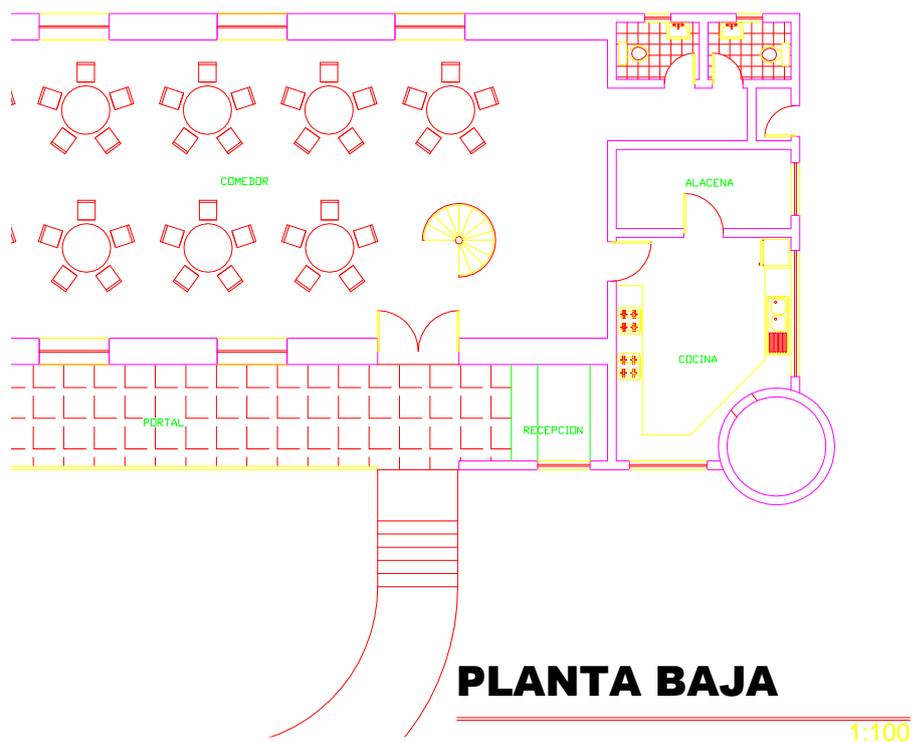
4. Diseño arquitectónico

La propiedad cuenta con cerca de cuatro hectáreas de terreno, con infraestructura básica para hospedar a doce personas. Posee servicios básicos y animales de granja en pequeñas cantidades.

Desde hace un año en la finca recibe turismo familiar, sin réditos económicos, con constante mantenimiento de las áreas verdes y la infraestructura habitacional. La implementación del campamento agro turístico se basará en lo existente, minimizando así los costos de producción.

La remodelación principal dará paso a un restaurante, una cocina y baterías sanitarias con capacidad para 40 personas y el diseño de las diferentes áreas (anexo 6), necesarias para la realización de las actividades del campamento

Figura 5. Plano Restaurante.



C. ESTUDIO AMBIENTAL

Cada una de las etapas de la implementación del proyecto se traduce en ventajas o desventajas para el medio natural y social.

Para lograr la autosostenibilidad del campamento, y que el mismo tenga una misión ecológica, se necesitan métodos de mitigación de los posibles impactos que cada uno de los procesos de implementación y operación del proyecto pueda originar. Por esta causa es imprescindible un estudio que valore dichos impactos, dando soluciones prácticas y, al mismo tiempo, educativas, y lograr un equilibrio entre las actividades contaminantes y las beneficiosas para el medio.

Las actividades contaminantes que están vinculadas con procesos agrícolas o ganaderos tienen medidas de mitigación, específicas y prácticas, con el fin de utilizar al máximo todos los residuos y no tener opción al desperdicio de ninguna sustancia, sea orgánica e inorgánica. Por ello, las soluciones propuestas en este estudio ambiental originan pautas para crear material pedagógico, que es utilizado en la creación de cada uno de los guiones técnico-educativos del campamento.

a. Descripción del entorno afectado

Para describir el entorno físico que será afectado directamente por el proyecto, es necesario establecer los límites de la propiedad y las áreas naturales, que serán visitadas de acuerdo con cada paquete turístico.

La quinta Allazamba cuenta con casi cuatro hectáreas de terreno, y es el lugar donde se implementará el campamento. Actualmente la utilización del suelo se limita a la agricultura y la crianza de pocos animales de granja, se encuentra en un lugar que no posee vegetación prominente, ya que en las últimas décadas se ha venido talando el bosque para la utilización directa de las tierras en actividades campesinas.

El terreno cuenta con una vertiente de agua natural que proviene de un orificio en la tierra. El agua es la que abastece a la finca, se la utiliza para el riego, mantenimiento y limpieza de los animales, además para consumo humano.

Al no poseer servicio de agua potable, se vio la necesidad de realizar estudios para valorar el grado de pureza del agua de la fuente, ya que al transcurrir del tiempo nos hemos dado cuenta que es apta para el consumo.

La muestra se tomó directamente del grifo de agua ubicado en la casa, y se llevó al INIAP, Laboratorio de Suelos, Tejidos Vegetales y Aguas, en la ciudad de Guayaquil, para ser analizada, teniendo como resultado agua totalmente pura, de fuente, apta para el consumo humano, además de poseer minerales beneficiosos para la salud (Anexo 7).

Al no poseer servicio de alcantarillado, la finca posee un pozo séptico para evitar contaminar quebradas.

Con respecto a los lugares que serán visitados por los turistas están:

Cascada Chazasal.

Esta cascada está ubicada en el cantón Pallatanga. A partir de la gasolinera, ubicada al sur de la ciudad, su entrada es de fácil acceso y cuenta con una carretera de tercer orden, que permite el acceso de vehículos hasta cierto tramo; luego se camina por aproximadamente 15 minutos y se llega a la cascada.

No posee infraestructura turística. Su altura está alrededor de los cinco metros y se puede acceder a ella para darse un baño desestresante de agua fría y pura. Actualmente la cascada se encuentra bien conservada y no se tiene problema alguno con el acceso a ella.

Cantón Pallatanga

En un recorrido corto se dará una vuelta por el cantón Pallatanga para conocer las costumbres y cultura de sus pobladores, y específicamente se visitará:

- El parque central
- La iglesia
- El Municipio
- El mercado.

Estos puntos están integrados como paradas temáticas dentro de un guión técnico.

b. Impactos Ambientales

Los impactos ambientales que se generarán por la ejecución del proyecto vienen de la implementación de infraestructura básica y por la operación del campamento en sí, por esta razón el análisis se lo realizará por separado.

Las técnicas para la mitigación o eliminación de los impactos ambientales causados por la implementación y operación del proyecto han sido puestas en práctica en la finca Allazamba, con el fin de determinar cuál es la mejor manera de realizar dichas técnicas, con respecto al clima y materiales encontrados en el área.

1) Impactos en la fase de implementación

En la fase de implementación, los impactos serán a causa de los residuos del material de construcción, pero al poseer infraestructura básica estos impactos se minimizan, ya que los cambios serán mínimos.

Antes de la operación del campamento se necesitará realizar sembríos básicos en las áreas verdes correspondientes a los viveros, huertos e invernadero, con el fin de tener toda la infraestructura y componentes de la misma al momento de comenzar la operación real del campamento.

Para los impactos causados por la implementación del proyecto se utilizó una matriz causa-efecto-solución, recomendada por el ingeniero Eduardo Muñoz.

a) Etapa de construcción

Cuadro 35. Matriz causa-efecto-solución

CAUSA	EFEECTO	SOLUCIÓN
Residuos de material de construcción.	•Contaminación de la quebrada Allazamba	▪ Utilizar los residuos de material de construcción para el relleno de huecos que existe en el camino de acceso al campamento.

Control químico de plagas de sembríos	<ul style="list-style-type: none"> ●Contaminación del suelo ●Contaminación de alimentos ●Problemas para la salud a los consumidores de estos alimentos 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Técnica de control biológico de plagas
Fertilización química del suelo para producción	<ul style="list-style-type: none"> ●Contaminación del suelo. ●Erosión. ●Contaminación de los alimentos 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Técnica de fertilización orgánica del suelo
Utilización de terrenos para el agroturismo	<ul style="list-style-type: none"> ●Desgaste del suelo ●Ausencia de árboles para la purificación del aire 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Plan de reforestación

Elaborado por: Carolina Plaza

b) Tecnologías para evitar efectos

Técnica de fertilización orgánica del suelo.

Utilizando una porción de terreno de cuatro por cuatro metros, con el propósito de siembra y cosecha de hortalizas, se aplicó la técnica de fertilización orgánica. Para tal efecto se utilizó camas altas, denominadas así por su forma, cuyas medidas: 2 x 0,80 m. Se delimitó el área utilizando cuerda y estacas.

Para la fertilización del suelo, se excavó 40 cm. de profundidad, y con la ayuda de una pala se colocó la tierra extraída a un lado de la cama, obteniendo la hondura deseada se procedió a formar las diferentes capas de las camas orgánicas: esto es 10cm de material orgánico vegetal seguidos por 10cm de la tierra extraída; después 10cm. de material orgánico en proceso de descomposición (residuos de cocina), seguido por 10cm de tierra; 10cm de abono animal y, finalmente, 10cm de tierra negra.

Con esta técnica se realizó tres camas: Se sembró hortalizas variadas; y, alrededor de los tres meses, se cosechó sin la utilización de ningún químico.

Con esta práctica se mitiga la contaminación del suelo causada por químicos agroindustriales altamente utilizados, dando como resultado un producto ecológico.

Técnica de control biológico de plagas

Toda siembra está expuesta a plagas, que pueden llegar a exterminar toda la cosecha, es por esto que se utiliza insecticidas químicos para el control de estos agentes nocivos.

Haciendo un seguimiento al huerto orgánico cultivado en Allazamba se estableció que existen dos plagas que afectaron al sembrío: la primera, denominada mosca blanca; y, la segunda, que afectó a las semillas, denominada pulgón. Para el control biológico de dichos insectos se curó el suelo con la ayuda de ceniza, esparciendo una capa fina sobre las camas. Para controlar la mosca blanca se utilizó una mezcla de guano, utilizando flores, hojas y agua. Con esta preparación se roció las hojas afectadas. Al cabo de dos días se observó que la plaga desapareció en su totalidad.

Se puede evitar la utilización de químicos, eliminando la contaminación de los alimentos y el suelo.

Reforestación

En toda actividad agrícola, y en este caso agro turística, la conservación del suelo se hace imprescindible para el futuro del campamento y su auto subsistencia.

La producción de alimentos hace que la tierra necesariamente se desgaste y se vuelva improductiva, un plan de reforestación del área es imprescindible, ya que en la actualidad se siente un cambio en la tierra y en clima de la región, producido por la tala progresiva de los bosques.

Para realizar un modelo de reforestación se adquirió en el vivero forestal de la Facultad de Recursos Naturales de la ESPOCH, cinco especies arbóreas, las cuales fueron plantadas, según recomendaciones de agricultores e ingenieros agrónomos de la ESPOCH.

Con un plan básico de reforestación se puede lograr a futuro una defensa natural del suelo contra la erosión, alimento para el ganado y protección del clima, y en muchos de los casos, si es necesario, la utilización de estas especies para la extracción de madera.

2) Impacto en la fase de operación y mantenimiento

Esta fase será la causante de la mayoría de los impactos para el ambiente ya que la basura generada por las actividades del campamento no tienen un sistema aceptable de evacuación al no posee servicio de recolección de basura. Por esta razón se definirá de manera técnica cada una de las soluciones. Las tecnologías que serán utilizadas para la mitigación de los impactos son necesarias y fáciles de implementar.

Etapa de operación y mantenimiento

Cuadro 36. Matriz causa-efecto-solución

CAUSA	EFECTO	SOLUCIÓN
Residuo de cosechas y material orgánico proveniente de la cocina	<ul style="list-style-type: none"> • Incremento de basura • Contaminación de la quebrada Allazamba • Quema innecesaria de material vegetal • Mal olor a causa de la putrefacción de material orgánico 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Producción de humus de lombriz
Residuos de material fecal proveniente de los animales de granja	<ul style="list-style-type: none"> • Mal olor en los potreros • Impacto negativo en el paisaje 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fabricación de biogas ▪ Fabricación de humus de lombriz

Residuo de materiales inorgánicos	<ul style="list-style-type: none"> ●Producción de basura ●Impacto negativo en el paisaje 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Reciclaje
Producción de basura (Circuito cascada Chazasal)	<ul style="list-style-type: none"> ●Impacto en el paisaje ●Contaminación del riachuelo proveniente de la cascada 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ No llevar alimentos que produzcan basura ▪ Realizar una reunión con el Municipio para realizar un plan de manejo de desechos en la cascada.
Visitas turísticas a la cascada Chazasal	<ul style="list-style-type: none"> ●Compactación y degeneración del suelo 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Realizar una reunión con el Municipio con el fin de implementar un plan de señalización turística.

Elaborado por: Carolina Plaza M.

Tecnologías para evitar efectos

Fabricación de humus de lombriz

La fabricación de humus en el campamento va a ser uno de los principales métodos de aprovechamiento de los residuos orgánicos que se producen diariamente por la presencia de animales de granja (Anexo 9), desechos de cocina y residuos de cosechas.

Cerca del huerto orgánico se formó un hueco en la tierra de 1m de profundidad, 0,80m de ancho y 1,30m de largo, en el que se insertó una caja de madera confeccionada con material reciclado. Para crear el material que será consumido y transformado por las lombrices se necesitó tres partes de material fecal de los animales de granja, por una parte de material vegetal de los desechos de cocina y se introdujo en la caja, mezclando dichos materiales con una pala. Esta mezcla se dejó reposar por aproximadamente un mes, humedeciéndola constantemente, después de este período se adquirió una libra de lombrices rojas o Californianas en la Granja Integral de La Politécnica del Chimborazo, las se introdujeron en la caja en descomposición, y después de tres meses se obtuvo humus de lombriz de buena calidad.

Fabricación de biogás

La construcción de un biodigestor que ayude con la producción de combustible, es otro método para eliminar material orgánico, éste permite tratar ecológicamente el estiércol de los animales e inclusive el de los humanos, y transformar estos materiales en biogás, cuyo componente básico es el metano.

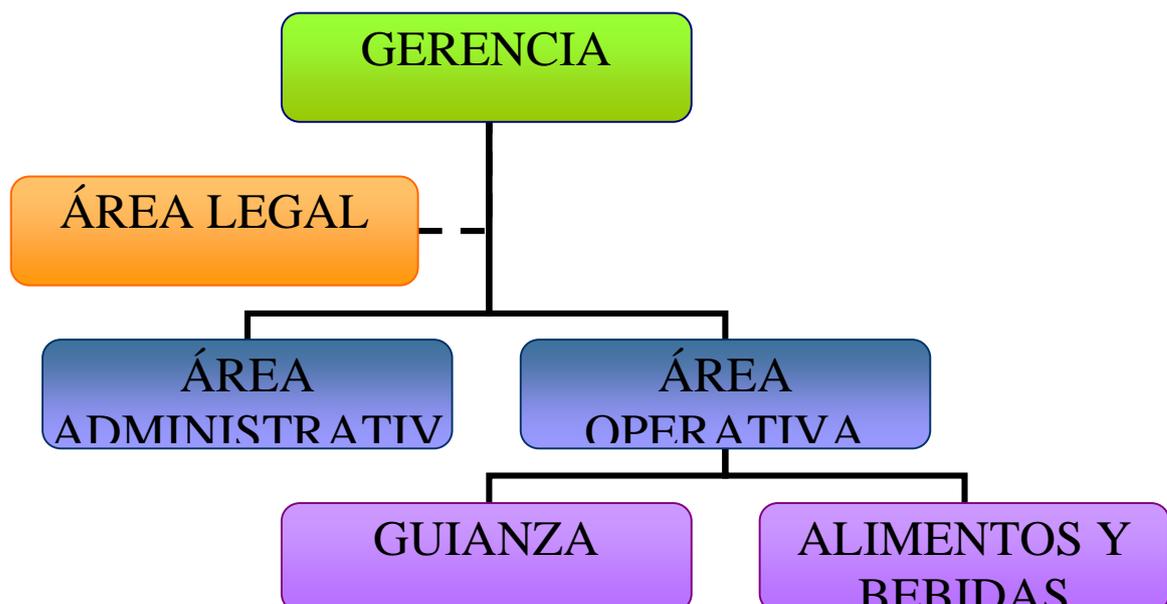
La combustión de este gas es muy limpia, por ser el producto final el bióxido de carbono y el agua, que son inofensivos para el medio. Sus usos son muy variados; específicamente y para el fin se lo utilizará en las estufas de la cocina.

D. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL

1. Organización administrativa del proyecto

Para establecer la organización estructural que se implementará en el proyecto se utilizará personal calificado para las distintas áreas administrativas del campamento. Para lo cual se diseñó el organigrama estructural, que consta de las siguientes áreas.

Figura 6. Organigrama estructural



Elaborado por: Carolina Plaza

2. Requerimiento y funciones del personal

Para el funcionamiento del campamento se necesitará del siguiente talento humano, el cual cumplirá con obligaciones y responsabilidades específicas afín a su área.

Cuadro 37. Recurso humano

RECURSO HUMANO		
No.	Cargo/Título	Funciones
1	Gerente/Ing. Ecoturismo	<ul style="list-style-type: none"> - Realizar contactos estratégicos - Poner en práctica estrategias de comercialización del proyecto - Supervisar los estados de cuenta y flujos de caja - Supervisar el funcionamiento adecuado de las diferentes áreas - Realizar reuniones mensuales con el equipo de trabajo para recolectar información, evaluar y diseñar nuevos planes de trabajo - Contactar a profesionales para el control de animales y plantas. - Pago a proveedores.
1	Secretaria- contadora/ Contadora MBA	<ul style="list-style-type: none"> - Buscar proveedores aptos para la entrega de insumos para las diferentes áreas - Llevar al día la contabilidad de la empresa. - Atención al cliente, reservaciones y recepción - Pago de sueldos a empleados.
1	Jefe de operaciones/ Guía turístico	<ul style="list-style-type: none"> - Recepción de insumos para el área de operaciones - Encargarse de satisfacer las necesidades del cliente - Guianza y atención de grupos visitantes - Encargarse de la logística del área de operaciones.
1	Guía nativo/Bachiller	<ul style="list-style-type: none"> - Guianza y atención de grupos visitantes. - Atención directa y solución de problemas básicos por parte de los visitantes.
1	Chef/ Lic. Gastronomía	<ul style="list-style-type: none"> - Encargarse de la recepción de insumos alimenticios por parte de los proveedores autorizados. - Elaboración de menús autorizados para la alimentación de los visitantes. - Dirigir a las personas a su cargo para un manejo adecuado de la cocina.
1	Ayudante de cocina/ Bachiller	<ul style="list-style-type: none"> - Cumplir con las órdenes encomendadas por el chef. - Realizar el aseo de útiles de cocina de uso diario.
1	Personal mantenimiento/ Bachiller	<ul style="list-style-type: none"> - Encargarse de la recepción de insumos y alimentos referentes al área de granja - Mantenimiento y cuidado del área de granja y área verde - Cuidado y alimentación de los animales de granja - Cumplir con órdenes encomendadas por los diferentes jefes de área.

Elaborado por: Carolina Plaza

3. Requisitos para la constitución del proyecto

a. Requisitos para obtener el certificado de registro en el Ministerio de Turismo

- RUC de la persona natural
- Copia de la cédula de identidad del representante
- Copia de la papeleta de votación
- IEPI (Certificado del Instituto de Propiedad Intelectual)
- Pago de activos fijos de la empresa 1x1000
- Copia de la escritura de la propiedad.

8) Requisitos para obtención del R.U.C. del SRI.

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

b. Requisitos para afiliación en la Cámara de Turismo del Chimborazo

- Dos fotos tamaño carné del representante
- Copia de la patente
- 1 copia del registro del Ministerio de Turismo
- 1 copia de la cédula de identidad del representante
- Copia de certificado de votación
- Copia del RUC.

c. Requisitos para obtener la Licencia Única Anual de Funcionamiento.

-
- Solicitud de Registro en el Catastro Turístico
 - Certificado de registro por el Ministerio de Turismo
 - Patente municipal actualizada
 - Certificado actualizado de Afiliación a la Cámara de Turismo de Chimborazo
 - Copia del RUC
 - Lista de precios del establecimiento turístico
 - Fotocopia del título de propiedad.

d. Requisitos para obtener la Patente Municipal

- Copia de la cedula y papeleta de votación
- Copia del R.U.C
- Copia permiso del cuerpo de Bomberos
- Formulario de Patente de actividades económicas.

E. ESTUDIO FINANCIERO

La elaboración de un estudio financiero nos ayuda a determinar si el proyecto es sujeto de realización, si es posible su administración a corto y largo plazo y si dicho proyecto será viable financieramente.

Para lo cual el presente análisis se ocupa de cada uno de los niveles que ayuden a la visualización de la factibilidad del mismo.

1. Inversión de activos fijos.

Sin duda la inversión de activos fijos son indispensables para la puesta en marcha del proyecto, con ellos se garantizara no solo el manejo adecuado del campamento si no también su operación. Siendo un proyecto que ofrece servicios turísticos los principales activos fijos por invertir serán los que tienen que ver con la operación en si del proyecto, los de administración y los gastos específicos para su constitución.

a. Activos fijos operativos.

Los activos fijos son indispensables para la operación del proyecto y su funcionamiento, y son todos los activos que tienen que ver con la infraestructura para satisfacer las necesidades de la demanda a captar.

Cuadro 38: Costos de los espacios turísticos.

COSTOS DE LOS ESPACIOS TURISTICOS (total costos infraestructura)				
NOMBRE ESPACIO	AREA (m2)	costo unitario	total	observaciones
Camping (10 carpas)	22.5	\$ 25.00	\$ 562.50	
Batería Sanitaria	8	\$ 400.00	\$ 3,200.00	
Remodelación Restaurante	120	\$ 33.33	\$ 4,000.00	sin reparación cubierta
Área Granja	30	\$ 50.00	\$ 1,500.00	
Vivero Forestal	35	\$ 14.00	\$ 490.00	
Huerto Orgánico	100	\$ 11.00	\$ 1,100.00	
Vivero Ornamental	60	\$ 14.00	\$ 840.00	
Invernadero Medicinal	40	\$ 11.00	\$ 440.00	
Área de juegos	120	\$ 35.00	\$ 4,200.00	
	TOTAL GENERAL		\$ 16332.50	

Elaborado por: Carolina Plaza M.

Cuadro 39: Costos área de camping.

REQUERIMIENTO AREA DE CAMPING			
Descripción	num.	Valor unitario	Valor total
Carpa	14	96	1344
Sleeping	40	20.15	806
Colchón	40	10	400
Cobija	40	5	200
Almohada	40	1.5	60
Linterna	14	3	42
Total			\$2,852

Elaborado por: Carolina Plaza M.

Cuadro 40: Costos área de restaurante.

REQUERIMIENTOS AREA DE RESTAURANTE			
Descripción	num.	Valor unitario	Valor total
Cocina	1	302	302
Refrigeradora	1	366	366
Licuada	1	72	72
Microondas	1	95	95
Sartén	3	5.99	17.97
Olla arrocera	1	32.98	32.98

Olla de presión	1	36.5	36.5
mesas 4 p	10	16	160
sillas	40	2.35	94
juego de cubiertos	40	0.76	30.4
Cucharones	3	0.25	0.75
juego de vasos 6	7	4.49	31.43
juego de vajilla 4p	10	11.6	116
repostereros 5 piezas	1	15	15
Jarra 2 lts	2	1.93	3.86
letreros	1	15	15
manteles	10	3	30
Total			\$1,418.89

Elaborado por: Carolina Plaza M.

Cuadro 41: Costos área de granja

REQUERIMIENTOS AREA DE GRANJA			
Descripción	Num	Valor unitario	Valor total
Caballo	3	450.00	1350.00
vaca	1	450.00	450.00
burro	1	90.00	90.00
conejos	5	3.00	15.00
cuyes	5	2.50	12.50
sillas de montar	3	80.00	240.00
Total			2157,50

Elaborado Por: Carolina Plaza M.

b. Activos fijos administrativos.

Para la puesta en marcha del proyecto es necesario contar con activos administrativos específicos los cuales aseguran la operación coordinada del proyecto.

Cuadro 42: Costos equipos y muebles de oficina.

REQUERIMIENTOS OFICINA			
Descripción	num.	Valor unitario	Valor total
EQUIPOS			
computadora	1	1,200.00	1,200.00
impresora	1	120.00	120.00
teléfono	1	43.00	43.00
MUEBLES			
Set escritorio de oficina	1	120.00	120.00
Total			1,483.00

Elaborado por: Carolina Plaza M.

c. Activos diferidos

Como activos diferidos tenemos los costos de constitución del proyecto en los cuales constaran todos los rubros que se requieran para obtener los certificados, patentes y documentación para la legalidad de la empresa.

Cuadro 43: Costos de constitución.

COSTOS DE CONSTITUCION			
Descripción	num.	Valor unitario	Valor total
Cámara de turismo	1	120.00	120.0
Ministerio de turismo	1	92.00	92.00
Patente municipal	1	130.00	130.0
Licencia única de funcionamiento	1	100.00	100.0
Total			442.0

Elaborado por: Carolina Plaza M.

2. Estructura de costos y gastos.

a. Costos directos de producción.

Los costos que tienen que ver directamente con la producción dentro del proyecto están detallados a continuación.

1) Mano de obra directa.

En lo que respecta a mano de obra directa señalaremos que es el talento humano que estará estrechamente ligado con la atención de los niños que visiten el campamento estos se encargaran de prestar los servicios de alimentación, limpieza y guianza.

Cuadro 44: Costos recurso humano.

Costos Recursos Humanos			
Descripción	Numero	Valor mensual	valor anual
Guía Nativo	2	120	2880
Cocinero	1	120	1440
Ayudante de cocina	1	120	1440
Peón	1	200	2400
TOTAL		560	8160

Elaborado por: Carolina Plaza M.

9) Costos de insumos.

Por la necesidad de crear dos paquetes turísticos para concentrar de una mejor manera la demanda es necesario detallar los costos de insumos por separado.

Cuadro 45: Costos de insumos Paquete diversión

COSTOS DE INSUMOS Paquete Diversión (dos visita por mes)				
Descripción	num.	Valor unitario	Valor mensual	valor anual
Desayunos			-	-
Almuerzos	40	1.12	89.60	1,075.20
Cenas			-	-
Box lunch	40	0.50	40.00	480.00
Total			129.60	1,555.20

Elaborado por: Carolina Plaza M.

Cuadro 46: Costos de insumos Paquete aventura

COSTOS DE INSUMOS Paquete aventura (tres visitas por mes)				
Descripción	num.	Valor unitario	Valor mensual	valor anual
Desayunos	40	0.79	94.80	1,137.60
Almuerzos	80	1.12	268.80	3,225.60
Cenas	40	0.98	117.60	1,411.20
Box lunch	80	0.50	120.00	1,440.00
Total			601.20	7,214.40

Elaborado por: Carolina Plaza M.

Cuadro 47: Costos de insumos totales.

Costos de insumos totales		
Paquete	mensual	anual
Diversión	129.6	1555.2
Aventura	601.2	7241.4
total	730.8	8796.6

Elaborado por: Carolina Plaza M:

Cuadro 48: Costos de insumos juegos varios.

COSTOS DE INSUMOS JUEGOS VARIOS				
Descripción	numero	valor unitario	valor mensual	valor anual
juegos varios	40.00	\$ 0.20	8.00	96.00
Total			8.00	96.00

Elaborado por: Carolina Plaza M

b. Gastos administrativos

Estos se relacionan directamente con la parte administrativa del proyecto y son todos aquellos que la empresa suministra habitualmente, con ellos se garantiza la operación periódica del proyecto y son los que se detallan a continuación:

1) Personal administrativo

Cuadro 49: Gastos del personal administrativo

Gastos Recursos Humanos Administrativo			
Descripción	Numero	Valor mensual	valor anual
Gerente General	1	500	6000
Secretaria - contadora.	1	280	3360
TOTAL		780	9360

Elaborado por: Carolina Plaza M.

2) Útiles de oficina

Cuadro 50. Gastos útiles de oficina

UTILES DE OFICINA				
Descripción	num.	Valor unitario	Valor mensual	valor anual
Hojas	1 pak X 500	4.30	4.30	51.60
tinta impresora (recargas)	1	3.00	3.00	36.00
servicio Internet	1	43.00	43.00	516.00
varios	1	10.00	10.00	120.00
Total			60.30	723.60

Elaborado por: Carolina Plaza M.

10) Servicios Básicos

Cuadro 51: Costos servicios básicos

COSTOS SERVICIOS BASICOS			
Descripción	Valor unitario	Valor mensual	valor anual
Luz	35.00	35.00	420.00
Agua (de fuente natural)	-	-	-
Teléfono	40.00	40.00	480.00
Celular	20.00	20.00	240.00
Total		95.00	1,140.00

Elaborado por: Carolina Plaza M.

11) Gastos artículos de limpieza

Cuadro 52: Costos de útiles de limpieza

UTILES DE LIMPIEZA				
Descripción	num.	Valor unitario	Valor mensual	valor anual
Desinfectantes	3	4.60	13.80	165.60
esponjas para limpieza	3	0.25	0.75	9.00
jabón baños	10	0.80	8.00	96.00
jabón cocina	2	1.30	2.60	31.20
trapeadores y escobas	1	4.00	4.00	48.00
Total			29.15	301.80

Elaborado por: Carolina Plaza M.

c. Gastos de ventas

Contando con el hecho de que los paquetes del campamento serán dados a conocer de forma directa existen algunos gastos que se tomaran en cuenta como son los gastos de promoción y publicidad, estos gastos son indispensables ya que los afiches, trípticos, pagina web y visitas a las escuelas son las únicas vías de comercialización del campamento.

Cuadro 53: Gastos de promoción y publicidad

GASTOS DE PROMOCION Y PUBLICIDAD			
Descripción	num.	Valor unitario	Valor total anual
Pagina web	1	340.00	340.00
trípticos	1000	0.85	850.00
afiches	200	0.64	128.00
visitas	200	3.00	600.00
Total			1,918.00

Elaborado por: Carolina Plaza M.

3. Ingresos del Proyecto.

Los ingresos del proyecto se traducen en las entradas de efectivo que tendrá el campamento por las ventas de los paquetes diseñados.

Cada paquete posee un costo específico, determinado por el estudio de mercado realizado a las escuelas particulares de la ciudad de Guayaquil, los valores a cobrar son los siguientes:

Cuadro 54: Costos por paquetes turísticos.

Costos por paquetes	
Paquete	valor x paquete
Diversión	\$12.5
Aventura	\$19.5

Elaborado por: Carolina Plaza M

Cuadro 55: Ingresos por ventas

INGRESOS POR VENTAS						
PRODUCTOS	AÑOS					
	1	2	3	4	5	
PAQUETE DIVERSIÓN						
Unidades Vendidas	960	960	960	960	960	
Precio de Venta	12.50	12.50	12.50	12.50	12.50	
Total ventas	USD 12,000.00	12,000.00	12,000.00	12,000.00	12,000.00	
PAQUETE AVENTURA						
Unidades Vendidas	1,440	1,440	1,440	1,440	1,440	
Precio de Venta	19.50	19.50	19.50	19.50	19.50	
Total ventas	USD 28,080.00	28,080.00	28,080.00	28,080.00	28,080.00	
						TOTAL
TOTAL ESTIMADOS POR VENTAS	40,080.00	40,080.00	40,080.00	40,080.00	40,080.00	200,400.00

Elaborado por: Carolina Plaza M

4. Capital de trabajo

Todos los recursos que se necesitaran para las operaciones normales de la empresa se traducen en el capital de trabajo estos deben estar disponibles y con esto se garantizara el buen funcionamiento del campamento, el capital de trabajo necesario para el proyecto se detallan a continuación y este deberá tener un periodo mínimo de reposición de 5 días.

Cuadro 56: Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	
CONCEPTO	VALOR USD
CAPITAL DE TRABAJO OPERATIVO	
Materiales directos	6,532.80
Suministros y servicios	1,140.00
Mano de obra directa	5,760.00
Mano de obra indirecta	2,400.00
Mantenimiento y seguros (activos fijos operativos)	227.61
SUBTOTAL	16,060.41
Requerimiento diario	44.61
Requerimiento ciclo de caja	356.90
CAPITAL DE TRABAJO OPERATIVO	356.90
CAPITAL DE TRABAJO ADMINISTRACION Y VENTAS	
Gastos administrativos que representan desembolso	14,188.71
Gastos de ventas que representan desembolso	1,937.18
SUBTOTAL	16,125.89
Requerimiento diario	44.79
CAPITAL DE TRABAJO ADMINISTRACION Y VENTAS	358.35
CAPITAL DE TRABAJO	715.25

Elaborado por: Carolina Plaza M.

5. Inversión de activos y capital de trabajo

La inversión para el proyecto esta evaluado teniendo todos los activos tanto los operativos, administrativos y diferidos con el fin de obtener un plan de inversiones concreto.

No se tomará en cuenta la inversión por el valor del terreno y la infraestructura existente en el área donde se llevara a cabo el proyecto, debido a que son bienes propios destinados para una empresa familiar.

El plan de inversión es el siguiente:

Cuadro 57: Plan de inversión.

PLAN DE INVERSIONES	
MESES PREOPERATIVOS	6
ACTIVOS FIJOS OPERATIVOS	
Camping	3,414.50
Bateria Sanitaria	3,200.00
Restaurante	5,418.89
Granja	3,657.50
Vivero Forestal	490.00
Huerto Organico	1,100.00

Vivero Ornamental	840.00
Invernadero Medicinal	440.00
Area de juegos	4,200.00
ACTIVOS FIJOS ADMINISTRACION Y VENTAS	
Muebles y Equipo de oficina	1,483.00
SUBTOTAL	24,243.89
ACTIVOS DIFERIDOS	
Gastos de Constitución	442.00
SUBTOTAL	442.00
POR FINANCIAR	24,685.89

Elaborado por: Carolina Plaza M.

6. Financiamiento

El financiamiento para la obtención de la inversión inicial necesaria para la implementación del proyecto se realizara con capital propio, específicamente con el apoyo de 4 socios propietarios los cuales aportaran en igual valor correspondiente a \$5552, traducido a un 25% del total de la inversión.

7. Depreciaciones y amortizaciones.

a. Depreciaciones

Cada una de las inversiones en activos fijos, realizada para la implementación del proyecto, están sujetos a su depreciación, ya que cada activo tiene una vida útil determinada por su naturaleza y el porcentaje destinado para su mantenimiento.

Para considerar la depreciación y mantenimiento de cada activo se tomo en cuenta el valor del activo, el valor residual del mismo y el tiempo de vida útil estos costos se detallan a continuación.

Cuadro 58: Depreciación y mantenimiento de inversiones fijas.

COSTO DE PRODUCCION:	VIDA UTIL	DEPRECIA.	MANTEN.	DEPRECIA.	MANTEN.
		PORCENTAJE		USD	USD
Camping	5	20%	1%	682.90	34.15
Batería Sanitaria	10	10%	1%	320.00	32.00
Restaurante	10	10%	1%	541.89	54.19
Granja	10	10%	1%	365.75	36.57
Vivero Forestal	10	10%	1%	49.00	4.90
Huerto Orgánico	10	10%	1%	110.00	11.00

Vivero Ornamental	10	10%	1%	84.00	8.40
Invernadero Medicinal	10	10%	1%	44.00	4.40
Área de juegos	10	10%	1%	420.00	42.00
Subtotal				2,617.54	227.61
GASTOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS					
Muebles y Equipo de oficina	5	20%	1%	296.60	14.83
Subtotal				296.60	14.83
TOTAL				2,914.14	242.44

Elaborado por: Carolina Plaza M.

b. Amortización.

Cada activo diferido esta sujeto a una amortización fija establecida durante los cinco años de vida del proyecto para este valor se toma en cuenta el valor del activo diferido y su vida útil.

Cuadro 59: Amortización de activos diferidos.

Amortización de activos diferidos			
ACTIVO DIFERIDO	VALOR DEL ACTIVO	VIDA ÚTIL	AMORTIZACIÓN
	USD	años	anual
Gastos de Constitución	442.00	5	88.40
TOTAL			88.40

Elaborado por: Carolina Plaza M.

8. Resumen de costos y gastos.

El siguiente cuadro nos ayuda con un resumen de todos los costos proyectados para una vida útil del proyecto de cinco años.

Cuadro 60: Resumen de costos y gastos.

RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS					
PERIODO:	1	2	3	4	5
COSTOS DIRECTOS DE PRODUCCION					
Mano de obra directa	5,760.00	5,760.00	5,760.00	5,760.00	5,760.00
Materiales directos	6,532.80	6,532.80	6,532.80	6,532.80	6,532.80
Imprevistos %	1.0%	122.93	122.93	122.93	122.93
Subtotal	12,415.73	12,415.73	12,415.73	12,415.73	12,415.73
COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCION					
Costos que representan desembolso:					
Mano de obra indirecta	2,400.00	2,400.00	2,400.00	2,400.00	2,400.00
Materiales indirectos	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

Suministros y servicios	1,140.00	1,140.00	1,140.00	1,140.00	1,140.00
Mantenimiento y seguros	227.61	227.61	227.61	227.61	227.61
Imprevistos % 1.0%	37.68	37.68	37.68	37.68	37.68
Parcial	3,805.28	3,805.28	3,805.28	3,805.28	3,805.28
Costos que no representan desembolso:					
Depreciaciones	2,617.54	2,617.54	2,617.54	2,617.54	2,617.54
Subtotal	6,422.82	6,422.82	6,422.82	6,422.82	6,422.82
GASTOS DE ADMINISTRACION					
Gastos que representan desembolso:					
Remuneraciones	9,360.00	9,360.00	9,360.00	9,360.00	9,360.00
Utiles de Oficina	723.60	723.60	723.60	723.60	723.60
Utiles de Limpieza	349.80	349.80	349.80	349.80	349.80
Arriendos	3,600.00	3,600.00	3,600.00	3,600.00	3,600.00
Mantenimiento y seguros	14.83	14.83	14.83	14.83	14.83
Imprevistos 1.0%	140.48	140.48	140.48	140.48	140.48
Parcial	14,188.71	14,188.71	14,188.71	14,188.71	14,188.71
Gastos que no representan desembolso:					
Amortizaciones	88.40	88.40	88.40	88.40	88.40
Subtotal	14,277.11	14,277.11	14,277.11	14,277.11	14,277.11
GASTOS DE VENTAS					
Gastos que representan desembolso:					
Promocion y Publicidad	1,918.00	1,918.00	1,918.00	1,918.00	1,918.00
Imprevistos 1.0%	19.18	19.18	19.18	19.18	19.18
Parcial	1,937.18	1,937.18	1,937.18	1,937.18	1,937.18
Gastos que no representan desembolso:					
Depreciaciones	296.60	296.60	296.60	296.60	296.60
Subtotal	2,233.78	2,233.78	2,233.78	2,233.78	2,233.78
TOTAL	35,349.44	35,349.44	35,349.44	35,349.44	35,349.44

Elaborado por: Carolina Plaza M.

9. Estado de resultados.

Con el fin de especificar cuales serán la utilidades de la empresa se desarrolla el estado de perdidas y ganancias esto determinado en los cinco años que se están analizando.

Cuadro 61: Estado de resultados

ESTADO DE RESULTADOS					
CONCEPTO	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Ventas Netas	40,080.00	40,080.00	40,080.00	40,080.00	40,080.00
(-) Costos de Ventas	18,838.55	18,838.55	18,838.55	18,838.55	18,838.55
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	21,241.45	21,241.45	21,241.45	21,241.45	21,241.45
(-) Gastos de Ventas	2,233.78	2,233.78	2,233.78	2,233.78	2,233.78
(-) Gastos de Administración	14,277.11	14,277.11	14,277.11	14,277.11	14,277.11
(=) UTILIDADES ANTES DE PARTICIPAC.	4,730.56	4,730.56	4,730.56	4,730.56	4,730.56
Participación Utilidades (15%)	709.58	709.58	709.58	709.58	709.58
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	4,020.97	4,020.97	4,020.97	4,020.97	4,020.97

Impuesto (12%)	482.52	482.52	482.52	482.52	482.52
(=) UTILIDAD (PERDIDA) NETA	3,538.46	3,538.46	3,538.46	3,538.46	3,538.46

Elaborado por: Carolina Plaza M.

10. Balance general de la empresa

Cuadro 62. Balance general

BALANCE GENERAL PROYECTADO						
CONCEPTO	Saldos iniciales.					
		1	2	3	4	5
ACTIVO CORRIENTE						
Caja y bancos	356.90	8,089.99	14,630.99	21,171.98	27,712.98	34,253.97
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	356.90	8,089.99	14,630.99	21,171.98	27,712.98	34,253.97
ACTIVOS FIJOS OPERATIVOS						
Camping	3,414.50	3,414.50	3,414.50	3,414.50	3,414.50	3,414.50
Batería Sanitaria	3,200.00	3,200.00	3,200.00	3,200.00	3,200.00	3,200.00
Restaurante	5,418.89	5,418.89	5,418.89	5,418.89	5,418.89	5,418.89
Granja	3,657.50	3,657.50	3,657.50	3,657.50	3,657.50	3,657.50
Vivero Forestal	490.00	490.00	490.00	490.00	490.00	490.00
Huerto Orgánico	1,100.00	1,100.00	1,100.00	1,100.00	1,100.00	1,100.00
Vivero Ornamental	840.00	840.00	840.00	840.00	840.00	840.00
Invernadero Medicinal	440.00	440.00	440.00	440.00	440.00	440.00
Área de juegos	4,200.00	4,200.00	4,200.00	4,200.00	4,200.00	4,200.00
ACTIVOS FIJOS ADMINISTRACION Y VENTAS						
Muebles y Equipo de oficina	1,483.00	1,483.00	1,483.00	1,483.00	1,483.00	1,483.00
Subtotal activos fijos	24,243.89	24,243.89	24,243.89	24,243.89	24,243.89	24,243.89
(-) depreciaciones		2,914.14	5,828.28	8,742.42	11,656.56	14,570.70
TOTAL ACTIVOS FIJOS NETOS	24,243.89	21,329.75	18,415.61	15,501.47	12,587.33	9,673.20
ACTIVO DIFERIDO	442.00	442.00	442.00	442.00	442.00	442.00
Amortización acumulada		88.40	176.80	265.20	353.60	442.00
TOTAL ACTIVO DIFERIDO NETO	442.00	353.60	265.20	176.80	88.40	0.00
TOTAL DE ACTIVOS	25,042.79	29,773.34	33,311.80	36,850.26	40,388.71	43,927.17
PASIVO CORRIENTE						
Gastos acumulados por pagar	0.00	1,192.10	1,192.10	1,192.10	1,192.10	1,192.10
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	0.00	1,192.10	1,192.10	1,192.10	1,192.10	1,192.10
TOTAL DE PASIVOS	0.00	1,192.10	1,192.10	1,192.10	1,192.10	1,192.10
PATRIMONIO						
Capital social pagado	25,042.79	25,042.79	25,042.79	25,042.79	25,042.79	25,042.79
Reserva legal	0.00	0.00	353.85	707.69	1,061.54	1,415.38
Futuras capitalizaciones	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Utilidad (pérdida) retenida	0.00	0.00	3,184.61	6,369.22	9,553.83	12,738.44
Utilidad (pérdida) neta	0.00	3,538.46	3,538.46	3,538.46	3,538.46	3,538.46
TOTAL PATRIMONIO	25,042.79	28,581.24	32,119.70	35,658.15	39,196.61	42,735.07
TOTAL PASIVO Y PATRIM.	25,042.79	29,773.34	33,311.80	36,850.26	40,388.71	43,927.17

Elaborado por: Carolina Plaza M.

11. Flujo de caja

Cuadro 63: Flujo de caja.

FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
	PREOP.	1	2	3	4	5
A. INGRESOS OPERACIONALES						
Recuperación por ventas	0.00	40,080.00	40,080.00	40,080.00	40,080.00	40,080.00
Parcial	0.00	40,080.00	40,080.00	40,080.00	40,080.00	40,080.00
B. EGRESOS OPERACIONALES						
Pago a proveedores	0.00	7,672.80	7,672.80	7,672.80	7,672.80	7,672.80
Mano de obra directa e imprevistos		5,882.93	5,882.93	5,882.93	5,882.93	5,882.93
Mano de obra indirecta		2,400.00	2,400.00	2,400.00	2,400.00	2,400.00
Gastos de ventas		1,937.18	1,937.18	1,937.18	1,937.18	1,937.18
Gastos de administración		14,188.71	14,188.71	14,188.71	14,188.71	14,188.71
Costos de fabricación		265.28	265.28	265.28	265.28	265.28
Parcial	0.00	32,346.91	32,346.91	32,346.91	32,346.91	32,346.91
C. FLUJO OPERACIONAL (A - B)	0.00	7,733.09	7,733.09	7,733.09	7,733.09	7,733.09
D. INGRESOS NO OPERACIONALES						
Aportes de capital	25,042.79	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Parcial	25,042.79	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
E. EGRESOS NO OPERACIONALES						
Pago participación de trabajadores		0.00	709.58	709.58	709.58	709.58
Pago de impuesto a la renta	0.00	0.00	482.52	482.52	482.52	482.52
ACTIVOS FIJOS OPERATIVOS						
Camping	3,414.50	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Bateria Sanitaria	3,200.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Restaurante	5,418.89	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Granja	3,657.50	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Vivero Forestal	490.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Huerto Organico	1,100.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Vivero Ornamental	840.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Invernadero Medicinal	440.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Area de juegos	4,200.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ACTIVOS FIJOS ADMINISTRACION Y VENTAS						
Muebles y Equipo de oficina	1,483.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Activos diferidos	442.00					
Otros activos	0.00					
Parcial	24,685.89	0.00	1,192.10	1,192.10	1,192.10	1,192.10
F. FLUJO NO OPERACIONAL (D-E)	356.90	0.00	-1,192.10	-1,192.10	-1,192.10	-1,192.10
G. FLUJO NETO GENERADO (C+F)	356.90	7,733.09	6,540.99	6,540.99	6,540.99	6,540.99
H. SALDO INICIAL DE CAJA	0.00	356.90	8,089.99	14,630.99	21,171.98	27,712.98
I. SALDO FINAL DE CAJA (G+H)	356.90	8,089.99	14,630.99	21,171.98	27,712.98	34,253.97
REQUERIMIENTOS DE CAJA		718.82	718.82	718.82	718.82	718.82

Elaborado por: Carolina Plaza M.

F. EVALUACIÓN ECONÓMICA

Al evaluarse los costos, ingresos y valores por financiar, se establecen las bases para definir la factibilidad económica del proyecto y analizando financieramente estas bases se sabrá la rentabilidad real que obtendrá de campamento.

Los métodos para establecer esta rentabilidad son los siguientes:

1. Valor actual neto V.A.N.

Conociendo que el V.A.N. es una herramienta que determina la viabilidad del proyecto basados en el flujo de caja tenemos:

Cuando el V.A.N > 0 = El proyecto es atractivo en el punto de vista rentable

Cuando el V.A.N = 0 = El proyecto es indiferente en el punto de vista rentable

Cuando el V.A.N - 0 = El proyecto no es atractivo en el punto de vista rentable

$$VAN = -I_0 + \frac{ff_1}{(1+i)^1} + \frac{ff_2}{(1+i)^2} + \frac{ff_3}{(1+i)^3} + \dots + \frac{ff_n}{(1+i)^n}$$

Donde:

I = Inversión inicial

ff = Flujo de caja

i = Tasa de descuento

El valor del VAN obtenido es de 3.782,11 como se puede ver el saldo es positivo y cubre la inversión y los gastos, por lo tanto el proyecto es viable.

2. Tasa interna de retorno TIR

Para que el proyecto sea factible el TIR debe ser siempre mayor a la tasa interna de descuento, este método ayuda a que la tasa de retorno haga cero al VAN, con esto decimos que el valor presente generado por el proyecto será igual a la inversión neta realizada.

$$TIR = tim + (TIM - tim) \frac{VAN_{tim}}{VAN_{tim} - VAN_{TIM}}$$

Donde:

TIR = Tasa interna de retorno

Tim = Tasa de interés menor de descuento

TIM = Tasa de interés mayor de descuento

VANtim = valor actual neto a una tasa de interés menor

VANTIM = valor actual neto a una tasa de interés mayor

La Tasa Interna de Retorno Financiera es de 18,69% es mayor a la tasa de descuento por lo tanto el proyecto es viable.

3. Relación beneficio costo

Esta relación nos indica cual es el valor recibido por cada dólar invertido en el proyecto.

$$RB / C = \frac{\sum \text{ingresos actualizados}}{\sum \text{egresos actualizados}}$$

Para este proyecto la R/B es de 1,15. Este valor indica que por cada dólar invertido se recibe 0,15 adicionales por lo tanto es viable.

5. Punto de equilibrio

Consiste en el nivel de ventas que deberá tener el proyecto para cubrir sus costos, después de este punto el proyecto reportara ganancias.

$$Q = \frac{CFT}{1 - \frac{CVT}{VT}}$$

Donde:

Q = Punto de equilibrio

CFT = Costos fijos totales

CVT = Costos variables totales

VT = Ventas totales

Cuadro 64: Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO					
CONCEPTO	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Costos Fijos totales (CF)	21,756.04	21,756.04	21,756.04	21,756.04	21,756.04
Costos Variables totales (CVT)	13,593.40	13,593.40	13,593.40	13,593.40	13,593.40
Ventas Totales (VT)	40080.00	40080.00	40080.00	40080.00	40080.00
PUNTO DE EQUILIBRIO (miles)					
PORCENTAJE	82.14%	82.14%	82.14%	82.14%	82.14%

Elaborado por: Carolina Plaza M.

El proyecto debe tener un nivel de ventas de 32921,38 dólares en todos los años para no obtener pérdida ni ganancia, esto corresponde al 82.14% del total de ventas. Es de esta manera que si se quiere tener ganancias se debe vender mas de 788 paquetes diversión y 1182 paquetes aventuras al año.

VI. CONCLUSIONES

1. La mayoría de la demanda a captar correspondiente a más del 80% están dispuestas a visitar un campamento agro turístico infantil en el cantón Pallatanga con niños de quinto y sexto de básica, con una pernoctación de uno a dos días máximo.
2. La importancia que los directores de las escuelas de Guayaquil dan a la formación con respecto a la ecología y manejo de recursos alimenticios orgánicos es indudable es por esta razón el producto fusionará por la recreación en un ambiente natural en fusión con la educación ambiental.
3. El diseño de dos paquetes turísticos ayuda a captar de una mejor manera el mercado correspondiente a las escuelas de la ciudad de Guayaquil, los paquetes están delineados de acuerdo a los resultados del estudio de mercado realizado a los directores de los establecimientos educativos.
4. Utilizando la infraestructura básica existente en el área del proyecto, recortamos en gran medida los costos de inversión, logrando con esto que el proyecto se ayude en su factibilidad financiera.
5. Dentro de la educación ambiental que se impartirá en el campamento cada uno de los métodos de mitigación de impactos serán de gran ayuda al tomarlos como ejemplo de lo que se puede lograr con poca tecnología y dinero para la utilización al máximo de los desperdicios naturales producidos.
6. El proyecto no tendrá impactos negativos considerables para el medio; por lo contrario al poner en práctica los métodos de mitigación especificados, se mejorará la calidad del ambiente.
7. Cada una de las técnicas de minimización de impactos utilizadas están dentro de la posibilidad de construcción, por cualquier persona, con la información adecuada. Su implementación no es costosa y es fácil de mantener.

8. El monto de la inversión total del proyecto será de \$22.205, el cual será financiado por capital privado.
9. Según la evaluación financiera efectuada el proyecto es totalmente viable de realización, con esto se garantiza la operación y utilidades económicas.

VII. RECOMENDACIONES

1. Se recomienda la implementación del campamento, con un fin principal de educación ambiental con esto se lograra posicionamiento turístico en el mercado de la ciudad de Guayaquil creando una conciencia ecológica en los niños.
2. Es necesario la utilización total de la infraestructura existente en el área pero también su mantenimiento para que se habilite para el fin deseado.
3. Establecer las frecuencias de visitas directas para la promoción del campamento en los meses de noviembre y diciembre con el fin de que las escuelas planifiquen sus visitas para los meses de vacaciones que son Enero y Abril.
4. Realizar reuniones con el Municipio del cantón para mejorar el camino de acceso al barrio San Vicente, con esto se lograra que los vehículos que visiten el campamento no se maltraten y no pierdan interés por este aspecto.
5. Contratar recurso humano del sector con el fin de generar trabajo a los pobladores, con una efectiva capacitación se lograría en poco tiempo personal capacitado para el manejo de las distintas áreas de campamento.
6. Todos los métodos de mitigación de impactos son necesarios es por eso que se recomienda la implementación en su totalidad.
7. Determinar cual va hacer el porcentaje de ganancia para cada socio propietario de los predios donde se ubicara el campamento, con el fin de legalizar las entradas económicas de la empresa, esto se deberá realizar con la ayuda de un abogado.
8. Realizar una alianza estratégica con los servicios de salud del cantón para estar preparados en caso de alguna emergencia, a demás que se deberá tomar todas las precauciones del caso para el manejo de niños en lugares turísticos.

9. Los animales que estarán en contacto con los niños no deben tener una actitud agresiva en ningún momento para minimizar este posible problema se deberá vigilar y probar a cada uno de los animales antes del contacto directo con los primeros visitantes del campamento.

VIII. RESUMEN

En la presente investigación se propuso: Realizar la evaluación de la factibilidad para la implementación de un campamento agro turístico infantil en el cantón Pallatanga, definiendo la viabilidad comercial del proyecto, se diseñó un producto turístico, con características acorde con las necesidades de la demanda a captar, mediante un el estudio ambiental se estructuran medidas de mitigación a los posibles impactos producidos, el estudio administrativo – legal, determina requisitos obligatorios según la ley, permitiendo la operación del proyecto y al determinar la factibilidad económica – financiera, precisamos su viabilidad y definimos su manejo. Realizado en el cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo. Ayudándonos de Libreta de campo, grabadora de mano, cámara de fotos, GPS. La demanda a captar corresponde a niños de quinto y sexto de básica de las escuelas particulares de Guayaquil, quienes en su mayoría están interesados en visitar un campamento agro turístico infantil. Realizando un circuito turístico acorde con los resultados arrojados por el estudio de mercado se diseña un plan de promoción directa del campamento con el fin de dar a conocer la existencia y sus beneficios educativos. Utilizando la infraestructura básica existente, recortamos en gran medida los costos de inversión constituyéndose en \$22.205 financiado por capital propio, el proyecto no tendrá impactos negativos considerables para el medio; contrariamente al poner en práctica los métodos de mitigación especificados, mejorará la calidad del ambiente. Según la evaluación financiera efectuada el proyecto es totalmente viable, ya que por cada dólar invertido se tienen una ganancia de 0,15 USD, garantizando su operación; recomendando la implementación del campamento.

IX. SUMMARY

The aim of this investigation was: to perform the evaluation of feasibility to establish an agricultural Tourist camp for children in Pallatanga, defining the availability of the project, we designed a tourist product, with characteristic according with people's needs, through an environmental study determine obligatory requirements according the law, leading the operation of the project and determining the financial-economical feasibility, we announce its viability and define its handle in Pallatanga, Chimborazo Province. Helping with a camp notebook, taperecording, camera, GPS. The people we need to get their attention are children are in fifth and sixth grade of private schools in Guayaquil, who are interested in visiting a tourist children camp. Performing a tour, as a result of the statistics we have to design a promotion plan for the camp with the aim to know its existence and educational benefits. Using the basic building, with a cut in the investment cost in \$22.205 with own money, the project wouldn't have negative impact for the local area; for the contrary, it will help the quality of the zone. According with the final evaluation this investigation is possible, because if invest a dollar we will get 0,15 USD, guaranteeing its operation; we suggest to establish the tourist camp.

X. BIBLIOGRAFÍA

1. ARBOLEDA, G.1998. Proyectos Formulación, Evaluación y Control. Colombia.
2. BLANCO, Hernán. 2000. Las Evaluaciones de Sustentabilidad de Acuerdos Comerciales: Inicio del Proceso en el Contexto Latinoamericano. IAIA International Association for Impact Assessment.
3. CALOMARDE, José V. Marketing ecológico.
4. CEVALLOS, L. (1987) Manual de Turismo Sustentable.
5. COBRA, Marcos. Marketing de servicios, Estrategias para turismo, finanzas, salud, y comunicación.
6. CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL (2002).
7. Dirección de Recursos Naturales Renovables y Ordenamiento Rural, DINAREN, (2002)
8. HERNÁNDEZ, E. 1997. Proyectos Turísticos. Formulación y evaluación. Editorial Trillas. México.
9. KOTLER, Philip y BOWEN, Jonh. 1996. “Mercadotecnia para Hotelería y Turismo”
10. LANDÁZURI, C. 1998. “Evaluación de Proyectos.
11. MORENO, M. (1998) Mercado y Factibilidad.
12. MUÑOS, Eduardo Jácome, Guía metodológica para la formulación y evaluación de proyectos de negocios relacionados con el turismo, 2004.

13. OCAMPO, Eliseo J. 2003. Costos y evaluación de Proyectos. Primera edición. México.
14. SALAZAR, S. Agroturismo en Turrialba. Artículo publicado en el periódico La República. 3 de Mayo, 1992. Costa Rica.
15. SIERRA, Rodrigo, 1999. Propuesta preliminar de un sistema de clasificación de vegetación para el Ecuador Continental. Proyecto INEFAN/GEF.
16. TUFIÑO, C. 2001. Historia de Pallatanga
17. ULLOA, Bayardo, 1998. “Redacción de Proyectos y Tesis de Grado”. ESPOCH. Riobamba – Ecuador.
18. YUCTA Patricio. 2002. Diseño y formulación de Proyectos Ecoturísticos.
19. VELASTEGUÍ, Formulación y Evaluación de proyectos turísticos, 2002
20. WIKIPEDIA, 2005
21. www.Ministeriodeturismo.gob.ec.

22. www.uventas.com

XI. ANEXOS

ANEXO 1. ESCUELAS PARTICULARES ENCUESTADAS

ESCUELAS PARTICULARES ENCUESTADAS		
num.	ESCUELA	DIRECTOR
1	El Cenáculo	Zamora Orellana Zaina
2	Monseñor Eliécer N. Fiallos	Coloma Pinos Euro
3	Mercedes de Jesús Molina	Desiderio Mora Isabel
4	Eduardo Rendón Briones	Castillo Pineda Clara Cecilia
5	Vicente León	Ordóñez Aguirre Luz Elena
6	Mater Santísima	Naveda Pareja Ninfa
7	Sagrada familia	Kuffo García Fátima
8	Señor del Espíritu Santo	Murillo Agosto Narcisa
9	Surcos	Asencio García Martha
10	Luz del Mañana	Salavarría Rosero Narcisa
11	Jehová es mi pastor	Sánchez Mindiola Victoria
12	Lidia Dean de Enríquez	Franco fajardo Lidia
13	Rafael Bruzual López	Lopez Pincay Neidy
14	Rafael Castillo Romero	Castillo Romero Rafael
15	Santa Luisa de Marillac	Mora Aguilar Edith
16	Santa Ana la Inmaculada	Obando Días Mariana
17	Horizontes del Futuro	Reyes Briones Flor
18	Julio Peña Bermeo	Peña Escobar Jessica
19	Dante Alighieri	Álvarez Orbea Segundo
20	Esteban Minaya Clase	Ocaña Mesa Isabel
21	Elsa Jurado Lascano	Holguín Romero Henry
22	Valdiviano	Valdivia Lozano Guillermo
23	Manuel Wolf Rodríguez	Rodríguez Arce Rebeca
24	Dilia de Calero	Scandón Vanegas Eva
25	San Francisco de Asís	Armijos Solano Luz
26	Sagrados Corazones	Herrera Cortes Mercedes
27	San Vicente	Valencia Moreira Jorge
28	Santo Domingo de Guzmán	Amoroso Solís Libia
29	Domingo Comín	Herrera Morales Remigio
30	Ángel Santos López	Piedrahita Delgado Rubén
31	Felices Mañanitas	González PInela Luisa

32	Ciencia y porvenir	Villa Serrano Rosa
33	Palabras de vida	Rezavala Ponce Elena
34	Alegría de los niños	Chamaidán Villón Clara
35	Miguel de Cervantes	Izaguirre de la Vera José
36	Yolanda Tobar de Moran	Moran Tobar Narcisa
37	Liceo Santa Ana	Saltos Dueñas Maria
38	Bolívar	Flor Verdesoto Gilberto
39	Trinitaria School	Lindao Alejandro Adán
40	Ilusiones	Martinez Chang Jakeline
41	Camino al progreso	Reyes Salazar Pedro
42	Sudamérica	Vaca Poso Rubén
43	Carmen Calixto de Borja	Valarezo Ochoa Dora
44	Alboniños	Moreira Santana Marlene
45	Nuestro ideal	Velasco Sánchez Nora
46	Urdesa School	Villamar Naranjo Olga
47	Madrid	Tabarez Verdesoto Enma
48	Benjamín Cordero y León	Moran Camposano Bella
49	De la Providencia	Bravo Minchala Ana
50	Rocafuerte	Jordán Días Julio
51	Maria Carbo de Aspiazu	Villamar Ochoa Maria
52	Mercantil	García Cajas Ángel
53	García Moreno	Bañón Castillo Sandra
54	Luz del Mundo	Yagual Orrala Aurelio
55	José Domingo de Santistevan	Flores Murillo Romel
56	San José la Salle	Armijos Ordóñez Segundo
57	Cristóbal Colón	Flores Zapata Ángel
58	Sueños de Niños	Bolaños Flores Jeannette
59	Baltasara Calderón de Rocafuerte	Berru Torres Martha
60	Ángel Polivio Chaves	Chaves Veliz Alfonso
61	Luis A. Martínez	Ortiz Cárdenas Wilson
62	Ángel de la Guarda	Calle Cobos Cesar
63	Leonardo Sabino Hernández	Ruiz Santur Bertha
64	Camilo Gallegos Domínguez	Vera Franco Luís
65	Aurora C. de Icaza	Baquerizo Álvarez María
66	Guayaquil Sur	Zhinin Ortega Luís
67	Instituto Nacional	Mendoza Cucalón José
68	Lucía Porres de Janer	Mosquera Alvarado Digna
69	Monseñor Juan Maria Riera	Galarza Tipán Ana

70	San José	Ordóñez Espinosa Mariana
71	Víctor Manuel Rendón	Quinde Cevallos Rosa
72	Nuevo Amanecer	Jiménez Carlo Sabino
73	Miss Peggy	Escalante Paredes Jorge
74	Piedad Morales de Swett	Ponce Sellán Angela
75	Maria Auxiliadora	Llerena Romo Martha
76	La Anunciación	Bravo Nan Mavel
77	Nueva Semilla	Arambulo Rountree Clemencial
78	Carmén Piza vega	Chiriboga Piza Luis Humberto
79	Isabel Ramirez estrada	Jacome Espinoza Milton
80	Corazón de la Patria	Lorente Aguaya Gabriel
81	Robert Kennedy	Santamaría de la Cueva Fredi
82	Nueva Jerusalén	Odoñez Salazar Carlos
83	Nuestro Porvenir	Gonzales Pizarro Inés
84	Tres de Diciembre	Bohórquez Guerrero Hector
85	Harvard	Mancilla de Aveiga Hilda
86	Bilingüe USA	Lopez Domínguez Ramirez
87	Jimmy Joe	Delgado Rendón Mary
88	Mi nuevo Paraíso	Castro Cedeño Mirila
89	Genesis School	Cartagena Marino Patricia
90	La Luz de Dios	Romero Llapa Martha
91	Estrella de Belén	Farias Cadena Alfredo
92	Nueva Alvorada	López Criollo Luz
93	Las cuatro estaciones	Aguirre Medina Lucia
94	Un nuevo amanecer	Del Salto Del Salto Raúl
95	Versalles	Terán Zamora Justina
96	Instituto Indoalemán	Garcia Franco Nelly
97	Adonai	López Vélez Teresa
98	Hans Cristian Andersen	Matute Torres Rosa
99	Buenos Amigos	Pincay Toala Maria
100	San Juan Bautista de la Salle	Maratia Barreto Pilar
101	Perla Ecuatoriana	Parra Yolanda Cristina
102	Arca de Noé	Cabezas Valverde Carmén
103	Marcos Benetazzo	Benetazzo Saltos Consuelo
104	Leonardo Velásquez Cevallos	Velásquez Mendoza Elena
105	Santa Maria Eufrasia	Figueroa Álvarez Martha
106	Jesús Reyes Quintanilla	Vera Ponguillo Aurelio

107	El Rincón	Chica Salas Ana
108	Transfiguración	Rodríguez Mero Denny
109	Estrella	Llerena Poveda Nercy
110	San Juan	Meza Frias Juana
111	Comienzos	Yepes de la Torre Mercedes
112	Sabiduría de Dios	Maldonado Aguirre Martha
113	Luces del Ecuador	Cali Romero Tania
114	Provincia del Guayas	Malta Suárez Gladis
115	Los Bambinos	Pazmiño Parrales Elena
116	Brigadieres del Saber	Moncayo Moncayo Clara
117	Claire Bucaram de Aivas	Patino Gómez Carmen
118	Mundo de Aprendizaje	Yagual Salvador Dimas
119	Israel	Torres Trejo Norma
120	Amiguitos del Dumbo	Martínez Santos Olivia
121	Creatividades Infantiles	Avilés Vera Wilfredo
122	Presidente Roldós	Martínez Triana Blanca
123	Sueños de Párvulos	Coronel Miranda Ruth
124	Los pequeños sabios	Verdezoto Martínez Victor
125	María Teresa	Flores Izquierdo Maria
126	Demetrio Aguilera Malta	Franco Quezada Francisco
127	Gerald Doyle	Zamora Quinteros Agueda
128	María de Belén	Touma Abuhayar Juliet
129	Nueva Imagen	Villacís León Rosa
130	Nosotros servimos	Alvarado Balaz Fanny
131	24 de Diciembre	Zurita Maridueña Teresa
132	Liceo Norteamericano	Yépez Macias Maria
133	Rey de los Andes	Rivera Zavala Sara
134	Ecuación y verdad	Renteria Celi Miriam
135	María Bertha Mesa	Florencia López Blanca
136	Soldados de Jesús	Merino Saenz Rosana
137	Luís Cordero	Pilco Aguilar Ana
138	Telmo Marquina	Ortega Pasmíño Segundo
139	María Jiseth	Montenegro Macias carolina
140	Angelitos a estudiar	Gutierrez Vanegas Inés
141	Capitán Pedro Salas Bajaña	Salaz Dau Pedro

ANEXO 2. MODELO DE ENCUESTA

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO

Esta encuesta está dirigida a instituciones educativas primarias de la ciudad de Guayaquil, con el fin de conocer la predisposición de visitar un campamento agro-turístico en el cantón Pallatanga.

1. Nombre de la institución: _____

2. Nombre del Director de la institución: _____

3. ¿Su institución realiza viajes turísticos con sus alumnos?

Sí _____ No _____

4. ¿Cuál es el promedio de estudiantes por viaje turístico?

10 – 20 _____

20 – 30 _____

30 – 40 _____

40 en adelante _____

5. ¿Le gustaría visitar un campamento agroturístico en el cantón Pallatanga?

Sí _____ No _____

6. ¿Qué actividades le gustaría realizar en el campamento?

Paseos a caballo _____

Observación e interacción con animales de granja _____

Técnicas de ordeño _____

Caminatas _____

Siembra y cosecha de alimentos orgánicos. _____

Campamentación _____

7. ¿Qué infraestructura le gustaría que tenga el campamento?

Piscina _____

Canchas deportivas _____

Viveros _____

Restaurante _____

Transporte _____

8. ¿Qué le gustaría que sus estudiantes aprendieran en el campamento agroturístico?

Técnicas básicas de manejo de ganado _____

Técnicas básicas para manejo de alimentos orgánicos _____

Educación ambiental _____

Cultura y costumbres de los habitantes de la zona _____

9. ¿Cuánto tiempo permanecería con sus estudiantes en el campamento?

1 día _____

2 días _____

2 o más días _____

Cuántos: _____

10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por noche de estadía incluido alimentación, alojamiento y actividades agroturísticas?

15 – 20 dólares _____

20 – 25 dólares _____

25 dólares en adelante _____

11. ¿En qué mes del año le gustaría viajar?

Mes: _____

Gracias por la atención y colaboración a la presente encuesta

ANEXO 3. CUADRO DEL FODA

		FORTALEZAS	DEBILIDADES
		1. Infraestructura básica 2. Actualmente se recibe turismo familiar 3. Vertiente de agua natural que abastece a la hacienda 4. Terreno suficiente para la implementación del campamento 5. Facilidad de acceso y corta distancia desde Guayaquil. 6. Ubicación privilegiada 7. Paisaje privilegiado 8. Posibilidad para visitar el río Chimbo a dos horas del campamento 9. Oportunidad de hipotecar un terreno propio para financiamiento	1. Hacienda de propiedad familiar 2. Capacidad física limitada 3. Ausencia de servicio de teléfono e Internet 5. Acceso restringido únicamente para vehículos pequeños 6. No se cuenta con servicio de agua potable
O P O R T U N I D A D	1. Oportunidad para realizar alianzas estratégicas con hosterías 2. Sector con desarrollo turístico actual. 3. Aceptación mayoritaria de escuelas para visita al campamento 4. Preocupación mundial por tema de calentamiento global 5. Expansión del proyecto hacia una zona propia 6. Destinos turísticos naturales con facilidad de visitar.	F1/O1. Realizar alianzas estratégicas con hosterías cercanas que cuenten con infraestructura diferente que complemente los servicios del campamento. F2/O2. Aprovechar la experiencia al manejar turismo en la hacienda y promocionar el campamento con la ayuda del municipio del cantón. F5/O6. Realizar paquetes turísticos que involucren destinos naturales cercanos al cantón F7/O4. Desarrollar un plan de educación ambiental para niños. F8/O6. Realizar trekings guiados por los atractivos naturales importantes. F3/O4. Realizar una parada temática educativa que involucre a	D1/O7. Contratar un abogado que asesore a la familia para la repartición del negocio en acciones. D2/O5. Realizar un proyecto posterior que involucre terrenos alternos si es necesario. D2/O8. Implementar una oficina temporal en el pueblo ya que se hace necesario el uso de teléfono e Internet. D5/O8. Se requiere realizar la construcción de un parqueadero en el pueblo para vehículos grandes como buses y busetas.

E	7. Hacienda de propiedad familiar.	la vertiente de agua natural	
S	8. Infraestructura hotelera en el Pueblo de propiedad familiar con servicios básicos.	F4/O3. Implementación de áreas con capacidad para mínimo 40 de personas y desarrollar un plan de comunicación.	
A	1. Quema de bosques cercanos	F4/A1. Reforestación del lugar	D1/A1. Reforestación en terrenos propios
M	2. Baja periódica del caudal de agua	F5/A2. Realizar los tramites necesarios para acceder a servicio de agua potable.	D6/A2. Realizar los tramites con el municipio
E	de vertiente	F5/A3. Adquirir un bus seguro para transporte de los visitantes	para contratar el servicio de agua potable.
N	3. Leyes internas que prohíben los paseos	desde el lugar de salida.	D1/A4. Financiarse con capital propio.
A	a escuelas	F9/A4. Hipotecar terreno propio con el fin de obtener capital para la	
Z	4. Falta de financiamiento para proyectos	implementación del campamento.	
A	turísticos	F7/A1. Hablar con el municipio de Pallatanga para que se controle	
S		la tala y quema indiscriminada de los bosques próximos.	

ANEXO 5. DISEÑO DE LOGOTIPOS



